ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

"APORTAR A LA TRANSFORMACIÓN DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MOCHILAS CONVERTIBLES EN CHOMPAS UBICADO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO"

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de tecnóloga en administración industrial y de producción.

Autora: María Esperanza López Santafé

Tutor: Ing. Richard Pillajo Anaguano

Lector: Ing. Juan Guevara Samaniego

Marzo 2015

Quito - Ecuador

DECLARATORIA

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

María Esperanza López Santafé

C.I.0503376816

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración industrial y de la producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnóloga en Administración Industrial y de la producción, la estudiante participa en el proyecto de grado denominado "APORTAR A LA TRANSFORMACIÓN DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MOCHILAS CONVERTIBLES EN CHOMPAS AL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO "el cual incluye la creación y desarrollo del proyecto mochilas convertibles en chompas, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del proyecto mochilas convertibles en chompas, motivo por el

cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

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

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del proyecto

mochilas convertibles en chompas que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del proyecto mochilas convertibles en chompas a favor del Cesionario.

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

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

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

recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 19 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) _____	f) _____
C.C. N° 0503376816	Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CEDENTE	**CESIONARIO**

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la salud, la inteligencia, la sabiduría y la perseverancia para superar los obstáculos y aprovechar las oportunidades que se han presentado a lo largo de la vida.

A mis padres, por ser el pilar primordial para la terminación de un ideal en mi vida. Gracias por ese amor genuino.

A mi esposo, por su apoyo incondicional. Gracias por ser parte de mi vida.

Gracias al Ing. Richard Pillajo por la acogida y apoyo recibido durante el desarrollo del proyecto y por inestimable ayuda y paciencia, y por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso del desarrollo del proyecto. En favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

María Esperanza López Santafé

C.I.0503376816

DEDICATORIA

A mi Dios Altísimo, porque cuando busque ayuda en los hombres no la encontré y en mi desesperación y angustia a la última persona en recurrir fue a ti, y fuiste tú la primera persona en responder. Bendito sea tu nombre por siempre, porque gracias a ti mi señor Dios, yo estoy donde estoy.

A mi amado esposo Miguel Ángel Hidrobo Estrada que ha sido el impulso durante el desarrollo del proyecto y el pilar principal para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amigo y compañero inseparable, fuente de calma y consejo en todo momento.

A mis Padres, Blanca Piedad Santafé Rocha, Segundo José Benedicto López que con su amor y enseñanza han sembrado las virtudes que se necesita para vivir con anhelo y felicidad.

María Esperanza López Santafé

C.I.0503376816

Índice

Contenido

CAPITULO I.....21

1. Introducción 21

1.1 Justificación 22

1.1.1 Lugar 23

1.1.2 Tiempo 25

1.1.3 Necesidad 27

1.1.4 Causas 27

1.1.5 Consecuencias 28

1.1.6 Beneficio 28

1.1.7 Importancia 29

1.2 Antecedentes 30

1.2.1 Competencia 30

1.2.2 Productos 32

Capítulo II 33

2. Análisis situacional 33

2.1 Entorno externo 33

2.1.1 Factor económico 33

2.1.1.1 Producto Interno Bruto 33

2.1.1.2 Inflaciones 36

2.1.1.3 Tasa de empleo y desempleo 37

2.1.1.3.1 Tasa de empleo 37

2.1.1.3.2 Tasa de desempleo 39

2.1.1.4 Balanza comercial 41

2.1.1.5 Tasa de interés 43

2.1.1.5.1 Tasa activa 43

2.1.1.5.2 Tasa pasiva 45

2.1.2 Factor social 46

2.1.2.1 Educación 46

2.1.2.2 Salud 48

2.1.3 Factor legal 50

2.1.4 Factor tecnológico 54

2.1.5 Factor ambiental 55

2.2 Entorno local 56

2.2.1 Cliente 56

2.2.2 Proveedores 57

2.2.3 Competencia 58

2.3 Análisis organizacional 60

2.3.1 Direccionamiento estratégico 60

2.3.1.1 Misión 60

2.3.1.2 Visión 60

2.3.2 Objetivos 61

2.3.2.1 Objetivos generales 61

2.3.2.2 Objetivos específicos 61

2.3.2.3 Principios y valores 61

2.3.2.3.1 Principios 62

2.3.2.3.2 Valores 63

2.3.3 Gestión administrativa 63

2.3.3.1 Niveles organizacionales 63

2.3.3.1.1 Nivel estratégico 63

2.3.3.1.2 Nivel táctico 64

2.3.3.1.3 Nivel operativo 66

2.3.4 Gestión operativa y comercial 67

2.3.4.1 Gestión operativa 67

2.3.4.2 Gestión comercial 68

2.3.5 Análisis FODA 69

Capítulo III 73

3. Estudio de mercado 73

3.1 Análisis del consumidor 73

3.1.1 Determinación de la población 73

3.1.1.1 Población referencial 73

3.1.1.2 Población potencial 75

3.1.1.3 Población efectiva 75

3.1.1.4 Población 75

3.1.1.5 Muestra 76

3.1.1.6 Diseño de levantamiento de información 77

3.1.1.7 Análisis del estudio de mercado 82

3.2 Oferta 95

3.2.1 Oferta histórica 96

3.2.2 Oferta actual 96

3.3 Producto sustituto 98

3.4 Demanda 99

3.4.1 Demanda histórica 100

3.4.2 Demanda actual 100

Capítulo IV 104

4. Estudio técnico 104

4.1 Tamaño del proyecto 104

4.2 Localización 109

4.2.1 Macro localización 110

4.2.1 Micro localización 111

4.2.2.1 Áreas del sector 112

4.3 Ingeniería del proyecto 113

4.3.1 Diagrama de procesos 115

4.3.2 Flujos de procesos 116

4.3.3 Estructura organizacional 117

4.3.3.1 Descripciones de estructura organizacional 117

4.4 Marketing del proyecto 120

4.4.1 Creación de la marca 120

4.4.2 Creación del slogan o filosofía 120

4.4.3 Estrategia del producto o servicio 121

4.5 Cronograma del proyecto 123

Capítulo V 124

5. Estudio financiero 124

5.1 Ingresos 124

5.2 Costos 125

5.2.1 Gastos administrativos 132

..... 133

5.2.2 Gasto de venta 134

5.2.3 Costo financiero 134

5.2.4 Costo fijo y variable 134

5.2.4.1 Costo fijo 134

5.2.4.2 Costo variable 136

5.3 Inversiones 137

5.3.1 Inversiones fijas 137

5.3.1.1 Activos fijos 138

5.3.1.2 Activos nominales 139

5.3.2 Capital de trabajo 139

5.3.3 Fuente de financiamiento y uso de fondos 139

5.3.4 Amortización de financiamiento 139

5.3.5 Depreciaciones 141

Estado de Situación Inicial 142

Elaborado por: María López 142

Estado de resultados proyectados..... 143

5.3.6 Flujo de caja..... 144

5.4 Evaluación..... 145

5.4.1 Tasa de descuento..... 145

5.4.2 VAN..... 145

5.4.3 TIR..... 146

5.4.4 Periodo de recuperación de la inversión..... 146

5.4.5 Costo beneficio..... 147

5.4.6 Punto de equilibrio..... 147

..... 148

5.4.7 Análisis de sensibilidad financiera..... 149

Capítulo VI..... 152

6. Aspectos administrativos..... 152

6.1 Impacto ambiental..... 152

6.2 Impacto socio económico..... 154

6.2.1 Impacto social..... 154

6.2.2 Impacto económico..... 155

6.3 Otros impactos o beneficios..... 155

6.4 Presupuesto del proyecto..... 155

Capítulo VII 157

7. Conclusiones y recomendaciones..... 157

7.1 Conclusiones..... 157

7.2 Recomendaciones 159

7.3 Bibliografía 160

Anexos 164

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de Factibilidad con el tema "Aportar a la transformación de la matriz productiva, mediante la realización de un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de mochilas convertibles en chompas al norte de la ciudad de Quito"
El proyecto se lo ha planteado, de acuerdo a las condiciones técnicas y necesidades del producto.

A continuación se expone una breve síntesis de lo tratado en cada capítulo, este proyecto de grado cuenta con siete capítulos conclusiones y recomendaciones finales. El primer capítulo parte desde la Introducción preparación del desarrollo del tema a realizarse, el lugar, tiempo, necesidades, causas, consecuencias, beneficios, de las mochilas convertibles en chompas, analizamos nuestra competencia ya sea directa o indirecta y el proceso de nuestro producto a realizarse.

El capítulo II contiene el análisis del contorno externo, los factores económicos como el P.I.B, Inflación, Tasa de Empleo, Tasa de Desempleo, Balanza Comercial, Educación Social, Salud estos factores económicos nos sirve para saber si tenemos una oportunidad o una amenaza para el ingreso de nuestro producto al mercado.

El capítulo III es referente al estudio de mercado, analizamos la determinación poblacional, referencial, potencial y efectiva para poder realizar nuestra herramienta de recopilación de datos por la cual utilizamos la encuesta para el análisis de la oferta y

demanda. La oferta histórica, oferta actual y la oferta proyectada de la misma forma la demanda histórica, demanda actual y demanda proyectada.

En el capítulo IV tenemos el estudio técnico (Ingeniería del proyecto), el tamaño del proyecto, la distribución de las áreas y espacios que se requieran para la realización de las actividades de nuestro producto la, localización, Áreas del sector, los diagramas de procesos, flujos de procesos de las mochilas convertibles en chompas.

La estructura organizacional están las funciones que va a tener cada uno de los trabajadores, la creación de la marca, creación del eslogan y el cronograma del proyecto en la cual esta detallado desde que comenzó la idea del proyecto hasta la implementación del mismo.

El capítulo V contiene el estudio financiero, nuestros costos, gastos y requerimiento de personal la inversión que necesita nuestro proyecto cuanto vamos a producir por día, mes y año y a qué precio saldrá nuestro producto a la venta, nuestros ingresos, flujo de efectivo, este último sirviéndonos para la evaluación del V.A.N, T.I.R, relación costo beneficio y el punto de equilibrio.

Y en los dos últimos capítulos se establece los posibles impactos que tendrá la realización de este nuevo proyecto, en el aspecto ambiental, económico, social. Concluye con las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada destacándonos en la Factibilidad del proyecto.

EXECUTIVE SUMMARY

This feasibility study with the theme "Contributing to the transformation of the roductive matrix, by conducting a feasibility study for the production and marketing of convertible backpacks sweaters north of Quito"

The project has raised, according to the technical conditions and product needs. A brief summary of the discussion in each chapter is exposed, this project has seven chapters degree final conclusions and recommendations. The first chapter starts from the preparation Introduction development topic, place, time, needs, causes, consequences, benefits, convertible backpacks in sweaters made, we analyze our competitors either directly or indirectly and process of our product performed.

Chapter II contains the analysis of the external contour, economic factors such as GDP, Inflation, Employment Rate, Unemployment Rate, Trade Balance, Social Education, Health these economic factors helps us to know if we have an opportunity or a threat to heincome of our product to market.

Chapter III is regarding the market study, we analyzed the population, referential potential and effective to make our data collection tool by which we use the survey to analyze supply and demand determination. The historic deal, current supply and projected the same way historical demand, current demand and projected demand supply.

In Chapter IV we have the technical study (Project Engineering) project size, distribution of areas and spaces required for carrying out the activities of our product, location, industry areas, process diagrams, process flows of convertible backpacks on sweaters.

The organizational structure functions are going to have each of the workers, the creation

of the brand, creating the slogan and the project schedule in which he is detailed sincestarting the project idea to implementation.

Chapter V contains the financial study, our costs, personnel expenses and requests the investment needed regarding our project will produce per day, month and year and at what price will our product sales, our revenues, cash flow, this Finally being useful to the assessment of NPV, IRR, cost benefit and balance point.

And in the last two chapters the possible impacts that the realization of this new project in the environmental, economic, social aspect is established. It ends with the conclusions and recommendations of the research done standing out on the feasibility of the project.

CAPITULO I

1. Introducción

La propuesta de producir y comercializar mochilas convertibles en chompa, para ofrecer en el mercado al norte de la ciudad de Quito, es con la finalidad de ofrecer un producto innovador, de calidad y aportando a la transformación de la matriz productiva, partiendo desde su transformación con la materia prima hasta el producto final, siguiendo un orden lógico y secuencial en lo que respecta a todos sus procesos y su relación con el medio ambiente que lo rodea, además de determinar los capitales a invertir y establecer una planeación a 5 años viable.

Se realizó una investigación de mercado, donde se comprueba el gusto de los consumidores y su relación con lo que se piensa confeccionar para así tener un respaldo más fidedigno.

Para saber si nuestro proyecto es viable entramos a realizar sus respectivos análisis financieros como: inversión, capital de trabajo, flujo de caja. Es también donde se trabaja con instrumentos de medición como lo son el VAN y el TIR, relación costo beneficio y punto de equilibrio llegando a la conclusión de que es factible invertir en este tipo de proyecto.

Luego llevamos a cabo el proceso productivo realizando una muestra de la mochila convertible en chompa, para determinar el tiempo y precio que nos lleva cada proceso en la confección del producto.

1.1 Justificación

Se justifica la investigación exhaustiva y el diagnóstico que llevará a la puesta en marcha de este proyecto, utilizando los recursos adecuadamente basándose en métodos y el respectivo estudio de mercado, para que este producto sea exitoso y productivo.

Se beneficiaran las familias del todo el sector norte de quito, entregando un producto innovador y de calidad, ya que dará importancia de implementar un sistema de gestión de calidad que radica en el hecho de que sirve de plataforma para el desarrollo al interior de la microempresa, una serie de actividades, procesos y procedimientos, encaminados a lograr que las características del producto sean compatibles con los requisitos del cliente, solo conociendo las preferencias de los clientes se evitara el fracaso en este proyecto.

Realizar un análisis amplio sobre el tipo de diseño material que s e puede establecer en las mochilas convertibles en chompa, basándonos en las respuestas establecidas por los consumidores en las encuestas realizadas, por lo que se cubrirá una demanda insatisfecha con producto original, diferente diseño y estilo de mochila convertible en chompa, promocionando con ofertas y descuentos que estén al alcance del bolsillo del consumidor.

Se seleccionara un personal adecuado para la confección de las mochilas convertibles en chompas, para poder reclutar el personal, se hará con instrumentos de medición como lo son pruebas de conocimiento, capacitaremos y mantendremos al personal siempre motivado.

Para la elaboración de mochilas convertibles en chompas se utilizara material de primera calidad, impermeable.

1.1.1 Lugar

Imagen del Norte de Quito

Fuente: http://www.imajenes quito norte&biw

Elaborado por: María López

Para la producción de las mochilas convertibles en chompas lo vamos a realizar al norte de la ciudad de Quito, muchos de los barrios del norte de la ciudad son de carácter residencial donde las nuevas generaciones, los más pudientes y hombres de negocios escogieron para vivir, es también donde se encuentra ubicado el centro financiero, bancario, sede de muchas empresas multinacionales y embajadas, el Servicio de Rentas Internas, la Superintendencia de Bancos, entre otras.

El territorio de Quito presenta, de manera general, un relieve irregular y una particular ubicación ecuatorial que lo definen como un territorio heterogéneo y diverso, con grandes potencialidades, particularmente desde la perspectiva productiva y turística. El territorio distrital abarca una diversidad importante de recursos naturales, pisos climáticos y ecosistemas.

Las variaciones de altura y pluviosidad generan por lo menos quince tipos de clima que van desde el clima nival, que presenta temperaturas menores a los 4 grados centígrados, hasta el clima tropical lluvioso, La ubicación ecuatorial influye para que Quito tenga las mismas horas de día y de noche sin variación durante todo el año. Las dos estaciones una seca de junio a septiembre, y otra lluviosa de octubre a mayo marcan e inciden en los regímenes agrícolas del territorio y establecen formas de relación específicas entre la geografía y la población. Todas las condiciones antes descritas son un espacio propicio para la biodiversidad y Quito sobresale como un territorio de alta biodiversidad. Quito tiene 65 parroquias, 33 rurales y32 urbanas; las primeras en si constituyen un territorio con características propias, formas de asentamiento más bien dispersas, con actividades productivas ligadas a los sectores primarios y secundarios. Las parroquias urbanas por su parte, presentan también diferencias, en relación con la consolidación, tipologías de servicios, conectividad y equipamientos.

Por otro lado, la composición o estructura de la población por sexo y grupos de edad constituye el factor demográfico básico que influye en la identificación de necesidades en la dotación de diversos bienes y la prestación de servicios esenciales. Para el año 2010, a pesar de la disminución en la fecundidad en los últimos decenios, la estructura por edad de la población del DMQ es aun eminentemente joven. El porcentaje

de población joven menor a 15 y 25 años disminuye en el periodo intercensal 2001-2010 en un 1,9% y en un 4% respectivamente. De manera general, la población entre los 15 y 64 años aumentó en un 1,7%, mientras que la población de la tercera edad (65 años y más) se mantiene casi constante. (Quito, 2012-2020)

1.1.2 Tiempo

En la actualidad Quito se concentra el 20% de los establecimientos productivos del país, el 89% del total provincial y el 45% del total nacional de las ventas. Quito aglutina la cuarta parte del total de trabajadores nacionales. En el ámbito comercial y de servicios existe un amplio sistema de comercios distribuido en la ciudad y una amplia oferta de servicios, incluyendo los destinados a turismo En la estructura actual del espacio nacional, Quito es uno de los nodos que determinan la

"bipolaridad actual del sistema de centralidades en el país, marcada por Quito y Guayaquil".

Sus especiales condiciones demográficas, de capital política administrativa, de economía y conectividad- se expresan en un específico desarrollo regional que se caracteriza por la interdependencia y el contacto cotidiano -laboral, de servicios, abastecimiento, consumo y movilidad- entre el Distrito y las jurisdicciones de los cantones limítrofes, la provincia de

Pichincha y las provincias vecinales confieren un rol y relevancia de escala regional en el centro norte del país, lo cual se manifiesta, en términos territoriales, en un desbordamiento de sus límites físicos y administrativos y en procesos de conurbación con los cantones vecinos.

