



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

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

Autor: Collaguazo Suntaxi Nelson David

Tutor: Ing. German Morillo

Quito, Octubre 2017



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **COLLAGUAZO SUNTAXI NELSON DAVID** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **IMPULSAR EL SECTOR MICROEMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO 2017.** 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 proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.


Ing. German Morillo
Tutor del Proyecto


Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación


Ing. Herrera Monica
Lector del Proyecto

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bancaria y Producción
Ing. Fernando Buitrón
Director de Escuela

Matriz:
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

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

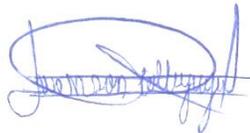
Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

DECLARATORIA

Yo Nelson David Collaguazo Suntaxi, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su elaboración se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos del autor vigente. Las ideas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Nelson David Collaguazo Suntaxi

C.C.:171764827-1

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISetas CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo Nelson David Collaguazo Suntaxi portador de la cedula de ciudadanía signada con el No 171764827-1 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 de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá 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 transferido 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 " IMPULSAR EL SECTOR MICRO

EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y
COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS
CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.”facultando al Instituto para
ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA



NOMBRE

Nelson David Collaguazo Suntaxi

CEDULA

171764827-1

Quito, al 22 de Septiembre del 2017

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS
CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios que siempre está junto a mí derramándome bendiciones, me da salud y fuerza de seguir cada día adelante hasta llegar a la meta. A mis padres Nelson Collaguazo y Yolanda Suintaxi que con su sacrificio me han sabido apoyar durante todo mi camino que he recorrido hasta hoy, y por estar siempre conmigo ayudándome en mi toma de decisiones, por sus consejos, enseñanzas y valores lo cual a lo largo de mi vida me han servido de mucho para así ser una persona de bien, de todo corazón gracias mis queridos padres por el apoyo incondicional que me han sabido brindar. A mis hermanos Danny y Candice por estar siempre conmigo en todos los momentos y por no dejarme rendirme en mis momentos de desesperación. A mis abuelitos por la compañía que lo realizan.

A mi tutor Ing. German Morillo, por haber guiado de la mejor manera para el desarrollo de mi tesis, lo cual con paciencia y respeto supo compartir sus conocimientos y aclararme las dudas que he tenido para el desarrollo de mi proyecto. De igual manera agradezco al INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" por el haber permitido pertenecer a esta noble institución y que muy satisfecho con todas las enseñanzas que me pudieron transmitir cada uno de mis docentes que obtenido durante todo este período académico.

DEDICATORIA

Dedico todo este trabajo y esfuerzo que he dado para este logro académico a mis padres por ser la guía fundamental de mi vida en especial a mi madre Yolanda que por siempre está pendiente de mí que a pesar de sus regaños, cariño y atención me ha servido de mucho para tener una actitud de seguir adelante para tener un buen futuro.

A mi hermano mayor Danny Collaguazo por estar siempre conmigo ayudándome en las cosas que no he podido en mis dudas académicas, por aconsejarme durante toda mi vida y por ser como mi segundo padre ya que siempre está pendiente de mí. A mi hermana Candice por siempre estar acompañándome en todo momento.

A todos mis amig@s, por todos estos años que hemos compartido en especial a Evelyn, Michelle, Paulina, Nathy, Thamy, Bryan, Sebastián, ya que siempre nos hemos estado apoyando mutuamente y el haber obtenido una amistad muy sincera.

Índice general

DECLARATORIA	I
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	II
AGRADECIMIENTO	IV
DEDICATORIA	V
RESUMEN EJECUTIVO.....	XIX
ABSTRACT	XX
CAPITULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación	1
1.2 Antecedentes	3
CAPITULO 2: ANÁLISIS SITUACIONAL	5
2.1 Ambiente externo	5
2.1.1 Factor económico.....	6
2.1.1.1 Inflación.....	6
2.1.1.2 PIB	7
2.1.1.3 Balanza comercial.....	9
2.1.1.4 Tasa de interés	10
2.1.1.4.1 Tasa activa.....	11
2.1.1.4.2 Tasa Pasiva	12
2.1.1.5 Riesgo país.....	14
2.1.2 Factor social	16
2.1.2.1 PEA	16

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

2.1.3 Factor legal.....	16
2.1.3.1 La calificación artesanal	17
2.1.3.2 Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal	17
2.1.3.3 El reglamento de la ley de régimen tributario interno en el art 188	18
2.1.3.4 Ley de fomento artesanal.....	20
2.1.3.5 Ley de defensa de artesano.....	20
a) Actividad Artesanal	21
b) Artesano.....	21
c) Maestro de Taller	21
d) Operario	22
e) Aprendiz	22
f) Taller Artesanal	22
2.1.3.6 Obtención del RUC	23
2.1.3.7 Patente municipal	24
Requisitos adicionales:.....	25
2.1.3.8 Licencia metropolitana de funcionamiento.....	25
2.1.3.9 ICE	26
Art. 2. Fecha de presentación	26
Art. 3.- Intereses y multas	27
2.1.3.10 Ley orgánica de producción.....	28
2.1.3.11 Ley de las compañías.....	28
2.1.4 Factor tecnológico.....	29
2.1.4.1 Diseño de página web	30
2.2 ENTORNO LOCAL.....	31
2.2.1 Clientes.....	31
2.2.2 Cliente interno	31
2.2.3 Cliente externo.....	32

2.2.4 Exigencia del cliente	32
2.2.2 Proveedores	33
Proveedores potenciales.....	34
2.2.3 Competidores.....	35
2.3 Análisis interno.....	36
2.3.1 Propuesta estratégica	36
2.3.1.1 Misión	37
2.3.1.2 Visión.....	37
2.3.1.3 Objetivo general.....	37
2.3.1.4 Objetivo Específico.....	38
2.3.1.5 Principios o valores	38
Compromiso.....	38
Calidad	39
Respeto	40
Trabajo en equipo	40
Responsabilidad	41
2.3.2 Gestión administrativa	42
2.3.2.1 Estructura organizacional	42
2.3.2.1 Perfil de cargo	44
Gerente General.....	45
Operarios	46
Tabla 9:.....	46
Operarios	46
Secretaria	47
Administrativo.....	48
2.3.2.2 Proceso de selección de personal	49
1. Reclutamiento de los postulantes	49

2. Evaluación del postulante	50
3. Seleccionar a los postulantes idóneos.....	50
4. Incorporación a la microempresa.....	50
5. Capacitación y evaluación	51
2.3.3 Gestión operativa	51
2.3.3.1 Cadena de valor.....	52
2.3.3.2 Análisis descriptivo.....	53
Logística interna	53
Operaciones	53
Logística externa	53
Marketing y ventas.....	54
Servicio post venta.....	54
Gestión administrativa	54
Gestión de recursos humanos.....	54
Seguridad	55
2.3.4 Gestión comercial.....	55
2.3.4.1 Estrategias de mercado	55
2.3.4.2 Marketing mix	55
2.3.4.3 Producto.....	56
2.3.4.4 Precio	56
2.3.4.5 Plaza	57
2.3.4.6 Promoción	57
2.3.4.7 Nombre comercial.....	58
2.3.4.8 Logotipo	58
2.3.4.9 Slogan.....	58
2.3.4.10 Significado	59
2.3.4.11 Publicidad.....	60

2.4 Análisis FODA	60
Fortaleza	61
Oportunidades	61
Debilidades	62
Amenazas.....	63
CAPITULO III	64
3. Estudio de mercado	64
3.1 Análisis del consumidor.....	64
3.1.1 Objetivo del estudio del mercado	65
3.1.1.1 Determinación de la población y muestra.....	65
3.1.1.2 Población.....	65
3.1.1.3 Población finita pequeña.....	65
3.1.1.4 Población finita grande	66
3.1.1.5 Población infinita.....	66
3.1.1.6 Población de Quito	66
3.1.1.7 Muestra.....	66
3.1.1.8 Formula de la muestra	67
3.1.1.9 Desarrollo de la formula.....	67
3.1.2 Técnicas de obtención de información.....	68
3.1.3 Análisis del resultado de la encuesta.....	72
3.1.3.1 Datos generales.....	72
Pregunta 1 Género.....	72
Tabla 15:.....	72
Género	72
Pregunta 2 rango de edad.....	73
Encuesta.....	75
3.4 Demanda.....	88

3.4.1 Demanda histórica	89
3.4.2 Demanda actual	89
3.4.3 Demanda proyectada	91
3.2 Oferta	92
3.2.1 Oferta histórica	92
3.2.2 Oferta actual	92
3.2.3 Oferta proyectada	93
3.5 Balance oferta – demanda	94
3.5.1 Balance actual	94
3.5.2 Balance proyectado	94
CAPITULO IV	96
4.1 Estudio técnico	96
4.1.1 Tamaño del proyecto	96
4.1.2 Capacidad instalada	97
4.1.3. Capacidad optima.....	98
4.2 Localización	99
4.2.1 Macro – localización.....	99
4.2.2 Micro – localización.....	101
4.2.3 Localización optima.....	103
4.3 Ingeniería del producto	103
4.3.1 Definición de bien o servicio	104
4.3.2 Distribución de planta	105
4.3.2.1 Código de cercanía	107
4.3.2.2 Razones de cercanía	108
4.3.2.3 Descripción de cada departamento	109
Departamento administrativo.....	109
Bodega	110

Baño	111
Departamento operativo	112
Departamento de comercialización	113
Parqueadero	114
4.3.3 Proceso productivo	115
4.3.3.1 Simbología de diagrama de flujo	115
4.3.3.2 Proceso de elaboración	117
Capítulo V.....	120
5. Estudio financiero	120
5.1 Ingresos operacionales y no operacionales.....	120
5.1.1 Ingresos operacionales.....	120
5.1.2.1 MOD (Mano de obra directa)	121
Producción de las camisetas con estampes personalizados con luces led	122
Mano de obra.....	123
5.1.2.2 MPD	123
5.1.2.3 CIF	125
Servicios básicos.....	125
Departamento administrativo.....	125
Servicios Básicos Departamento Administrativo.....	125
Departamento de producción	126
Departamento de ventas	126
5.1.2.4 Costo unitario de producción	127
5.1.2.5 Cálculo de ingresos operacionales	127
5.1.2.6 Ingresos operacionales proyectados	128
5.2 Costos.....	130
5.2.1 Costo directo	130
5.2.2 Costos indirectos	131



5.2.3 Gastos administrativos	131
Gasto personal administrativo	132
Material de limpieza	133
Suministros de oficina	133
Sueldo contador externo.....	134
Otros gastos administrativos.....	134
Otros Gastos Administrativo	134
Proyección de gastos administrativos	135
5.2.4 Costo de ventas	136
5.2.4.1 Elemento del costo de ventas	136
5.2.4.2 Gasto de ventas.....	136
Proyección gasto de ventas.....	137
Proyección de costos directos e indirectos	138
Proyección de costos anuales	139
Proyección Costos Anuales	139
5.2.5 Costos financieros	140
5.2.6 Costos fijos y variables	141
5.2 Inversiones	141
5.2.1 Inversión fija.....	141
5.2.1.1 Activos fijos	142
5.2.1.2 Activos nominales (Diferidos).....	142
5.2.2 Capital de trabajo	142
Cuadro de inversiones.....	143
5.2.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.....	144
5.2.4 Amortización de financiamiento	144
Formas de amortizar un préstamo	145
Método de amortización francés	145

Método de amortización americano	146
Amortización del dinero.....	146
5.2.5 Depreciaciones.....	146
5.2.6 Estado de Situación Inicial.....	147
5.2.7 Estado de resultados proyectado.....	149
Componentes del estado de resultados.....	150
Ventas	150
Costo de ventas.....	150
Utilidad o margen bruto.....	150
Gastos de operación	151
Utilidad sobre flujo.....	151
Depreciaciones y amortizaciones	151
Utilidad de operación.....	151
Gastos y productos financieros	152
Utilidad antes de impuestos.....	152
Impuestos	152
Utilidad neta	152
5.2.8 Flujo de caja	154
5.2.8.1 Tipos de flujos de caja	155
Flujos de caja de operaciones (FCO).....	155
Flujos de caja de inversión (FCI)	155
Flujo de caja financiero (FCF)	155
5.3 Evaluación	158
5.3.1 Tasa de descuento.....	158
5.3.2 VAN	159
5.3.3 TIR	160
5.3.4 PRI	161

5.3.5 RCB.....	163
5.3.6 Punto de equilibrio.....	164
5.3.7 Análisis de índices financieros.....	166
5.3.7.1 Margen de utilidad.....	166
5.3.7.2 ROA.....	166
5.3.2 ROE.....	167
5.3.3 ROI.....	168
CAPITULO VI.....	169
6.1 Impacto ambiental.....	169
6.2 Impacto Económico.....	169
6.3 Impacto Productivo.....	170
6.4 Impacto Social.....	170
CAPITULO VII.....	171
7. Conclusiones y recomendaciones.....	171
7.1 Conclusiones.....	171
7.2 Recomendaciones.....	171
Bibliografía.....	173

Índice tablas

Tabla 1 Tasa Activa.....	11
Tabla 2 Tasa Pasiva.....	12
Tabla 3 Riesgo País.....	14
Tabla 4: ICE.....	27
Tabla 5: Proveedores Potenciales.....	34
Tabla 6: Competidores.....	36
Tabla 7: Cargo Administrativo.....	44
Tabla 8: Gerente General.....	45
Tabla 9: Operarios.....	47

Tabla 10: Secretaria	48
Tabla 11: Administrativo	48
Tabla 12: Fortaleza	61
Tabla 13: Oportunidades	62
Tabla 14: Debilidades	63
Tabla 15: Amenazas	63
Tabla 16: Género.....	73
Tabla 17: Rango de edad.....	75
Tabla 18: Pregunta 1	76
Tabla 19: Pregunta 2	78
Tabla 20: Pregunta 3	80
Tabla 21: Pregunta 4	79
Tabla 22: Pregunta 5	81
Tabla 23: Pregunta 6	82
Tabla 24: Pregunta 7	84
Tabla 25: Pregunta 8	85
Tabla 26: Pregunta 9	87
Tabla 27: Demanda Actual.....	89
Tabla 28: Cálculo de la Demanda Actual	90
Tabla 29: Demanda Proyectada.....	91
Tabla 30: Oferta Actual.....	93
Tabla 31: Oferta Proyectada.....	93
Tabla 32: Balance Proyectado.....	95
Tabla 33: Capacidad Instalada	97
Tabla 34: Macro localización	100
Tabla 35: Distribución de Planta	105
Tabla 36: Código de Cercanía.....	107
Tabla 37: Razones de Cercanía	108
Tabla 38: Proceso de Elaboración	117
Tabla 39: MOD	121
Tabla 40: Producción de Camisetas	122
Tabla 41: Mano de Obra	123
Tabla 42: MPD.....	124
Tabla 43: Servicios Básicos Departamento Administrativo	125
Tabla 44: Servicio Básicos Departamento de Producción	126
Tabla 45: Servicios Básicos Departamento de Ventas	126

Tabla 46: CUP	127
Tabla 47: Cálculo Ingreso Operacional	128
Tabla 48: Ingresos Operacional Proyectado	129
Tabla 49: Ingresos Operacional Proyectado	129
Tabla 50: Gasto Personal Administrativo	132
Tabla 51: Material de Limpieza	133
Tabla 52: Suministro de Oficina	133
Tabla 53: Sueldo Contador Externo	134
Tabla 54: Otros Gastos Administrativo	134
Tabla 55: Proyección de Gastos Administrativos	135
Tabla 56: Gasto de Ventas	136
Tabla 57: Proyección de Costos Directos e Indirectos	138
Tabla 58: Proyección Costos Anuales	139
Tabla 59: Capital de Trabajo	143
Tabla 60: Cuadro de Inversiones	143
Tabla 61: Amortización de Dinero	146
Tabla 62: Depreciaciones	147
Tabla 63: Balance Situación Inicial	148
Tabla 64: Estado de Resultados Proyectado	152
Tabla 65: Flujo de Caja Proyectado	156
Tabla 66: TMAR	158
Tabla 67: VAN	160
Tabla 68: TIR	161
Tabla 69: PRI	162
Tabla 70: Período de Recuperación a Valores	162
Tabla 71: RCB	163
Tabla 72: Punto de Equilibrio	164
Tabla 73: Margen de Utilidad	166
Tabla 74: ROA	167
Tabla 75: ROE	167
Tabla 76: ROI	168

INDICE FIGURAS

Figura 1: Inflación	7
Figura 2: PIB	8

Figura 3: Balanza Comercial	9
Figura 4: Estructura Organizacional	43
Figura 5: Cadena de Valor	52
Figura 6: Logotipo	58
Figura 7: Slogan	59
Figura 8: Genero	73
Figura 9: Rango de Edad.....	74
Figura 10: Pregunta 1	76
Figura 11: Pregunta 2.....	77
Figura 12: Pregunta 3.....	79
Figura 13: Pregunta 4.....	80
Figura 14: Pregunta 5.....	82
Figura 15: Pregunta 6.....	83
Figura 16: Pregunta 7.....	85
Figura 17: Pregunta 8.....	86
Figura 18: Pregunta 9.....	88
Figura 19: Macro – Localización	101
Figura 20: Micro – Localización	103
Figura 21: Distribución de planta.....	106
Figura 22: Matriz Triangular.....	109
Figura 23: Departamento Administrativo.....	110
Figura 24: Bodega.....	111
Figura 25: Baño.....	112
Figura 26: Departamento Operativo.....	113
Figura 27: Departamento de Comercialización	114
Figura 28: Parqueadero	115
Figura 29: Punto de Equilibrio	165
Figura 30: Punto de Equilibrio	165

RESUMEN EJECUTIVO

Para la elaboración del actual proyecto se tomó en cuenta todos los conocimientos teóricos, prácticos aprendidos en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

El proyecto está orientado al soporte de la matriz productiva, mediante la ejecución de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de camisetas con estampes personalizados con luces led en el D.M de Quito.

La creación de esta microempresa "DVAIK" está encaminada en la transformación de materia prima en un producto elaborado de esta manera generará fuentes de empleo, estabilidad económica.

Para el actual proyecto se seleccionará la información que sea necesaria para indicar la viabilidad del proyecto.

ABSTRACT

For the elaboration of the current project, all the theoretical and practical knowledge learned at the Instituto Tecnológico Superior Cordillera was taken into account.

The project is oriented to the support of the productive matrix, through the execution of a microenterprise dedicated to the elaboration and commercialization of T-shirts with personalized prints with led lights in the D.M of Quito.

The creation of this micro-enterprise "D'VAIK" is directed at the transformation of raw material into a product elaborated in this way will generate sources of employment, economic stability.

For the current project will select the information that is necessary to indicate the feasibility of the project.

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

El presente proyecto está enfocado para así aportar al sector artesanal, ya que si hablamos de artesanía es una dinastía de gran importancia para los habitantes del país, las cuales organizan una expresión de nuestro pasado y presente, lo cual nos recuerdan las raíces indígenas de nuestro país.

Por ello nace la idea de realizar un estudio que determinara la factibilidad de la creación e implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de camisetas con estampes personalizados a luces de led al Centro del Distrito Metropolitano de Quito, en el año 2017.

1.1 Justificación

El presente proyecto aportará de una manera positiva al momento de brindar un producto realizado en Ecuador de una forma artesanal donde contribuirá a una de las

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

principales metas de nuestro país que es “Consumir lo realizado por nuestros artesanos”. De igual manera vamos a apoyar a nuestro Plan Nacional del Buen Vivir, donde nosotros nos vamos a basar más al objetivo N°9 que nos habla en Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

La creación de esta microempresa tiene como finalidad de crear productos de calidad y creatividad al igual que a la vez conseguir la satisfacción de los clientes y el bienestar de la microempresa logrando cumplir los objetivos, estrategias propuestas, en el centro del Distrito Metropolitano de Quito.

Es un mercado muy extenso que permitirá a la microempresa satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores ya que quieren algo innovador por eso mi microempresa tendrá una gran variedad de estampes, de igual manera nuestros clientes podrán escoger el modelo de estampe que quiere que vaya en su camiseta para que así nuestros consumidores o clientes se sientan satisfechos para que así vean la calidad de producto que nosotros vamos a ofrecer y no duden en realizar su compra ya sea para obsequiar a alguna persona especial o para el uso personal.

Este proyecto fue creado con el fin de satisfacer las necesidades femeninas y masculinas al momento de lucir las camisetas con estampes personalizados con luces de led como parte de su vestimenta diaria y por su puesto estos vayan conforme a su personalidad dando su estilo y elegancia al momento de lucir su prenda de vestir.

Consiste en elaborar un estudio de factibilidad para la implementación de una micro empresa productora y comercializadora de camisetas con estampes personalizados con luces de led, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2017, donde igual brindaremos una gran variedad de productos para así poder cubrir las necesidades, gustos, preferencias de consumo de nuestros clientes.