Durante el período 2012 – 2022 el Distrito Metropolitano de Quito profundizará su posición geopolítica estratégica como la Capital del Ecuador. Se explotarán al máximo sus potencialidades como Patrimonio Cultural de la Humanidad; su posición estratégica de conectividad regional, nacional e internacional; su referencia como espacio que alberga a la institucionalidad pública, organismos internacionales, financieros, culturales y comerciales. Se trabajará también por una inserción estratégica del Ecuador en el mundo.

Además se desarrollará su capacidad para asumir mayores competencias dentro de un esquema de autonomías y descentralización, convirtiéndose, a corto plazo, en el primer gobierno autónomo con las competencias de región.

QUITO MODERNO Y PRODUCTIVO

El Distrito reconocerá la vocación productiva diversa que se materializará en oportunidades de desarrollo que aprovechen el espíritu emprendedor y el talento humano de la población, y que promuevan el empleo de calidad, la investigación, la tecnología, la innovación y el desarrollo productivo, para fortalecer los procesos locales pero con proyección a la inserción regional, nacional e internacional en el marco del fomento de la ciudad – región. Se promoverá los servicios modernos de primer nivel y calidad.

El Gobierno del Distrito Metropolitano de Quito asumirá aquellos elementos existentes y potenciales que le posicionen en el panorama del mundo y proyecten un territorio capaz de articular y procesar, al mismo tiempo, el enfoque local de su dimensión productiva y el enfoque global de su inserción en la sociedad moderna.

Quito es la ciudad con la mayor concentración de empresas dedicadas a la actividad comercial a nivel nacional. Según el INEC, el 49% de los establecimientos se

dedican al comercio al por mayor, al por menor y a la reparación de vehículos automotores. (Quito, 2012-2020)

1.1.3 Necesidad

La necesidad de producir las mochilas convertibles en chompas se genera por todas las personas tanto niños jóvenes y adultos, tenemos el hecho de que las personas salen a trabajar en las mañanas y necesitan una chompa y una mochila para salir a trabajar, los niños salen en las mañanas a estudiar por lo que necesitan una chompa y una mochila para salir a estudiar, los jóvenes de igual manera, por lo que hemos visto la necesidad de producir un producto que una dos productos la mochila con la chompa para que tengan nuestros clientes la facilidad de llevar un solo producto con dos tipos de funcionamiento.

Tenemos que cuando deciden comprar una mochila esta debe ajustarse a un diseño predeterminado ofrecido por los lugares de venta de estos objetos, en otras palabras, las personas no pueden realmente comprar la mochila que sea totalmente confeccionada como a él o ella le gustaría sino que tiene que conformarse con el diseño y color, por lo que vemos la necesidad de ofrecer a nuestros clientes un diseño que se ajuste al gusto de cada persona.

1.1.4 Causas

1) Las lluvias inesperadas que tenemos en la ciudad de Quito.

2) El horario de ingreso a las escuelas y colegios que son a muy temprano de la mañana y jornadas nocturnas tanto como trabajadores y estudiantes.

3) La incomodidad del cliente de llevar dos objetos separados tanto como la mochila para llevar sus cosas y la chompa para abrigarse.

4) Insatisfacción del cliente en los modelos de las mochilas.

1.1.5 Consecuencias

1) Resfríos causados por el clima: mucho frio en las mañanas y noches.

2) Lluvias: mojarse los cuadernos de los niños y jóvenes. y por lo general los adultos no salen con chompa a su trabajo porque estorba mucho, pero no cuentan con el cambio del clima de la ciudad de quito, y cuando llueve se mojan y contraen enfermedades.

3) Incomodidad del cliente: llevar la chompa separada de la mochila suele perderse por el olvido de los niños de su chompa en las escuelas.

4) Insatisfacción en los modelos de las mochilas.

1.1.6 Beneficio

La creación del proyecto mochilas convertibles en chompa abra nuevas fuentes de empleo, aportando al cambio a la matriz productiva, con esta chompa mochila tendremos el beneficio de practicidad del producto porque tendría dos utilizaciones en un solo producto, al momento que la chompa esté sujeta a la mochila el niño no olvidaría su chompa en la escuela como suele pasar.

Otro beneficio es que la chompa mochila es impermeable por tanto el cuidado de los libros es un beneficio por el cambio climático que tenemos en la ciudad de Quito.

Este producto novedoso tendrá la tendencia a los jóvenes, por sus modelos y colores tendrá acogida a los jóvenes.

1.1.7 Importancia

La importancia de este proyecto es porque en el mercado no existe este producto, Al norte de la ciudad de Quito, Sector de Cotocollao donde se realizara el proyecto es una zona de gran movimiento comercial, y en los últimos años ha sido un foco de atracción especialmente de los migrantes chinos, que han convertido sus calles en un comercio al menudeo. Estos productos chinos son de precios bajos por lo que son de acogida por los consumidores, pero estos productos son de mala calidad, por eso nosotros fabricaremos un producto de calidad e innovador.

El sector de Cotocollao cuenta con una concurrida feria sabatina de alimentos, en donde se expenden toda clase de productos directamente de los productores campesinos.

La parroquia está servida por dos supermercados de características populares y un sin número de tradicionales tiendas de vecindad, zapaterías, panaderías, restaurantes, almacenes de electrodomésticos, almacenes de ropa y sastrerías.

Es un producto necesario para los consumidores porque es impermeable, dos usos en un solo producto, es autosuficiente, la chompa puede guardar en la mochila cuando exista calor, maximizando la comodidad del cliente.

La mochila convertible en chompa es un producto novedoso tendrá diferentes colores llamativos y lo más importante calidad.

En la actualidad no se ha observado mi producto en el mercado.

1.2 Antecedentes

1.2.1 Competencia

El mercado de la venta de mochilas, carteras se encuentra desarrollado en el sector de cotocollao puesto que existen varios distribuidores y tiendas para estos productos.

Competidores directos y competidores indirectos:

Como competidores directos no tenemos ya que es un producto nuevo en el mercado.

Consideraremos a la competencia Indirecta a aquellos locales destinados a la comercialización de mochilas, carteras. No debemos eliminar de los competidores indirectos a los vendedores informales que proporcionan este producto al menos costo al no pagar locación.

Cualquier tienda que venda algún artículo en tela de los señalados anteriormente, será considerado un competidor; pero para el análisis actual mencionaremos a los que usualmente proporcionan este tipo de productos de manera continua y dirigidos al mismo mercado meta; entre estos locales podemos destacar:

Maletec®
maletas - mochilas - bolsos
www.maletec.com

Con 12 años en el mercado Maletec es una empresa dedicada a la fabricación y distribución directa de artículos promocionales a nivel corporativo como maletas,

estuches, ropa de trabajo, etc. Sus productos se personalizan a través de la impresión o bordado del logo de cada institución; El Grupo mantiene 82 puestos de trabajo directo y más de 200 indirectos. Distribuye a clientes como: Nestlé, Pronaca, Toyota, Colgate, Coca Cola, Produbanco, Etafashion, Banco Pichincha,Yambal, El Comercio, Avon, Pilsener, Esika.

Locales comerciales de mochilas

Los locales comerciales que están situados en el sector de cotocollao están establecidos en 4 y 6 años pero ellos no son productores solo son comercializadores de la mochilas por lo que tenemos mucha ventaja.

Al analizar la rivalidad entre competidores, nuestro proyecto se diferencia al brindar un producto novedoso nuevo en el mercado, lo que en otros locales no puede conseguir; de esta manera, no solo se le satisface sus necesidades al cliente sino que se le garantizará calidad, otorgándole ventaja a nuestro proyecto dado que seremos productores brindándoles garantía de nuestros productos a las personas. Solo encontraran en la competencia un producto importado y talvez de mala calidad.

1.2.2 Productos

Con la implementación de la mochila convertible en chompa se pretende entregar mochilas al por mayor y menor.

Comenzaremos a trasformar nuestro producto con los siguientes procesos primero requeriremos de materia prima que es la tela, forro impermeable, llaves, cierres, al momento de nosotros ya contar con la materia prima procedemos al siguiente paso que es cortar la tela con los moldes del diseño de la mochila convertible en chompa, al momento que ya tenemos los cortes procedemos a coser las piezas delanteras medias y espaldas de la chompa y de la mochila para luego unir todas las piezas, cuando ya está listo el producto pasara a control de calidad donde aprobaran el producto para que ya salga a la venta, luego se empaquetara el producto y el final será almacenado. Nuestra mochila convertible en chompa será vendida a clientes finales que será al por menor y al por mayor a distribuidores como TÍA, Supermaxí.

Capítulo II

2. Análisis situacional

2.1 Entorno externo

Los factores del macro ambiente que influyen a todas las organizaciones por pequeñas que sea, ya que la toma de decisiones depende del conocimiento del entorno tanto social como económico, existe oportunidades o amenazas para la creación de este proyecto, y son aquellos que no podemos controlar.

El entorno externo, lo constituyen aspectos muy importantes, como el factor económico, político, social, legales, tecnológicos, los que se deberán analizar para determinar su influencia.

2.1.1 Factor económico

Son situaciones habituales de la economía que pueden ser factores relevantes en las actividades de la empresa, estas fuerzas se refieren a la inflación, P.I.B, Taza de Empleo, Balanza comercial, Taza de Interés.

2.1.1.1 Producto Interno Bruto

Producto Interno Bruto (PIB) es el valor monetario del mercado de todos los bienes y servicios producidos dentro de un país en un período determinado.

El (P.I.B) solo toma en cuenta la producción nacional final nueva, generalmente de un año.

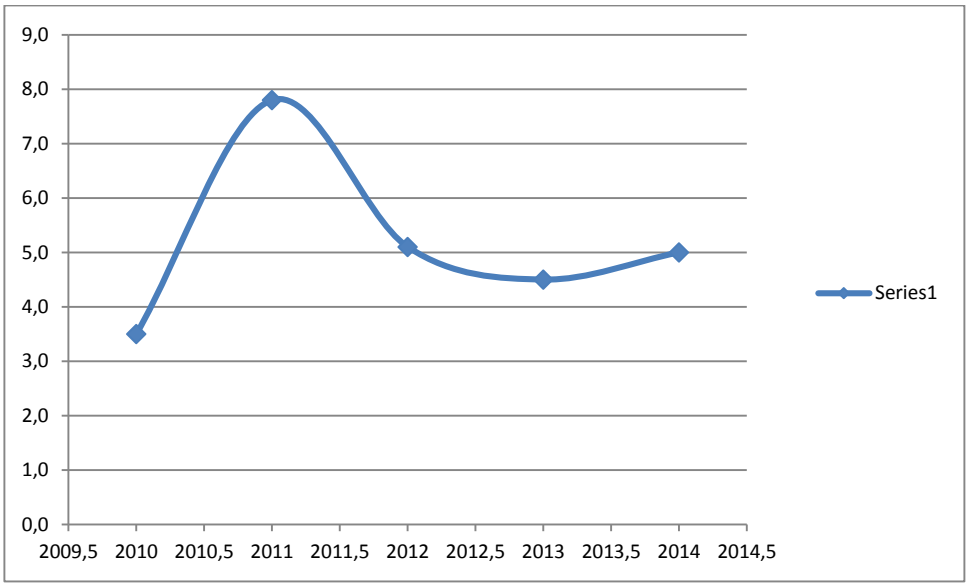
Matriz Nº 1

Año	P.I.B	% Ponderación
2010	3,5	-55,13
2011	7,8	52,94
2012	5,1	13,33
2013	4,5	-10
2014	5	
∑	25,9	1,15
Ẋ	5,18	0,29

Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central

Gráfico Nº 1



Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: una vez realizado la Matriz y el Grafico del PIB se detecta que tenemos una media de 5,18 y la sumatoria de la ponderación es de 80,23 en este caso para el presente proyecto representa una oportunidad ya que la ponderación es positiva.

2.1.1.2 Inflaciones

Inflación: es el incremento constante del nivel general de precios de los bienes y servicios, que contempla la canasta básica, que produce como consecuencia un descenso del valor del dinero y por lo tanto de su poder adquisitivo.

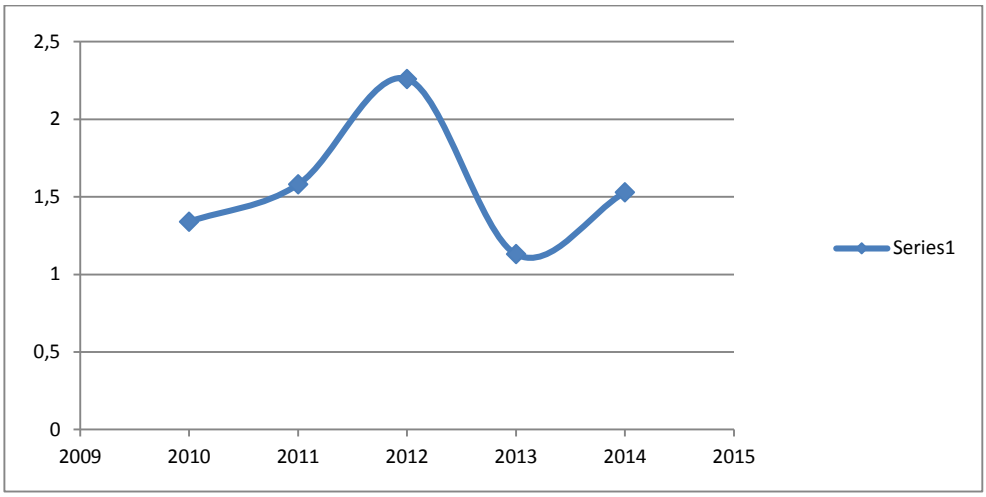
Matriz Nº 2

Año	Inflación	%Ponderación
2010	1,34	-15,19
2011	1,58	-30,09
2012	2,26	100,00
2013	1,13	-26,14
2014	1,53	
∑	7,84	28,58
Ẋ	1,57	7,145

Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico Nº 2



Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: A pesar de que la inflación en los últimos años ha tenido una tendencia a la baja, no es menos cierto que tenemos una media de 1,57 que nos representa una amenaza de carácter bajo para nuestro proyecto de inversión que se inicia.

2.1.1.3 Tasa de empleo y desempleo

2.1.1.3.1 Tasa de empleo

Por empleo se entiende el número total de personas ocupadas o que trabajan en una actividad económica. Estas personas ocupadas pueden ser remuneradas si perciben un sueldo o un salario, o pueden ser trabajadores por cuenta propia. (Jimenes, 2006)

Debido a su importancia se está analizando la aplicabilidad dela tasa de empleo, en nuestro proyecto de inversión. Se refiere en este caso a las posibilidades de

oportunidad, ya que si las personas tienen trabajo tendrán recursos para poder adquirir nuestro producto.

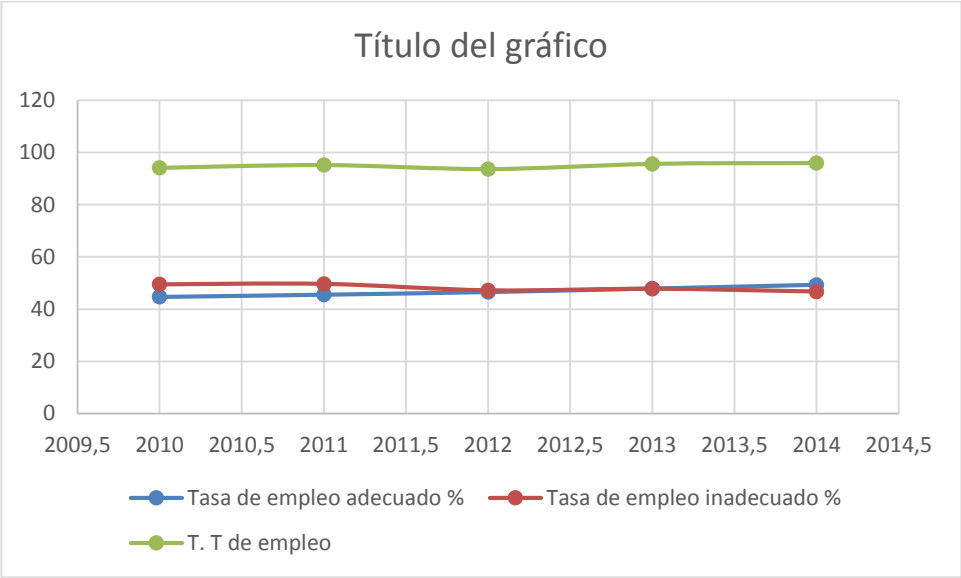
Matriz Nº 3

Años	Tasa de empleo adecuado %	Tasa de empleo inadecuado %	T. T de empleo	% Crecimiento
2010	44,68	49,47	94,15	-1,10
2011	45,53	49,67	95,2	1,61
2012	46,53	47,16	93,69	-2,04
2013	47,87	47,77	95,64	-0,34
2014	49,28	46,69	95,97	
		∑	474,65	-1,87
		Ẋ	94,93	-0,47

Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico Nº 3



Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: La tasa de empleo ha ido decreciendo en los últimos años por lo que podemos decir que tenemos una Amenaza para nuestro proyecto porque tenemos un promedio del 94,93% de tasa de empleo y negativo en el porcentaje de crecimiento así incurra nuestro producto en el mercado a un plazo no estable de crecimiento anual.

2.1.1.3.2 Tasa de desempleo

El desempleo son las personas que no están ocupadas y están buscando trabajo en un periodo de referencia cualquiera, estas personas se encuentran desempleadas. (Jimenes, 2006)

Este es una variable que tiene un Pro y un contra:

El Pro: es que al haber un estándar de personas desempleadas nosotros con nuestro proyecto podremos generar empleo para el beneficio de la sociedad y la microempresa.

El contra: es que mientras las personas no dispongan de un empleo no tendrán los recursos para adquirir nuestro producto.

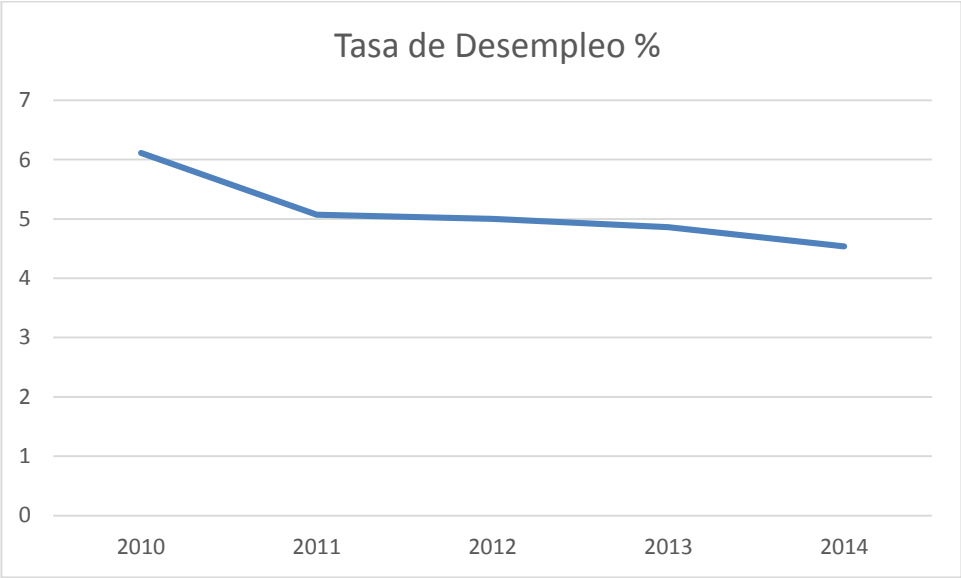
Matriz Nº 4

Año	Tasa de Desempleo %	% Crecimiento
2010	6,11	20,51
2011	5,07	1,40
2012	5,00	2,88
2013	4,86	7,05
2014	4,54	
∑	25,58	31,84
Ẋ	5,12	7,96

Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central

Gráfico Nº 4



Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: La tasa de desempleo ha ido disminuyendo en estos años por lo que tenemos una amenaza leve para nuestro proyecto de Inversión.

2.1.1.4 Balanza comercial

De acuerdo a la investigación realizada, se entiende por balanza comercial a la diferencia monetaria entre exportaciones e importaciones por parte de un país en un determinado período de tiempo. Puede tenerse un saldo negativo, cuando las importaciones superan número a las exportaciones, o un saldo positivo, cuando se da la situación contraria. En algunas ocasiones se suele dividir la **balanza comercial** en balanza de bienes y balanza de servicios.

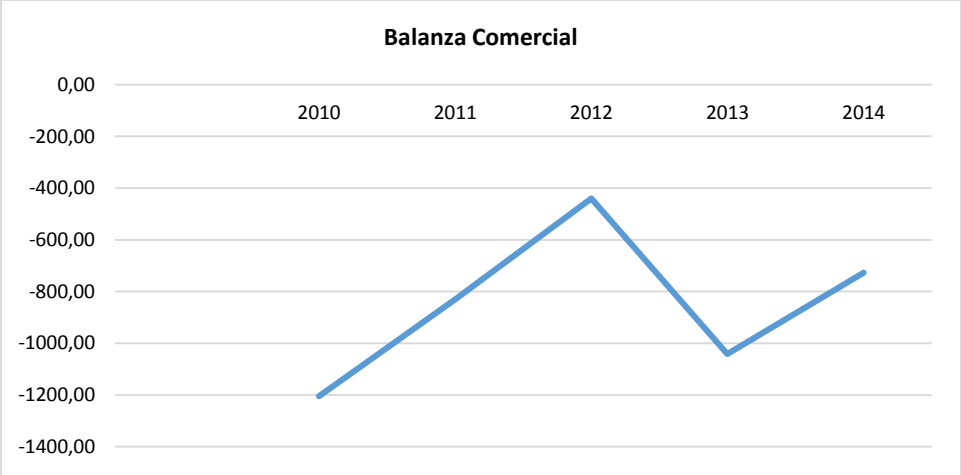
Matriz Nº 5

Años	Balanza Comercial	% Crecimiento
2010	-1205,3	45,30
2011	-829,5	88,27
2012	-440,6	-57,68
2013	-1041	43,19
2014	-727	
∑	-4243,4	119,09
Ẋ	-848,68	29,77

Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico Nº 5



Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: Uno de las graves problemas que ha enfrentado el Ecuador en los últimos años es su balanza comercial que ha sido negativa, es decir que hemos importado más de lo que exportamos, ante esta situación en gobierno central limitó las importaciones, lo cual ha sido beneficioso para el país, puesto que la tendencia es a consumir lo nuestro, esto situación de balanza de pagos representa una amenaza de carácter medio puesto que lo que interesa es producir más y exportar más.

2.1.1.5 Tasa de interés

La tasa de interés es el porcentaje de dinero que se paga por un préstamo, este porcentaje será el costo por el servicio.

La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube.

2.1.1.5.1 Tasa activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. (PEZO, 2008)

La tasa activa influye mucho en nuestro proyecto ya que si no tenemos capital propio.

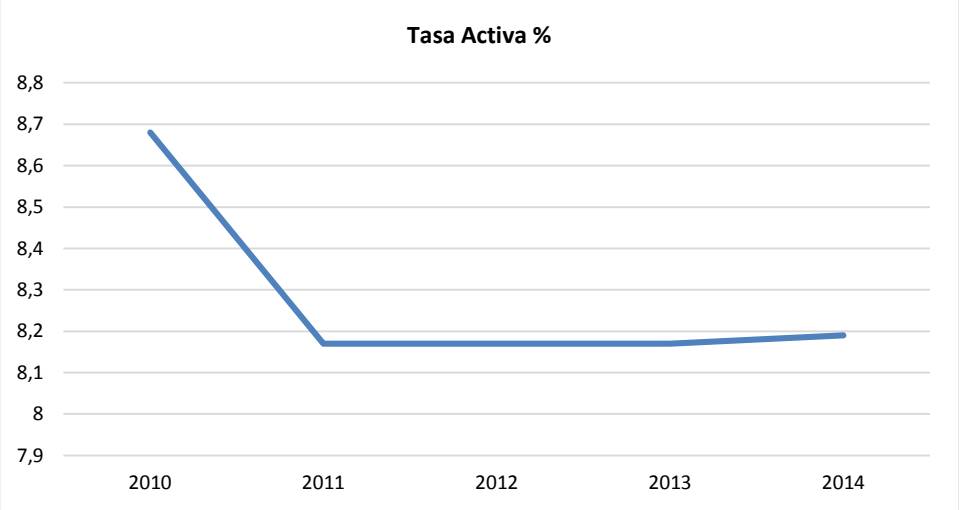
Matriz Nº 6

Año	Tasa Activa %	% Crecimiento
2010	8,68	6,24
2011	8,17	0,00
2012	8,17	0,00
2013	8,17	-0,24
2014	8,19	
∑	41,38	6,00
Ẋ	8,276	1,50

Elaborado por: Marie López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico Nº 6



Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: La tasa de interés activa tuvo una pequeño descenso desde el año 2011con 8.17%, seguida de una estabilidad en los últimos 3 años. Siendo la tasa de interés activa una variable clave en la economía por indicar el costo de financiamiento de las empresas, para el proyecto representa una amenaza de carácter bajo, debido a que necesitaremos financiamiento bancario para realizar las operaciones.

2.1.1.5.2 Tasa pasiva

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

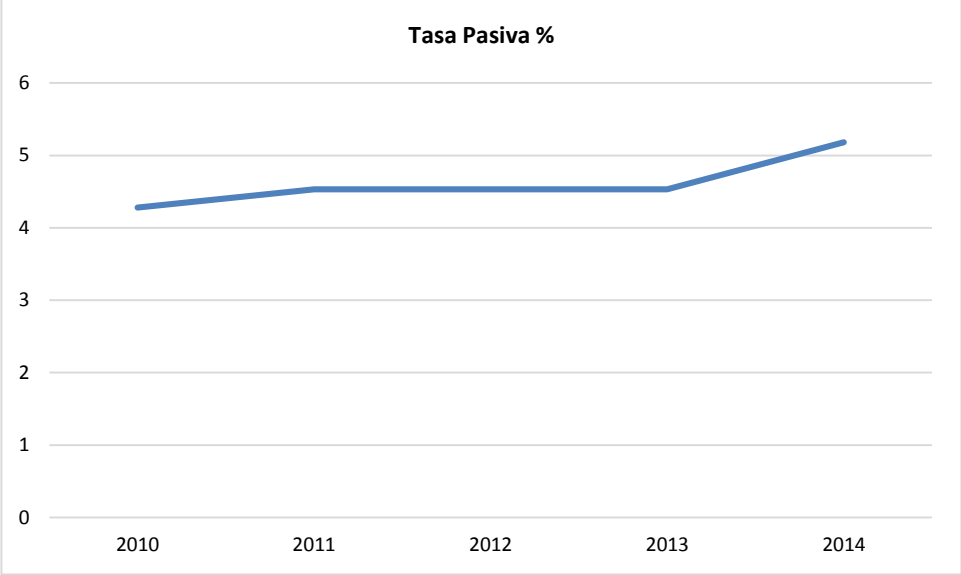
Matriz Nº 7

Años	Tasa Pasiva %	% Crecimiento
2010	4,28	-5,52
2011	4,53	0,00
2012	4,53	0,00
2013	4,53	-12,55
2014	5,18	
∑	23,05	-18,07
Ẋ	4,61	-4,52

Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Gráfico Nº 7



Elaborado por: María López

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis: La tasa de Interés Pasiva está en crecimiento, tiende a fijarse que para el presente proyecto simboliza una oportunidad.

2.1.2 Factor social

2.1.2.1 Educación

Entedemos por educacion como un derecho y un proceso de trasmision de determinado numero de conocimientos, aprendizaje valorizado que deternmina individualmente la formacion de la personalidad a una comunidad o un grupo social que trasminte su capacidad adquirida y sus propositos con el fin de asegurar la continuidad de su propia existencia y desarrollo.

Realmente es muy importante que la sociedad tenga una educación mas no por el alto conocimiento que tengan sino por la formación de valores eso implica mucho en nuestro proyecto ya que la microempresa tendrá valores y las cuales deben cumplirlas, tales como puntualidad, respeto, honestidad, también al momento de nosotros tener una sociedad educada nos favorece porque no tendremos mucho desperdicio ya sea de materia prima o de tiempo y tendremos mayor productividad.

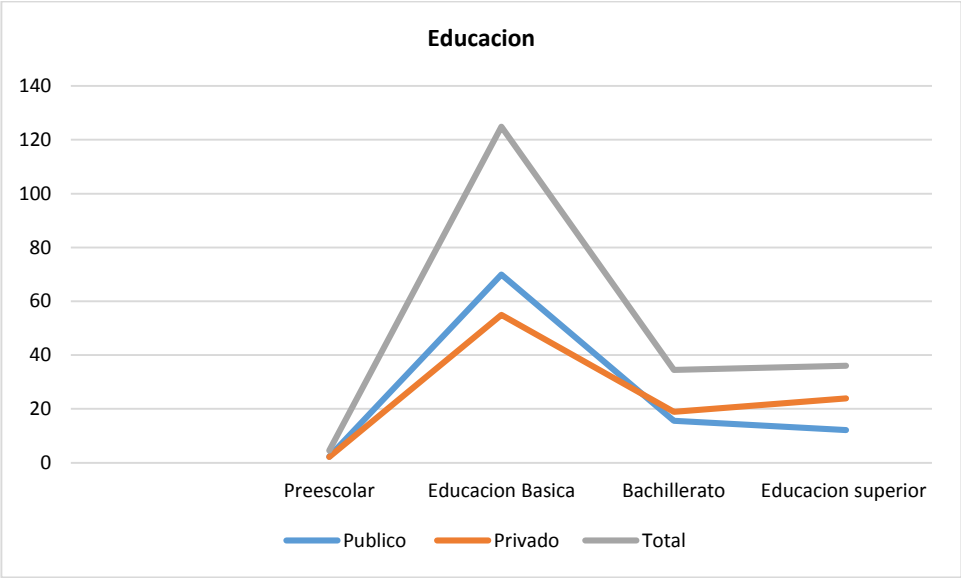
Matriz N° 8

Educción				
Niveles	Publico	Privado	Total	Crecimiento
Preescolar	2,3	2,2	4,5	-96,40
Educación Básica	69,9	55	124,9	262,03
Bachillerato	15,6	18,9	34,5	-4,17
Educación superior	12,10	23,9	36,00	
∑	99,9	100	199,9	161,47
Ẋ	24,975	25	49,975	40,37

Elaborado por: María López

Fuente: Ecuador en Cifras

Grafico N° 8



Elaborado por: María López

Fuente: Ecuador en Cifras

Análisis: la mayor parte de población está estudiando en el Ecuador por lo que eso significa para nuestro proyecto una oportunidad.

2.1.2.2 Salud

Comenzaremos dando un pequeño concepto de lo que es salud se dice que la salud es el estado de completo bienestar físico, mental y social de las personas, en la que no tengan ninguna enfermedad en el cuerpo. Gozar de una plena armonía en cada una de las vidas de las personas.

Ahora como analizamos la salud en relación a nuestro proyecto de Factibilidad al momento de que la gente goce de buena salud tiene la satisfacción de luchar por mejorar

las condiciones de vida. En otro punto también al momento de gozar de una buena salud en la que pueden trabajar y obtener los recursos necesarios, tienen dinero para invertir.

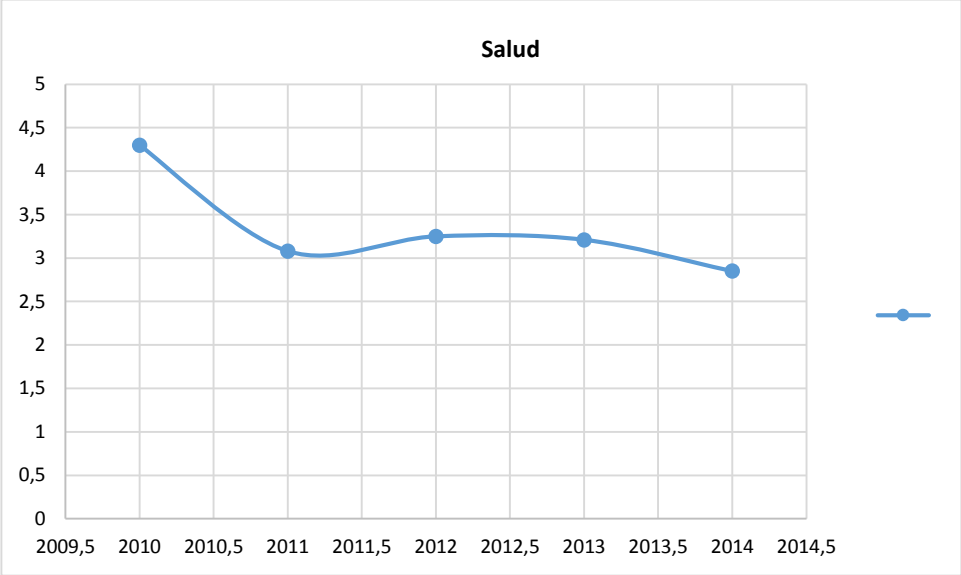
Matriz N° 9

Salud		
Periodo		Crecimiento
2010	4,3	39,61
2011	3,08	5,23
2012	3,25	1,25
2013	3,21	12,63
2014	2,85	0,00

Elaborado por: María López

Fuente: Ecuador en Cifras

Gráfico N° 9



Elaborado por: María López

Fuente: Ecuador en Cifras

Análisis: en la salud tenemos una amenaza porque el porcentaje de salud se ha ido disminuyendo esto quiere decir que hay muchas personas enfermas o que no pueden ser atendidas por los hospitales públicos por falta de capacidad en las infraestructuras y en las públicas por costos altos**.**

2.1.3 Factor legal

Código tributario vigente

Deberes formales del contribuyente o responsable

Art. 96.- Deberes formales.- Son deberes formales de los contribuyentes o responsables:

1. Cuando lo exijan las leyes, ordenanzas, reglamentos o las disposiciones de la respectiva autoridad de la administración tributaria:

a) Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;

b) Solicitar los permisos previos que fueren del caso.

LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

Disposiciones generales

Art. 2.- Del Registro (Sustituido inc. 1 por el Art. 21 de la Ley 41, R.O. 206, 2-XII-97).- El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas.

Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.- (Reformado por el Art. 4 de la Ley 63, R.O. 366, 30-I-90).- Todas las personas naturales y jurídicas entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez, en el Registro Único de Contribuyentes.

Si un obligado a inscribirse no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión, el Director General de Rentas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción.

Art. 4.- De la inscripción.- La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las Oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades según el caso y de acuerdo a las normas que se establezcan en el Reglamento.

ORDENANZA METROPOLITANA Nº 0339

Del Impuesto de patentes municipales y metropolitanas

Art.1Hecho Generador:

1. el hecho generador del impuesto regulado en este capítulo (en adelante el "impuesto de Patente") constituye el ejercicio permanente de actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales en el Distrito Metropolitano de Quito (en adelante la Actividad Económica).
2. El impuesto de Patente es anual y se devenga y es exigible a partir del primero de enero de cada ejercicio fiscal. El ejercicio fiscal concluye el treinta y uno de diciembre de cada año. Cuando el

Ejercicio de la Actividad Económica iniciara luego del primero de enero, el Impuesto de Patente se devengara y será exigible desde el momento en que el Sujeto Pasivo deba obtener su licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades

económicas –LUAE- de conformidad con el ordenamiento metropolitano. (METROPOLITANA, 2010)

ODENANZA METROPOLITANA Nº 0308

DE LAS LICENCIAS METROPOLITANAS

De su naturaleza y clases

Art.1: de su Naturaleza

3. Para efectos del Régimen Administrativo de Licencias Metropolitanas, se entiende por administrado toda persona natural o jurídica, nacional o extranjera, o comunidad, sujeta al ejercicio de las potestades públicas a cargo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, con el fin de agilitar los servicios que presta a la ciudadanía, presenta el nuevo proceso para obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).

La LUAE es el documento habilitante y acto administrativo único con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza a su titular el ejercicio de actividades económicas en un establecimiento determinado, ubicado dentro del Distrito.

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario

- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las
- Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia
- General de Policía.

2.1.4 Factor tecnológico

Al momento de nosotros contar con una línea de producción dotada de una moderna maquinaria ayuda en Innovación, que mejora la competitividad. Esto nos enfocaría a incrementar la capacidad de producción, convirtiéndonos en una de las más eficientes microempresas Además, la tecnología nos ayuda a desarrollar habilidades del empleado elevando el nivel de profesional.