“Mi empresa es un proceso con el fin de ofrecerle a nuestra clientela, mejores tendencias para vestir, que estén acorde a su personalidad y gusto de la clientela, teniendo en cuenta que la empresa cumpla con sus expectativas; y ajustado a la economía de nuestras clientes; y me brinde la posibilidad de realizar este proyecto de empresa para escalar cumpliendo mis metas y sueños de convertirme en un gran empresario a través de la comercialización de camisetas con estampes personalizados con luces de led moderna para damas y caballeros.” (FASHION BOUTIQUE, 2013)

1.2 Antecedentes

“Mucha y muy variada es la información que se puede encontrar a cerca de la historia de las camisetas, una prenda que data de principios del siglo XX y que ha vivido revoluciones y cambios sociales, que ha sido utilizada como vehículo de protesta, soporte propagandístico y como medio de expresión artística, entre otros muchos usos.” (Drawing your life, 2013)

“Una de las teorías más destacadas habla del nacimiento de la camiseta en la I Guerra Mundial. Según parece, fue creada por la Marina de los Estados Unidos para cubrir el pelo del pecho de los soldados, y esto no es broma, pensad que si fuese hoy, la camiseta no se habría inventado: VÍDEO.” (Drawing your life, 2013)

“Hasta 1930 no se comenzó su producción industrial, aunque muy tímidamente, Hanes, Sears y Fruit of the Loom comenzaron a fabricar camisetas a tutiplén, mientras actores como James Dean o Marlon Brando aprovechaban para lucir tipín cigarro en mano, y ayudaban a popularizarla.” (Drawing your life, 2013)

“Y así llegamos a 1948, año en que se estampa la primera camiseta para la campaña presidencial del gobernador de Nueva York, Thomas Dewey, con un slogan bastante resultón, “Dew it with Dewey”. (Drawing your life, 2013)

“A partir de aquí se produce un auténtico cambio en el modo de concebir esa prenda, que en un principio sólo servía para evitar depilaciones dolorosísimas a la cera en el pecho de los fornidos marines, para que auténticos cracks del marketing como Walt Disney, empezaran a estampar diseños demasiado mainstreams para la época. Éstos encontraron un hueco en el mercado del souvenir, donde se vendían camisetas como churros.” (Drawing your life, 2013)

CAPITULO 2: ANÁLISIS SITUACIONAL

“El Análisis Situacional es un método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes asuntos (asunto o cuestión: dificultad, falla, oportunidad, amenaza o riesgo que nos obliga a actuar). Este método ayuda a saber por dónde comenzar a desenredar los asuntos traslapados y confusos, a establecer prioridades y a establecer la secuencia de actividades que darán respuestas a las preocupaciones de las organizaciones.” (ANALISIS SITUACIONAL, 2004, pág. 16)

2.1 Ambiente externo

“También llamado Entorno de las Organizaciones, es el conjunto de todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como Microambiente y Macro Ambiente; el óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera que se analicen y

aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda organización.”

(GESTIOPOLIS, 2011)

2.1.1 Factor económico

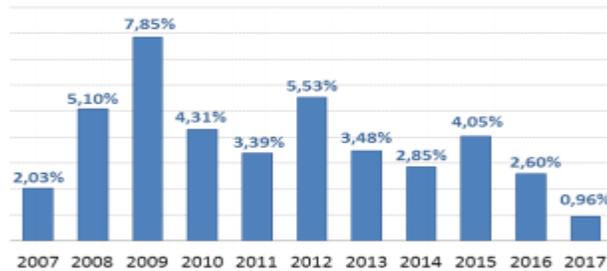
“Los factores económicos son actividades que tienden a incrementar la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía, para satisfacer las necesidades socialmente humanas.” (Ortiz Jeisson, 2014)

2.1.1.1 Inflación

“La inflación es una variable macroeconómica que indica el aumento generalizado de los precios, tanto de bienes como de servicios, en un período determinado de tiempo, generalmente un año. El fenómeno inverso a la inflación se llama deflación, que es una bajada generalizada de los precios y bienes. El indicador económico que mide periódicamente las variaciones que experimentan los precios de un conjunto de productos se llama IPC.” (ECONOMIA SIMPLE, 2016)

Figura 1:

Inflación



Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Análisis

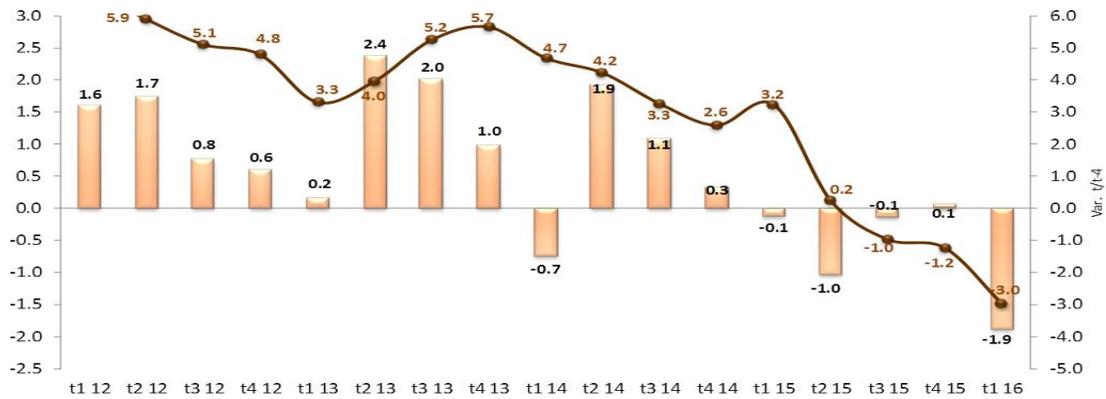
La situación actual del país es algo desalentadora ya que si bien no ha subido tiene una tendencia a bajar. Los precios no han subido debido a las políticas económicas del gobierno, que de alguna u otra forma limitaban el poder adquisitivo de los ecuatorianos ha disminuido, afectando aún no pareciera al sector empresarial aún más al poder adquisitivo de cada ecuatoriano.

2.1.1.2 PIB

“Es la suma de todos los bienes y servicios finales que produce un país o una economía, tanto si han sido elaborado por empresas nacionales o extranjeras dentro del territorio nacional, que se registran en un período determinado” (ECONOMIA Y ALGO MAS, 2012)

Figura 2:

PIB



Fuente: BCE

Elaborado por: BCE

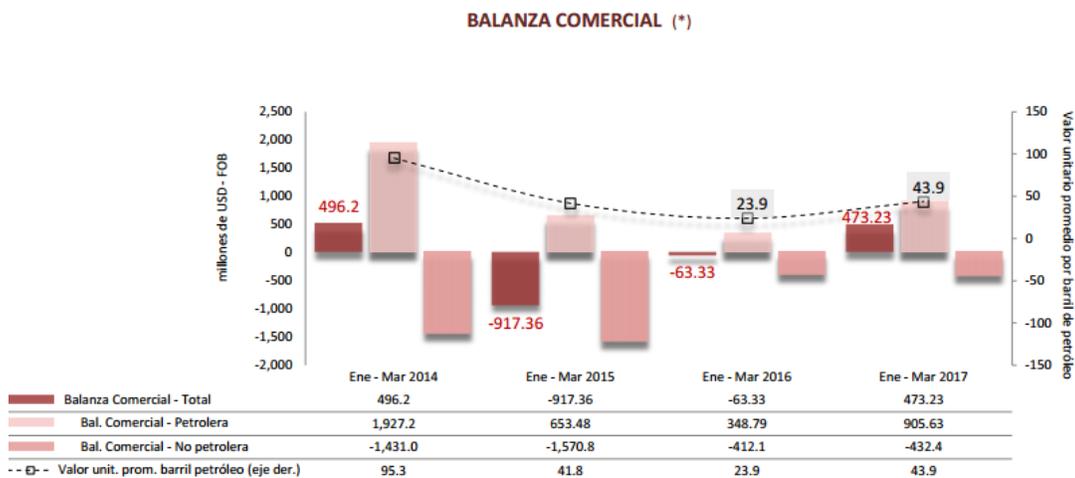
Análisis

El PIB sectorial representa una amenaza para la empresa, ya que el porcentaje que se da para el sector manufacturero se encuentra en -1.9 % con relación al año 2014 que estuvo en 4.20% lo que quiere decir que ha ido decreciendo un 0.10%, causando así que la empresa no pueda seguir creciendo en el mercado.

2.1.1.3 Balanza comercial

“La balanza de comercio enumera y cuantifica el valor monetario de la totalidad de las compras y las ventas únicamente por las mercancías que un país intercambia con el exterior. Dicha evaluación se refiere siempre a un período determinado, generalmente un año” (Gaytán, 2005, pág. 206)

Figura 3:



Balanza Comercial

Fuente: BCE

Elaborado por: BCE

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Análisis

El gráfico de la Balanza Comercial nos indica y permite a la empresa tener una visión clara del manejo de las importaciones y exportaciones en el país, según datos estadísticos del BCE la capacidad productiva y competitiva del país,

La Balanza Comercial Petrolera, entre enero y marzo del 2016 mostro un saldo favorable de \$ 348.79 millones, en el mismo período del 2017 \$ 905.63 millones, el crecimiento de un año al otro es debido a que se logró estabilizar el valor unitario promedio del barril exportado de petróleo.

2.1.1.4 Tasa de interés

“En general, se denomina tasa de interés al porcentaje de capital o principal, expresado en centésimas, que se paga por la utilización de éste en una determinada unidad de tiempo (normalmente un año).” (Gestiopolis, 2006)

“La tasa de interés corriente o del mercado se calcula fundamentalmente atendiendo a la relación entre la oferta de dinero y la demanda de los prestatarios. Cuando la oferta de dinero disponible para la inversión aumenta más rápido que las necesidades de los prestatarios, los tipos de interés tienden a caer. Análogamente, los tipos de interés

tienden a aumentar cuando la demanda de fondos para invertir crece más rápido que la oferta de fondos disponibles a la que se enfrentan esas demandas.” (Gestiopolis, 2006)

2.1.1.4.1 Tasa activa

“Es la tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. Es decir, la que te cobra el banco por el dinero que te presta.” (Gestiopolis, 2000)

Tabla 1

Tasa Activa

FECHA	VALOR
Mayo-31-2017	7.37%
Abril-30-2017	8.13%
Marzo-31-2017	8.14%
Febrero-28-2017	8.25%
Enero-31-2017	8.02%
Diciembre-31-2016	8.10%
Noviembre-30-2016	8.38%
Octubre-31-2016	8.71%
Septiembre-30-2016	8.78%
Agosto-31-2016	8.21%
Julio-31-2016	8.67%
Junio-30-2016	8.66%
Mayo-31-2016	8.89%
Abril-30-2016	9.03%
Marzo-31-2016	8.86%
Febrero-29-2016	8.88%

Enero-31-2016	9.15%
Diciembre-31-2015	9.12%
Noviembre-30-2015	9.22%
Octubre-31-2015	9.11%
Septiembre-30-2015	8.06%
Agosto-31-2015	8.06%
Julio-31-2015	8.54%
Junio-30-2015	8.70%

Fuente: BCE

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

La tabla nos demuestra que la tasa activa del mes enero del 2016 hasta mayo del 2017 podemos observar una variación que no es de mucho durante los meses del año 2016 hasta el mes de abril del 2017 que obtenemos el 8.13% en cambio para el mes entrante tenemos un decrecimiento del 0.76.

2.1.1.4.2 Tasa Pasiva

“Es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Es decir, la que te paga el banco por tus depósitos.”

(Gestiopolis, 2000)

Tabla 2

Tasa Pasiva

FECHA	VALOR
-------	-------

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Mayo-31-2017	4.82%
Abril-30-2017	4.81%
Marzo-31-2017	4.89%
Febrero-28-2017	5.07%
Enero-31-2017	5.08%
Diciembre-31-2016	5.12%
Noviembre-30-2016	5.51%
Octubre-31-2016	5.75%
Septiembre-30-2016	5.78%
Agosto-31-2016	5.91%
Julio-31-2016	6.01%
Junio-30-2016	6.00%
Mayo-31-2016	5.47%
Abril-30-2016	5.85%
Marzo-31-2016	5.95%
Febrero-29-2016	5.83%
Enero-31-2016	5.62%
Diciembre-31-2015	5.14%
Noviembre-30-2015	5.11%
Octubre-31-2015	4.98%
Septiembre-30-2015	5.55%
Agosto-31-2015	5.55%
Julio-31-2015	5.54%
Junio-30-2015	5.48%

Fuente: BCE

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante la tabla podemos ver que en el mes de enero del 2016 la tasa pasiva tiene un porcentaje de 5.62% la variación de los meses son mínimas entre que suben y bajan, pero en el mes de junio y julio se llega al 6, para el siguiente mes nuevamente decrece

para el mes de agosto a un 5.91%, de igual manera hasta el mes de febrero del 2017 se obtiene el 5.07%, nuevamente decrece para el mes de marzo a un 4.89% hasta el mes de mayo del año presente que se obtiene un 4.82%.

2.1.1.5 Riesgo país

“El concepto de riesgo país, hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados. En tal sentido se pueden mencionar tres fuentes de las que proviene el riesgo de incumplimiento de una obligación: Riesgo Soberano, Riesgo de Transferencia y Riesgo Genérico.” (Montilla, 2007)

“El primer tipo de riesgo es aquel que poseen los acreedores de títulos de estatales, indica la probabilidad de que una entidad soberana no cumpla con sus pagos de deuda por razones económicas y financieras. El riesgo de transferencia, implica la imposibilidad de pagar el capital, los intereses y los dividendos, debido a la escasez de divisas que tiene un país en un momento determinado, como consecuencia de la situación económica en la que se encuentre.” (Montilla, 2007)

Tabla 3

Riesgo País

FECHA	VALOR
Mayo-16-2017	656.00
Mayo-15-2017	646.00
Mayo-14-2017	663.00
Mayo-13-2017	663.00
Mayo-12-2017	663.00
Mayo-11-2017	657.00
Mayo-10-2017	661.00
Mayo-09-2017	671.00
Mayo-08-2017	665.00
Mayo-07-2017	674.00
Mayo-06-2017	674.00
Mayo-05-2017	674.00
Mayo-04-2017	675.00
Mayo-03-2017	659.00
Mayo-02-2017	663.00
Mayo-01-2017	663.00
Abril-30-2017	4.81%
Abril-29-2017	4.89%
Abril-28-2017	5.07%
Abril-27-2017	5.08%
Abril-26-2017	5.12%
Abril-25-2017	5.51%
Abril-24-2017	5.75%
Abril-23-2017	5.78%
Abril-22-2017	5.91%
Abril-21-2017	6.01%
Abril-20-2017	6.00%
Abril-19-2017	5.47%
Abril-18-2017	5.85%
Abril-17-2017	5.95%

Fuente: BCE

Elaborado por: David Collaguazo S.

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Análisis

El riesgo país, en medio de un ambiente tenso políticamente, Ecuador asusta a inversionistas extranjeros, los cuales al contrastarse con otros indicadores como desempleo hacen que Ecuador se ponga como el menos opinado como para inversiones extranjeras, sin mencionar la imposición de impuestos, y el regreso del IVA al 12%.

2.1.2 Factor social

2.1.2.1 PEA

“Llamase así a la parte de la población total que participa en la producción económica. En la práctica, para fines estadísticos, se contabiliza en la PEA a todas las personas mayores de una cierta edad (15 años, por ejemplo) que tienen Empleo o que, no teniéndolo, están buscándolo o a la espera de alguno. Ello excluye a los pensionados y jubilados, a las amas de casa, estudiantes y rentistas, así como, por supuesto, a los menores de edad.” (Eco-Finanzas)

2.1.3 Factor legal

“En los negocios internacionales interviene diferentes factores a la hora de entrar en negociaciones con los demás países. Entré ellos se encuentran los factores legales, los

cuales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tiene que pasar para entrar en operaciones en ese país.” (Hernandez, 2008)

2.1.3.1 La calificación artesanal

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

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

2.1.3.2 Requisitos para la calificación y recalificación del taller artesanal

“Para obtener la calificación de un Taller Artesanal, el artesano debe solicitarla al presidente de la Junta Nacional, Provincial o Cantonal de Defensa del Artesano, según corresponda, adjuntando los siguientes documentos:

1.- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesanos (adquirir el formulario en la Junta)

- 2.- Copia del Título Artesanal
- 3.- Carnet actualizado del gremio
- 4.- Declaración Juramentada de ejercer la artesanía para los artesanos autónomos
- 5.- Copia de la cédula de ciudadanía
- 6.- Copia de la papeleta de votación (hasta los 65 años de edad)
- 7.- Foto a color tamaño carnet
- 8.- Tipo de sangre
- 9.- En caso de recalificación, copia del certificado de la calificación anterior.”
(Artesanos Ecuador)

2.1.3.3 El reglamento de la ley de régimen tributario interno en el art 188

“Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, en la venta de los bienes y en la prestación de los servicios, producidos y dados tanto por ellos como por sus talleres y operarios, emitirán sus comprobantes de venta considerando la tarifa 0% del Impuesto al Valor Agregado, siempre que se cumplan con los siguientes requisitos:

1. Mantener actualizada su calificación por la Junta de Defensa del Artesano.

2. Mantener actualizada su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes.
3. No exceder del monto de activos totales permitido por la Ley de Defensa del Artesano.
4. Prestar exclusivamente los servicios a los que se refiere su calificación por parte de la Junta de Defensa del Artesano.
5. Vender exclusivamente los bienes a los que se refiere su calificación por parte de la Junta Nacional de Defensa del Artesano.
6. Emitir los comprobantes de venta debidamente autorizados y que cumplan los requisitos previstos en el Reglamento de Comprobantes de Venta y de Retención.
7. Exigir a sus proveedores las correspondientes facturas y archivarlas en la forma y condiciones que determine el Servicio de Rentas Internas.
8. Llevar su registro de ingresos y gastos de acuerdo con lo dispuesto por la Ley de Régimen Tributario Interno.
9. Presentar semestralmente su declaración del Impuesto al Valor Agregado y, anualmente, su declaración de Impuesto a la Renta.
10. Cumplir con los deberes formales previstos en el Código Tributario.”

(Reglamento para aplicación ley de régimen tributario interno, 2013)

“Al artesano que reúna los requisitos señalados en los numerales del 1 al 5, el Servicio de Rentas Internas le conferirá el certificado que indique que está facultado a

emitir comprobantes de ventas con el IVA tarifa 0%.” (Reglamento para aplicación ley de régimen tributario interno, 2013)

2.1.3.4 Ley de fomento artesanal

“Art 1 Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.” (Ministerio de Industrias y Productividad, 2003)

2.1.3.5 Ley de defensa de artesano

“Art. 1 Esta Ley ampara a los artesanos de cualquiera de las ramas de artes, oficios y servicios, para hacer valer sus derechos por sí mismos o por medio de las asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes o que se establecieron posteriormente.” (Codificación a la ley de defensa del artesano, 1997)

“Art. 2 Para los efectos de esta Ley, se definen los siguientes términos:

a) Actividad Artesanal

“La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas;” (Codificación a la ley de defensa del artesano, 1997)

b) Artesano

“Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller, en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria.” (Codificación a la ley de defensa del artesano, 1997)

c) Maestro de Taller

“Es la persona mayor de edad que, a través de los colegios técnicos de enseñanza artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, ha obtenido tal título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura, y del Trabajo y Recursos Humanos;” (Codificación a la ley de defensa del artesano, 1997)

d) Operario

“Es la persona que sin dominar de manera total los conocimientos teóricos y prácticos de un arte u oficio y habiendo dejado de ser aprendiz, contribuye a la elaboración de obras de artesanía o la prestación de servicios, bajo la dirección de un maestro de taller;” (Codificación a la ley de defensa del artesano, 1997)

e) Aprendiz

“Es la persona que ingresa a un taller artesanal o a un centro de enseñanza artesanal, con el objeto de adquirir conocimientos sobre una rama artesanal a cambio de sus servicios personales por tiempo determinado, de conformidad con lo dispuesto en el Código del Trabajo;” (Codificación a la ley de defensa del artesano, 1997)

f) Taller Artesanal

“Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos:” (Codificación a la ley de defensa del artesano, 1997)

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y que el de aprendices no sea mayor de cinco;

3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
4. Que la Dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro de taller;
5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.” (Codificación a la ley de defensa del artesano, 1997)

“Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mejores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos 2 en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.” (Codificación a la ley de defensa del artesano, 1997)

2.1.3.6 Obtención del RUC

“Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.” (SRI, 2015)

“El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.” (SRI, 2015)

“El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.” (SRI, 2015)

2.1.3.7 Patente municipal

“La patente municipal es un requisito obligatorio que deben cumplir los trabajadores independientes para ejercer la actividad económica y poder obtener el RUC. El requisito está vigente desde 2010 y se lo obtiene a partir de un formulario. Las fechas límites de pago se establecen por el noveno dígito del RUC, y van del 10 al 28 de junio.” (Foros Ecuador, 2016)

Requisitos para sacar la patente:

1. Formulario de inscripción de patente.
2. Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
3. Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
4. Copia del RUC en el caso que lo posea.
5. Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
6. Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
7. Si el trámite lo realiza una tercera persona:

- Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica. }
 - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
8. En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Requisitos adicionales:

1. Copia de la licencia de conducir categoría profesional (En el caso de que realice actividades de transporte).
2. En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
3. En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente. (Foros Ecuador, 2016)

2.1.3.8 Licencia metropolitana de funcionamiento

“La licencia de funcionamiento es la autorización que otorga la municipalidad para el desarrollo de cualquier actividad económica con o sin fines de lucro en un establecimiento determinado, a favor del titular de la misma. Podrá solicitar licencia de funcionamiento que incluyan más de un giro, siempre y cuando estos sean a fines o complementarios. La licencia de funcionamiento es otorgada por cada establecimiento

en donde usted desea desarrollar una actividad económica.” (Municipalidad Distrital, 2016)

2.1.3.9 ICE

Art. 2. Fecha de presentación

“Quienes realicen importaciones de bienes gravados con el Impuesto a los Consumos Especiales efectuarán la liquidación del impuesto en su respectiva declaración de importación, observando para el efecto las disposiciones del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador; sin perjuicio de lo cual, deberán presentar ante el Servicio de Rentas Internas una declaración mensual acumulativa por todas aquellas importaciones gravadas con ICE realizadas durante el mes inmediato anterior, considerando como pago previo el impuesto pagado en las respectivas liquidaciones aduaneras, incluso en aquellos casos en los cuales no hubiese un ICE a pagar.” (SRI, 2015)

“Las declaraciones mensuales antes mencionadas, así como aquellas correspondientes a los demás sujetos pasivos del Impuesto a los Consumos Especiales, serán presentadas a través de internet, mediante el formulario de declaración 105, en las fechas establecidas en el siguiente calendario:” (SRI, 2015)

Tabla 4:

ICE

SI EL NOVENO DIGITO DEL RUC ES	FECHA DE VENCIMIENTO (HASTA EL DIA)
1	10 del mes siguiente
2	12 del mes siguiente
3	14 del mes siguiente
4	16 del mes siguiente
5	18 del mes siguiente
6	20 del mes siguiente
7	22 del mes siguiente
8	24 del mes siguiente
9	26 del mes siguiente
0	28 del mes siguiente

Fuente: SRI**Elaborado por:** David Collaguazo S.**Art. 3.- Intereses y multas**

“En caso de que los importadores de bienes gravados con ICE presenten su declaración mensual dentro de los plazos establecidos en el artículo anterior y modifiquen el impuesto causado, no consideraran intereses ni multas siempre que dicha modificación no se haya originado en la omisión de hechos conocidos al momento del despacho de los bienes en aduana, en cuyo caso los intereses y multas se calcularan desde la fecha de desaduanización de cada una de las importaciones.” (SRI, 2015)

2.1.3.10 Ley orgánica de producción

“El Código de la Producción es un conjunto de decisiones legales que nos ayudan a realizar actividades productivas de una mejor manera. El resultado de este cambio provocará beneficios en el mediano y largo plazo a la mayoría de ecuatorianos.”