Una de las principales metas de toda empresa se enfoca en la innovación, ya que esto permite mejorar e incrementar la producción, además de perfeccionar los procesos de producción y en la mejora de los procesos de distribución y comercialización.

Logrando fabricar más con los mismos recursos y, al mismo tiempo, mitigar el incremento de precios de las materias primas.

Contribución con el medio ambiente

Al invertir importantes sumas de dinero en un proyecto de inversión con tecnología de punta tan trascendental, los esfuerzos se diversifican, de tal manera que también se apunta a la conservación del medio ambiente.

Pero también tenemos una afectación con la tecnología ya que las maquinarias de tecnología de punta en mi caso, maquinas industriales tienen un costo muy elevado por la que nosotros no la podríamos adquirir.

2.1.5 Factor ambiental

Ordenanza 213 del Distrito Metropolitano de Quito

De la evaluación de impacto ambiental

Art. II.380.1.- OBLIGATORIEDAD DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL (EIA) .- El proponente, en forma previa y como condición para llevar a cabo una obra, infraestructura, proyecto o actividad, deberá someterla a una Evaluación de Impacto Ambiental (EIA); para el efecto, deberá elaborar a su costo, según el caso, una Declaración Ambiental (DAM) o un Estudio de Impacto Ambiental (ESIA) y ponerla a consideración de la Entidad Ambiental de Control que es la Dirección Metropolitana de Medio Ambiente (DMMA), para el trámite de aprobación, conforme a este capítulo. (ORDENANZA, 2007)

Nuestro producto tendrá un cierto grado de contaminación al medio ambiente como en la producción en cuanto a la Materia Prima son telas sintéticas que son hechas a base de petróleo o de celulosa (Madera).

En la transformación en los procesos de corte, confección, cada proceso involucra el uso de maquinaria que consumen mucha energía y ruido las cuales pueden afectar al medio ambiente y la salud de los trabajadores.

2.2 Entorno local

En el entorno Local constan las organizaciones y personas reales que se relacionan de manera directa con la Microempresa. Por ejemplo constan los clientes, proveedores y competidores.

2.2.1 Cliente

Clientes, en un sentido amplio, son personas o instituciones que recibe, compra o adquiere de forma voluntaria bienes o servicios, los clientes son el éxito o fracaso de una empresa, es un principal elemento para Nuestro proyecto. Los clientes son el principal eje para nuestra microempresa.

Clientes potenciales

El producto está direccionado para una parte del mercado como es el mercado enfocado a los niños y jóvenes. Al ser un producto novedoso y modelos únicos, los consumidores serán aquellas personas que desean una parte esencial de tener un modelo único.

Poder de negociación

El poder de negociación de los clientes es de un porcentaje alto, ya que tienen varias opciones de donde escoger productos de mochilas en el mercado; esta situación y el desconocimiento de algunos componentes nocivos de dichos productos, hace que puedan preferir otras marcas.

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. Son proveedores aquellos que proveen o abastecen, o sea que entregan bienes o servicios a otros. (IMELDA, 2011)

Los proveedores que posea nuestra microempresa determinarán en gran medida el éxito de ésta. El contar con buenos proveedores no sólo significa contar con insumos de calidad y, por tanto, poder ofrecer productos de calidad, sino también la posibilidad de tener bajos costos, o la seguridad de contar siempre con los mismos productos cada vez que se requieran. Por lo que cada vez que tengamos que elegir a nuestros proveedores, debemos tomarnos nuestro tiempo y evaluar bien las diferentes alternativas que existan. Lo primero que se fija nuestra microempresa al momento de evaluar un proveedor es el precio y la calidad de sus productos. Siempre debemos procurar proveedores con precios razonables, que sean acordes a la calidad del producto que ofrecen, y a los precios promedio del mercado.

La Calidad: De nada sirve tener un proveedor con bajos precios, si la calidad de sus productos o servicios es mala. La calidad es otro de los principales criterios a tomar en cuenta al momento de evaluar un proveedor.

Matriz N° 10

EMPRESA	DIRECCIÓN	PRODUCTO
WOO JIN CIERRES CIA.LTDA	Plaza del Teatro Guayaquil N7 y Olmedo	Proveedor de cierres, llaves, reatas.
PROINMAR ALULEMA	Vargas N9-13 y Esmeraldas	Proveedor de Telas
El PAIZA	Santa Bárbara, Venezuela N9-09 y Esmeraldas	Proveedor de Forros
EALPE CIA. LTDA.	Av. 12 de Octubre N 18-42 y Q. de Medio	Proveedor de Hilos

Elaborado por: María López

2.2.3 Competencia

Se refiere a la situación en la cual las instituciones o personas ofrecen sus bienes y servicios en el mercado y tienen la libertad de elegir a quienes compran o adquieren y se hace a expensas de otra u otras.

Los competidores pueden ser directos e indirectos.

Competidores directos

En la competencia directa nos Indica que está formada por los productos similares que ofrecen en nuestro mismo mercado en este caso nuestro proyecto no tiene competencia directa ya que es un producto nuevo en el mercado.

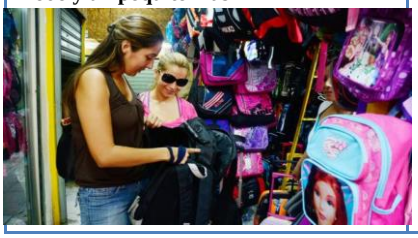
Competidores Indirectos

Al referirnos a los competidores indirectos nos indica a las empresas o personas que están formadas por productos sustitutos o aquellos que actualmente no son competidores.

En nuestro proyecto tenemos como competidores indirectos las siguientes empresas y locales comerciales.

Matriz N° 11

EMPRESAS	ORIGEN
Maletec® maletas - mochilas - bolsos www.maletec.com	Dirección: AV. De la prensa manta cotocollao. Nace en el año 2003 hasta la actualidad
Comerciales Gabriela	Dirección: 25 de Mayo y Lizardo Ruiz Comienzo su funcionamiento en el 2001, y sigue funcionando hasta la actualidad
Feria de las mochilas	Dirección: AV. De la prensa manta cotocollao. Nace en el año 2012 hasta la actualidad

Todo y un poquito más 	Dirección: Lizardo Ruiz Comienzo su funcionamiento en el 2006, y sigue funcionando hasta la actualidad

Elaborado por: María López

2.3 Análisis organizacional

2.3.1 Direccionamiento estratégico

En el direccionamiento estratégico pretendemos desarrollar un programa de organización con el propósito de cumplir objetivos planteados por la microempresa.

2.3.1.1 Misión

MaryLop, es una Microempresa productora y comercializadora de mochilas convertibles en chompas, que pretende satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes a través de estándares de calidad con recursos financieros, tecnología y personal altamente calificado con mente innovadora para así crear productos que transmitan confort y utilidad.

2.3.1.2 Visión

Constituirnos como la empresa líder del mercado en la producción y comercialización de Mochilas Convertibles en chompas reconocida a nivel nacional, generando con esto mayor rentabilidad y estabilidad económica para lograr con ello el

crecimiento de la empresa, implementando procesos eficientes, responsables, con el objetivo de entregar un producto de alta calidad.

2.3.2 Objetivos

Los objetivos son las metas por cumplir de nuestra microempresa durante un tiempo determinado .Los objetivos de nuestra microempresa debe ser: medibles, ser claros, y alcanzable.

2.3.2.1 Objetivos generales

1) Desarrollar un proyecto de factibilidad de elaboración de mochilas convertibles en chompa, aportando a la trasformación de la matriz productiva con la finalidad de innovar y satisfacer las necesidades del cliente.

2) Impulsar a la excelencia, productividad y competitividad de nuestra microempresa.

2.3.2.2 Objetivos específicos

1) Determinar la aceptación que tendrá el producto en el mercado.

2) Establecer la capacidad de producción en nuestra microempresa en número de RRHH.

3) Determinar el monto de la inversión y la rentabilidad del proyecto.

2.3.2.3 Principios y valores

Los principios y valores serán las políticas internas de la microempresa, que los empleados deben poner en práctica mediante desarrollen sus actividades.

2.3.2.3.1 Principios

Los principios que rigen la microempresa son los siguientes:

✓ **Cumplimiento.-**Nuestra microempresa está siempre preparada para cumplir con todos los compromisos adquiridos con nuestros clientes.

✓ **Entrega.-** Todos los que hacemos parte de esta microempresa nos sentimos orgullosos de pertenecer y desarrollamos nuestras funciones a la entrega total.

✓ **Producir con Calidad.-**Buscamos producir con calidad ante todo, para satisfacer a nuestros clientes.

✓ **Innovación.-**Nuestros productos están enfocados en la en innovación y diseño. **Trabajo en Equipo**.-Es fundamentalmente en nuestra microempresa el trabajo en Equipo.

✓ **Eficiencia y Eficacia**.-Nuestra empresa es orientada a la optimización de los recursos de materia prima.

✓ **Integridad**.- Aplicaremos las actividades con todo el respeto al personal para inculcar un ambiente bueno de trabajo.

✓ **Eficiencia**. Realizar las labores de forma adecuada, optimizando los recursos a fin de lograr los objetivos propuestos.

2.3.2.3.2 Valores

✓ **Honestidad**: Entendemos que el trato justo y correcto hacia nuestro cliente externo es lo fundamental es fomentar relaciones firmes y duraderas.

✓ **Respeto.-** Valoramos inmensamente la confianza que nuestra clientela ha depositado en nosotros.

✓ **Puntualidad.-** Cumplir todas las tareas en el tiempo determinado siendo oportunos con clientes y proveedores.

2.3.3 Gestión administrativa

2.3.3.1 Niveles organizacionales

El elevado número de tareas que se va a realizar en la microempresa y la complejidad que pueden alcanzar hacen necesaria una división de trabajo. Por eso configuramos de forma Jerárquica todas sus funciones. El fin de la microempresa es la división del trabajo entre los individuos, cuyos esfuerzos tienen que ser coordinados. En la práctica también se refiere a la definición de los objetivos de la microempresa.

2.3.3.1.1 Nivel estratégico

El nivel estratégico se fundamenta en una profunda revisión de literatura internacional y nacional sobre el tema; igualmente, en la experiencia teórica y práctica acumulada durante la participación y asesoramiento directo en el proceso de perfeccionamiento de los sistemas de dirección de diferentes empresas. (Pupo, 2004)

Cual va hacer el enfoque de trabajo, las metas a conseguir, las políticas a adoptar, los objetivos planeados.

En nuestra microempresa quien va a desarrollar el nivel estratégico es el gerente general el cual debe tener las siguientes actividades de direccionamiento.

Gerente general

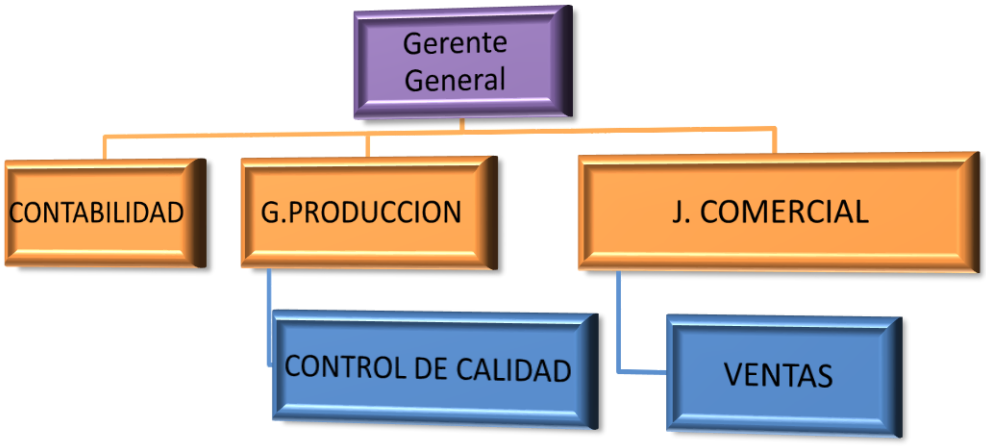
Las funciones del gerente general, representante legal de la empresa.

1) Establecer el direccionamiento estratégico de la empresa.
2) Seleccionar y contratar personal.
3) Planificar las actividades estratégicas y operativas de la empresa.
4) Evaluar y aceptar los presupuestos de la microempresa.
5) Brindar soporte a todas las aéreas de la microempresa.
6) Controlar el cumplimiento de las políticas de la microempresa.

2.3.3.1.2 Nivel táctico

El nivel táctico son los planes que se van a realizar en cada unidad o área para alcanzar la estrategia planeada. Los tipos de control a realizar, los programas a realizar.

Grafico N° 10



Elaborado por: María López

En nuestro nivel táctico También lo realizara nuestro Gerente General

Porque en nuestra microempresa no vamos a contar con un Gerente Administrativo debido a que el Gerente Administrativo no tendrá personal administrativo a quien reclutar por lo que en el nivel Táctico cubrirá también el Gerente General.

Las funciones en el nivel táctico que realizara el Gerente General

1) Evaluar el rendimiento de todos los procesos de la microempresa y del personal involucrado en cada uno de ellos.

2) Desarrollar estrategias para el cumplimiento de las metas y proyecciones de la microempresa.

3) Supervisar las actividades realizadas para el cumplimiento de los objetivos según lo planificado.

4) Velar por la correcta distribución en la adquisición de materiales, maquinaria.

5) Fomentar una política de calidad que promueva la transparencia de los procesos.

2.3.3.1.3 Nivel operativo

La realización de tareas, levantamiento de información, registro de datos, para lograr que se cumpla las tácticas planteadas.

En nuestro nivel operativo esta Contador

Las funciones del Contador

1) Emitir estados financieros oportunos, confiables,

2) Emitir y revisar los contratos con los proveedores,

3) Facilitar requerimientos de información de instituciones como el SRI y la Superintendencia de Compañías, encargado de las declaraciones de impuestos de la microempresa.

4) Verificar que las facturas recibidas en el la microempresa contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.

5) Cuidar el resguardo y mantenimiento de la confidencialidad de la información suministrada por la microempresa y por el cliente.

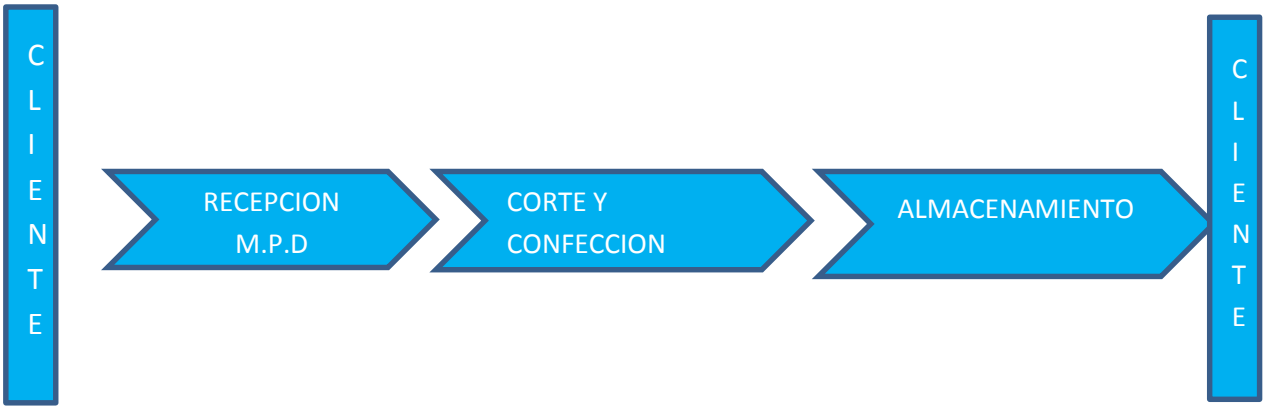
2.3.4 Gestión operativa y comercial

2.3.4.1 Gestión operativa

Es la transformación de la materia prima en el producto terminado que se va a ofertar al mercado.

En nuestra microempresa tenemos los siguientes macro procesos.

Grafico N° 11



Elaborado por: María López

Nuestra gestión operativa comienza con los siguientes procesos

Recepción de Materia Prima

En esta etapa se adquiere todos los materiales indispensables para la confección de las mochilas convertibles en chompas, en primer lugar se contacta con los proveedores y se solicita cotizaciones una vez escogida la óptima opción se compra los materiales los

artículos necesarios como: tela Jean, cierres, hilo, etiquetas, forro, poli expandí, hebillas, broches, etc.

Corte y Confección

Dentro de este proceso se elabore el diseño escogido, primeramente se traza con los moldes del diseño y se procede a cortar, luego los cortes pasan a el área de confección, comenzamos con la colocación de los cierres y bolsillos tanto para la chompa como para la mochila, cada pieza es única y nos enfocamos especialmente en las terminaciones de las costuras para garantizar la resistencia de las mochilas convertibles en chompas, para que sean de calidad, innovadoras y resistencia propia del material.

Almacenaje

Se procede a almacenar los artículos en un lugar que tenga ciertas condiciones como: lugar cerrado, condición estable de temperatura, ubicación del producto de acuerdo al diseño y fecha de producción, este paso se procede a realizar el inventario.

2.3.4.2 Gestión comercial

Son estrategias para llegar a la mente y posicionamiento del consumidor y para generar un ambiente competitivo entre las empresas.

En este proceso de comercialización los que intervienen son:

Jefe en ventas: es el responsable de la ejecución de las estrategias de marketing de la microempresa, prospección de nuevos clientes.

Vendedor/a: se encargara básicamente de entregar el producto, tomar pedidos de los clientes, facilitara información y otros servicios al cliente.

Procesos de comercialización

Grafico N° 12

Elaborado por: María López

2.3.5 Análisis FODA

Es la evaluación general de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la microempresa, que se encuentran tanto en el entorno interno como externo de la microempresa.

Matriz N° 12

FORTALEZAS 1) Es una Microempresa única en el mercado 2) Nuestro producto tiene una gran ventaja, la cual es la originalidad. 3) Capacitación del personal. 4) Ubicación estratégica de la microempresa.	OPORTUNIDADES 1) la microempresa se mantendrá y buscara más alternativas para liderar en un mercado más competitivo. 2) Promocionar ofertas y descuentos para que el cliente adquiera más unidades del producto y tener así un buen ingreso económico. 3) Competidores con productos y servicios deficientes 4) Posibilidad de Exportación.
DEBILIDADES 1) No contar con equipos de alta tecnología. 2) No contar con personal con experiencia en la elaboración del producto. 3) No tenemos Experiencia en el mercado 4) No contamos con un gran plan estratégico de Marketing	AMENAZAS 1) Que nuestra marca no está conocida en el mercado. 2) desconocimiento de la calidad por parte de los clientes 3) Mayor cantidad de empresas competidoras. 4) Aumento del costo en algunas materias primas.

Elaborado por: María López

Matriz N° 13

FORTALEZAS		AMENAZAS	
F1	1	A1	0,5
F2	0,75	A2	0,25
F3	0,5	A3	0,5
F4	0,5	A4	0,75
Σ	2,75	Σ	2

Elaborado por: María López

Después de haber analizado las Fortalezas y Amenazas que tenemos en nuestra microempresa vemos que las fortalezas pueden cubrir las amenazas.

Matriz N° 14

FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1	1	D1	0,75
F2	0,75	D2	0,5
F3	0,5	D3	0,25
F4	0,5	D4	0,25
∑	2,75	∑	1,75

Elaborado por: María López

El segundo análisis que tenemos es de las Fortalezas y Debilidades de la microempresa para lo cual hemos determinado que las Fortalezas cubrirán las Debilidades.

Matriz N° 15

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	0,75	A1	0,5
O2	0,5	A2	0,25
O3	1	A3	0,75
O4	0,75	A4	0,75
∑	3	∑	2,25

Elaborado por: María López

Y por último análisis del F.O.D.A. tenemos que las Oportunidades cubrirán a las amenazas de la microempresa.

Capítulo III

3. Estudio de mercado

3.1 Análisis del consumidor

3.1.1 Determinación de la población

Nuestra población a estudiar que se analizara son todos los habitantes de la Ciudad de Quito, se analizara por edades, sexo, estado civil, entre otros, de modo que sea manifiesto cuan cierto de personas pertenece o no a la ciudad de Quito.

3.1.1.1 Población referencial

La población referencial del estudio que estamos realizando está conformado por el total de los habitantes con residencia habitual en la Ciudad de Quito tanto en la zona Urbana y Rural.

Matriz N° 16

RANGO DE EDADES	2010
De 95 y más años	1.619
De 90 a 94 años	4.639
De 85 a 89años	10.760
De 80 a 84 años	20.187
De 75 a 79 años	27.990
De 70 a 74 años	40.040
De 65 a 69 años	57.014
De 60 a 64 años	72.702
De 55 a 59 años	94.397
De 50 a 54 años	114.630
De 45 a 49años	142.926
De 40 a 44 años	154.206
De 35 a 39 años	180.504
De 30 a 34 años	208.179
De 25 a 29 años	238.668
De 20 a 24 años	246.050
De 15 a 19 años	238.705
De 10 a 14 años	241.334
De 5 a 9 años	244.844
De 0 a 4 años	236.893
Total población por edades	2.576.287

Elaborado por: María López

3.1.1.2 Población potencial

La población potencial que hemos tomado para este proyecto se basa es la información del INEC: se calcula que la población al Norte de la Ciudad de Quito es de 174.336 personas.

3.1.1.3 Población efectiva

La población efectiva está formada por aquellas personas que contribuyen al crecimiento de la empresa a ejecutarse.

Esa es la población de mayor aceptación que aplicaremos para la determinación de la oferta y demanda de las mochilas convertibles en chompas. Nuestra población efectiva es el sector de cotocollao donde contamos con un total de 31,133 habitantes.

3.1.1.4 Población

Cotocollao es una parroquia urbana de la ciudad de Quito, una de las 33 que conforman la capital de Ecuador. Está ubicada al noroeste de la urbe, entre El Condado (norte), La Concepción (sur), Ponceano (este) y Cochapamba (oeste). El uso del suelo en Cotocollao es esencialmente residencial. Sin embargo tiene una zona comercial muy activa alrededor de la avenida De la Prensa, conocida como el Barrio Chino de Quito, principalmente por la abundante existencia de negocios y residencias de los inmigrantes chinos.

Cotocollao es también una zona de gran movimiento comercial, y en los últimos años ha sido un foco de atracción especialmente de los migrantes chinos, que han

convertido sus calles en un paraíso del comercio al menudeo. Cuenta en sus límites con Ponceano con una concurrida feria sabatina de alimentos, en donde se expenden toda clase de productos directamente de los productores campesinos.

La parroquia está servida por dos supermercados de características populares y un sin número de tradicionales tiendas de vecindad, zapaterías, panaderías, restaurantes, almacenes de electrodomésticos y sastrerías.

Sus principales vías de comunicación con el resto de la ciudad las componen las avenidas De la Prensa, Diego de Vásquez y las calles Machala y 25 de Mayo.

3.1.1.5 Muestra

Para el análisis del mercado vamos a calcular la muestra con la siguiente formula:

$$n = \frac{N\text{-}\delta^2 Z^2}{(N\text{-}1)e^2+\delta^2 z^2}$$

n = tamaño de la muestra

N = Población

δ = Desviación estándar Población (0,5)

Z = Nivel de confianza (1,96) (95%)

e = Nivel de error (0,05) (95%)

$$n = \frac{31{,}133*(0{,}5)^2*(1{,}96)^2}{(31{,}133-1)*(0{,}05)^2+(0{,}5)^2*(1{,}96)^2}$$

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

$$\mathbf{n} = \frac{29.900}{79}$$

n= 379

3.1.1.6 Diseño de levantamiento de información

La herramienta que se utilizó para el análisis de la oferta y demanda fue la encuesta.

La encuesta está diseñada con preguntas cerradas o de selección múltiple, cuya característica principal es mencionar las posibles opciones de respuestas, la clave de la encuesta es plantear preguntas claras, que no confundan y aburran al entrevistado y así obtener información veraz y útil para con ello determinar estrategias de precio o canales de distribución.

Formulación de la encuesta

INSTITUTO TECNOLOGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS DE LA PRODUCCION

TECNOLOGIA EN ADMINISTRACION INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCION

ENCUESTA

Objetivo: recopilar información sobre datos para la utilización de mochilas convertibles en chompas con fines académicos.

Instrucciones:

Agradecemos dar su respuesta con total libertad y honestidad en las siguientes preguntas.

Fecha _____ Código MELS20022015

Parte 1

Datos Informativos

Genero

F M

Edad ___ ___

Estado Civil

Soltero Casado

___ ___

Sector _____

Parte 2

Preguntas

1) ¿Conoce usted mochilas convertibles en chompas?

SI _____ NO _____

2) ¿Compraría usted mochilas convertibles en chompas?

SI _____ NO _____

Porque _____

3) ¿Está usted de acuerdo que en la parroquia de Cotocollao se implemente una empresa de producción y comercialización de mochilas convertibles en chompas?

SI _____ NO _____

Porque _____

4) ¿Con que frecuencia compraría mochilas convertibles en chompa?

Semanal _____

Mensual _____

Anual _____

Otros _____

5) ¿Qué aspectos considera importante al momento de adquirir una mochila convertible en chompa?

Calidad _____

Diseño _____

Color _____

Tamaño _____

Marca _____

Tela _____

6) ¿Cuánto pagaría usted por una mochila convertible en chompa?

$ 30 a 35 _____

$ 35 a 40 _____

$ 45 en adelante _____

7) ¿**En qué lugar le gustaría comprar una mochila convertible en chompa?**

Locales Comerciales _____

Centros Comérciales _____

Catálogos _____

Otros _____

8) ¿Además de las mochilas convertibles en chompa que articulo adicional le gustaría conseguir?

Maletas _____

Carteras _____

Bolsos _____

Canguros _____

Loncheras _____

9) ¿Está usted de acuerdo con la calidad y precio de las mochilas que le ofrecen las empresas que ofertan estos productos?

SI _____ NO _____

Porque…….

GRACIAS POR SU COLABORACION

3.1.1.7 Análisis del estudio de mercado

Este paso es fundamental para obtener un análisis exacto de los datos recolectados por los encuestados.

1) ¿Conoce usted mochilas convertibles en chompas?

Matriz N° 17

	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	304	24,7
NO	75	75,3
TOTAL	379	100

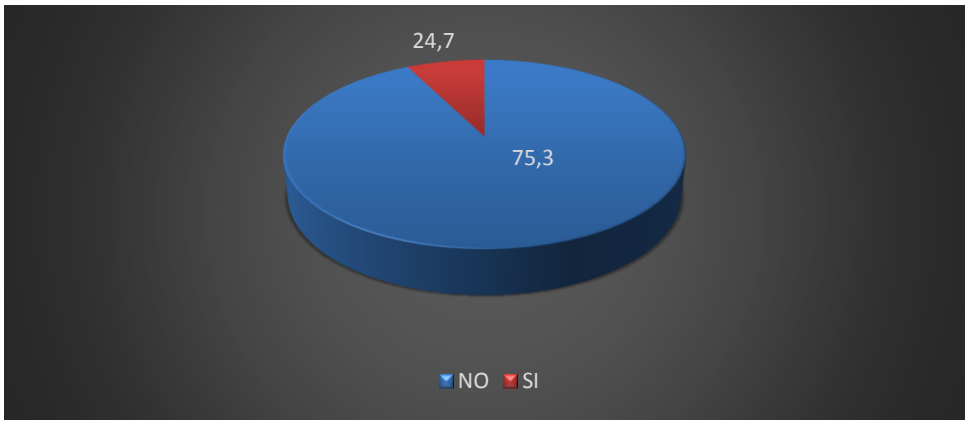
Elaborado por: María López

Matriz N° 18

N° de Encuestados	Criterio priorizado
379	Los encuestados en la gran mayoría respondieron en la primera pregunta que no conocían las mochilas convertibles en chompas, esto significa para nosotros favorable ya que es un producto nuevo que saldrá al mercado.

Elaborado por: María López

Grafico N° 13



Elaborado por: María López

Análisis: según el grafico acerca de la pregunta conocen mochilas convertibles en chompa entre los encuestados es de 24,7 si conocen y el 75,3 no conocen, en base a estos datos las personas que no conocen es porque es un producto nuevo en el mercado. Para nosotros es favorable ya que cubriremos esa demanda.

2) ¿Compraría usted mochilas convertibles en chompas?

Matriz N° 19

	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	289	68,9
NO	90	31,1
TOTAL	379	100

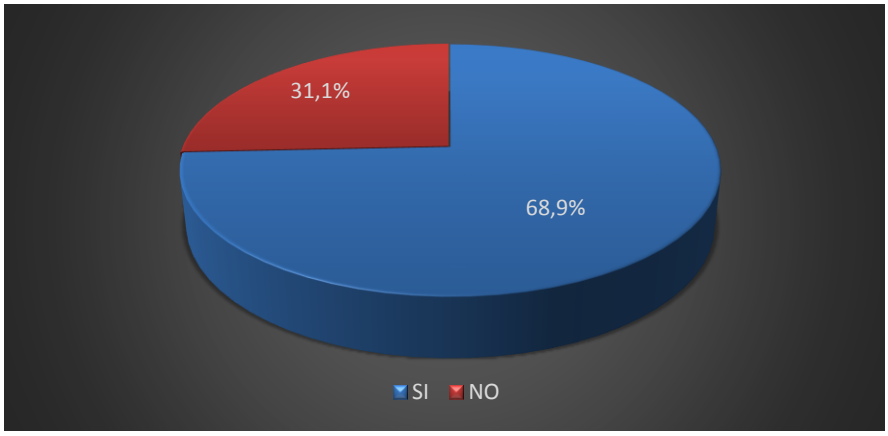
Elaborado por: María López

Matriz N° 20

N° de Encuestados	Criterio Priorizado
379	Los encuestados en la pregunta numero 2 contestaron que si comprarían mochilas convertibles en chompas, para nosotros es favorable en la pregunta indicada.

Elaborado por: María López

Grafico N° 14



Elaborado por: María López

Análisis: Según los datos de la pregunta numero dos el 68,9% si comprarían las mochilas convertibles en chompas es un porcentaje alto de aceptación para nosotros poder considerar la aplicación del proyecto.

2) **¿Está usted de acuerdo que en la parroquia de Cotocollao se implemente una empresa de producción y comercialización de mochilas convertibles en chompas?**

Matriz N° 21

	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	300	73,7
NO	79	26,3
TOTAL	379	100

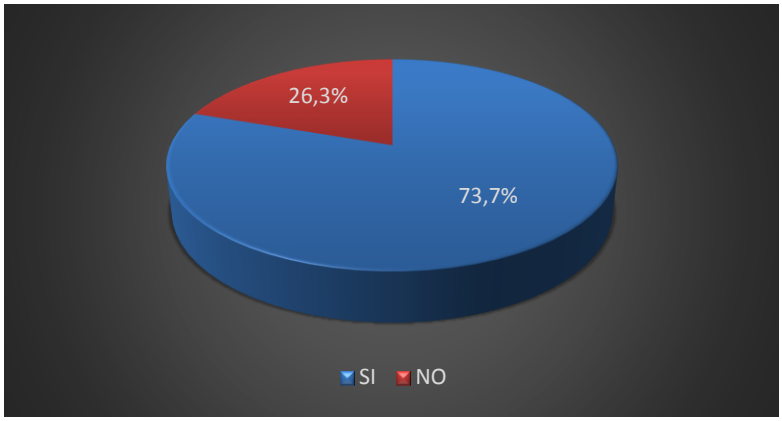
Elaborado por: María López

Matriz N° 22

N° DE ENCUESTADOS	CRITERIO PRIORIZADO
379	En la pregunta numero 3 las personas encuestadas respondieron en la gran mayoría que si están de acuerdo a que implemente una microempresa de producción y comercialización de mochilas convertibles en chompas en el sector de cotocollao. Para nosotros en un criterio favorable en esta pregunta.

Elaborado por María López

Grafico N° 15



Elaborado por: María López

Análisis: estos datos de la pregunta tres son de gran importancia porque tenemos la aceptación del 73,7% para la implementación de la microempresa en el sector de cotocollao es favorable.

3) ¿Con que frecuencia compraría mochilas convertibles en chompa?

Matriz N° 23

	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SEMANAL	20	5%
MENSUAL	60	16%
ANUAL	199	53%
OTROS	100	26%
TOTAL	379	100%

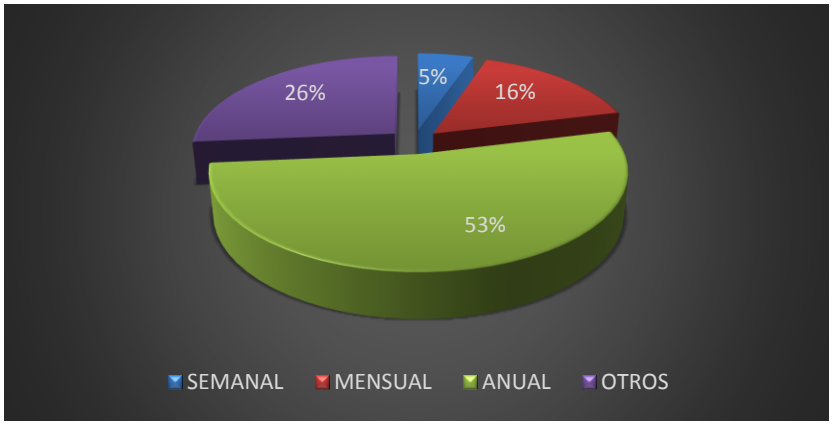
Elaborado por: María López

Matriz N° 24

N° DE ENCUESTADOS	CRITERIO PRIORIZADO
379	Los encuestados respondieron en la pregunta numero 4 el 53% comprarían anual las mochilas convertibles en chompas, para nosotros en un criterio aceptable en esta pregunta indicada.

Elaborado por María López

Grafico N° 16



Elaborado por: María López

Análisis: podemos mencionar que el resultado más alto obtenido es de 53% correspondiente a que comprarían las mochilas convertibles en chompas anualmente. Es aceptable ya que tendremos temporada de vacas flacas y de vacas gordas en la que en temporada baja nos dedicaremos a fabricar para cubrir la demanda de la temporada alta.

4) **¿Qué aspectos considera importante al momento de adquirir una mochila convertible en chompa?**

Matriz N° 25

	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
CALIDAD	150	40%
DISEÑO	50	13%
COLOR	40	11%
TAMAÑO	55	15%
MARCA	30	8%
TELA	54	14%
TOTAL	379	100%

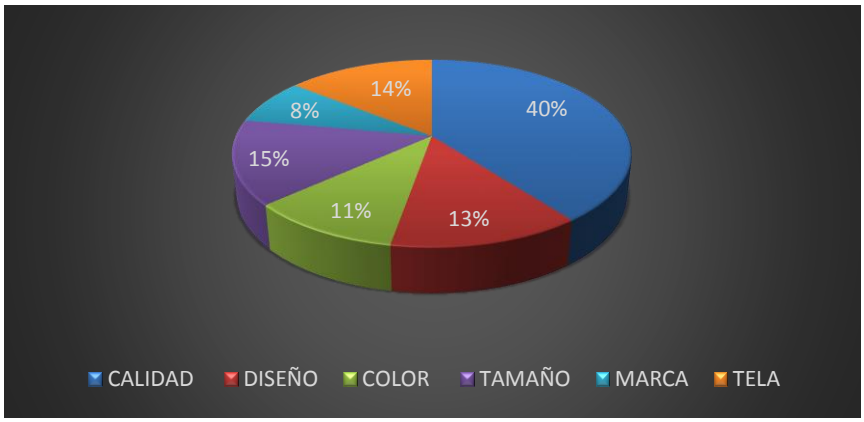
Elaborado por: María López

Matriz N° 26

N° DE ENCUESTADOS	CRITERIO PRIORIZADO
379	En esta pregunta tenemos un criterio favorable ya que desean un producto de calidad en la cual nos enfocaremos de ofrecerles un producto de calidad.

Elaborado por: María López

Grafico N° 17



Elaborado por: María López

Análisis: con los datos obtenidos en la pregunta 5 podemos determinar que el 40% es el porcentaje de calidad. Es favorable para nosotros porque la gente prefiere productos de calidad.

En la cual nosotros nos vamos a enfocar en que nuestro producto salga de calidad.

5) ¿Cuánto pagaría usted por una mochila convertible en chompa?