(Comercio Exterior, 2010)

Análisis

El tema que estamos hablando es de mucha importancia ya que con cada una de las leyes orgánicas de producción, ya que son las leyes a las que deben regirse para así llevar un buen sistema de producción, y además no tener ningún tipo de problema en el momento de la realización del producto.

2.1.3.11 Ley de las compañías

“La Ley de Compañías es el marco jurídico bajo el cual funcionan las empresas legalmente constituidas en el Ecuador. Se expidió el 5 de noviembre de 1999 por el Congreso Nacional y consta de 457 artículos donde se norma y regula la actividad empresarial dentro del país. A lo largo de los años sólo unos pocos artículos han sido reformados o mejorados, pero básicamente continúa siendo la misma ley.” (Foros Ecuador, 2013)

“Es importante mencionar que el ente que vigila que se cumplan con todas las disposiciones exigidas en la ley es la Superintendencia de Compañías. Además, es en la misma Superintendencia de Compañías donde están registradas todas las empresas que funcionan legalmente en el Ecuador.” (Foros Ecuador, 2013)

2.1.4 Factor tecnológico

“Otro aspecto fundamental a la hora de analizar el entorno general empresarial es el factor tecnológico. Nos referimos a uno de los factores de mayor efecto sobre la actividad empresarial. La ciencia proporciona el conocimiento y la tecnología lo usa.” (Peñalver, 2012)

“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.” (Peñalver, 2012)

Análisis

El factor tecnológico es un aspecto muy fundamental para el proyecto ya que con la tecnología nosotros vamos a poder ir mejorando a nuestras maquinarias al igual que gracias a la tecnología nosotros podemos llegar a posesionarnos de una manera rápida en el mercado, ya que por medio de la tecnología nosotros podemos hacer propaganda

de lo que nosotros ofrecemos ya sea en Facebook, Instagram, Twitter entre otras redes sociales más.

2.1.4.1 Diseño de página web

“El diseño web es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web. Un diseñador web tiene que ver cómo crear y desarrollar una página web así también como los clientes interactúan con ella. Los buenos diseñadores web saben cómo poner juntos los principios de diseño para crear un sitio que se vea muy bien.” (Web, 2012)

Análisis

La creación de una página web es una idea extraordinaria para una empresa que recién se va a lanzar ya que por medio de su página propia puede hacer conocer sus productos que está ofreciendo la empresa, asimismo no solo eso también a la misma vez está ganando posicionamiento en el mercado, se lo puede hacer también la compra mediante el internet y que se lo pueda entregar a domicilio.

2.2 ENTORNO LOCAL

2.2.1 Clientes

“Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.” (Thompson, 2009)

Análisis

Es muy importante que la microempresa realice en un determinado tiempo, se debería innovar nuevamente a nuestro producto ya sea en la presentación o en la terminación del producto para así no perder la atención de los clientes frecuentes, ya que es muy importante cubrir las necesidades y poderlos satisfacer a nuestros clientes con lo que nosotros ofrecemos, de igual forma con nuestro producto innovado podemos convocar la atención a nuevos clientes.

2.2.2 Cliente interno

“Son aquellas personas dentro de la Empresa, que, por su ubicación en el puesto de trabajo, sea operativo, administrativo o ejecutivo, recibe de otros algún producto o servicio, que debe utilizar para alguna de sus labores.” (Hugo, 2008)

2.2.3 Cliente externo

“Son aquellos que no pertenece a la Empresa u Organización y va a solicitar un servicio o a comprar un producto.” (Hugo, 2008)

2.2.4 Exigencia del cliente

Es muy fundamental saber la exigencia de que requiere nuestros clientes para así poderlo lanzar al mercado un buen producto, de igual manera satisfaciendo a nuestros clientes con lo que estamos ofreciendo.

Análisis

Para la microempresa es muy importante determinar la exigencia de los clientes que piden para la realización de nuestro producto, para que así nos puedan adquirir el producto que lo estamos lanzando al mercado, como lo vamos a encontrar la exigencia de nuestros clientes mediante una encuesta presentaremos todos los modelos que vamos a disponer en nuestra microempresa de igual manera habrá una pregunta que dirá cuál es su recomendación o qué modelo les gustaría adquirirlo

2.2.2 Proveedores

“Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.” (Porto, 2014)

Análisis

Los proveedores es algo muy importante y fundamental en la microempresa ya que ellos van hacer los que nos distribuyen la materia prima para la realización del producto por ende debemos escoger a nuestros proveedores que nos brinde nuestra materia prima de buen material también deben ser responsables con la entrega en los días que se estableció en el contrato, tendremos como proveedores también a microempresas que quieran adquirir nuestro producto.

Proveedores potenciales

Tabla 5:

Proveedores Potenciales

NOMBRE DEL PROVEEDOR	DESCRIPCIÓN	DIRECCIÓN	TELÉFONO
MELITEX	Telas	Los eucaliptos OE3-393 y J. Perez sector Agua Clara	2800761 - 2825884
DEMIQ	Máquinas de coser	Manuel Larrea (1003) N17-241 y Santiago esquina	2222232
INSUMODA	Cierres Botones Elásticos Etiquetas	Av. 6 de Diciembre N41- 224 y Tomas de Berlanga	2457542 2265224
DISTRIBUIDORA ABOSTON	Agujas de máquina Alfileres Bobinas Bandas Carretel Cinta Tijeras Tizas de Sastre	Centro Histórico: Manabí Oe3-66 y Vargas	2281833 2583368
DISTRIBUIDORA GAMA	Suministros de Oficina	Puerto Rico N27- 108 y Selva Alegre	2501350
NOVICOMPU	Equipos de Computación Accesorios	Av. Shyris y Rio Coca	2432599

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

ANBEC MUEBLES Y DISEÑOS	Muebles de Oficina	Av. Galo Plaza Lasso Oe11-165 y Pululahua (Carapungo)	2010231 5141388
-------------------------------	-----------------------	--	--------------------

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo S.

2.2.3 Competidores

“Hace referencia al enfrentamiento o a la contienda que llevan a cabo dos o más sujetos respecto a algo. En el mismo sentido, se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio.”

(Porto, Definición de, 2012)

Análisis

La competencia es una oportunidad, ya que en el sector de la Plaza Grande donde va ser establecida la microempresa no habrá mucha competencia ya que por este sector no hay locales que realicen las camisetas con estampes personalizados con luces led, la única competencia que tendrá es con los locales que ofrezcan camisetas y para que no afecte a nuestra microempresa debemos ir innovando nuestro producto presentado al mercado.

Tabla 6:

Competidores

COMPETENCIA	PRODUCTO	DIRECCION
MAQUEÑO	Camisetas	Av. Rio Amazonas (Espiral)
LEE	Camisetas	Av. Naciones Unidas
ZARA	Camisetas	Av. Naciones Unidas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo S.

2.3 Análisis interno

“El análisis interno debe de culminar con una evaluación clara de los recursos de la organización como capital financiero, pericia técnica, empleados capaces, gerentes experimentados, etc. y las capacidades para realizar las diferentes actividades funcionales como marketing, manufactura, sistema de información, manejo de recursos, etc.” (Robbins, 2005, p. 184)

2.3.1 Propuesta estratégica

La propuesta estratégica que voy a realizar con este proyecto que está dirigido a la matriz productiva, para así incrementar la producción nacional ofreciendo las camisetas con estampes personalizados con luces led en el Distrito Metropolitano de Quito en el

año 2017, presentaremos con diseños creativos e innovadores, fomentando fuentes de trabajo y así ir reduciendo el índice de desempleo en el país.

2.3.1.1 Misión

La misión de la empresa D'vaik está enfocada a la realización de una microempresa artesanal dedicada a la elaboración de camisetas con estampes personalizados con luces led, presentando modelos nuevos e innovadores, para así poder satisfacer las necesidades y expectativas que esperan nuestros clientes, ofreciendo un producto innovador a precios accesibles para nuestros clientes.

2.3.1.2 Visión

Ser una microempresa competitiva en la elaboración y comercialización de las camisetas personalizadas con luces led a nivel nacional como internacional, generando rentabilidad y estabilidad económica para lograr el crecimiento de la microempresa, implementando maquinaria de alta tecnología para así poder entregar los productos con más calidad e innovación.

2.3.1.3 Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para motivar al sector artesanal mediante la creación de una microempresa que se dedicara a la elaboración y comercialización de

camiseta con estampes personalizados con luces led en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2017, para de esta manera ayudar a la matriz productiva, a la misma vez ir aportando al proceso del sector artesanal logrando transformar la materia prima en un producto finalizado para la comercialización.

2.3.1.4 Objetivo Específico

- ✓ Analizar a nuestros proveedores que nos entregará nuestra materia prima.
- ✓ Analizar bien a nuestra competencia.
- ✓ Realizar un estudio de mercado y así conocer las expectativas de los clientes.

2.3.1.5 Principios o valores

“Los valores son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud.” (Jimenez, 2008)

Compromiso

“El compromiso, es el valor que permite que una persona de todo de sí misma para lograr sus objetivos.” (Emprende con valores, 2013)

Análisis

Este valor es muy importante lo cual debemos saber aplicar no solo en la parte laboral sino también en nuestra vida personal, ya que cuando hacemos un compromiso con alguna empresa o cliente de entregar una cierta cantidad del producto debemos cumplir con la entrega en el día que le ofrecemos.

Calidad

“Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc.” (CreceNegocios, 2011)

Análisis

Toda empresa o microempresa busca la calidad en su producto, además de eso también buscamos satisfacer, conformidad de nuestros posibles consumidores de nuestro producto lanzado al mercado, una vez que hemos captado a nuestros primeros clientes buscaremos de encontrar las expectativas que ellos quieren, esto lo realizaremos mediante una encuesta presentaremos todos los diseños que vamos a enseñar, de igual

manera habrá una pregunta que ellos den su punto de vista de que diseño les gustaría que nosotros ofrecamos.

Respeto

“El respeto es un valor que permite que el hombre pueda reconocer, aceptar y apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos. Es decir el respeto del valor propio y de los derechos de los individuos y de la sociedad.” (Bolaño, 2010)

Análisis

Este valor es muy importante ya que con el respeto se puede llegar muy lejos donde se lo debe aplicar en todo momento y lugar que entremos ya que si nosotros somos lo más respetuosos con nuestros clientes y lo atendemos de la mejor manera se va sentir muy satisfecho por el trato y la atención brindada va a regresar no solo el sino que va a traer a más personas así se ira reconociendo poco a poco la empresa por eso el punto fundamental para conseguir varios clientes es en la atención prestada.

Trabajo en equipo

“Se denomina trabajo en equipo a la mutua colaboración de personas a fin de alcanzar la consecución de un resultado determinado. Desde esta perspectiva, el trabajo en equipo puede hacer referencia a determinados deportes, a la cooperación con fines

económicos o sociales, a las iniciativas que se toman en forma conjunta en el área de la política, etc.” (DefinicionABC, 2007)

Análisis

El trabajo en equipo es algo muy primordial en todo lugar tanto como en el medio laboral ya que si trabajamos en equipo las cosas nos van a salir excelente de igual manera cuando hay algún problema en la empresa o microempresa se va a poder solucionar de una manera inmediata porque ahí van a ver lluvias de ideas una mejores que otras de lo cual se decide unir todas las ideas y plasmar en una sola para dar solución a ese problema de una manera muy rápida.

Responsabilidad

“Más exactamente podemos determinar que una persona que se caracteriza por su responsabilidad es aquella que tiene la virtud no sólo de tomar una serie de decisiones de manera consciente sino también de asumir las consecuencias que tengan las citadas decisiones y de responder de las mismas ante quien corresponda en cada momento.” (Porto, Definicion, 2012)

Análisis

La responsabilidad es un valor muy principal en nuestras vidas ya que si no tenemos responsabilidad no vamos a llegar a ningún lado, en cambio si la persona lo demuestra

ser una persona responsable, que cumple con lo que tiene que hacer, presentar y demuestra un buen desempeño laboral esa persona será muy exitosa en su carrera.

2.3.2 Gestión administrativa

“La Gestión a nivel administrativo consiste en brindar un soporte administrativo a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos y con una gran ventaja competitiva revelada en los estados financieros.” (Salazar, 2013)

2.3.2.1 Estructura organizacional

“Una organización puede estructurarse de diferentes maneras y estilos, dependiendo de sus objetivos, el entorno y los medios disponibles. La estructura de una organización determinará los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar.” (Sildeshare, 2012)

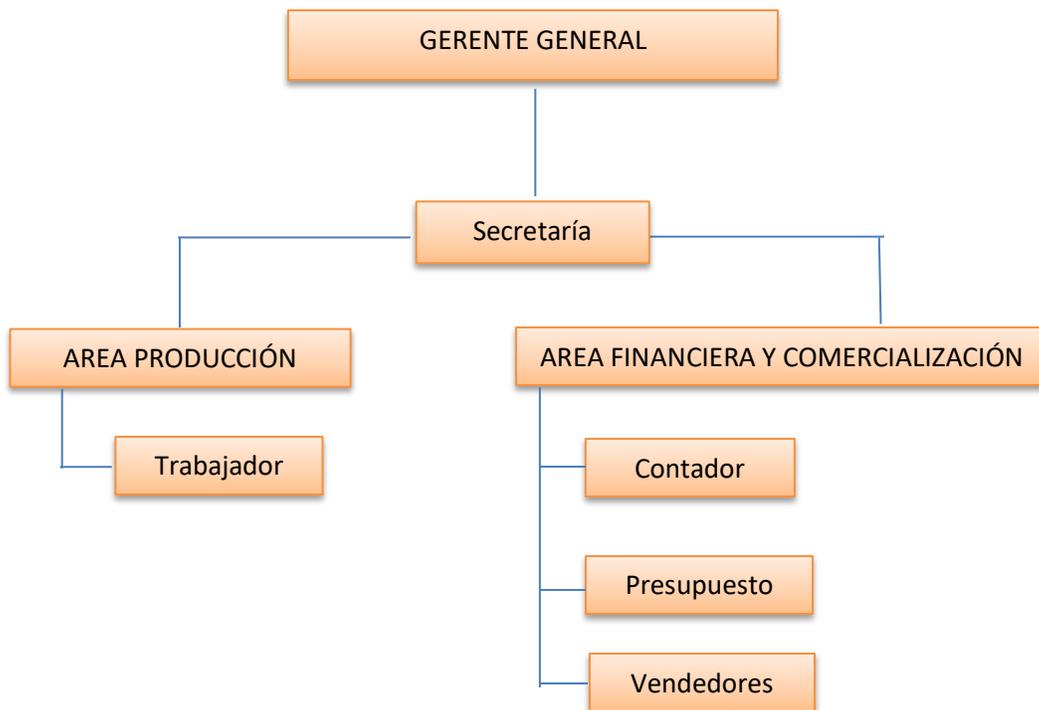
“Es por tanto la estructura organizacional de la empresa u organización la que permite la asignación expresa de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas, departamentos o filiales.” (Sildeshare, 2012)

Análisis

En la estructura organizacional es donde vamos a dar a conocer cómo va a estar conformado la microempresa, y de igual manera pondremos en la estructura los departamentos que va a tener la microempresa

Figura 4:

Estructura Organizacional



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: David Collaguazo S.

Cargos administrativos

Tabla 7:

Cargo Administrativo

CARGO	PUESTO
Gerente General	1
Secretaria	1
Contador	1
Trabajador	3
Total	6

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Como podemos ver es muy importante que la microempresa tenga la estructura organizacional, para así diseñar o elaborar de que departamentos estará compuesto la empresa para así poder lograr la meta y ser una empresa competitiva en el mercado sobre todo logrando la satisfacción y expectativas de nuestros clientes.

2.3.2.1 Perfil de cargo

En el perfil del cargo recopilamos los requisitos sobre toda la experiencia que tenga la persona para el puesto vacante.

Gerente General

Tabla 8:

Gerente General

Cargo:	Gerente General
Descripción del cargo:	Ejerce como representante de la microempresa donde es el encargado de establecer las políticas operativas y administrativas.
REQUISITOS	FUNCIONES
Responsabilidad	Planificación de las estrategias de la microempresa.
Trabajo en equipo	Supervisa las principales decisiones que se va aplicar a la microempresa.
Honestidad	Autoriza las principales decisiones.
Liderazgo	Supervisa a los empleados
PERFIL DEL CARGO	
Graduado de ingeniero o tecnólogo en Administración de Empresas.	
EXPERIENCIA	
Tres años en el mismo cargo.	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo S.

Operarios

Tabla 9:

Operarios

Cargo:		Operarios
Descripción del cargo:		Son las personas encargadas de la realización de las camisetas con estampes personalizados con luces led, de una manera eficiente al igual cumpliendo las expectativas del cliente.
REQUISITOS	FUNCIONES	
Responsable	Cortes de la tela	
Trabajo en equipo	Colocación de los estampes	
Puntualidad	Colocación de etiquetas	
Honestidad	Colocación de las luces led	
	Empacado	
PERFIL DE CARGO		
Graduado de ingeniero o tecnólogo de diseño gráfico.		
Graduado en corte y confección.		
EXPERIENCIA		

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Dos años de experiencia de destacar en el mismo cargo.	
--	--

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo

Secretaria

Tabla 10:

Secretaría

Cargo:	Secretaría
Descripción del cargo:	La función principal es ofrecer nuestras camisetas con estampes personalizados con luces led en la respectiva zona establecida.
REQUISITOS	FUNCIONES
Experiencia en ventas	Asesoramiento a los clientes
Trabajo en equipo	Solución de las inquietudes de los clientes.
Puntualidad	Promocionar el producto.
Sinceridad	
PERFIL DE CARGO	
Graduado en ingeniería o tecnología en marketing.	
Graduado en ingeniería comercial	
EXPERIENCIA	

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Un año de experiencia en ventas.	
Facilidad de expresión con los clientes.	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo S.

Administrativo

Tabla 11:

Administrativo

Cargo:	Asistente Administrativo
Descripción del cargo:	Es la persona encargada de analizar todos los movimientos económicos que realice la microempresa.
REQUISITOS	FUNCIONES
Responsable	Revisar movimientos y registros contables
Honesto	Realización de balances contables
Puntualidad	Análisis de indicadores financieros
Trabajo en equipo	Análisis si está generando utilidades la microempresa.
PERFIL DE CARGO	
Graduado en ingeniería o tecnología en Administración Bancaria y Financiera	
Graduado en Auditoria	
EXPERIENCIA	
Un año de experiencia de destacar en el mismo cargo.	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo S.

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

2.3.2.2 Proceso de selección de personal

El proceso de selección de personal dentro de la microempresa de los departamentos vacantes se lo realizará con los siguientes pasos presentados a continuación:

- ✓ Descripción del puesto vacante.
- ✓ Perfil académico del postulante.
- ✓ Reclutamiento de los postulantes para la microempresa.
- ✓ Evaluación de los postulantes para ver su conocimiento.
- ✓ Escoger al postulante idóneo.
- ✓ Incorporación a la microempresa.
- ✓ Capacitación y evaluación.

1. Reclutamiento de los postulantes

En esta etapa vamos a escoger a los postulantes idóneos que cumplan con todos los requisitos establecidos, para ello el reclutamiento será externo debido que nuestra microempresa será nueva donde para ello se informara mediante las redes sociales y hojas ambulantes.

2. Evaluación del postulante

Se receptorá las hojas de vida, donde se seleccionar a los postulantes que cumplan con el perfil requerido, donde a los postulantes seleccionados se los llamara, se les enviara un correo electrónico indicando que fueron seleccionados para las entrevistas respectivas y realizarlos un test para conocer sus capacidades y habilidades.

3. Seleccionar a los postulantes idóneos

El postulante idóneo, lo seleccionará el gerente conjuntamente con recursos humanos, donde se presentará un informe de cada postulante con su desempeño obtenido en la entrevista.

4. Incorporación a la microempresa

Luego de la contratación del postulante se procede a la inducción donde le indicaremos los siguientes ítems:

- ✓ Indicar la filosofía corporativa de la microempresa.
- ✓ Presentación con todo el personal.
- ✓ Recorrer cada uno de los departamentos.
- ✓ Explicación de cuáles son sus deberes y responsabilidades.

5. Capacitación y evaluación

Esta etapa consiste en efectuar una estimación mensual a cada uno de los trabajadores para así poder crear cuál es su situación dentro de la microempresa, con esta encuesta se procederá a transformar un plan de capacitación para que asimismo nuestros trabajadores puedan desempeñar de una mejor manera.

2.3.3 Gestión operativa

“La gestión operativa en el ámbito empresarial se refiere al día a día, esto quiere decir que son acciones realizadas para que la empresa sobreviva, siga existiendo, al día siguiente. Por ejemplo, nos dejan de pagar una cantidad importante de dinero y eso produce una gran tensión en nuestra tesorería, o varias personas clave de un determinado departamento enferman y esta área de la empresa no puede realizar sus objetivos, o una máquina se vería seriamente y no podemos producir una unidad o prestar un servicio determinado. En todos los casos hemos de solucionar algo que nos afecta en ese momento.” (Administración Moderna, 2012)

Análisis

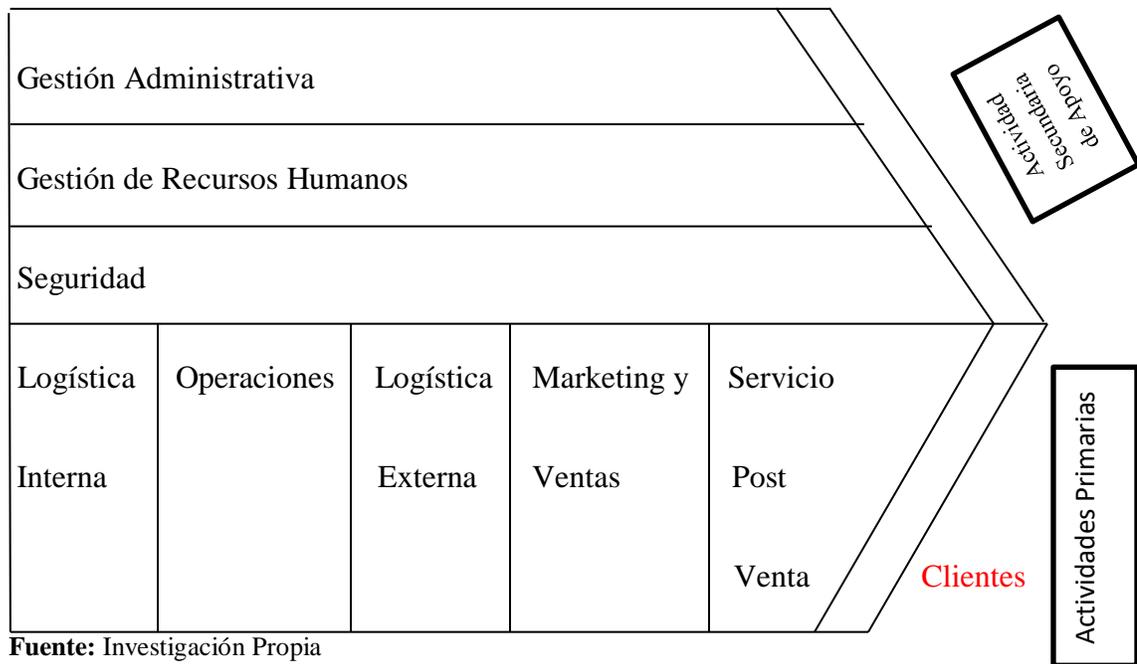
La gestión operativa es un tema muy importante para la microempresa ya que busca una solución al problema presentado durante el trabajo, ya sea por falta de personal o por daños en las máquinas, pero aquí debemos de tener mucho cuidado ya que la

microempresa tiene una cantidad máxima de producción diario, para evitar este tipo de problemas daremos mantenimiento mensual a las maquinas

2.3.3.1 Cadena de valor

Figura 5:

Cadena de Valor



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: David Collaguazo S.

2.3.3.2 Análisis descriptivo

Mediante este análisis descriptivo vamos a proceder a explicar cada uno de las actividades primarias y las secundarias de apoyo presentada en la cadena de valor.

Logística interna

La microempresa buscará proveedores fijos y garantizados los cuales nos entregaran la materia prima para la elaboración de las camisetas con estampes personalizados con luces led.

Operaciones

Una vez obtenida la materia prima la microempresa procederá a la elaboración de las camisetas con estampes personalizados con luces led realizando controles en el área de producción para así poder lanzar al mercado un producto de calidad y tratando de cumplir las expectativas y gustos de los clientes.

Logística externa

Luego de haber obtenido las camisetas con estampes personalizados con luces led la microempresa procederá a ofrecer a nuestros clientes la compra de nuestro producto.

Marketing y ventas

La microempresa va a promocionar su producto que se lo va a lanzar al mercado, mediante redes sociales, trípticos, pancartas etc.

Servicio post venta

Este departamento va ser sumamente importante ya que a los clientes que adquirieron el producto se les otorgará un año de garantía para la revisión de las luces led, pero siempre y cuando presenten la factura.

Gestión administrativa

Este departamento se encargará de controlar, realizar una evaluación a los departamentos de organización para así poder ver el nivel de desempeño que obtienen cada uno de los trabajadores.

Gestión de recursos humanos

El departamento de Talento Humano se encarga de la selección y contratación del personal.

Seguridad

La microempresa va a tener un guardia para la seguridad de nuestros clientes como también para la microempresa, además también constara de cámaras de seguridad.

2.3.4 Gestión comercial

“La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad.” (Gestiopolis, 2001)

2.3.4.1 Estrategias de mercado

Para poder tener una buena competencia dentro del mercado se debe de utilizar ciertas estrategias.

2.3.4.2 Marketing mix

El marketing mix es una estrategia interna donde se analiza las cuatro variables de la actividad que son las siguientes:

- Producto

- Precio
- Plaza o distribución
- Promoción

2.3.4.3 Producto

“Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo.” (Muñiz, 2017)

Análisis

Es algo que nosotros lo vamos a realizar donde se debe poseer una imagen al igual que una marca, para así distinguirnos de los demás productos, para poder mantenernos en el mercado debemos realizar algo innovador, cumpliendo con las expectativas y gustos de nuestros clientes.

2.3.4.4 Precio

“Todas las organizaciones con fines de lucro y muchas sin fines de lucro ponen precio a sus productos o servicios. Se puede llamar al precio renta (por un apartamento), colegiatura (por educación), pasaje (por un viaje) o intereses (por dinero prestado).” (Thompson, Marketing free, 2008)

2.3.4.5 Plaza

“Es un conjunto de actividades que hace que el producto salga del fabricante y llegue al consumidor cuando lo necesite y en las condiciones que lo requiera” (Sildeshare, 2011)

Análisis

Lo que nos trata de decir la plaza es que debemos obtener productos en stock ya que en cualquier momento nos pueden hacer pedidos cualquier microempresa o con los que obtengamos un convenio de que necesitan de nuestro producto para ser vendidos.

2.3.4.6 Promoción

“La Promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos.

2.3.4.7 Nombre comercial

El nombre comercial que se ha escogido para la microempresa es:



2.3.4.8 Logotipo

El logotipo que se ha escogido es con el fin de llamar la atención del cliente, además el diseño se relaciona con lo que estamos ofreciendo.

Figura 6:

Logotipo



Elaborado por: David Collaguazo S.

2.3.4.9 Slogan

El slogan que se escogió para la microempresa es la siguiente:

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Figura 7:

Slogan

luce y enorgullece tu alma

Elaborado por: David Collaguazo S.

2.3.4.10 Significado

- D: Dentro de la letra como podemos observar tenemos una camiseta lo puse ya que mi producto es las camisetas con estampes personalizados.
- I: Mientras observamos que en la letra tiene una forma como llama es porque me representa la iluminación de las luces led.
- Luce y enorgullece tu vida: He escogido este slogan donde significa que mediante la luz vamos a representar nuestra felicidad.
- Negro: Escogí el color negro ya que es un color de marketing ya que tiene un significado que los clientes prefieren más este color.
- Rojo: Representa valentía y optimismo a la vida.

2.3.4.11 Publicidad

La publicidad es una forma de presentar el producto y lanzarlo al mercado, dentro de la microempresa se pretende realizar publicidad mediante:

- **Volantes:** Estos volantes serán repartidos en la Plaza Grande y sus alrededores, donde ahí va ser ubicado la microempresa.
- **Redes sociales:** Como el Facebook y twitter ya que son las redes sociales que más ocupan todos los ciudadanos, donde igual crearemos una propia página de la microempresa donde ahí estableceremos los valores y todo el modelo que se va a ofrecer.

2.4 Análisis FODA

“Es una técnica de planeación estratégica que permite crear o reajustar una estrategia, ya sea de negocios, mercadotecnia, comunicación, relaciones públicas, etc.”

(Emprendices , 2010)

“Esta técnica permitirá conformar un cuadro de la situación actual de una empresa u organización; permitiendo, de esta manera, obtener un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados por tal organismo.”

(Emprendices , 2010)

Fortaleza

Tabla 12:

Fortaleza

DESCRIPCION	ALTO	MEDIO	BAJO
Misión	X		
Visión	X		
Objetivo corporación	X		
Gestión administrativa	X		
Gestión operativa		X	
Gestión comercial		X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo S.

Oportunidades

Tabla 9:

Oportunidades

DESCRIPCION	ALTO	MEDIO	BAJO
PIB	X		
Factor Social		X	
PEA	X		

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Factor Tecnológico	X
Factor Legal	X
Clientes	X
Proveedores	X
Competencia	X

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo S.

Debilidades

Tabla 10:

Debilidades

DESCRIPCION	ALTO	MEDIO	BAJO
Principios		X	
Valores		X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo S.

Amenazas

Tabla 11:

Amenazas

DESCRIPCION	ALTO	MEDIO	BAJO
Tasa Interés		X	
Inflación	X		
Riesgo País		X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Es muy importante para la microempresa realizar un análisis de la matriz FODA ya que así nos indican los factores que nos puede afectar ya puede ser externo o interno dependiendo del impacto que tenga cada uno de sus factores presentados para así poder buscar una estrategia para dar la solución a la variable que nos está afectando.

CAPITULO III

3. Estudio de mercado

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

3.1 Análisis del consumidor

Los consumidores son los clientes a quienes está enfocado este proyecto donde consiste analizar las expectativas, gustos, deseos de consumo comportamiento de compra y demás características de todos los clientes que conforma el mercado de objetivo de compra y para así determinar cuál es la necesidad real.

3.1.1 Objetivo del estudio del mercado

- La aceptación del producto en el mercado.
- Conocer la oferta y la demanda de las camisetas con estampes personalizados con luces led.
- Conocer cuáles son las expectativas y gustos de los clientes.
- Analizar los posibles productos sustitutos.

Análisis

El estudio de mercado nos permite establecer la oferta y la demanda, la cantidad de consumidores que van a adquirir el producto y también las necesidades de los pobladores para así poder establecer estrategias adecuadas para el posicionamiento en el mercado de la microempresa.

3.1.1.1 Determinación de la población y muestra

3.1.1.2 Población

A la población también se la conoce como universo donde es el conjunto de todos los individuos u objetos de los cuales se va a medir alguna característica, la población puede ser finita o infinita

3.1.1.3 Población finita pequeña

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

La población finita es la recolección de los datos que nos resulta fácil de obtenerlos como por ejemplo las edades de los estudiantes de un curso.

3.1.1.4 Población finita grande

La población finita grande es la recolección de los datos que nos resulta difícil obtenerlos como por ejemplo saber las edades de todos los estudiantes que ingresan a primer año de universidad.

3.1.1.5 Población infinita

Es cuando a pesar de estar delimitada en el espacio, no se conoce el número de elementos que lo integran.

3.1.1.6 Población de Quito

Para poder calcular nuestra muestra vamos a tomar el valor total que se obtuvo en el censo del año 2010 que fue de 1088811.

3.1.1.7 Muestra

Es un subconjunto del universo, seleccionada de acuerdo a ciertas reglas. Para que la muestra sea representativa del conjunto, los elementos deben ser obtenidos al azar y el

número de ellos debe de ser el adecuado al tamaño del universo, para que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todo el universo.

3.1.1.8 Formula de la muestra

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N - 1) + Z^2pq} \quad \text{Ec.1. 1}$$

3.1.1.9 Desarrollo de la formula

Datos

N= 1088811

Z= 95% = 1,96=

p= 50%

q= 50%

e= 5% = 0,05

Desarrollo

$$n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N - 1) + Z^2pq}$$

$$n = \frac{1088811 (1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,05)^2 (1088811 - 1) + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1045694,08}{2722,99}$$

$$n = 384$$

3.1.2 Técnicas de obtención de información

Son herramientas para uso investigativo que nos da una gran información acerca de comportamientos, posturas, o pensamientos acerca de algo. Se usan en proyectos de investigación ya sea de factores naturales, económicos, políticos o sociales, los formatos de obtención más usadas son las siguientes:

- ✓ La entrevista
- ✓ El cuestionario
- ✓ La observación
- ✓ La encuesta
- ✓ El focus group

Análisis

Es una herramienta que nos permite obtener información específica acerca de los nuevos proyectos o empresas que se está implementando, por eso la elección de la

técnica para obtener la información más concreta será mediante la aplicación de una encuesta.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACION BANCARIA Y FINANCIERA

Buenos días/tardes, soy estudiante de la carrera Administración Bancaria y Financiera, donde estoy realizando una encuesta y considero que su opinión es de gran importancia para el éxito de la investigación que se lo va a realizar.

Objetivo

La presente encuesta está dirigida a hombres y mujeres en el Centro de Quito con el fin de conocer la aceptación de implementar una microempresa que va a elaborar y comercializar camisetas con estampes personalizados con luces led.

DATOS

Género

Masculino ()

Femenino ()

Rango de edad

18 – 23 () 24 – 29 () 30 – 35 () 36 – 41 () 42 en adelante ()

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

1. ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una microempresa de producción y comercialización de camisetas con estampes personalizados a luces led?

Si () No ()

2. ¿Qué tipo de tela le gustaría a usted que se realice las camisetas?

Cretona () Jersey () Cutí ()

Muselina () Batista ()

3. ¿Con que frecuencia compra camisetas?

Diario () Quincenal ()

Semanal () Mensual ()

4. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una camiseta con estampes personalizados con luces led?

\$ 5 – 15 () \$ 25 – 35 ()

\$ 15 – 25 ()

5. ¿Considera usted que con el producto que ofrece la competencia satisfacen sus necesidades?

Si () No ()

6. ¿En qué lugar usted ¿preferiría adquirir el producto?

Centro comerciales () Mercado ()

Calle ()

7. ¿Cómo le gustaría a usted la presentación de nuestro producto?

Armador () Funda ()

Caja ()

8. ¿Qué característica usted busca en el momento de elegir un producto?

Calidad () Precio ()

Presentación () Marca ()

9. ¿Cómo le gustaría adquirirlo?

A domicilio () Sitio de producción ()

Centros Comerciales ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.1.3 Análisis del resultado de la encuesta

3.1.3.1 Datos generales

Pregunta 1 Género

Tabla 12:

Género

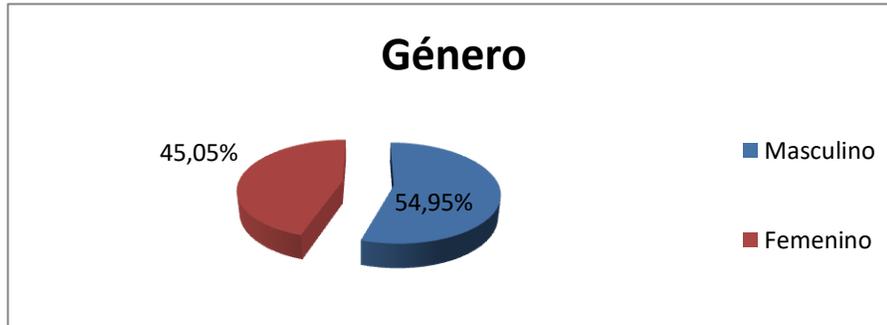
Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	211	54,95%
Femenino	173	45,05%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 8:

Género



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante las encuestas realizadas se obtuvo un porcentaje en el género masculino de un 55% seguido del género femenino de un 45%.

Pregunta 2 rango de edad

Tabla 13:

Rango de Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 - 23	117	30,47%
24 - 29	156	40,63%

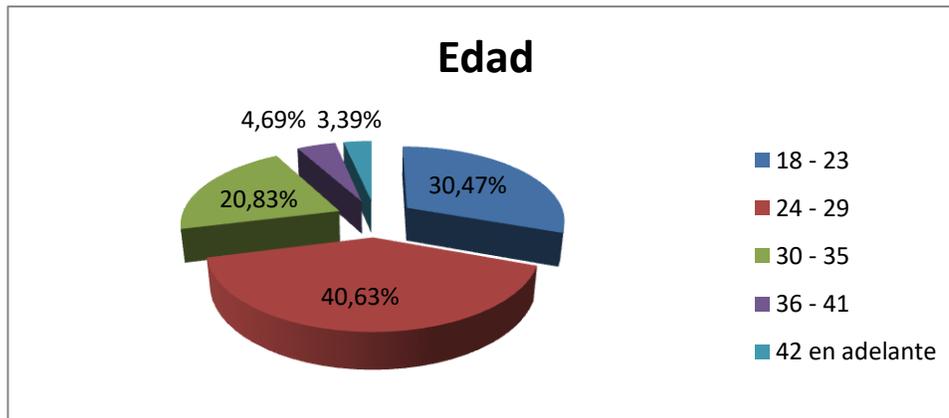
30 - 35	80	20,83%
36 - 41	18	4,69%
42 en adelante	13	3,39%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 9:

Rango de Edad



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Dentro de la información obtenida de los rangos de edades se obtuvo los siguientes resultados en el rango de 18 – 23 el 30%, 24-29 41%, 30 – 35 21%, 36 – 41 5% y por último tenemos el rango de 42 en adelante donde se obtuvo el 3%.

Encuesta

Pregunta 1 ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una microempresa de producción y comercialización de camisetas con estampes personalizados a luces led?

Tabla 14:

Pregunta 1

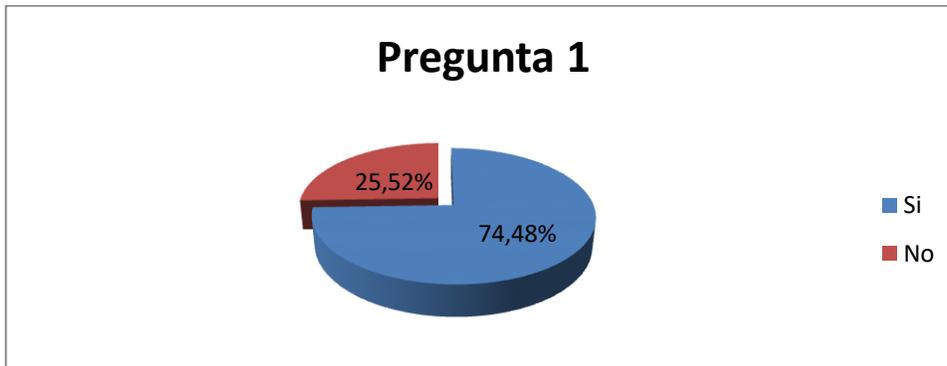
Pregunta 1	Frecuencia	Porcentaje
Si	286	74,48%
No	98	25,52%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 10:

Pregunta 1



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante los resultados obtenidos de la pregunta, el 74% están de acuerdo con la implementación de la microempresa, y el 26% no está de acuerdo con la idea del negocio que se está presentando.

Pregunta 2 ¿Qué tipo de tela le gustaría a usted que se realice las camisetas?

Tabla 15:

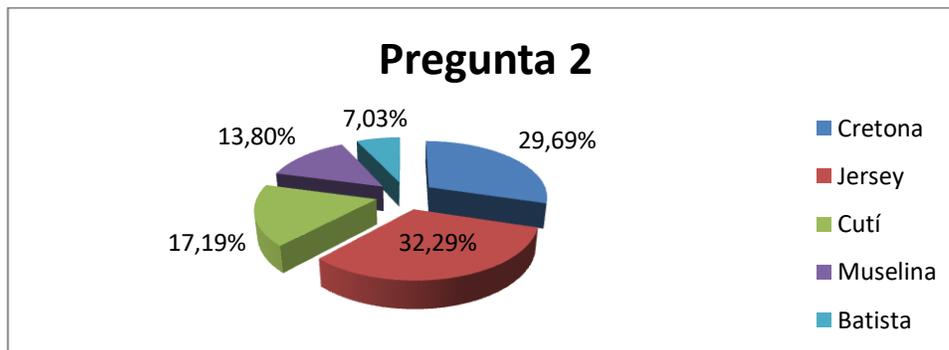
Pregunta 2

Pregunta 2	Frecuencia	Porcentaje
Cretona	114	29,69%
Jersey	124	32,29%
Cutí	66	17,19%
Muselina	53	13,80%
Batista	27	7,03%
Total	384	100%

Fuente: Investigación
Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 4:

Pregunta 2



Fuente: Investigación
Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante los resultados obtenidos de la pregunta, se dio que el mayor puntaje es la tela crepe con un 32% seguido de cretona 21%, cutí 17%, muselina 14% y por ultimo tenemos batista un 7%, donde la tela crepé viene hacer una tela muy suave lisa y natural.