Matriz N° 27

PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
30-35	240	63%
35-40	109	29%
45 En adelante	30	8%
TOTAL	379	100%

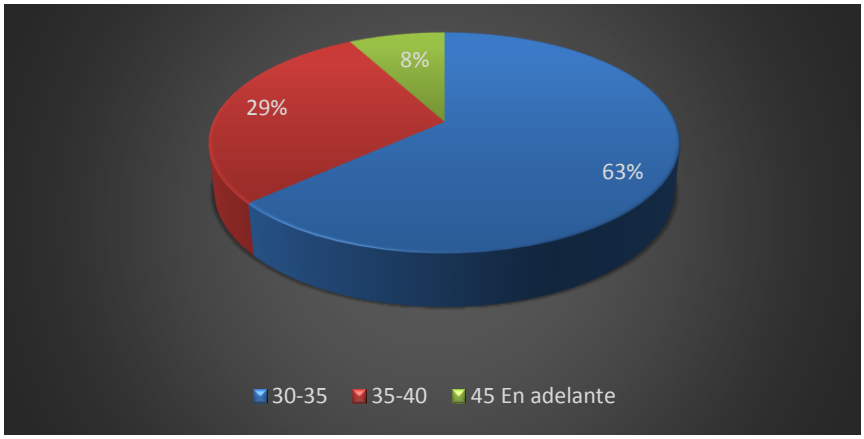
Elaborado por: María López

Matriz N° 28

N° DE ENCUESTADOS	CRITERIO PRIORIZADO
379	En esta pregunta tenemos una aceptación favorable ya que si están dispuestos a pagar en el rango de 30-35 dólares por una mochila convertibles en chompa.

Elaborado por: María López

Grafico N° 18



Elaborado por: María López

Análisis: con los resultados obtenidos podemos determinar que el precio entre 30-35 es aceptable por los encuestados por ende existe un porcentaje favorable para nuestro producto.

6) ¿En qué lugar le gustaría comprar una mochila convertible en chompa?

Matriz N° 29

	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
LOCALES COMERCIALES	250	66%
CENTROS COMERCIALES	69	18%
CATALOGOS	40	11%
OTROS	20	5%
TOTAL	379	100%

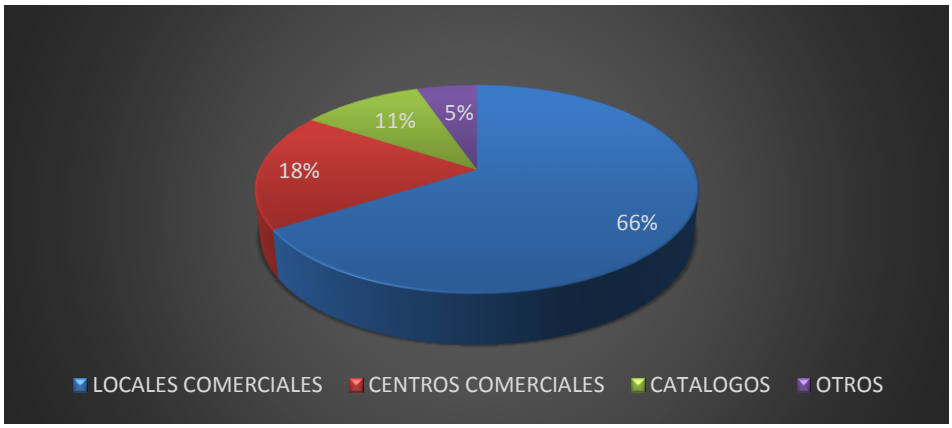
Elaborado por: María López

Matriz N° 30

N° DE ENCUESTADOS	CRITERIO PRIORIZADO
379	Los encuestados en esta pregunta nos dicen que prefieren encontrar nuestro producto en locales comerciales, para nosotros es un criterio aceptable.

Elaborado por: María López

Grafico N° 19



Elaborado por: María López

Análisis: en la pregunta número 7 tenemos el 66% correspondiente que la gente le gustaría encontrar nuestro producto en locales comerciales.

7) **¿Además de las mochilas convertibles en chompas que articulo adicional le gustaría conseguir?**

Matriz N° 31

	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
MALETAS	120	32%
CARTERAS	86	23%
BOLSOS	45	12%
CANGUROS	90	24%
LONCHERAS	38	10%
TOTAL	379	100%

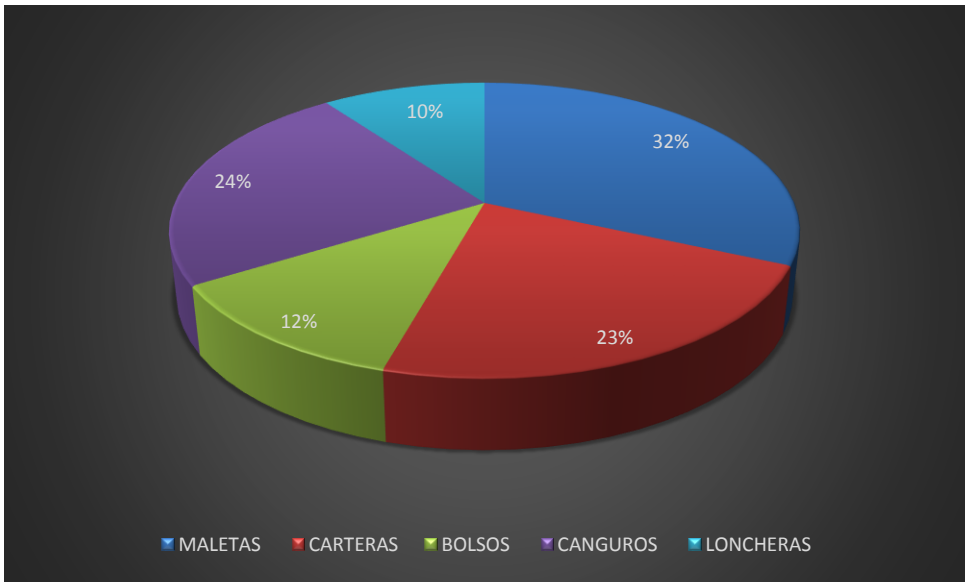
Elaborado por: María López

Matriz N° 32

N° DE ENCUESTADOS	CRITERIO PRIORIZADO
379	En esta pregunta los encuestados prefieren encontrar como articulo adicional es las maletas y canguros, en esta pregunta tenemos un criterio favorable ya que sabemos que articulo adicional producir para ofrecer a nuestros clientes.

Elaborado por: María López

Grafico N° 20



Elaborado por: María López

Análisis: según los datos que conseguimos con las encuestas determinamos que debemos fabricar con variedad para la venta pero más es maletas con 32%, canguros con el 24% y carteras con el 23% son las que más alto rango tienen.

8) **¿Está usted de acuerdo con la calidad y precio de las mochilas que le ofrecen las empresas que ofertan estos productos?**

Matriz N° 33

	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	110	29%
NO	269	71%
TOTAL	379	100%

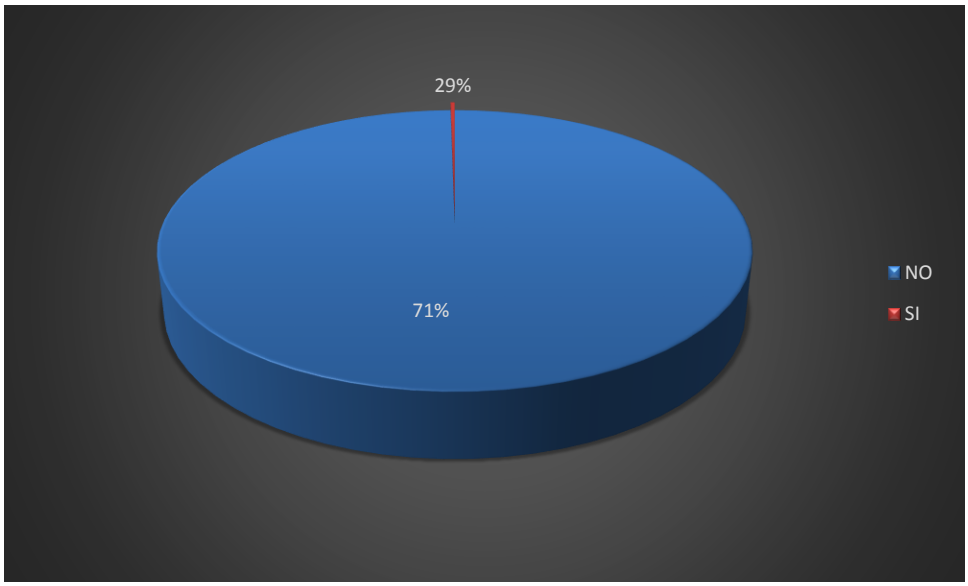
Elaborado por: María López

Matriz N° 34

N° DE ENCUESTADOS	CRITERIO PRIORIZADO
379	Los encuestados en esta respuesta nos dieron un criterio favorable porque dicen que la competencia tiene productos de mala calidad porque la mayoría de mochilas son importadas. Y desean productos de buena calidad y fabricadas aquí en Ecuador.

Elaborado por: María López

Grafico N° 21



Elaborado por: María López

Análisis: tenemos el 71% que no están de acuerdo con la calidad y los precios de las otras empresas que ofertan mochilas por lo que es favorable para nosotros poder competir con la competencia indirecta.

3.2 Oferta

La oferta está en función del precio, a menor precio mayor demanda.

La Oferta es la cantidad de Bienes y Servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado para que sea consumido a un determinado precio. (Urbina, 2006)

Nuestro propósito de analizar la oferta en nuestro proyecto es para determinar o medir las cantidades y las condiciones que vamos a poner a disposición en el mercado nuestro producto mochilas convertibles en chompas.

3.2.1 Oferta histórica

Una vez realizada la investigación se da el caso que no existe oferta histórica, debido a que es un producto nuevo. Pero como pertenecemos al Sector Secundario cogeremos referente a la oferta de la competencia Indirecta.

Matriz N° 35

Años	Oferta		Observación
	Competencia	Oferta %	
2010	1	6,5	En este caso utilizamos los porcentajes del sector manufacturero, llamado también sector secundario, dedicado a la trasformación de M.P a un producto terminado.
2011	1	8,3	
2012	1	4,4	
2013	1	4	
2014	1	3,6	
TOTAL		26,8	

Elaborado por: María López

3.2.2 Oferta actual

Matriz N° 36

Años	Oferta Actual		Observación
2014	Competencia 5	Oferta % 26,8	**En este caso utilizamos los porcentajes del sector manufacturero, llamado también sector secundario, dedicado a la trasformación de M.P a un producto terminado. En el año 2014**

Elaborado por: María López

3.2.3 Oferta proyectada

Para la proyección de la oferta utilizaremos el porcentaje de aceptación de la competencia en las encuestas.

Matriz N° 37

Años	Oferta Proyectada				Observación
	Competencia	oferta proyectada	% competencia	Oferta proyectada	
2014	1	26,8	0,3	7,8	En este caso utilizamos los porcentajes de la aceptación de la competencia en las encuestas que fue del 29%.
2015	1	34,6	0,3	10,0	
2016	1	44,6	0,3	12,9	
2017	1	57,5	0,3	16,7	
2018	1	74,2	0,3	21,5	
TOTAL	5	237,7	1,5	68,9	

Elaborado por: María López

Matriz N° 38

Proyección de la Oferta			
Año	demanda proyectada	Aceptación Competencia	Oferta Proyectada
2014	21450,64	0,29	6220,68
2015	6220,68	0,29	1804,00
2016	1804,00	0,29	523,16
2017	523,16	0,29	151,72
2018	151,72	0,29	44,00
∑	30150,20		8743,56

Elaborado por: María López

3.3 Producto sustituto

Matriz N° 39

Producto sustituto	características del producto sustituto	características de nuestro producto chompa mochila	Valor Agregado	Análisis Valor Agregado
sacos	1) elaborados con tela de algodón 2) no son impermeables	1) confeccionas con tela Nylon. 2) con forro Impermeable. 3) doble uso. 4) diseño novedoso. 5) Varias tallas y colores.	1) doble uso como mochila y como chompa. 2) Calidad	Como doble uso es un producto novedoso a la cual las personas requerirán de este producto y aumentara la producción del mismo. En cuanto al precio esta económico para el bolsillo de las personas.
mochilas	1) Fabricadas en Material Cordura. 2) utilizadas para llevar	1) confeccionas con tela Nylon. 2) con forro	1) doble uso como mochila y	Como doble uso es un producto novedoso a la cual las personas requerirán de este

	cuadernos libros. 3) distribuyen más equitativamente el peso por la espalda.	Impermeable. 3) doble uso. 4) diseño novedoso. 5) Varias tallas y colores.	como chompa. 2) Calidad	producto y aumentar la producción del mismo. En cuanto al precio esta económico para el bolsillo de las personas.
maletas	1) elaboradas en material cordura. 2) utilizadas para llevar ropa de viaje. 3) Variedad de diseños. 4) Pueden poseer Ruedas o no cuando son maletas utilizadas para deporte.	1) confeccionas con tela Nylon. 2) con forro Impermeable. 3) doble uso. 4) diseño novedoso. 5) Varias tallas y colores.	1) doble uso como mochila y como chompa. 2) Calidad	Como doble uso es un producto novedoso a la cual las personas requerirán de este producto y aumentara la producción del mismo. En cuanto al precio esta económico para el bolsillo de las personas.
carteras	1) Elaborada en material cuerina, sintéticas. 2) destinadas para el uso de mujeres. 3) hay de distintos colores para la combinación de ropa y zapatos de las mujeres.	1) confeccionas con tela Nylon. 2) con forro Impermeable. 3) doble uso. 4) diseño novedoso. 5) Varias tallas y colores.	1) doble uso como mochila y como chompa. 2) Calidad	Como doble uso es un producto novedoso a la cual las personas requerirán de este producto y aumentara la producción del mismo. En cuanto al precio esta económico para el bolsillo de las personas.

Elaborado por: María López

3.4 Demanda

La demanda tiene que ver con lo que los consumidores quieren adquirir son las cantidades que los consumidores están dispuestos a comprar.

3.4.1 Demanda histórica

Una vez realizada la investigación en la demanda histórica no tenemos datos porque es un producto nuevo.

Matriz N° 40

Año	Demanda Actual	T.C.P	Demanda Histórica
2010	20122,90	0,984153	19804,02
2011	20446,93	0,984153	20122,90
2012	20776,17	0,984153	20446,93
2013	21110,71	0,984153	20776,17
2014	21450,64	0,984153	21110,71
∑	103907,35		102260,73
Ẋ	3,34		3,28

Elaborado por: María López

3.4.2 Demanda actual

Para el presente proyecto se calculó de la demanda actual, como referencia los datos obtenidos en la encuesta, la población y la tasa de crecimiento de la población.

Población= 245.614,00

Aceptación = 68,9%

T.C.P = 1,6%

Matriz N° 41

Año	Demanda	% Crecimiento
2014	21.450,64	2,30%

Elaborado por: María López

3.4.3 Demanda proyectada

Para calcular la demanda proyectada se necesita la Tasa de Crecimiento Poblacional y la Población Global.

TASA DE CRECIMIENTO = 1.6%

Demanda referencial Proyectada

Matriz N° 42

Año	Demanda Actual	T.C.P	Demanda Proyectada	% Crecimiento
2014	169.228,04	1,011	171093,61	0
2015	171.093,61	1,011	172979,75	0,01
2016	172.979,75	1,011	174886,67	0,01
2017	174.886,67	1,011	176814,63	0,01
2018	176.814,63	1,011	178763,83	0,01
∑	865.002,70		874538,49	0
Ẋ			3,56	

Elaborado por: María López

Demanda Potencial proyectada

Matriz N° 43

Año	Demanda Actual	T.C.P	Demanda Proyectada	% Crecimiento
2014	1.542.802,60	1,02	1.565.975,80	0
2015	1.565.975,80	1,02	1.589.497,07	0,015
2016	1.589.497,07	1,02	1.613.371,64	0,015
2017	1.613.371,64	1,02	1.637.604,80	0,015
2018	1.637.604,80	1,02	1.662.201,95	0,015
∑	7.949.251,92		8.068.651,27	0,059
Ẋ			3,60	

Elaborado por: María López

Demanda efectiva proyectada

Matriz N° 44

Año	Demanda Actual	T.C.P	Demanda Proyectada	% Crecimiento
2014	21450,64	1,02	21790,57	0
2015	21790,57	1,02	22135,88	0,016
2016	22135,88	1,02	22486,67	0,016
2017	22486,67	1,02	22843,01	0,016
2018	22843,01	1,02	23205,01	0,016
∑	110706,76		112461,13	0,062
Ẋ			3,61	

Elaborado por: María López

3.5 Demanda Insatisfecha

Matriz N° 45

Año	Oferta	Demanda	Demanda Insatisfecha
2014	6220,68	21790,57	-15569,88
2015	1804,00	22135,88	-20331,88
2016	523,16	22486,67	-21963,51
2017	151,72	22843,01	-22691,30
2018	44,00	23205,01	-23161,01
∑	8743,56	112461,13	-103717,58
Ẋ	0,28	3,61	-357646,82

Elaborado por María López

Análisis: nuestra demanda insatisfecha es negativa la cual nos indica una demanda para poder ofrecer en los años analizados vamos a tener un requerimiento de nuestro producto.