Pregunta 3 ¿Con que frecuencia compra camisetas?

Tabla 20:

Pregunta 3

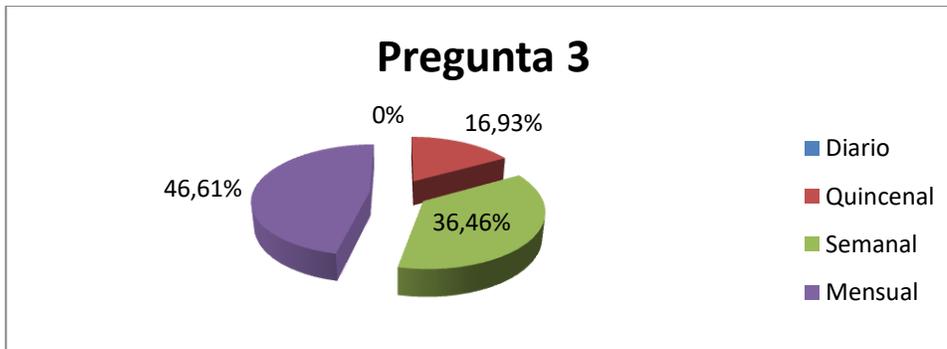
Pregunta 3	Frecuencia	Porcentaje
Diario	0	0%
Quincenal	65	16,93%
Semanal	140	36,46%
Mensual	179	46,61%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 5:

Pregunta 3



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante los resultados obtenidos de la pregunta, se obtuvo un 47% en que compran camisetas mensualmente seguido de 36% Semanal, 17% Quincenal y por último se obtuvo un 0% en diario.

Pregunta 4 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una camiseta con estampes personalizados con luces led?

Tabla 16:

Pregunta 4

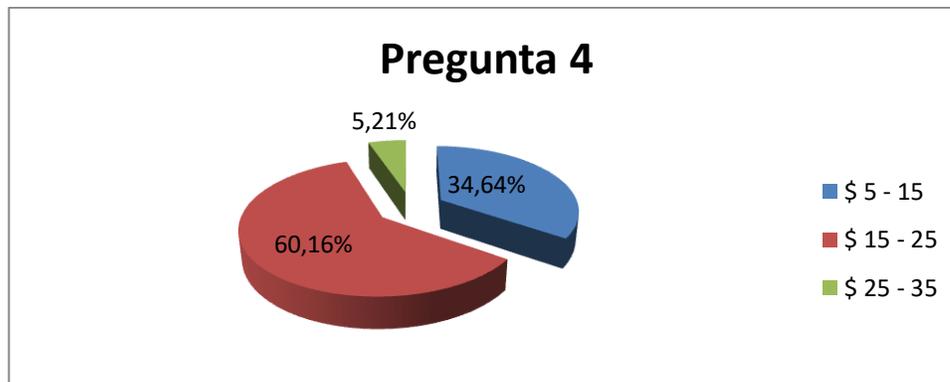
Pregunta 4	Frecuencia	Porcentaje
\$ 5 - 15	133	34,64%
\$ 15 - 25	231	60,16%
\$ 25 - 35	20	5,21%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 6:

Pregunta 4



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante la obtención de los resultados de la pregunta, el 60% están de acuerdo a pagar entre \$ 15 – 25 dólares seguido de un 35% correspondiente entre \$ 5 – 15 y un 5% entre \$ 25 – 35.

Pregunta 5 ¿Considera usted que con el producto que ofrece la competencia satisface sus necesidades?

Tabla 17:

Pregunta 5

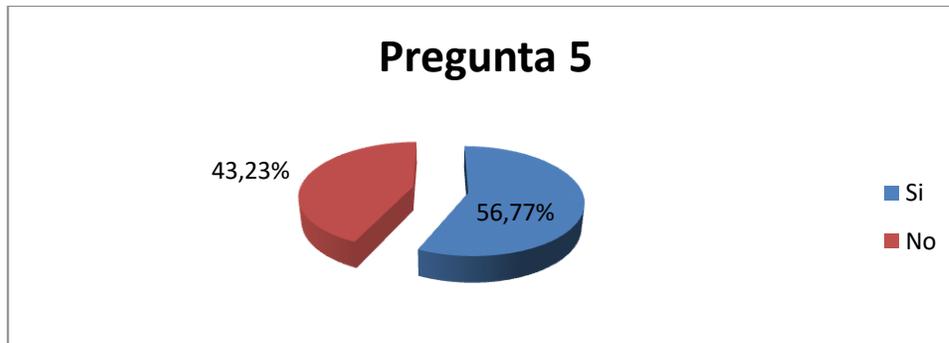
Pregunta 5	Frecuencia	Porcentaje
Si	218	56,77%
No	166	43,23%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 7:

Pregunta 5



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante la información obtenida tenemos un 57% que si consideran que el producto que se está realizando satisface sus necesidades dentro de la competencia y el 43% nos indica que no satisface sus necesidades.

Pregunta 6 ¿En qué lugar usted prefería adquirir el producto?

Tabla 18:

Pregunta 6

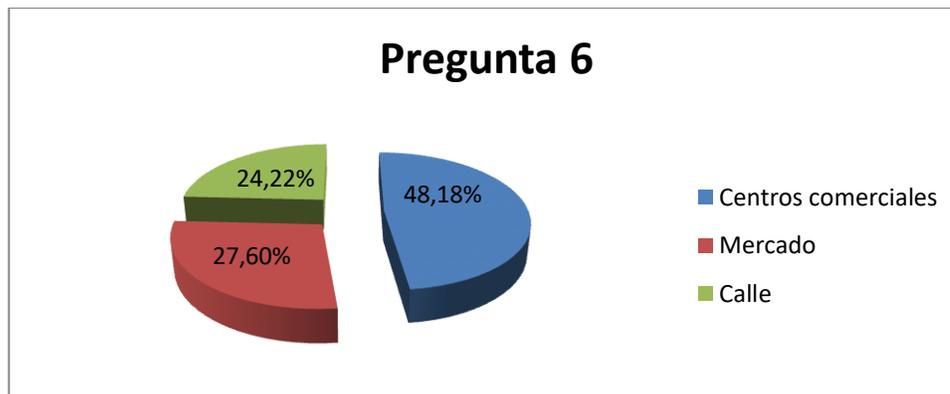
Pregunta 6	Frecuencia	Porcentaje
Centros comerciales	185	48,18%
Mercado	106	27,60%
Calle	93	24,22%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 8:

Pregunta 6



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante la información obtenida de la pregunta, el 48% lo quiere adquirir el producto en centros comerciales seguido de un 28% en el mercado y el 24% correspondiente en la calle.

Pregunta 7 ¿Cómo le gustaría a usted la presentación de nuestro producto?

Tabla 19:

Pregunta 7

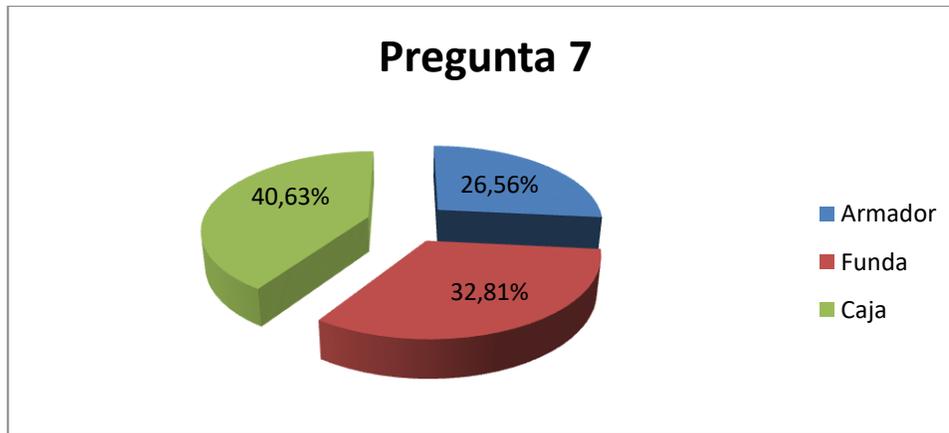
Pregunta 7	Frecuencia	Porcentaje
Armador	102	26,56%
Funda	126	32,81%
Caja	156	40,63%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 9:

Pregunta 7



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

En la información obtenida de la pregunta el 41% quiere adquirir el producto en una caja seguido del 33% en funda y un 26% lo requiere en un armador.

Pregunta 8 ¿Qué característica usted busca en el momento de elegir un producto?

Tabla 20:

Pregunta 8

Pregunta 8	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	129	33,59%

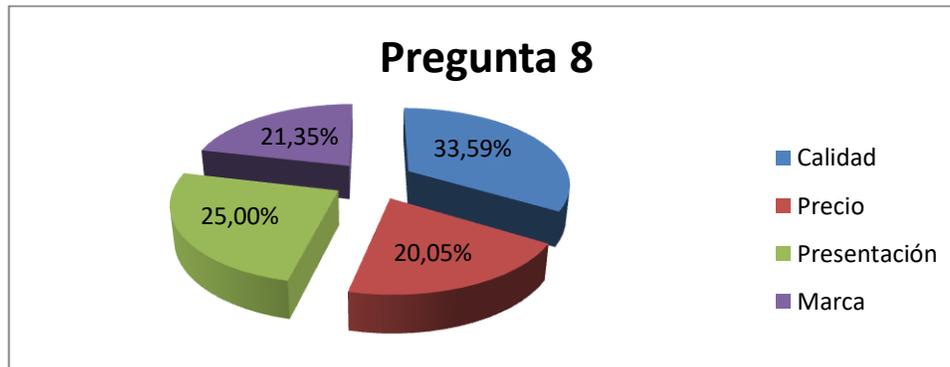
Precio	77	20,05%
Presentación	96	25,00%
Marca	82	21,35%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 10:

Pregunta 8



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

La información recaudada de la pregunta nos indica que el 34% al momento de adquirir el producto se fija en la calidad que la estamos presentando seguido de un 25% por la presentación, 20% mediante el precio y el 21% que es correspondiente a la marca.

Pregunta 9 ¿Cómo lo gustaría adquirirlo?

Tabla 21:

Pregunta 9

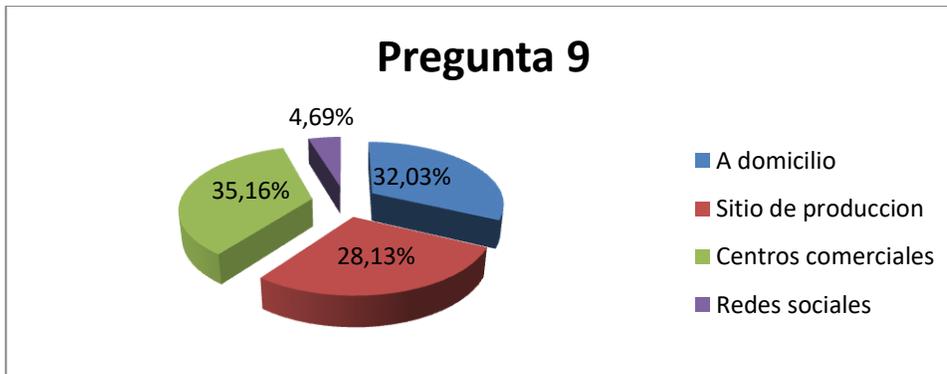
Pregunta 9	Frecuencia	Porcentaje
A domicilio	123	32,03%
Sitio de producción	108	28,13%
Centros comerciales	135	35,16%
Redes sociales	18	4,69%
Total	384	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 11:

Pregunta 9



Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante los resultados obtenidos de la pregunta, el 35% lo quiere adquirir en los centros comerciales seguido a domicilio con un 32%, sitios de producción el 28% y las redes sociales obtuvimos un resultado del 5%

3.4 Demanda

“La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado). La demanda es una función matemática.” (Sildeshare, 2015)

3.4.1 Demanda histórica

El objetivo es comprender el comportamiento que se obtiene en un lapso de tiempo pasado, es decir, la demanda del producto o servicio que adquirió en años anteriores. Este estudio solo se verifica para productos que están en el mercado.

3.4.2 Demanda actual

“Determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir.” (Carreño, 2014)

Tabla 22:

Demanda Actual

Población	1088811
Total encuesta	384
Porcentaje de mayor aceptación	75,46
Porcentaje de mayor frecuencia	47,23

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

Tabla 23:

Cálculo de la Demanda Actual

	RESULTADO DE LA	ENCUESTA	
Población	Porcentaje de mayor aceptación	Aceptación de las personas	
1088811	0,7546	821616,7806	
	FRECUENCIA		
Aceptación	Porcentaje de mayor frecuencia	Tiempo	Frecuencia de compra
821616,78	0,4723	12	4656595,262
	PRECIO	PROMEDIO	
Rango de precios / 2		Precio promedio	
15	25	20	
	CALCULO DE LA DEMANDA	ACTUAL	
Frecuencia	de compra	Precio promedio	Aceptación de las personas

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

		aceptado	
4656595,26		20	93131905,2

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

3.4.3 Demanda proyectada

La demanda proyectada es la cantidad de bienes y servicios que la microempresa requerirá en los siguientes años partiendo desde el año actual.

Tabla 24:

Demanda Proyectada

PROYECCIÓN	DE LA	DEMANDA	
AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA PROYECTADA
2017	93131905,2	1	93131905,2
2018	93131905,2	1,0152	94547510,16
2019	94547510,16	1,0152	95984632,31
2020	95984632,31	1,0152	97443598,72
2021	97443598,72	1,0152	98924741,42
2022	98924741,42	1,0152	100428397,5

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

3.2 Oferta

“La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente.”
(Pedrosa, 2016)

3.2.1 Oferta histórica

3.2.2 Oferta actual

Para determinar la oferta actual del proyecto, hemos tomado en cuenta los resultados que se obtuvieron en las encuestas realizadas.

Tabla 30:

Oferta Actual

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

	OFERTA	ACTUAL	
AÑOS	DEMANDA	PORCENTAJE DE LA COMPETENCIA	OFERTA
2017	93131905,2	0,5752	53569471,87

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

3.2.3 Oferta proyectada

Para determinar la oferta proyectada vamos a utilizar la demanda proyecta junto con la aceptación de la competencia que se obtuvo mediante las encuestas realizadas, donde partiremos desde el siguiente año.

Tabla 25:

Oferta Proyectada

	PROYECCIÓN	DE LA OFERTA	
AÑOS	DEMADA PROYECTADA	PORCENTAJE DE LA COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2018	94547510,16	0,5752	54383727,84
2019	95984632,31	0,5752	55210360,5
2020	97443598,72	0,5752	56049557,98
2021	98924741,42	0,5752	56901511,26
2022	100428397,5	0,5752	57766414,24

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Fuente: Investigación
Elaborado por: David Collaguazo S.

3.5 Balance oferta – demanda

3.5.1 Balance actual

Este balance nos permite comparar la oferta y demanda para así poder determinar la diferencia, donde de esta manera conoceremos si existe una demanda satisfecha o insatisfecha para el proyecto.

3.5.2 Balance proyectado

Para poder calcular el balance proyectado vamos a utilizar los valores de la demanda y la oferta proyecta de los respectivos años.

Tabla 26:

Balance Proyectado

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

	BALANCE	PROYECTADO	
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	BALANCE O DEMANDA INSASTIFECHA
2018	223713318,2	128679900,6	95033417,60
2019	227113760,6	130635835,1	96477925,50
2020	230565889,8	132621499,8	97944390,00
2021	234070491,3	134637346,6	99433144,70
2022	237628362,8	136683834,3	100944528,50

Fuente: Investigación

Elaborado por: David Collaguazo S.

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

CAPITULO IV

4.1 Estudio técnico

El estudio técnico de este proyecto nos va a representar la determinación del tamaño óptimo de nuestro proyecto, de igual manera nos permite indicar de cómo va a estar estructurada la planta y la respectiva localización de la microempresa.

4.1.1 Tamaño del proyecto

“El tamaño del proyecto se representa por la capacidad instalada o capacidad de producción la cual viene expresada en unidades de producción por un periodo de tiempo determinado, el tamaño óptimo es aquel que genera la mayor rentabilidad se puede basar tanto en la demanda presente como en la futura donde se debe considerar la capacidad de reserva y la posibilidad de someter los equipos a sobrecarga.” (Slideshare, 2012)

Donde el tamaño del proyecto se determina atendiendo a:

- ✓ La demanda del mercado

- ✓ Los suministros e insumos
- ✓ La tecnología y los equipos
- ✓ La capacidad financiera
- ✓ El proceso técnico
- ✓ La organización

Análisis

Es muy fundamental calcular el tamaño del proyecto ya que nos indica o explica una estimación de la cantidad que se va a producir en un determinado tiempo y del cálculo de la rentabilidad.

4.1.2 Capacidad instalada

“La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos.” (Observatorio economico social, 2015)

Tabla 27:

Capacidad Instalada

Áreas	Medidas de cada área	Total medidas
Área administrativa	9m * 5m	6m ²
Área operativa	10m * 6m	60m ²
Área de bodega	4m * 4m	16m ²
Área de comercialización	4,60m * 4m	13,80m ²
Baño	1,90m * 1,50	2,85m ²
Parqueadero	28m * 7m	63m ²
Total		161,65m²

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: David Collaguazo S

4.1.3. Capacidad optima

La capacidad óptima del proyecto viene hacer la infraestructura de la microempresa, que está conformado de las siguientes áreas:

- ✓ Área administrativa
- ✓ Área operativa
- ✓ Área de bodega
- ✓ Área de comercialización
- ✓ Baño
- ✓ Parqueadero

4.2 Localización

La localización es donde se debe de analizar todos los lugares para así ver donde sea factible ubicar a la microempresa, donde también debemos tomar en cuenta lo siguiente:

- ✓ Competencia
- ✓ Beneficios del cliente
- ✓ Seguridad hacia nuestros clientes

4.2.1 Macro – localización

“Tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo.” (Salgado, 2013)

“Los factores que influyen en la macro – localización son las siguientes:” (Salgado, 2013)

- ✓ Transporte
- ✓ Mano de obra
- ✓ Materia prima
- ✓ Energía eléctrica
- ✓ Agua

✓ Teléfono

Tabla 28:

Macro localización

País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Sector	Centro
Dirección	Plaza Grande

Fuente: Investigación Técnica

Elaborado por: David Collaguazo S.

objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario.”

(Salgado, 2013)

“Los factores que influyen en la micro – localización son las siguiente:” (Salgado, 2013)

- ✓ Condiciones climatológicas
- ✓ Estudios del medio ambiente
- ✓ Impuestos
- ✓ Terrenos y construcción
- ✓ Tamaño de la fabrica

Figura 20:

Micro – Localización



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: David Collaguazo S.

4.2.3 Localización óptima

“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital.” (Motiño, 2014)

4.3 Ingeniería del producto

“La ingeniería de producto se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización

mediante algún proceso de fabricación además de esto también incluye diseño, desarrollo, selección de materiales, y transición desde la etapa de prototipo hasta la fabricación del producto.” (Amado, 2014)

4.3.1 Definición de bien o servicio

“Los bienes y servicios económicos o escasos son aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de suplir una necesidad o un deseo. Se comercian en el mercado y sus precios son definidos por la oferta y la demanda, a una mayor oferta el precio del bien disminuye y a una mayor demanda aumenta.” (Montoya, 2012)

4.3.2 Distribución de planta

Tabla 29:

Distribución de Planta

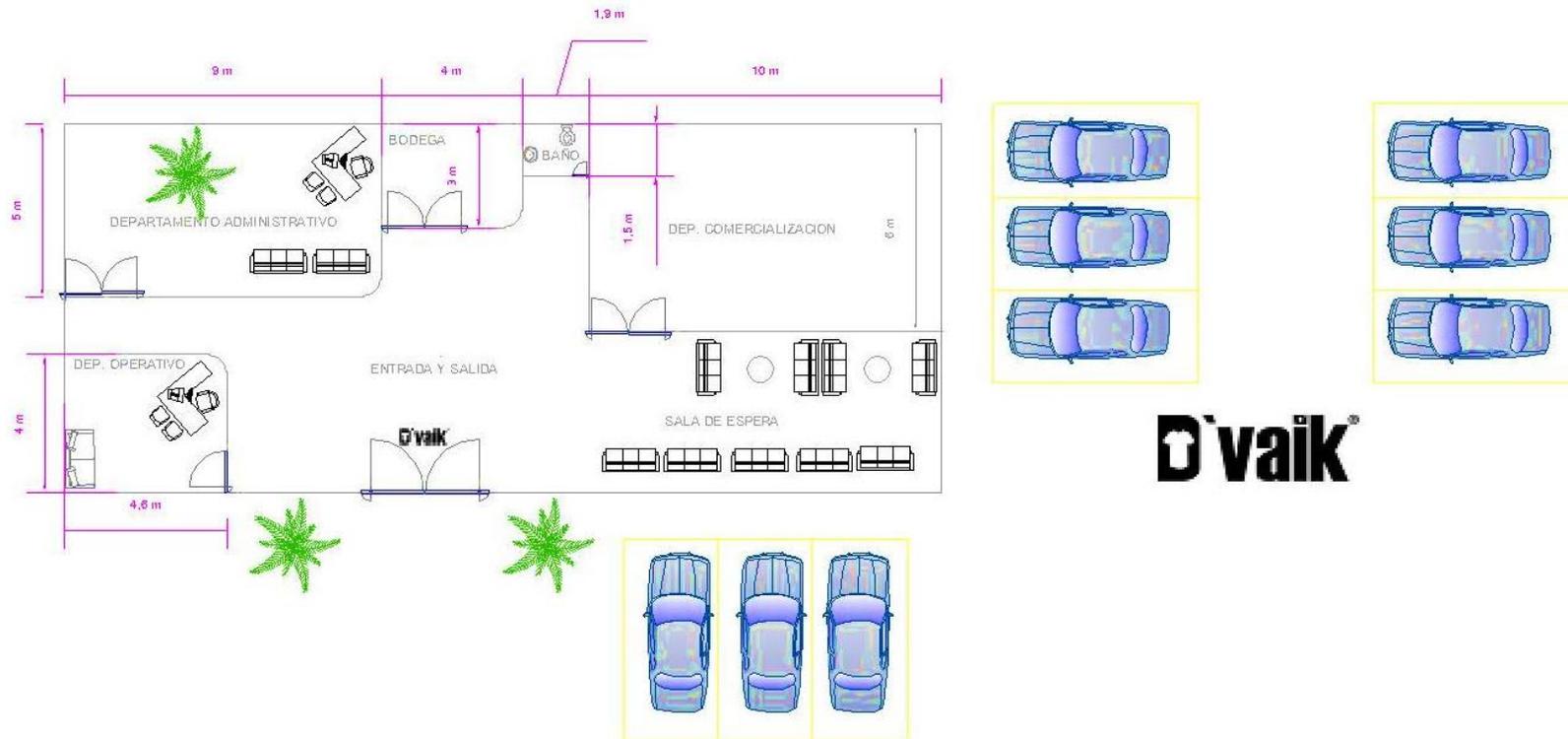
Áreas	Medidas de cada área	Total medidas
Área administrativa	3m * 2m	6m ²
Área operativa	10m * 6m	60m ²
Área de bodega	4m * 4m	16m ²
Baño	1,90m * 1,50	2,85m ²
Parqueadero	9m * 7m	63m ²
Total		161,65m²

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: David Collaguazo S.

Figura 13:

Distribución de planta



Fuente: Investigación
Elaborado por: David Collaguazo S

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

4.3.2.1 Código de cercanía

Tabla 30:

Código de Cercanía

Código	Descripción
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: David Collaguazo S.

4.3.2.2 Razones de cercanía

Tabla 31:

Razones de Cercanía

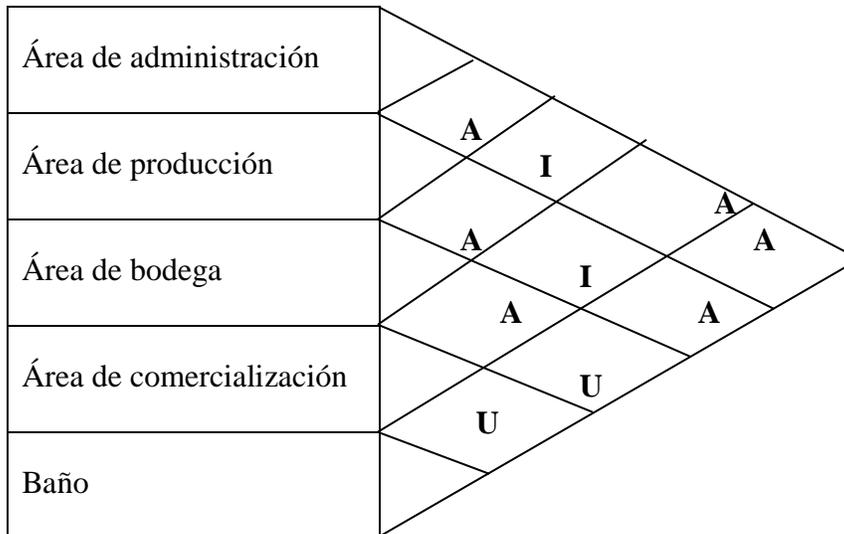
Número	Razón
1	Por control
2	Por higiene
3	Por procesos
4	Por conveniencia
5	Por seguridad

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: David Collaguazo S

Figura 14:

Matriz Triangular



Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: David Collaguazo S.

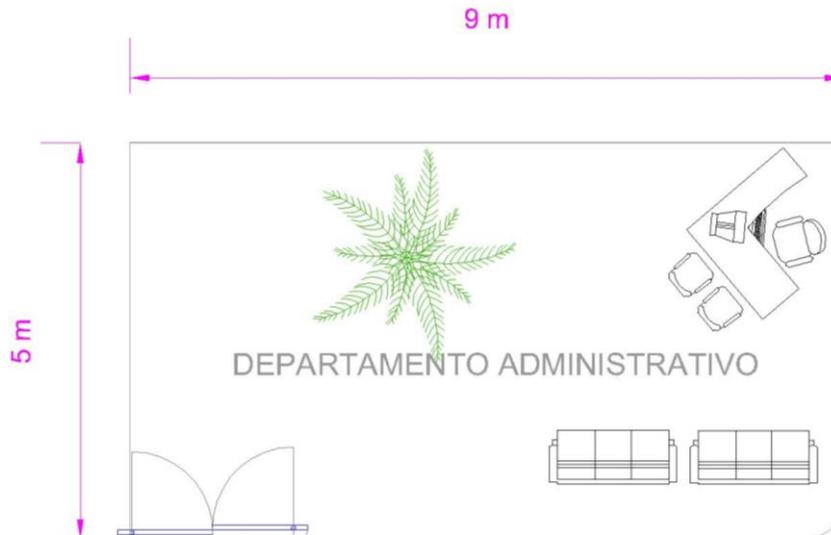
4.3.2.3 Descripción de cada departamento

Departamento administrativo

En este departamento que ocupará un espacio 45 metros cuadrados lo cual tiene un espacio para un escritorio, sillones, y un archivador para las carpetas.

Figura 15:

Departamento Administrativo



Fuente: Estudio Técnico

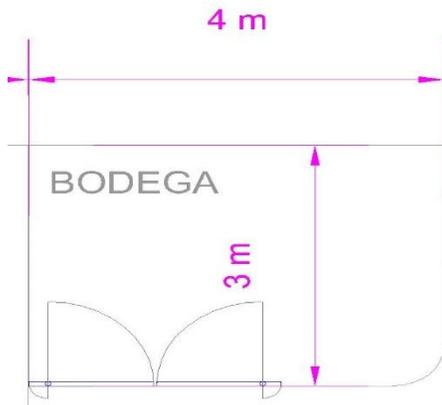
Elaborado por: David Collaguazo S.

Bodega

En esta área que ocupará un espacio de 12 metros cuadrados donde obtendrá las estanterías para colocar las telas, hilos y todos los materiales que se van a ocupar para la realización de las camisetas.

Figura 16:

Bodega



Fuente: Estudio Técnico

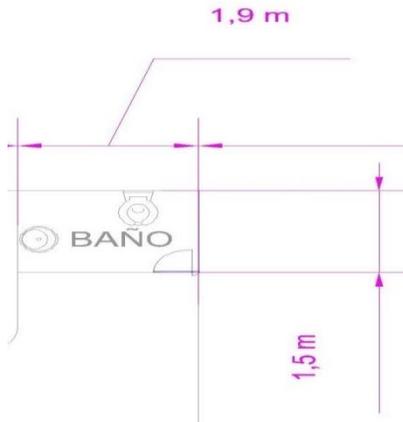
Elaborado por: David Collaguazo S.

Baño

El baño ocupa un espacio de 2,85 metros cuadrados lo cual será utilizado por todo el personal que trabaje en la microempresa.

Figura 17:

Baño



Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: David Collaguazo S.

Departamento operativo

Este departamento ocupará un espacio de 60 metros cuadrados lo cual estaría distribuido de la siguiente manera 1 máquinas rectas, 1 máquinas overlock, 1 maquina recubridora, 1 maquina recubridora de tiras, mesa de corte y una mesa para poner el etiquetado y empaçado.

Figura 18:

Departamento Operativo



Fuente: Estudio Técnico

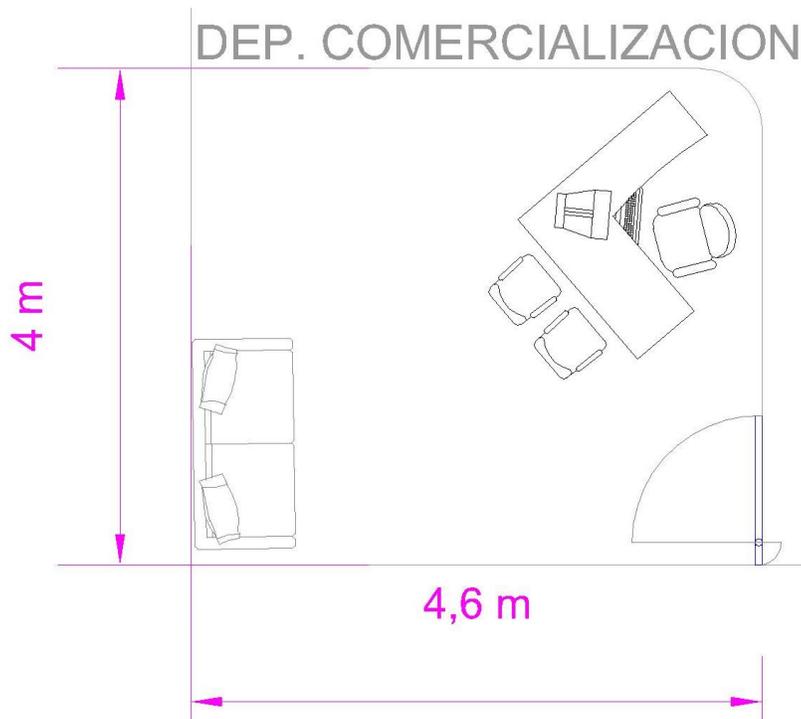
Elaborado por: David Collaguazo S.

Departamento de comercialización

Este departamento ocupará un espacio de 16,64 metros cuadrados lo cual obtendrá un escritorio, dos vitrinas y un sillón para la espera de nuestro cliente.

Figura 19:

Departamento de Comercialización



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: David Collaguazo S.

Parqueadero

Ocupa un espacio de 196 metros cuadrados los cuales se ocupará para nuestros clientes lo cual cuenta el parqueadero para 9 vehículos.

Figura 20:

Parqueadero



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: David Collaguazo S.

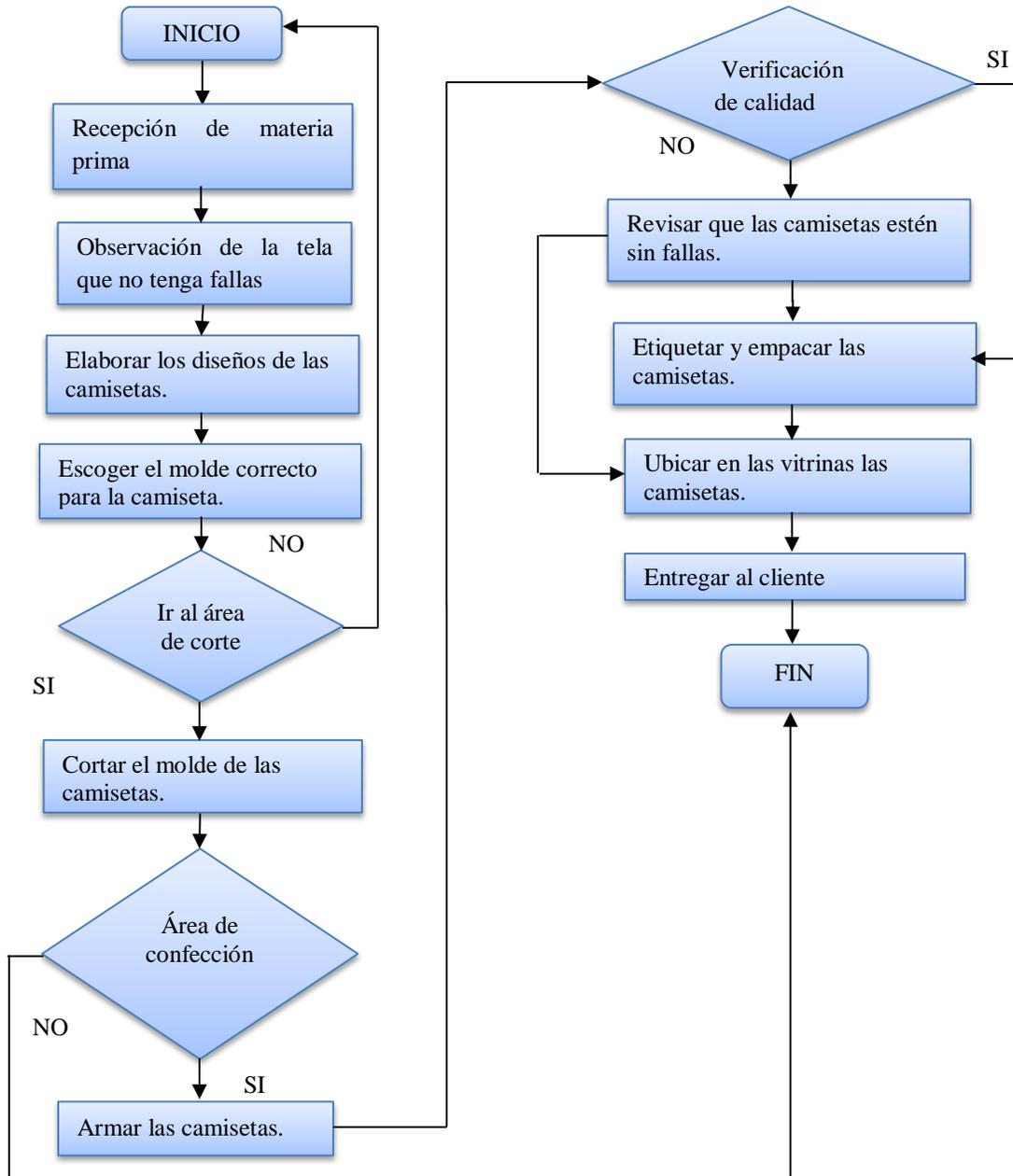
4.3.3 Proceso productivo

“El proceso productivo es la secuencia de actividades requeridas para elaborar bienes que realiza el ser humano para satisfacer sus necesidades; esto es, la transformación de materia y energía (con ayuda de la tecnología) en bienes y servicios (y también, inevitablemente, residuos).” (Decreto, 2014)

4.3.3.1 Simbología de diagrama de flujo

Figura 29:

Simbología de Diagrama de Flujo



IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: David Collaguazo S.

4.3.3.2 Proceso de elaboración

Tabla 32:

Proceso de Elaboración

Maquinaria y equipo	Cantidad	Modelo	Valor unitario	Valor total
Máquina de coser recta	1	Siruba	700,00	700,00
Máquina de coser overlock	1	Siruba	996,00	996,00
Máquina de coser recubridora	1	Siruba	1377,00	1377,00
Máquina de coser recubridora de tiras	1	Siruba	1795,00	1795,00
Tijeras industriales	2	Nacional	12,00	24,00
TOTAL	6		4880,00	4892,00
Muebles y enseres				
Escritorio	2	Madera	100,00	200,00
Estantería	1	Madera	130,00	130,00
Sillas trabajadores	3	Madera	17,00	51,00

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Sillas giratorias	2	Metal / Plastico	28,00	56,00
Sillón de espera	4	Cuero	280,00	1120,00
Mesa de confección y corte	2	Madera	100,00	200,00
Archivador	2	Metal	45,00	90,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	16		700,00	1847,00
Equipo de computación				
Computadora	2	Hp	600,00	1200,00
Impresora	1	Canon	120,00	120,00
TOTAL	3		720,00	1320,00
Equipo de oficina				
Teléfono	2	Panasonic	40,00	80,00
Regulador de energía	2		50,00	100,00
Block de Facturas	4x		12,00	48,00
Resma de papel	4x		3,80	15,20
Clips	3x		0,90	2,70
Grapas	2x		1,10	2,20
Bolígrafos	4x	Big	0,35	1,40
Lápices	3	Triplus	0,75	2,25

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

Archivadores	3	2,50	7,50
Total	13	309,40	8318,25
TOTAL ACTIVOS	41	6509,40	8318,25

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante la investigación de campo se verificó que para la implementación de la microempresa dedicada a la elaboración de camisetas personalizadas con luces led va a invertir en maquinaria una cantidad de \$ 8318,25

Capítulo V

5. Estudio financiero

“El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.” (Federico Anzil, 2012)

“El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.” (Federico Anzil, 2012)

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

5.1.1 Ingresos operacionales

El ingreso operacional viene hacer los que están directamente asociados a la razón de ser del negocio.

En cambio, los ingresos no operacionales son aquellos ingresos que obtiene la empresa, fuera de las actividades que realice la microempresa.

5.1.2 Ingresos operacionales

5.1.2.1 MOD (Mano de obra directa)

La mano de obra directa viene hacer el esfuerzo físico que realiza cada uno de los trabajadores para la elaboración del producto.

Tabla 33:

MOD

Descripción del proceso	Departamento	Tiempo
Recepción MP	Bodega	0:02:00
Inspección MP	Bodega	0:03:00
Corte de moldes	Área de corte	0:05:00
Armado de las camisetas	Área de confección	0:10:00
Control de calidad	Área de control de calidad	0:03:00
Empaquetado	Área de control de calidad	0:02:00
TOTAL		0,25

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Tabla 40:

Producción de las camisetas con estampes personalizados con luces led

Presentación	Cantidad unitaria producida	Producción diaria de tandas	Total unidades producidas diarias	Mensual (20 días al mes)	Anual
Camisetas con estampes personalizados con luces led	30	30	30	600	7200
	0			0	0
TOTAL	30	-	30	600	7200

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

Mediante la tabla anterior presentamos que la producción diaria de las camisetas será de 30, en el mes se va a producir una cantidad de 600 y en el año será de 7200 unidades.

Mano de obra

Tabla 34:

Mano de Obra

Concepto	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual	Precio Hora Laborada
Trabajador	400,00	33,33	33,33	48,60	33,32	451,39	5416,64	1,88
Trabajador	400,00	33,33	33,33	48,60	33,32	451,39	5416,64	1,88
Trabajador	400,00	33,33	33,33	48,60	33,32	451,39	5416,64	1,88
TOTAL						451,39	5416,64	1,88

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.1.2.2 MPD

La materia prima directa viene hacer todo lo principal que se necesita para la realización de las camisetitas con estampes personalizados con luces led, ya que si no obtenemos la materia prima no se podrá comenzar con la elaboración de la camiseta.

Tabla 35:

MPD

Materia Prima	Cantidad	Medida	Nº de unidades producidas al día	Costo unitario de producción	Costo Mensual	Costo Anual
Tela	30	mtrs	30	10,10	6060,00	72720,00
			0	0,00	0,00	0,00
TOTAL	-		30		6060,00	72720,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

En la tabla anterior presentamos el costo unitario para la elaboración de la camiseta, que es de \$10,10, mientras tanto el costo mensual de \$6060,00 y un costo anual de \$72720,00.

5.1.2.3 CIF

“Controla el valor de los materiales indirectos, de la mano de obra indirecta y de otros costos indirectos que intervienen en la fabricación de un producto” (Ing. German Morillo, p. 8)

Servicios básicos

Los servicios básicos es una parte muy fundamental para la microempresa ya que nos ayuda para así poder cumplir con el proceso de la transformación de la materia prima y poder elaborar el producto.

Departamento administrativo

Tabla 36:

Servicios Básicos Departamento Administrativo

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Luz	10,00	120,00
Agua	5,00	60,00
Teléfono	6,00	72,00
Internet	15,00	180,00
Total	36,00	432,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Departamento de producción

Tabla 37:

Servicio Básicos Departamento de Producción

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Luz	30,00	360,00
Agua	8,00	96,00
Total	38,00	456,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Departamento de ventas

Tabla 38:

Servicios Básicos Departamento de Ventas

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Luz	10,00	120,00
Agua	5,00	60,00
Teléfono	20,00	240,00
Internet	15,00	180,00
Total	50,00	600,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.1.2.4 Costo unitario de producción

Tabla 39: CUP

Concepto	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	10,10	121,20
Mano Obra Directa	1,88	22,56
CIF	2,02	24,24
Total	14,00	143,76

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

La tabla que presentamos anteriormente nos indica el costo unitario de producción en la fabricación de cada camiseta dando como resultado de \$ 14,00.