Capítulo IV

4. Estudio técnico

Manifiesta que el estudio de técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto propio. (Baca Urbina, 2006)

4.1 Tamaño del proyecto

El presente proyecto está dispuesto con una superficie de 92m x 20 m

Distribuido en las siguientes áreas

Área de Ventas	**15 m x 20m**	**15m x 20m**
Área Administrativa	14m x 15m	14m x 15 m
Área de producción	40m x 20m	16m x 20m
Bodega	13m x 20m	13m x 20m
Baños	10m x 25m	10m x 25m
	TOTAL	92m x 20m

Elaborado por: María López

RAZONES DE CERCANIA

Grafico N° 22 Razones de Cercanía

Razones de cercanía	
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

Elaborado por: María López

Grafico N° 23 Códigos de Cercanía

Código de cercanía	
1	Procesos
2	Gestión Administrativa
3	Necesidad
4	Ruido

5 Por Higiene

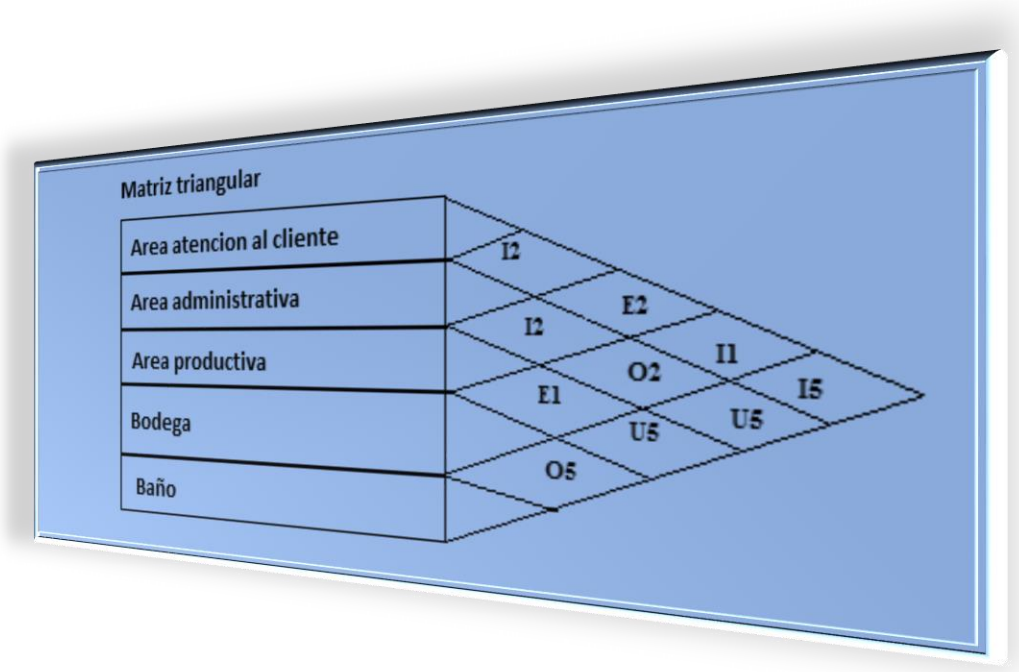
Elaborado por: María López

Determinar el tamaño del proyecto, 92m x 20m que se distribuirán en las siguientes áreas:

Distribución de la planta

Se refiere a la distribución de la planta en las diferentes aéreas.

Grafico N° 24 Matriz Triangular

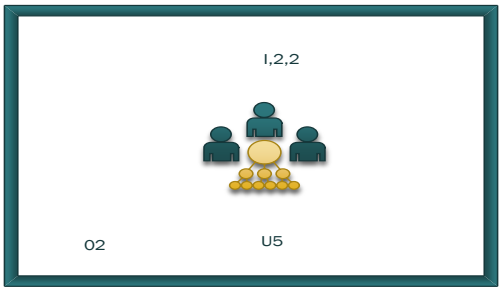


Elaborado por María López

La matriz Cruzada contiene las razones de cercanía y su importancias y tomando en cuenta los procesos tanto administrativos como de producción.

Área Administrativa 14m x 15m

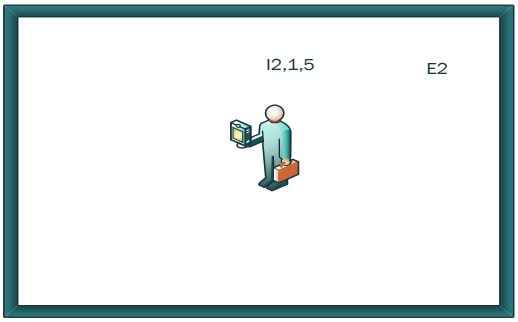
Grafico N° 25



Elaborado por: María López

Área de atención al cliente 15m x 20m

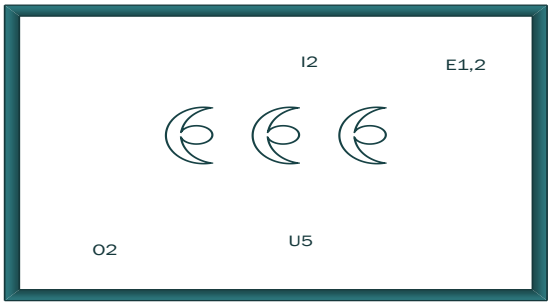
Grafico N° 26



Elaborado por: María López

Área de Producción 40m x 20m

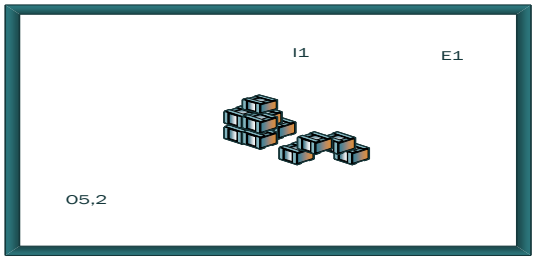
Grafico N° 27



Elaborado por: María López

Bodega 13m x 20m

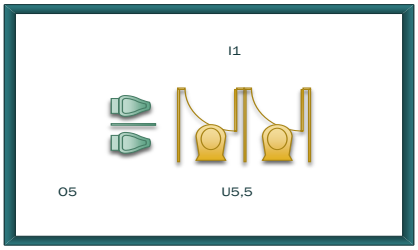
Grafico N° 28



Elaborado por: María López

Baño 10m x 25m

Grafico N° 29



Elaborado por: María López

4.2 Localización

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital. (Urbina, 2006)

Para la localización de nuestro proyecto hemos analizado los siguientes parámetros:

Seguridad: en cotocollao contamos con retenes de la policía nacional, metropolitanos, bomberos y comisarios, los cuales tiene un consecuente operativo para realizar control de armas en buses y vehículos que circulan por el sector. Cuentan con canes para que olfateen la droga en vehículos, taxis y locales (almacenes de zapatos, tiendas, panaderías etc.) para la seguridad del sector.

Crecimiento: el sector de cotocollao tiene un gran crecimiento en la economía ya que tiene una zona comercial muy activa alrededor de la AV. De la prensa principalmente por la abundancia de negocios.

Transporte: contamos en el sector con la línea Metrobus este es un sistema de transporte que se prolonga desde la estación Ofelia hasta la Marín,

Sistema integrado de transporte público.

Empresa pública metropolitana de transporte de pasajeros de Quito.

4.2.1 Macro localización

País Ecuador

Provincia Pichincha

Cantón Quito

Parroquia Cotocollao

Población 31133

Clima Templado

Matriz N° 46 Factores Relevantes

Factores Relevantes	Av. Diego Vásquez de Cepeda		Av. Prensa Manta Cotocollao		Av. Pedro Freire	
	Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Cercanía al Mercado	0,5	0,5	1	1	0,25	0,25
Costo Rentas	0,5	0,5	0,75	0,75	0,25	0,25
Vía de Acceso	0,75	0,75	1	1	1	1
Servicios Básicos	1	1	1	1	1	1
Transporte	0,5	0,5	1	1	1	1
Seguridad	0,75	0,75	0,75	0,75	0,5	0,5
Parqueadero	1	1	0,75	0,75	0,75	0,75
Total		5		6,25		4,75

Elaborado por: María López

Una vez realizada la Matriz de Factores Relevantes se concluye que el sector que tiene mayor porcentaje está ubicada en el sector de Cotocollao. Porque tiene mayor beneficios en la cercanía del mercado, mayores vías de acceso, mantienen servicios básicos como agua, luz, alcantarillado, Internet.

4.2.1 Micro localización

La Micro localización tiene que ver con el lugar exacto donde va a estar ubicado nuestro proyecto; estará ubicado en la Av. De la prensa Manta Cotocollao N° 63-271

Cercanía del mercado: en el lugar donde vamos a estar ubicados estamos cerca al mercado porque en ese sector es muy comercial.

Costo de Rentas: El costo de la renta de la infraestructura que vamos a arrendar está acorde al sector de comerciabilidad.

Vías de acceso: tenemos muchas vías de acceso por donde pasan metro, trole, eco vía y muchos buses alimentadores.

Servicios Básicos: contamos con todos los servicios básicos como Agua, Luz, Teléfono, Internet, Alcantarillado.

Seguridad: el lugar es seguro porque tenemos reten de policías y siempre están haciendo rondas de seguridad por todo el lugar de la Av. De la Prensa.

Tenemos mucha facilidad de crecimiento en el sector ya que está ubicado en pleno centro comercial. Estamos cubiertos por clientes de nivel bajo, medio y medio Alto.

4.2.2.1 Áreas del sector

El presente proyecto estará Ubicado en la provincia de Pichincha Distrito metropolitano de Quito sector Norte, Av. Prensa Manta Cotocollao, se eligió este lugar ya que cuenta con todas las condiciones requeridas y necesarias para su funcionamiento.

Croquis de la Empresa

Grafico N° 31

Elaborado por: María López

4.3 Ingeniería del proyecto

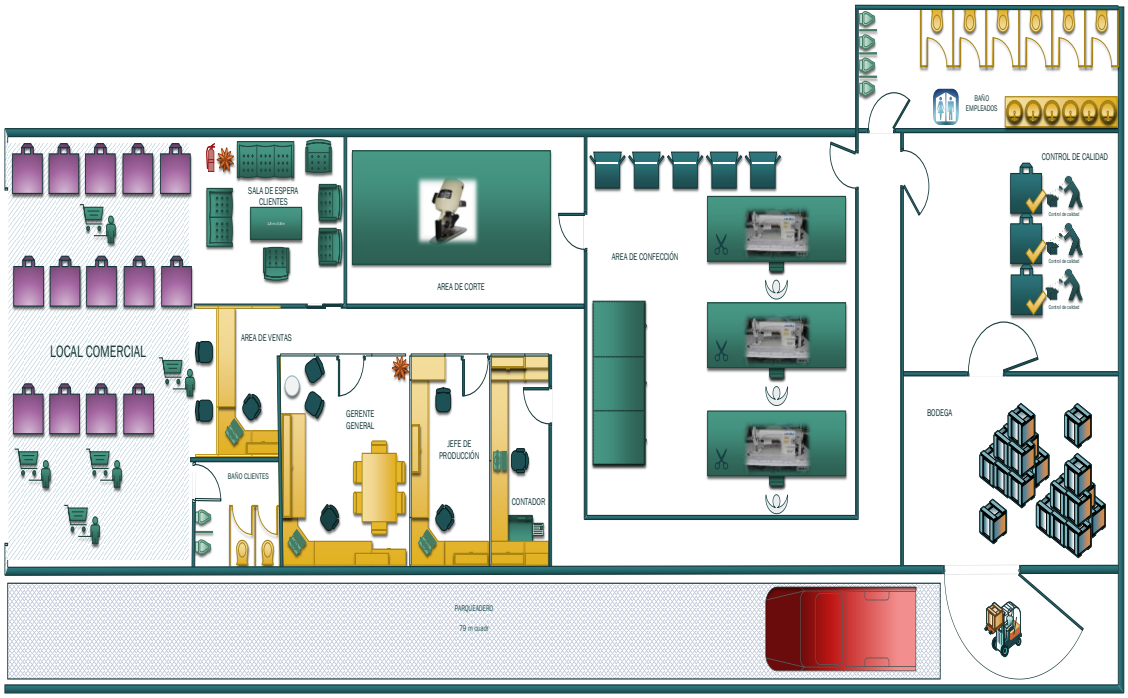
(Baca Urbina, 2006)La ingeniería del producto se refiere a todos los aspectos técnicos y de operatividad necesaria para comenzar a elaborar el producto, para el cual se necesita disponer de cierta información proveniente del estudio de mercado, del marco legal, de la localizaciones estudio de tecnologías disponibles, de las posibilidades financieras y la disponibilidad del personal idóneo.(pág. 110)

La ingeniería de proyectos consta la distribución final de la planta con cada una de las áreas y sus respectivos accesos.

Dentro de este elemento se debe tratar de que la distribución de la planta, para la óptima distribución de la planta, y de la manera más organizada, y para la óptima asignación de equipos y espacio de oficinas, bodega, fábrica, y lugares de descanso para el trabajador.

La ingeniería tiene que ser ordenada para que el equipo de trabajo pueda conseguir eliminar tiempos muertos y que exista mayor premura en los procesos.