5.1.2.5 Cálculo de ingresos operacionales

Luego de haber computarizado los tres principales valores de costos, procedemos a desarrollar el cálculo de los ingresos operacionales lo cual vamos a considerar una utilidad del 40%

Tabla 40:

Calculo Ingreso Operacional

MPD	10,10	MPD	
MOD	1,88	MOD	0,00
CIF	2,02	CIF	0,00
Total	14,00	Total	0,00
INGRESOS OPERACIONALES			
Concepto	Camisetas		Costo de ventas
Costo de Ventas Unitario	14		8400
Utilidad del 40%	5,6	0	
P.V.P	19,6	0	
Venta Mensual	600	600	
Ingresos Mensuales	11760	0	
Ingresos Anuales	141120	0	
		TOTAL CV	8400
		MENSUAL	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.1.2.6 Ingresos operacionales proyectados

Para el presente proyecto realizaremos la proyección con un lapso de estabilidad estándar de 5 años

Tabla 41:

Ingresos Operacional Proyectado

Tasa	%	
Tasa de crecimiento	1,56	1,0156
Tasa de Inflación	1,12	1,0112

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Tabla 42:

Ingresos Operacional Proyectado

Descripción	Año base		2017	Año 2018		
	Cantidad Anual	Valor unitario	Ingreso	Cantidad	Valor unitario	Ingreso
Camisetas con estampes personalizados con luces led	7200	19,60	141120,00	7312	19,82	143321,47
TOTALES			141120,00	1219,00	0,00	143321,47

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Tabla 48:

Ingresos Operacional Proyectado

Año 2019			Año 2020		
Cantidad	Valor unitario	Ingreso	Cantidad	Valor unitario	Ingreso

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

7426	20,13	145557,29	7542	20,35	147827,98
7426,39		145557,29	7542,24		147827,98

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Tabla 48:

Ingresos Operacional Proyectado

Año	2021		Año	2022	
Cantidad	Valor unitario	Ingreso	Cantidad	Valor unitario	Ingreso
7660	20,58	150134,10	7779	20,81	152476,19
7659,90		150134,10	7779,40		152476,19

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.2 Costos

“Son los desembolsos que realiza la empresa para la fabricación o elaboración de un producto o la prestación de un servicio” (Ing. German Morillo, pág. 12)

5.2.1 Costo directo

“Son aquellos que se identifican o cuantifican en forma directa con el producto terminado; tales como materia prima directa, mano de obra directa.” (Ing. German Morillo, pág. 15)

5.2.2 Costos indirectos

“Son aquellos que no se pueden identificar o cuantificar fácilmente con el producto terminado; tales como: materiales indirectos, mano de obra indirecta, energía, depreciaciones, etc.” (Ing. German Morillo, pág. 15)

5.2.3 Gastos administrativos

“Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de Producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo.” (Nuñez Montenegro, 2014)

Gasto personal administrativo

Tabla 49:

Gasto Personal Administrativo

Concepto	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Administrador	500,00	41,67	30,50	60,75	41,65	553,07	6636,80
Vendedor	400,00	33,33	30,50	48,60	33,32	448,55	5382,64
Total						553,07	6636,80

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Material de limpieza

Tabla 43:

Material de Limpieza

Descripción	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Anual
Escoba	3	1,50	4,50
Trapeador	3	1,50	4,50
Recogedor	2	1,50	3,00
Desinfectante	4	1,75	7,00
Cloro	4	2,00	8,00
Eliminador de olores	4	5,00	20,00
TOTAL	20	13,25	47

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Suministros de oficina

Tabla 44:

Suministro de Oficina

Descripción	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Anual
Resma de Papel	4	3,80	15,20
Block de Facturas	4	12,00	48,00
Bolígrafos	4	0,35	1,40
Lápices	3	0,75	2,25
Grapas	2	1,10	2,20
Clips	3	0,90	2,70

Archivadores	3	2,50	7,50
TOTAL	23	21,4	79,25

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: David Collaguazo S.

Sueldo contador externo

Tabla 45:

Sueldo Contador Externo

Concepto	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (11,15%)	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Contador Externo	400,00	-	-	-	-	400,00	4800,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Otros gastos administrativos

Tabla 46:

Otros Gastos Administrativo

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Servicios Básicos	432,00	5184,00
	400,00	4800,00
TOTAL	832,00	9984,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: David Collaguazo S.

Proyección de gastos administrativos

Tabla 47:

Proyección de Gatos Administrativos

Descripción	Año Actual (2017)	Tasa de inflación 1,12%	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos de Personal	12019,44	1,0112	12.154,06	12.290,18	12.427,83	12.567,02	12.707,78
Materiales de limpieza	47,00	1,0112	47,53	48,06	48,60	49,14	49,69
Suministros de oficina	79,25	1,0112	80,14	81,04	81,94	82,86	83,79
Servicios básicos	5184,00	1,0112	5.242,06	5.300,77	5.360,14	5.420,17	5.480,88
TOTAL	17329,69	-	17523,78	17720,05	17918,51	18119,20	18322,14

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.2.4 Costo de ventas

“Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas.” (Slideshare, 2014)

5.2.4.1 Elemento del costo de ventas

- ❖ Materiales directos
- ❖ Mano de obra directa
- ❖ Costos indirectos de fabricación

5.2.4.2 Gasto de ventas

Tabla 48:

Gasto de Ventas

Descripción	Cantidad Anual	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Publicidad	-	-	150,00	1800,00
Artículos promocionales			100,00	1200,00
Servicios básicos	-		88,00	1056,00
TOTAL			338,00	4056,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Proyección gasto de ventas

Tabla 56:

Proyección Gasto de Ventas

Descripción	Año Actual (2017)	Tasa de crecimiento poblacional 1,0152%	2018	2019	2020	2021	2022
Gastos de Ventas	4056,00	1,0152	4117,65	4180,24	4243,78	4308,28	4373,77
TOTAL			4117,65	4180,24	4243,78	4308,28	4373,77

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Proyección de costos directos e indirectos

Tabla 49:

Proyección de Costos Directos e Indirectos

Concepto	Venta Anual	Costo	Año Actual (2017)	Inflación anual 2017 (1,12%)
CAMISETAS	7200	14,00	100800	1,0112
TOTAL			100800,00	1,01

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Tabla 57:

Proyección de Costos Directos e Indirectos

2018	2019	2020	2021	2022
101928,96	103070,56	104224,95	105392,27	106572,67
101928,96	103070,56	104224,95	105392,27	106572,67

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo

Proyección de costos anuales

Tabla 58:

Proyección Costos Anuales

Concepto	Tasa de inflación 1,12%	Año base 2017	Año 2018
Costos Fijos			
Depreciación	1,0112	1131,90	1131,90
Amortización de la inversión diferida	1,0112	80,00	80,00
Gastos Administrativos	1,0112	11947,05	12080,86
Total Costo Fijos		13158,95	13292,76
Costo Variables			
Gasto servicio	1,0112	100800,00	101928,96
	1,0112	22,56	22,81
	1,0112	0,00	0,00
Gastos de Ventas	1,0112	4056,00	4101,43
Total Costos Variables		104878,56	106053,20
Total Costos Anuales		118037,51	119345,96

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Tabla 58:

Proyección Costos Anuales

Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
1131,90	1131,90	691,90	691,90
80,00	80,00	80,00	80,00
12216,16	12352,98	12491,34	12631,24
13428,06	13564,88	13263,24	13403,14
103070,56	104224,95	105392,27	106572,67
23,07	23,33	23,59	23,85
0,00	0,00	0,00	0,00
4147,36	4193,81	4240,78	4288,28
107241,00	108442,09	109656,65	110884,80
120669,06	122006,98	122919,88	124287,94

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.2.5 Costos financieros

“Los costos financieros son los que se originan por la obtención de recursos ajenos que la empresa necesita para su desenvolvimiento y funcionamiento operativo.”

(Vasquez Gissella, 2013)

5.2.6 Costos fijos y variables

“Los costos fijos son aquellos que se mantiene constantes cualquiera que sea el volumen de producción; tales como: arriendos, seguros, depreciaciones, etc.” (Ing. German Morillo, pág. 16)

“Los costos variables son aquellos que varían proporcionalmente, de acuerdo al volumen de producción; tales como materia prima, mano de obra.” (Ing. German Morillo, pág. 16)

5.2 Inversiones

La inversión es una cierta cantidad de dinero que vamos a invertir en la creación de la microempresa que se va a dedicar a la producción y comercialización de camisetas con estampes personalizados con luces led.

5.2.1 Inversión fija

“La inversión fija tiene una vida útil mayor a un año se deprecian, tal es el caso de las maquinarias, equipos, muebles y enseres, vehículos y otros. Los terrenos son los únicos activos que no se deprecian. La inversión en activos fijos se recupera mediante el mecanismo de depreciación, donde se llama inversión fija porque el proyecto no puede

desprenderse fácilmente de él sin que con ello perjudique la actividad productiva.”

(Papuel Jimena, 2012)

5.2.1.1 Activos fijos

“Son todos aquellos bienes de uso que posee la empresa y que son utilizados en la actividad productora de ingresos y los mismos poseen una vida útil que no se extingue con el primer uso. Ejemplo de estos son las maquinarias que se utilizan en una línea productiva.” (Blinder Franco, 2013)

5.2.1.2 Activos nominales (Diferidos)

Los activos nominales o activos diferidos son los honorarios precisos para el funcionamiento de la microempresa.

5.2.2 Capital de trabajo

“El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio” (Contabilidad Puntual, 2012)

Tabla 59:

Capital de Trabajo

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Valor Total
Costo de Producción	8.400,00	8.400,00	8.400,00	25.200,00
Gasto Administrativo	1.844,14	1.844,14	1.844,14	5.532,42
Gasto de ventas	338,00	338,00	338,00	1.014,00
Total	10582,14	10582,14	10582,14	31746,42

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

El capital de trabajo o también se lo conoce como activos corrientes son todos aquellos gastos que se paga como: los servicios básicos, materia prima directa, gasto de venta y los sueldos del personal.

Cuadro de inversiones

Tabla 60:

Cuadro de Inversiones

Concepto	Uso de Fondo	Recurso Propio	Recurso Financiero
Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	4892,00	3440,00	1452,00
Muebles y Enseres	1847,00	132,00	1715,00
Equipo de Computación	1320,00	740,00	580,00

Equipo de Oficina	180,00	45,90	134,10
Total Activos Fijos	8239,00	4357,90	3881,10
Activos Diferidos			
Gasto de constitución	400,00	400,00	0,00
			0,00
Total Activos Diferidos	400,00	400,00	0,00
Capital de Trabajo			
gasto de servicios	8400,00	1500,00	6900,00
Gasto Administrativo	1395,59	562,74	832,85
Gasto de Ventas	338,00	450,34	-112,34
Total Capital de Trabajo	10133,59	2513,08	7620,51
Total de Inversión	18772,5875	7270,98	11501,6075
Participación	1	0,38731901	0,61268099

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.2.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

La fuente de financiamiento y uso de fondo es el trámite monetario financiero que se pide para llevar a cabo una actividad económica.

5.2.4 Amortización de financiamiento

“La amortización financiera se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo (un préstamo por ejemplo), a través de la distribución de pagos en el tiempo. Aunque también se puede acordar el pago de todo el préstamo de una sola vez.” (Economipedia, 2016)

“Cuando tenemos un préstamo, crédito o hipoteca, cada pago que realizamos se compone del capital prestado y los intereses que acompañan a la financiación. La amortización financiera se corresponde a la parte del capital devuelto a una determinada fecha. Este tipo de productos, suelen ser de prestación única (ponen a nuestra disposición cierta cantidad de dinero que hemos requerido) y contraprestación múltiple, que serán los pagos a realizar en el tiempo que hayamos acordado la devolución.” (Economipedia, 2016)

Formas de amortizar un préstamo

“Es decir, devolverlo en función de las necesidades y lo que hayamos negociado en el acuerdo de financiación.” (Economipedia, 2016)

Método de amortización francés

“Es el más utilizado en nuestro entorno. Se trata de establecer una cuota que permanece igual durante todo el periodo. La cuota se compone de los intereses, que irán de forma descendiente hasta la amortización de todo el préstamo, y el capital, que irá suponiendo una mayor importancia en la cuota durante el tiempo de amortización.” (Economipedia, 2016)

Método de amortización americano

“En este caso lo que va pagando periódicamente son los intereses, mientras que el principal del préstamo (capital) se abonará íntegramente en la última cuota. Siguiendo el ejemplo anterior, pagaríamos anualmente 2.000 euros de intereses, y en la última amortización se abonarán 52.000€.” (Economipedia, 2016)

Amortización del dinero

Tabla 50:

Amortización de Dinero

Concepto	Valor	Vida Útil	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Gasto de Constitución	400,00	5	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.2.5 Depreciaciones

“La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste y pérdida de valor que sufre un bien o un activo por el uso que se haga de él.” (Gerencie, 2017)

Tabla 51:

Depreciaciones

Descripción	Valor de Compra	Vida Útil	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Maquinaria y Equipo	4892,00	10	489,20	489,20	489,20	489,20	489,20
Muebles y Enseres	1847	10	184,70	184,7	184,7	184,70	184,70
Equipo de Computación	1320	3	440,00	440	440	0,00	0,00
Equipo de Oficina	180	10	18,00	18	18	18,00	18,00
TOTAL	8239	-	1131,90	1131,90	1131,90	691,90	691,90

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.2.6 Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado.” (Freire Gabriela, 2015)

Tabla 52:

Balance Situación Inicial

D'VAIK			
BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
AL 31 DE DICIEMBRE 2016			
Activos		Pasivo	
Activos Corriente		Pasivo Corriente	
Caja Bancos	10582,14	Cuentas por pagar	-
Total Activo Corriente	10582,14	Total Pasivo Corriente	0,00
Activos Fijos		Pasivo a Largo plazo	
Maquinaria y Equipo	4892,00	Préstamo bancario	0,00
Muebles y Enseres	1847,00	Total Pasivo a Largo plazo	0,00
Equipo de Computación	1320,00		
Equipo de Oficina	259,25	Total Pasivos	0,00
Total Activos Fijos	8318,25		
Otros Activos			
Gasto de constitución	400,00	Patrimonio	
Estudio de Factibilidad	0,00	Capital	19300,39
Total Otros Activos	400,00	Total Patrimonio	19300,39
Total Activos	19300,39	Total Pasivo + Patrimonio	19300,39

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

PROPIETARIO

CONTADOR

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

5.2.7 Estado de resultados proyectado

“El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio.” (Castro Julio, 2015)

Objetivos del estado de resultados

“Realizar una evaluación precisa de la rentabilidad de tu empresa, su capacidad de generar utilidades, de igual manera es importante para conocer de qué manera puedes optimizar tus recursos para maximizar tus utilidades.” (Castro Julio, 2015)

“Medir el desempeño de la empresa, es decir, cuánto estás invirtiendo por cada peso que estás ganando.” (Castro Julio, 2015)

“Obtener un mejor conocimiento para determinar la repartición de los dividendos ya que éstos dependen de las utilidades generadas durante el periodo.” (Castro Julio, 2015)

“Estimar los flujos de efectivo al poder realizar proyecciones de las ventas de manera más precisa al utilizar el estado de resultados como base.” (Castro Julio, 2015)

“Identificar en qué parte del proceso se están consumiendo más recursos económicos.” (Castro Julio, 2015)

Componentes del estado de resultados

“Los elementos de un estado financiero se agrupan de la siguiente manera: ingresos, costos y gastos. En base a estos tres rubros principales se estructura el reporte.”

“Las principales cuentas que lo conforman son las siguientes:” (Castro Julio, 2015)

Ventas

“Este dato es el primero que aparece en el estado de resultados, debe corresponder a los ingresos por ventas en el periodo determinado.” (Castro Julio, 2015)

Costo de ventas

“Este concepto se refiere a la cantidad que le costó a la empresa el artículo que está vendiendo.” (Castro Julio, 2015)

Utilidad o margen bruto

“Es la diferencia entre las ventas y el costo de ventas.” (Castro Julio, 2015)

Gastos de operación

“En este rubro se incluyen todos aquellos gastos que están directamente involucrados con el funcionamiento de la empresa. .” (Castro Julio, 2015)

Utilidad sobre flujo

“Es un indicador financiero que mide las ganancias o utilidad que obtiene una empresa sin tomar en cuenta los gastos financieros, impuestos y otros gastos contables.” (Castro Julio, 2015)

Depreciaciones y amortizaciones

“Son importes que de manera anual se aplican para disminuir el valor contable a los bienes tangibles que la empresa utiliza para llevar a cabo sus operaciones (activos fijos).” (Castro Julio, 2015)

Utilidad de operación

“Se refiere a la diferencia que se obtiene al restar las depreciaciones y amortizaciones al EBITDA, indica la ganancia o pérdida de la empresa en función de sus actividades productivas.” (Castro Julio, 2015)

Gastos y productos financieros

“Son los gastos e ingresos que la compañía tiene pero que no están relacionados de manera directa con la operación de la misma.” (Castro Julio, 2015)

Utilidad antes de impuestos

“Este concepto se refiere a la ganancia o pérdida de la empresa después de cubrir sus compromisos operacionales y financieros.” (Castro Julio, 2015)

Impuestos

“Contribuciones sobre las utilidades que la empresa paga al gobierno.” (Castro Julio, 2015)

Utilidad neta

“Es la ganancia o pérdida final que la empresa obtiene resultante de sus operaciones después de los gastos operativos, gastos financieros e impuestos.” (Castro Julio, 2015)

Tabla 53:

Estado de Resultados Proyectado

CAMISETAS CON LUCES LED						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas						
CAMISETAS CON LUCES LED	141.120,00	143.321,47	145.557,29	147.827,98	150.134,10	152.476,19
Total Ventas	141.120,00	143.321,47	145.557,29	147.827,98	150.134,10	152.476,19
COSTO DE PRODUCCION	100.800,00	101.928,96	103.070,56	104.224,95	105.392,27	106572,67
(=) Utilidad Bruta en Ventas	40.320,00	41.392,51	42.486,72	43.603,03	44.741,82	45.903,52
(-) Gastos Administrativos	17.329,69	17.523,78	17.720,05	17.918,51	18.119,20	18322,14
(-) Gasto de Ventas	4.056,00	4.101,43	4.147,36	4.193,81	4.240,78	4288,28
(-) Depreciaciones	1.131,90	1.131,90	1.131,90	691,90	691,90	691,90
(-) Amortización del Diferido	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
(=) Utilidad Operacional	17.722,41	18.555,40	19.407,41	20.718,80	21.609,94	22.521,20
(+/-) Otros Ingresos o Gastos	-	-	-	-	-	-
(=) Utilidad Antes de Participación e Imp.	17.722,41	18.555,40	19.407,41	20.718,80	21.609,94	22.521,20

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

(-) 15% Participación de Trabajadores	2.658,36	2.783,31	2.911,11	3.107,82	3.241,49	3.378,18
(=) Utilidad antes de Impuestos	15.064,05	15.772,09	16.496,30	17.610,98	18.368,45	19.143,02
(-) 22% Impuesto a la Renta	3.314,09	3.469,86	3.629,19	3.874,42	4.041,06	4.211,47
(=) Utilidad Neta	11.749,96	12.302,23	12.867,11	13.736,56	14.327,39	14.931,56

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.2.8 Flujo de caja

“El flujo de caja hace referencia a las salidas y entradas netas de dinero que tiene una empresa o proyecto en un período determinado.” (Economipedia, 2017)

“Los flujos de caja facilitan información acerca de la capacidad de la empresa para pagar sus deudas. Por ello, resulta una información indispensable para conocer el estado de la empresa. Es una buena herramienta para medir el nivel de liquidez de una empresa.” (Economipedia, 2017)

5.2.8.1 Tipos de flujos de caja

Flujos de caja de operaciones (FCO)

“Dinero ingresado o gastado por actividades directamente relacionadas con la de la empresa.” (Economipedia, 2017)

Flujos de caja de inversión (FCI)

“Dinero ingresado o gastado resultado de haber dedicado un dinero a un producto que nos beneficiará en el futuro, por ejemplo, maquinaria.” (Economipedia, 2017)

Flujo de caja financiero (FCF)

“Dinero ingresado o gastado como resultado de operaciones directamente relacionadas con el dinero, como compra de una parte de una empresa, pago de préstamos, intereses.” (Economipedia, 2017)

Análisis

El flujo de caja es el que nos refleja la cantidad de dinero que entra y sale de la microempresa cada año, al igual este flujo es muy utilizado para realizar los cálculos de los índices financieros como lo es el VAN, TIR para así mediante estos indicadores analizar la situación de la microempresa y verificar si es viable o no el proyecto

Tabla 54:

Flujo de Caja Proyectado

D'VAIK						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DESCRIPCIÓN	Año Actual (2017)	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas						
CAMISETAS CON LUCES LED		143.321,47	145.557,29	147.827,98	150.134,10	152.476,19
Total Ventas		143.321,47	145.557,29	147.827,98	150.134,10	152.476,19
(-) COSTO DE PRODUCCION		101.928,96	103.070,56	104.224,95	105.392,27	106.572,67
(=) Utilidad Bruta en Ventas		41.392,51	42.486,72	43.603,03	44.741,82	45.903,52
(-) Gastos Administrativos		17.523,78	17.720,05	17.918,51	18.119,20	18.322,14
(-) Gasto de Ventas		4.101,43	4.147,36	4.193,81	4.240,78	4.288,28
(-) Depreciaciones		1.131,90	1.131,90	1.131,90	691,90	691,90
(-) Amortización del Diferido		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

(=) Utilidad Operacional		18.555,40	19.407,41	20.278,80	21.609,94	22.521,20
(+/-) Otros Ingresos o Gastos		-	-	-	-	-
(=) Utilidad Antes de Participación e Impuesto		18.555,40	19.407,41	20.278,80	21.609,94	22.521,20
(-) 15% Participación de Trabajadores		2.783,31	2.911,11	3.041,82	3.241,49	3.378,18
(=) Utilidad antes de Impuestos		15.772,09	16.496,30	17.236,98	18.368,45	19.143,02
(-) 22% Impuesto a la Renta						
(=) Utilidad Neta		15.772,09	16.496,30	17.236,98	18.368,45	19.143,02
(+) Depreciaciones		1.131,90	1.131,90	1.131,90	691,90	691,90
(+) Amortización del Diferido		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
(-) Amortización de la Deuda						
(-) Inversión	(19.300,39)					
(-) Capital de Trabajo	(10.582,14)					
(+) Préstamo	-					
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	-29882,53	16983,99	17708,20	18448,88	19140,35	19914,92

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.3 Evaluación

5.3.1 Tasa de descuento

“La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro.” (Economipedia, 2017)

“La tasa de descuento es la inversa a la tasa de interés, que sirve para aumentar el valor (o añadir intereses) en el dinero presente. La tasa de descuento, por el contrario, resta valor al dinero futuro cuando se traslada al presente, excepto si la tasa de descuento es negativa, caso que supondrá que vale más el dinero futuro que el actual. La tasa de interés se utiliza para obtener el incremento a una cantidad original, mientras que la tasa de descuento se resta de una cantidad esperada para obtener una cantidad en el presente.” (Economipedia, 2017)

Calculo TMAR

Tabla 66:

TMAR

Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	11,00
(+) Tasa Pasiva	5,12
TMAR	16,12

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Análisis

La tasa de descuento es muy necesario ya que nos permite conocer cuánto va a sumar el dinero del futuro en la actualidad mediante la siguiente formula.

5.3.2 VAN

“El Valor Actual Neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como Valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN).”

“Para ello trae todos los flujos de caja al momento presente descontándolos a un interés determinado. El VAN va a expresar una medida de rentabilidad del proyecto en términos absolutos netos, es decir, en N.º de unidades monetarias (euros, dólares, pesos, etc.).”

$$VAN = -Inv + \frac{\sum fc}{(1 + r)^n}$$

Simbología

Inv.= Inversión

$\sum fc$ = Sumatoria de flujo de efectivo

r = Tipo de interés

n = Años

Tabla 55:

VAN

TMAR	16,12%
Inversión	-19300,39
Año 2017	16983,99
Año 2018	17708,20
Año 2019	18448,88
Año 2020	19140,35
Año 2021	19914,92
VAN	44578,94

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.3.3 TIR

“La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.” (Economipedia , 2017)

“Es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión que está muy relacionada con el Valor Actualizado Neto (VAN). También se define como el valor de

la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero, para un proyecto de inversión dado.” (Economipedia , 2017)

Tabla 68:

TIR

Inversión	-19300,39
Año 2017	16983,99
Año 2018	17708,20
Año 2019	18448,88
Año 2020	19140,35
Año 2021	19914,92
TIR	87,51%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.3.4 PRI

“Es el tiempo requerido para que la microempresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculando a partir de las entradas del efectivo” (Trujillo Evelia, 2014)

Tabla 69:

PRI

Año	Periodo	Flujos de Efectivo Actuales	Factor de Actualización	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
	0	-19300,39083	1	-19300,3908	0
2017	1	16983,99193	0,883236177	15000,87611	15000,87611
2018	2	17708,19895	0,780106145	13814,27482	28815,15093
2019	3	18448,87904	0,689017969	12711,60918	41526,76011
2020	4	19140,34714	0,608565597	11648,1568	53174,9169
2021	5	19914,92376	0,537507152	10704,41395	63879,33086

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Periodo de recuperación a valores

Tabla 70:

Periodo de Recuperación a Valores

	Ingresos	Inversión a Recuperar
Año 1	13814,27	15000,88
1 Mes	1151,19	16152,07
2 Mes	1151,19	17303,26
3 Mes	1151,19	18454,44
4 Mes	1151,19	19605,63
5 Mes	1151,19	20756,82
6 Mes	1151,19	21908,01

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

7 Mes	1151,19	23059,20
8 Mes	1151,19	24210,39
9 Mes	1151,19	25361,58
10 Mes	1151,19	26512,77
11 Mes	1151,19	27663,96
12 Mes	1151,19	28815,15

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo

5.3.5 RCB

La relación costo beneficio debemos de tomar en cuenta de los ingresos son los beneficios y egresos netos viene hacer los costos, estos valores debemos de sacarlo del estado de resultados para poder determinar la ganancia que se va obtener por cada dólar que se invierte en el proyecto.

Tabla 56:

RCB

Años	Sumatoria Flujos Actualizados
2017	15000,88
2018	13814,27
2019	12711,61
2020	11648,16
2021	10704,41
	63879,33
RCB	3,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.3.6 Punto de equilibrio

“Es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida.”

(Crece Negocios, 2012)

Formula del punto de equilibrio

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Tabla 57:

Punto de Equilibrio

Camisetas	
Costos Fijos:	18735,68253
Costo Variable Unitario:	14
Precio:	19,6
Fórmula:	
P.E=	CF
	P-CVU
P.E=	18735,68253
	19,6 - 14
PE=	18735,68253

	5,6
PE=	3345,657594 unidades
Demostración	
Ventas	65574,88885
(-) Costo Variable	46839,20632
(=) Margen de Contribución	18735,68253
(-) Costo Fijo	-18735,6825
(=) Utilidad Operacional	0

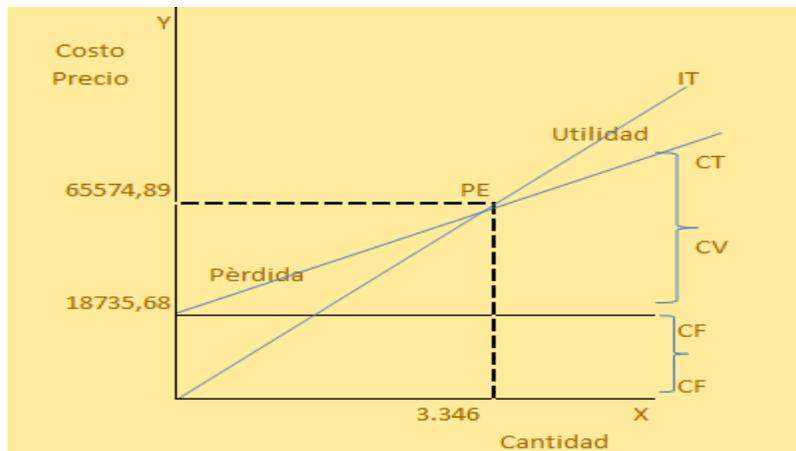
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

Grafico punto de equilibrio

Figura 30:

Punto de Equilibrio



Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

5.3.7 Análisis de índices financieros

5.3.7.1 Margen de utilidad

Este indicador financiero nos permite saber el porcentaje que le queda a los propietarios.

$$\text{Margen de utilidad neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

Tabla 58:

Margen de Utilidad

Margen de Utilidad Neta =	Utilidad Neta
	Ventas
Margen de Utilidad Neta =	12302,23
	141120,00
Margen de Utilidad Neta =	0,09

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.3.7.2 ROA

Este indicador nos indica el beneficio que se obtiene sobre la inversión.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activos}}$$

Tabla 59:

ROA

ROA=	Utilidad Neta
	Total de Activos
ROA=	12302,23
	19300,39
ROA=	0,64

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.3.2 ROE

El rendimiento sobre patrimonio o capital nos admite calcular la rentabilidad que se alcanza sobre el patrimonio de la microempresa.

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$$

Tabla 60:

ROE

ROE=	Utilidad Neta
	Capital Contable
ROE=	12302,23
	7350,23

ROE=	1,67
-------------	-------------

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

5.3.3 ROI

El rendimiento sobre la inversión mide la rentabilidad que alcanza la microempresa sobre la inversión.

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

Tabla 61:

ROI

ROI=	Utilidad Neta
	Inversión
ROI=	12302,23
	19221,14
ROI=	0,64

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: David Collaguazo S.

CAPITULO VI

6.1 Impacto ambiental

“Es el efecto causado por una actividad humana sobre el medio ambiente.

La ecología, que estudia la relación entre los seres vivos y su ambiente, se encarga de medir dicho impacto y de tratar de minimizarlo.” (Perez Julián, 2013)

La microempresa “D´VAIK” se comprueba que tiene un impacto ambiental medio, ya que la tela que se va a ocupar es realizada por medio de reciclaje como son las botellas plásticas entre otros residuos plásticos, por ende lo que sobra de tela nosotros recogeremos en un lugar adecuado ya que esos retazos sobrantes a lo largo nos servirán.

6.2 Impacto Económico

El golpe financiero del vigente proyecto es certificar al cambio de la matriz productiva generando fuentes de empleo y poseer una estabilidad económica a los ciudadanos, asimismo consagrará bienestar económico a los distribuidores de insumos,

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

agencias de expresión para promocionar los productos, para así lograr producir más y tener mayores ingresos. Para de esta manera promover el impulso monetario en el sector artesanal creando mayor rentabilidad.

6.3 Impacto Productivo

La microempresa ostenta con un impacto productivo positivo ya que el gobierno con la ejecución de la matriz productiva ha organizado tácticas para el desarrollo de micro empresas en el sector artesanal, abriendo un sustento económico y competente eso nos ayudará crecer la producción y generar fuentes de trabajo reduciendo el desempleo.

6.4 Impacto Social

El impacto social del proyecto es positivo ya que en el sector donde se pretende instalar la microempresa no tiene mucha competencia, al mercado que estamos enfocado que es la producción y comercialización de camisetas con estampes personalizados con luces led.

CAPITULO VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

- ✓ Concluido el proyecto se finiquita que la ejecución de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de camisetas personalizadas con luces led es realizable ya que tiene un gran mercado y está encaminado tanto a hombres como mujeres.
- ✓ La microempresa impulsará la producción nacional y el avance del sector artesanal alcanzando así un impacto social que favorece a las microempresas de producción y comercialización.
- ✓ Mediante las encuestas realizadas se determinó que la implementación de la micro empresa "D'VAIK" será instalada en el Centro de Quito en el sector de la Plaza Grande

7.2 Recomendaciones

IMPULSAR EL SECTOR MICRO EMPRESARIAL MEDIANTE EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMISETAS CON ESTAMPES PERSONALIZADOS CON LUCES LED, UBICADO EN EL CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO EN EL AÑO DEL 2017.

- ✓ Elaborar el proyecto de factibilidad con todas las leyes y normas que establezca el estado para así a la larga no tener ningún tipo de inconvenientes.
- ✓ Los empleados de la microempresa deberán estar asegurados y tener todos los beneficios de la ley.
- ✓ La microempresa deberá instruir y motivar mediante pláticas continuamente a los empleados para poder ofrecer un servicio de eficacia a los clientes.
- ✓ Poseer una táctica para promocionar continuamente sus productos y así obtener mayores clientes y poseer más producción.

Bibliografía

(2004). En J. H. VALLE, *ANALISIS SITUACIONAL* (pág. 16). MEXICO:

AZCAPOTZALCO.

(2004). En F. D. ARROYO, *AMPLIACION DEL CONCEPTO DE REFUGIADO EN EL*

DERECHO INTERNACIONAL CONTEMPORANEO (pág. 151). PERU:

FONDO EDITORIAL DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA

DEL PERÚ.

Administracion Moderna. (Abril de 2012). Obtenido de Administracion Moderna:

<http://www.administracionmoderna.com/2012/04/la-gestion-operativa-y-la-gestion.html>

Amado, Y. (Viernes de Febrero de 2014). *Prezi*. Obtenido de

<https://prezi.com/hip3waefcfql/diseno-e-ingenieria-del-producto/>

Artesanos Ecuador. (s.f.). Obtenido de Artesanos Ecuador:

<http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=14&idiom=1>

Artesanos Ecuador. (s.f.). Obtenido de Artesanos Ecuador:

<http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&submenu2=14&idiom=1>

Blinder Franco. (Febrero de 2013). *Maestro Financiero*. Obtenido de

<http://maestrofinanciero.com/activos-fijos/>

Bolaño, N. L. (Agosto de 2010). *Concepto*. Obtenido de Concepto:

<http://elrespetoenlaunadstamta.blogspot.com/2010/08/concepto.html>

Carreño, N. (Marzo de 2014). *Prezi*. Obtenido de

<https://prezi.com/fkmtpg1vzu2p/demanda-actual-y-futura/>

Castro Julio. (Febrero de 2015). *Blog Corponet*. Obtenido de

<http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>

Codificacion a la ley de defensa del artesano. (Mayo de 1997). Obtenido de

Codificacion a la ley de defensa del artesano:

<http://www.correolegal.com.ec/bdcs/noto67/nl00010.pdf>

Comercio Exterior. (Agosto de 2010). Obtenido de Comercio Exterior:

<http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2010/08/codigo-produccion-preguntas-frecuentes.html>

Contabilidad Puntual. (Febrero de 2012). Obtenido de

<https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>

Crece Negocios. (Abril de 2012). Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>

CreceNegocios. (Julio de 2011). Obtenido de CreceNegocios:
<http://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>

Decrecimiento. (Noviembre de 2014). Obtenido de
<http://www.decrecimiento.info/2014/11/que-es-el-proceso-productivo.html>

DefinicionABC. (2007). Obtenido de DefinicionABC:
<https://www.definicionabc.com/social/trabajo-en-equipo.php>

Drawing your life. (Julio de 2013). Obtenido de Drawing your life:
<https://pmdsgns.wordpress.com/tag/primera-camiseta-estampada/>

Eco-Finanzas. (s.f.). Obtenido de Eco-Finanzas: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/POBLACION_ECONOMICAMENTE_ACTIVIA.htm

ECONOMIA SIMPLE. (2016). Obtenido de ECONOMIA SIMPLE:
<http://www.economiasimple.net/inflacion-definicion-y-tipos.html>

ECONOMIA Y ALGO MAS. (SEPTIEMBRE de 2012). Obtenido de ECONOMIA Y
ALGO MAS:

<http://econiaparatosyalgomas.blogspot.com/2012/09/producto-interno-bruto.html>

Economipedia . (Enero de 2017). Obtenido de

<http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>

Economipedia. (Octubre de 2016). Obtenido de

<http://economipedia.com/definiciones/amortizacion-financiera.html>.

Economipedia. (Marzo de 2017). Obtenido de

<http://economipedia.com/definiciones/flujo-de-caja.html>

Economipedia. (Julio de 2017). Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>

Emprende con valores. (Marzo de 2013). Obtenido de *Emprende con valores*:

<http://emprendeconvalores.blogspot.com/2013/03/el-valor-del-compromiso.html>

Emprendices . (Agosto de 2010). Obtenido de *Emprendices*:

<https://www.emprendices.co/que-es-el-foda/>

FASHION BOUTIQUE. (MAYO de 2013). Obtenido de *FASHION BOUTIQUE*:

<http://andreadiaz2803.blogspot.com/2013/05/jeans-blusas-y-camisas.html>

Federico Anzil. (Enero de 2012). *Zona Economica*. Obtenido de

<http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Foros Ecuador. (Julio de 2013). Obtenido de Foros Ecuador:

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/2283-ley-de-compa%C3%B1%C3%ADas-del-ecuador-actualizada-y-vigente-2017>

Foros Ecuador. (Febrero de 2016). Obtenido de Foros Ecuador:

<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/34066-requisitos-para-sacar-la-patente-municipal-de-quito>

Freire Gabriela. (Enero de 2015). *Slideshare*. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/GabrielaFreire02/estado-de-situacion-inicial-43600367>

Gaytán, R. T. (2005). *Teoria del comercio internacional*. Mexico: Siglo xxi editores.

Gerencie. (Marzo de 2017). Obtenido de <https://www.gerencie.com/depreciacion.html>

Gestiopolis. (Noviembre de 2000). Obtenido de Gestiopolis:

<https://www.gestiopolis.com/tasa-activa-y-tasa-pasiva-que-son/>

Gestiopolis. (Marzo de 2001). Obtenido de Gestiopolis:

<https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>

Gestiopolis. (Julio de 2006). Obtenido de Gestiopolis:

<https://www.gestiopolis.com/tasas-de-interes/>

GESTIOPOLIS. (NOVIEMBRE de 2011). Obtenido de GESTIOPOLIS:

<https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>

Hernandez, P. (Noviembre de 2008). *Factores Legales*. Obtenido de Factores Legales:

<http://factoreslegales.blogspot.com/>

Hugo, I. (Julio de 2008). *Manual de Ingeniería Industrial*. Obtenido de Manual de

Ingeniería Industrial:

<http://manualingenieriaindustrial.blogspot.com/2008/07/definicion-de-los-clientes-internos-y.html>

Ing. German Morillo. (s.f.). *Guía de Contabilidad de Costos*. Obtenido de

<http://definicion.de/costo/>

Jimenez, J. C. (2008). *El Valor de los Valores*. Obtenido de El Valor de los Valores:

<http://elvalordelosvalores.com/definicion-de-los-valores/>

Ministerio de Industrias y Productividad. (Octubre de 2003). Obtenido de Ministerio de

Industrias y Productividad: <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/A2-LEY-DE-FOMENTO-ARTESANAL.pdf>

Montilla, F. (Octubre de 2007). *Zona Economía*. Obtenido de Zona Economica:

<http://www.zonaeconomica.com/riesgo-pais>

Montoya, J. D. (Junio de 2012). *Actividades económicas*. Obtenido de

<http://www.actividadeseconomicas.org/2012/06/bienes-y-servicios.html>

Motino, J. A. (Junio de 2014). *Scribd*. Obtenido de

<https://es.scribd.com/doc/50859402/LOCALIZACION-OPTIMA-DEL-PROYECTO>

Municipalidad Distrital. (2016). Obtenido de Municipalidad Distrital:

<http://www.muniparamonga.gob.pe/licencias-de-funcionamiento/>

Muñiz, R. (Enero de 2017). *Marketing XXI*. Obtenido de Marketing XXI:

<http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-producto-34.htm>

Núñez Montenegro. (2014). *FundaPymes*. Obtenido de

<http://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>

Observatorio económico social. (Martes de Noviembre de 2015). Obtenido de

<http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>

Papuel Jimena. (Julio de 2012). *Slideshare*. Obtenido de

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

Pedrosa, S. (Octubre de 2016). *Economipedia*. Obtenido de

<http://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Peñalver, P. (Noviembre de 2012). *Proyecto Empresarial*. Obtenido de Proyecto

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

Perez Julián. (2013). *Concepto de Impacto Ambiental*. Obtenido de

<http://definicion.de/impacto-ambiental/>

Porto, J. P. (2012). *Definicion*. Obtenido de Definicion:

<http://definicion.de/responsabilidad/>

Porto, J. P. (2012). *Definicion de*. Obtenido de Definicion de :

<http://definicion.de/competencia/>

Porto, J. P. (2014). *Definicion de*. Obtenido de Definicion de:

<http://definicion.de/proveedor/>

Promonegocios.net. (Junio de 2008). Obtenido de

<https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>

Reglamento para aplicacion ley de regimen tributario interno. (Diciembre de 2013).

Obtenido de Reglamento para aplicacion ley de regimen tributario interno:

http://www.espol.edu.ec/sites/default/files/archivos_transparencia/Reglamento%20para%20la%20Aplicaci%C3%B3n%20de%20la%20Ley%20de%20R%C3%A9gimen%20Tributario%20Interno%20actualizado%20a%20enero%202013.pdf

Robbins, S. P. (2005). *Administracion* . Mexico: Pearson Educacion.

Salazar, R. E. (Octubre de 2013). *Gestion Administrativa*. Obtenido de Gestion

Administrativa: <http://gestionadministrativaugma2013.blogspot.com/>

Salgado, C. (Lunes de Mayo de 2013). *El blog todologo* . Obtenido de

<http://christblogger72.blogspot.com/2013/05/la-macro-y-micro-localizacion.html>

Sildeshare. (Agosto de 2011). Obtenido de Sildeshare:

<https://es.slideshare.net/abigail0791/marketing-producto-precio-plaza-8994266>

Sildeshare. (Mayo de 2012). Obtenido de Sildeshare:

<https://es.slideshare.net/luismarlmg/estructura-organizacional-13045747>

Sildeshare. (Abril de 2015). Obtenido de [https://es.slideshare.net/abaltre/el-concepto-de-](https://es.slideshare.net/abaltre/el-concepto-de-la-demanda)

[la-demanda](https://es.slideshare.net/abaltre/el-concepto-de-la-demanda)

Slideshare. (Miercoles de Mayo de 2012). Obtenido de

<https://es.slideshare.net/Klessys/tamao-de-un-proyecto-12961692>

Slideshare. (Noviembre de 2014). Obtenido de

<https://es.slideshare.net/MELGARRD/costo-de-ventas>

SRI. (Junio de 2015). Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/de/web/10138/92>

Thompson, I. (Abril de 2008). *Marketing free*. Obtenido de Marketing free:

<http://www.marketing-free.com/precio/definicion-precio.html>

Thompson, I. (Julio de 2009). *Promonegocios*. Obtenido de Promonegocios:

<https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Thompson, I. (Junio de 2010). *MarketingIntensivo*. Obtenido de MarketingIntensivo:

<http://www.marketingintensivo.com/articulos-promocion/que-es-promocion.html>

Trujillo Evelia. (Julio de 2014). *Slideshare*. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/eveliatrujillo/periodo-de-recuperacin-de-la-inversin-van>

Vasquez Gissella. (Noviembre de 2013). *Prezi*. Obtenido de

<https://prezi.com/x5aux4bhd-vj/costos-financieros/>

Web. (Septiembre de 2012). Obtenido de Web:

<https://webdesignerandmore.wordpress.com/2012/09/25/que-es-diseno-web/>