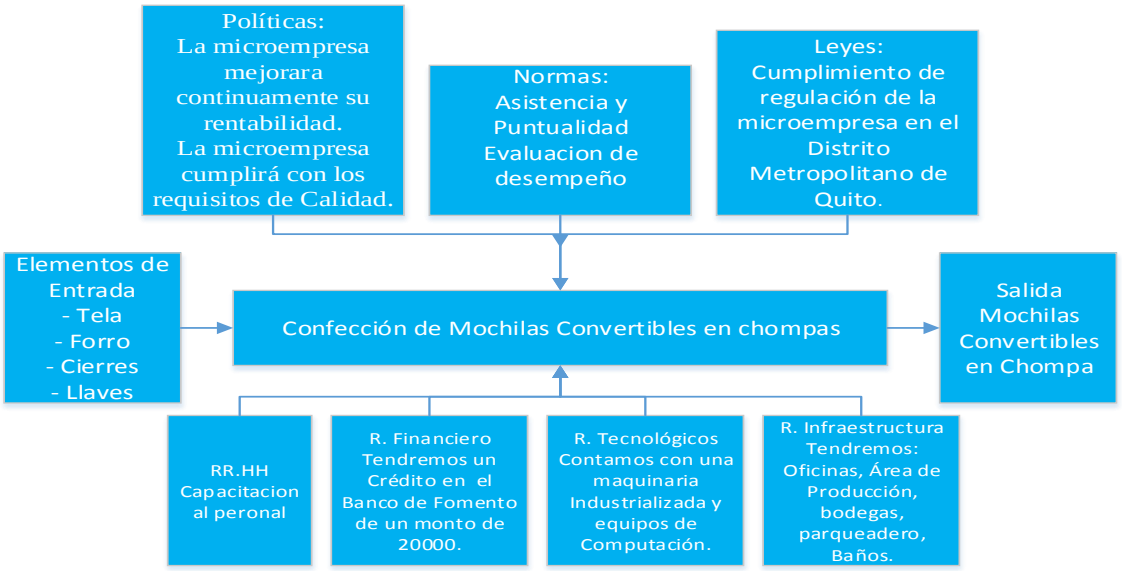
Grafico N° 30 Ingeniería del Proyecto



Elaborado por: María López

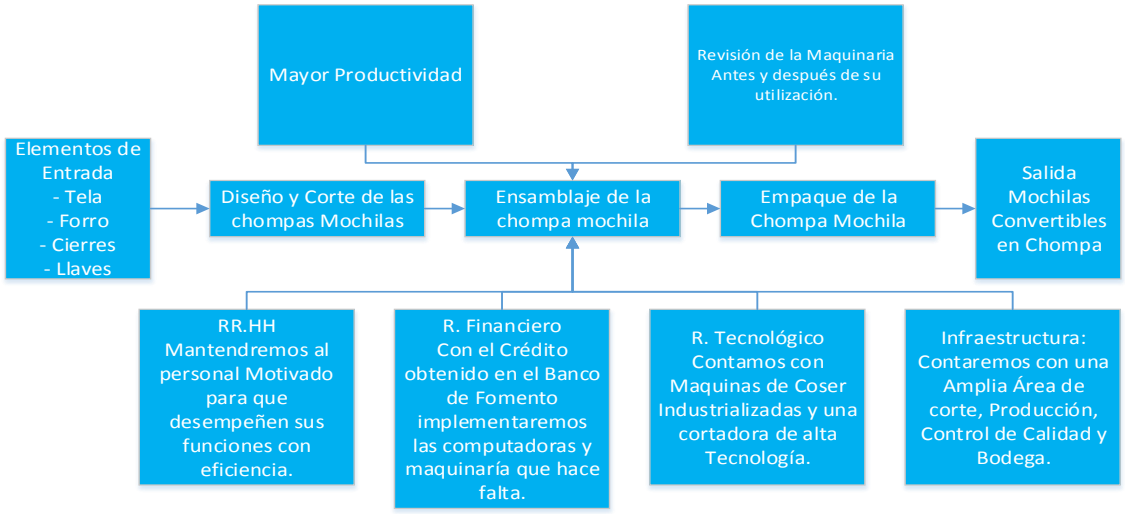
4.3.1 Diagrama de procesos

Grafico N° 32 Nivel 0



Elaborado por: María López

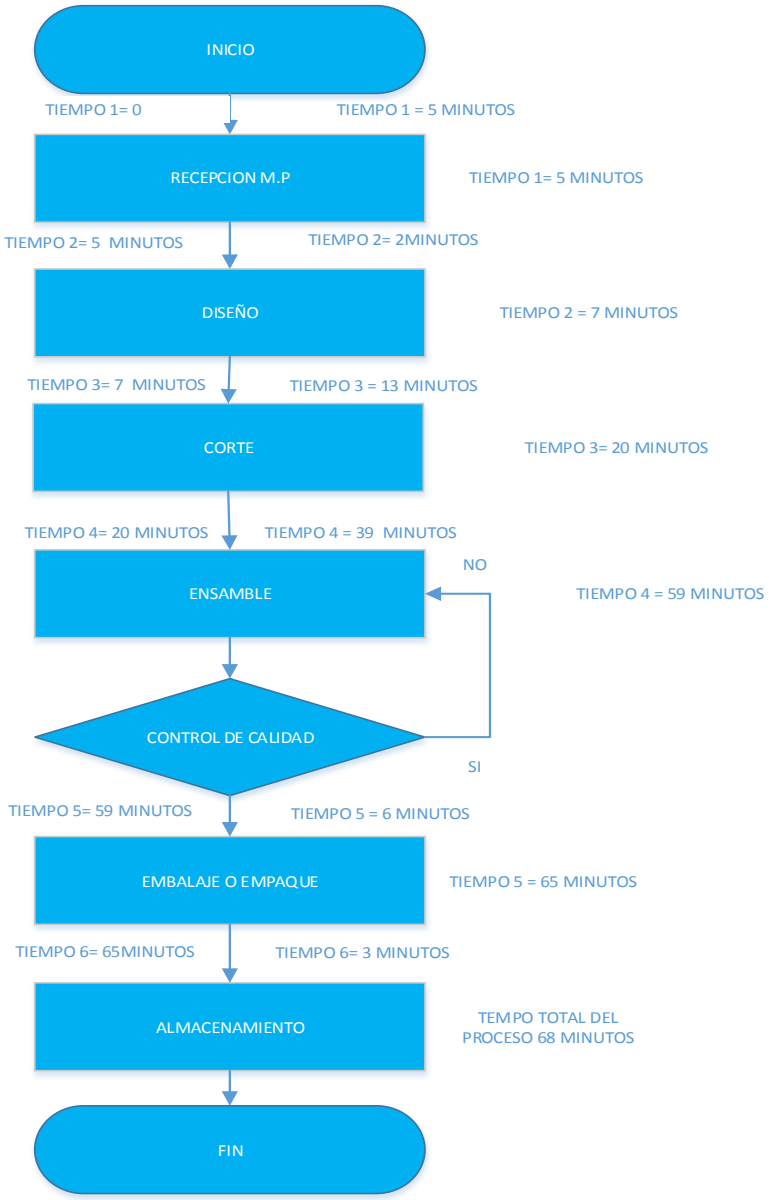
Grafico N° 33 Nivel 1



Elaborado por: María López

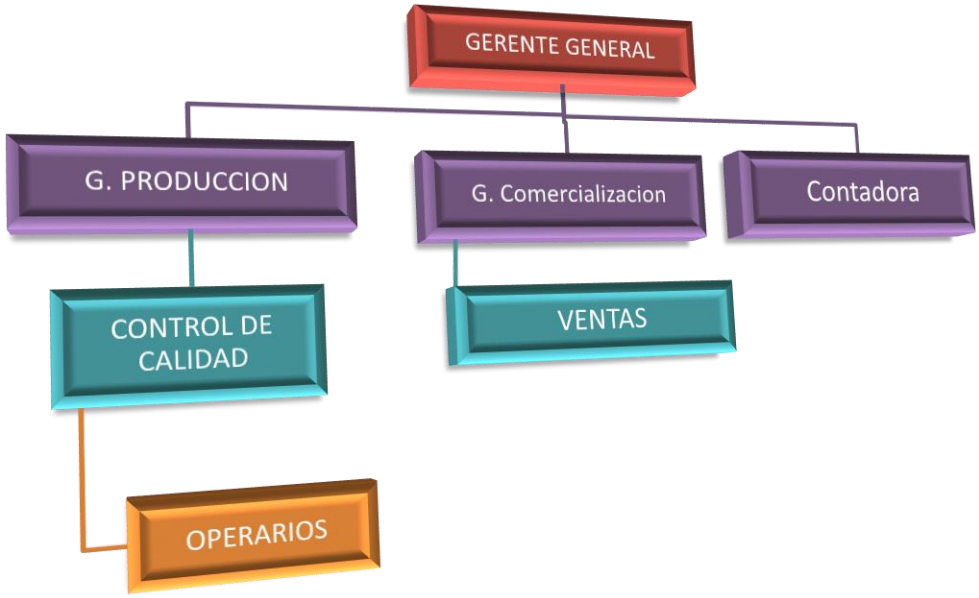
4.3.2 Flujos de procesos

Al realizar el flujogramas de las mochilas convertibles en chompas que esta detallado a continuación, el valor del proceso nos da de 68 minutos y en dinero nos equivale a $ 1,65



Elaborado por: María López

4.3.3 Estructura organizacional



4.3.3.1 Descripciones de estructura organizacional

Gerente general

Las funciones del gerente general, representante legal de la microempresa

1) Evaluar el rendimiento de todos los procesos de la microempresa y del personal involucrado en cada uno de ellos.

2) Desarrollar estrategias para el cumplimiento de las metas y proyecciones de la microempresa.

3) Supervisar las actividades realizadas para el cumplimiento de los objetivos según lo planificado.

4) Velar por la correcta distribución en la adquisición de materiales, maquinaria.

5) Fomentar una política de calidad que promueva la transparencia de los procesos.

G. de Producción

Las funciones del Gerente de Producción,

1) Aprobación de la producción y diseño de las plantillas para las mochilas convertibles en chompas.
2) Controlar al personal operativo.
3) Controlar las actividades.
4) Controlar los insumos.
5) Responsable de la entrega de informes y reportes semanales, de control de calidad.

Control de calidad

Las funciones que va a realizar son:

1) Pruebas de control de calidad, debe hacer las pruebas en el proceso de producción de las mochilas convertibles en chompas, al principio, a la mitad y al final para asegurarse de que la calidad de la producción permanezca igual durante todo el proceso.
2) Al momento de descubrir un problema en cualquier punto del proceso, trabajaran con el equipo de producción para solucionarlo. También realizara pruebas en el servicio, evaluando la calidad del servicio brindado a nuestros clientes.

Operarios

Las funciones de los Operarios son:

1) Selección de la materia prima no siempre tendremos la misma tela siempre estaremos innovando en las telas de producción.
2) Encargados también en el proceso de Diseño.
3) Corte
4) Ensamblaje en la cual coserán cierres, mangas, forro, colocaran bolsillos, llaves, broches.

Contadora

Las funciones de la Contadora son:

1) Emitir estados financieros oportunos, confiables, emisión.
2) Revisión de contrato con los proveedores.
3) Elaboración de las declaraciones de impuestos de la microempresa.

J. de Comercialización

Las funciones del gerente de comercialización son:

1) Supervisión de las tareas que realizan día a día sus vendedores.
2) Supervisa el trabajo del equipo.
3) Fijación de precios.
4) Definir la política de descuentos y bonificaciones.
5) Capacitar y entrenar a los vendedores.

Vendedor/a

Se encargara básicamente de:

1) Entregar el producto.
2) Tomar pedidos de los clientes.
3) Facilitar información y otros servicios al cliente.

4.4 Marketing del proyecto

4.4.1 Creación de la marca

Hemos decidido crear nuestra marca con un nombre propio.

Grafico N° 34

Elaborado por María López

4.4.2 Creación del slogan o filosofía

SLOGAN: VAMOS JUNTOS A BUSCAR TU ESTILO……..

4.4.3 Estrategia del producto o servicio

Para posesionar nuestro producto vamos a tener canales de comercialización para lo cual tenemos:

Matriz N° 47

CANALES DE DISTRIBUCION	NOMBRES	DIRECCION
	LOCAL COMERCIAL MARYLOP	AV. De la prensa Y manta cotocollao
	TIA	Av. Manuel Córdova Galarza
	SUPERMAXI	Av. de la Prensa y John F Kennedy

Elaborado por: María López

También utilizaremos medios de publicidad

A través de la publicidad también nos posesionaremos en el mercado utilizando medios de tecnología y volantes publicitarios.

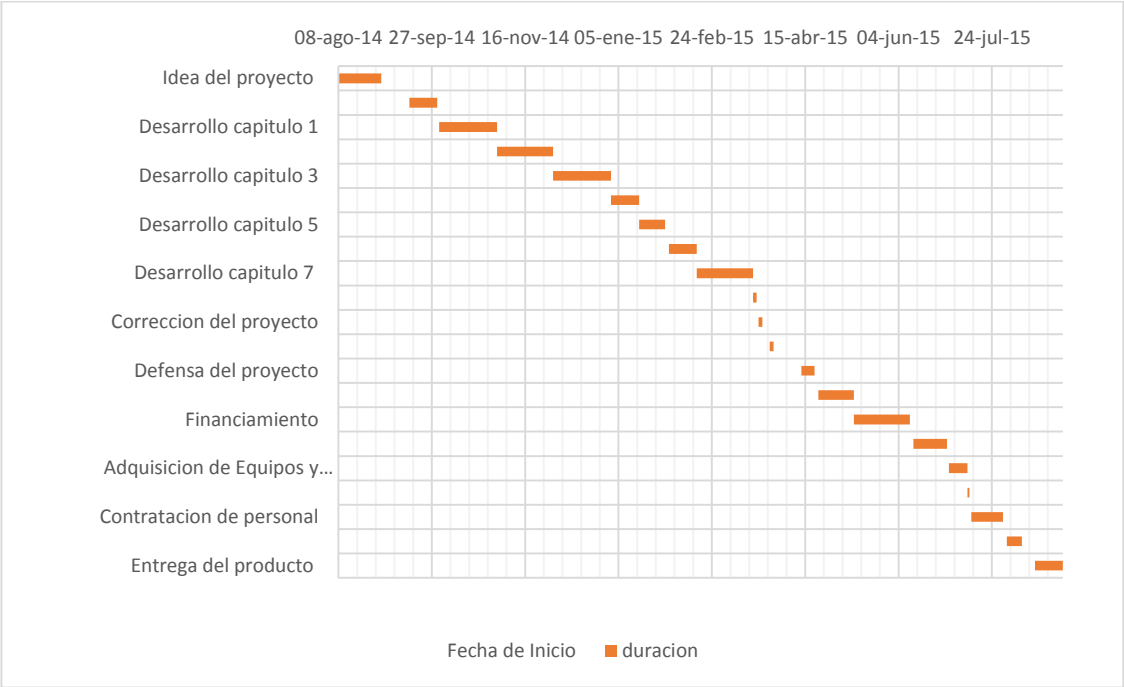
En la tecnología utilizaremos las redes sociales como Facebook, twitter en la cual no tendremos costos adicionales.

En los volantes publicitarios utilizaremos las promociones.

Volante Publicitario

Elaborado por: María López

4.5 Cronograma del proyecto



Elaborado por: María López

Capítulo V

5. Estudio financiero

5.1 Ingresos

Los ingresos es la cantidad de dinero que vamos a generar por las actividades laborales de producción que vamos a realizar.

Matriz N° 48

Ingresos Operacionales	
Mochilas convertibles en Chompas	
Concepto	Valor
Costo Unitario de Fabricación	$ 18,01
Utilidad 38%	$ 6,84
P.V.P	$ 24,85
Producción Mensual	480
Ingreso Mensual	$ 11.928,03
Ingreso Anual	$ 143.136,38

Elaborado por: María López

Al realizar el cuadro de Ingresos Operacionales determinamos que el precio de venta al público es de $ 25,21. Obteniendo una Utilidad del 40%.

5.2 Costos

Matriz N° 49 Proceso de Producción

Proceso de Producción

producción de mochilas convertibles en chompas				
procesos	Tiempo Unitarios		Tiempo Total en 7 Chompa Mochilas	
Recepción M.P	5	minutos	35	minutos
Diseño y corte	15	minutos	105	minutos
Ensamble o Confección	39	minutos	273	minutos
Embalaje o Empaque	6	minutos	42	minutos
Almacenamiento	3	minutos	21	minutos
Total tiempo productivo	68	minutos	476	minutos

Elaborado por: María López

Matriz N° 50 Producción Mensual y Anual

Producción Anual

producción mochilas convertibles en chompas					
Operarios	Minutos diarios	Tiempo por 8 mochilas	Producción diaria	Producción Mensual	Producción Anual
Operario 1	480	476	8	160	1920
Operario 2	480	476	8	160	1920
Operario 3	480	476	8	160	1920
Total			24	480	5760

Elaborado por: María López

Matriz N° 51

Materia Prima Directa				
Mochilas Convertibles en Chompas				
M.P	Cantidad	Unidad	costo de M.P	Costo Total M.P por chompa Mochila
Tela	1,5	metros	$ 4,00	$ 6,00
Forro Esponjado	1,5	metros	$ 3,00	$ 4,50
Cierre Chompa	1	metro	$ 1,50	$ 1,50
Elástico	1	metro	$ 1,00	$ 1,00
Cierre Mochila	1	metro	$ 0,25	$ 0,25
Forro Mochila	50	centímetros	$ 0,01	$ 0,60
Hilo de Tres Hebras	1	Unidad	$ 0,20	$ 0,20
Agujas	1	Paquete	$ 0,50	$ 0,50
Llaves Mochila	3	unidades	$ 0,07	$ 0,21
TOTAL			10,53	14,76

Elaborado por: María López

Matriz N° 52

Materia Prima Directa				
Mochilas convertibles en Chompas				
Materia Prima Directa	Producción Mensual	Costo M.P Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Tela	480	$ 6,00	$ 2.880,00	$ 34.560,00
Forro Esponjado	480	$ 4,50	$ 2.160,00	$ 25.920,00
Cierre Chompa	480	$ 1,50	$ 720,00	$ 8.640,00
Elástico	480	$ 1,00	$ 480,00	$ 5.760,00
Cierre Mochila	480	$ 0,25	$ 120,00	$ 1.440,00
Hilo de Tres Hebras	480	$ 0,20	$ 96,00	$ 1.152,00
Agujas	480	$ 0,50	$ 240,00	$ 2.880,00
Forro Mochila	480	$ 0,60	$ 288,00	$ 3.456,00
Llaves Mochila	480	$ 0,21	$ 100,80	$ 1.209,60
TOTAL		$ 14,76	$ 7.084,80	$ 85.017,60

Elaborado por: María López

Matriz N° 53

Mano de Obra Directa							
Mochilas convertibles en chompas							
Empleado	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte IESS 9,45%	Total Mensual	Total Anual
Jefe de Producción	500,00	41,65	41,67	41,67	47,25	577,73	6932,8
Operario 1	354,00	29,49	29,50	29,50	33,45	409,04	4908,48
Operario 2	354,00	29,49	29,50	29,50	33,45	409,04	4908,48
Operario 3	354,00	29,49	29,50	29,50	33,45	409,04	4908,48
TOTAL MANO DE OBRA						1804,85	21658,24

Elaborado por: María López

Matriz N° 54

Mano de Obra Directa por cada Mochila convertible en Chompa						
Mochilas Convertible en Chompas						
Concepto	Sueldo Anual	Mes	Día	Hora	Minuto	Tiempo por Prenda
Operario 1	$ 4.908,48	$ 409,04	$ 20,45	$ 2,56	$ 0,04	59,00
VALOR MANO DE OBRA POR MOCHILA						$ 2,51

Elaborado por: María López

Matriz N° 55

Costos Indirectos de Fabricación				
Servicios Básicos				
Mochilas convertibles en Chompas				
Concepto	Costo	Cantidad	Mensual	Anual
Agua potable	$ 20,00	1	$ 20,00	$ 240,00
Luz Eléctrica	$ 60,00	1	$ 60,00	$ 720,00
Teléfono	$ 14,00	1	$ 14,00	$ 168,00
Internet	$ 22,00	1	$ 22,00	$ 264,00
TOTAL			$ 116,00	$ 1.392,00

Elaborado por: María López

Matriz N°56

Costo Indirecto de Fabricación en Servicios Básicos						
Mochilas convertibles en Chompas						
Concepto	Anual	Mes	Día	Hora	Minuto	Tiempo por Prenda
Servicios Básicos	$ 1.392,00	$ 116,00	$ 5,80	$ 0,73	$ 0,01	59
Valor de costo Indirecto de Fabricación por Prenda						$ 0,71

Elaborado por: María López

Matriz N° 57

Costos Indirectos de Fabricación					
Herramientas Varias					
Mochilas Convertibles en Chompas					
Herramientas	Costos	Cantidad	Costo por Unidad	Mensual	Anual
Tijeras	$ 15,00	2	$ 30,00	-	$ 30,00
Pulidoras	$ 3,00	3	$ 9,00	-	$ 9,00
Cinta Métrica	$ 0,50	2	$ 1,00	-	$ 1,00
Total costos Indirectos				$ -	$ 40,00

Elaborado por: María López

Matriz N° 58

Costos Indirectos de Fabricación						
Herramientas Varias						
Mochilas Convertibles en Chompas						
Concepto	Anual	Mes	Día	Hora	Minuto	Tiempo por prenda
Costos Indirectos Varios	$ 40,00	$ 3,33	$ 0,17	$ 0,02	$ 0,00	59
Total Costos Indirectos de Fabricación Varios						$ 0,02

Elaborado por: María López

Matriz N° 59

Total Costos Indirectos de Fabricación		
Mochilas Convertibles en Chompas		
Concepto	por Mochila Convertible en Chompa	
Servicios Básicos	$	0,71
Costos Indirectos Varios	$	0,02
Total Costos Indirectos de Fabricación	$	0,73

Total costo indirecto de Fabricación		
Concepto	costo indirecto Anual	
Servicios Básicos	$	1.392,00
Costos indirectos Varios	$	40,00
TOTAL	$	1.432,00

Elaborado por: María López

Matriz N° 60

Costo Unitario de Producción		
Mochilas Convertibles en Chompas		
Concepto	Valor	
Materia Prima Directa	$	14,76
Mano de Obra Directa	$	2,51
Costo Indirecto de Fabricación	$	0,73
Costo Unitario de Fabricación	$	18,01

Elaborado por: María López

Matriz N° 61

Ingresos Operacionales		
Mochilas convertibles en Chompas		
Concepto	Valor	
Costo Unitario de Fabricación	$	18,01
Utilidad 38%	$	6,84
P.V.P	$	24,85
Producción Mensual		480
Ingreso Mensual	$	11.928,03
Ingreso Anual	$	143.136,38

Elaborado por: María López

Matriz N° 62

Ingresos Proyectados				
Mochilas Convertibles en Chompa				
Años	Ingreso Actual		Tasa Sector Manufacturera 4,9%	Ingreso Anual
2015(Año Base)	$	143.136,38	1	$ 143.136,38
2016	$	143.136,38	1,049	$ 150.150,06
2017	$	150.150,06	1,049	$ 157.507,42
2018	$	157.507,42	1,049	$ 165.225,28
2019	$	165.225,28	1,049	$ 173.321,32
2020	$	173.321,32	1,049	$ 181.814,06

Elaborado por: María López

Matriz N° 63

Costo Directo		
Concepto	Mensual	Valor anual
Materia Prima	$ 7.084,80	$ 85.017,60
Mano de Obra Directa	$ 1.804,85	$ 21.658,24
Total Costo Directo	$ 8.889,65	$ 106.675,84

Elaborado por: María López

Matriz N° 64

Costos Indirectos		
Concepto	Mensual	Valor anual
Servicios Básicos	$ 116,00	$ 1.392,00
Herramientas Varias	$ 3,33	$ 40,00
Total Costo Indirecto	$ 119,33	$ 1.432,00

Elaborado por: María López

5.2.1 Gastos administrativos

Matriz N° 65

Gasto de Personal Administrativo								
Mochilas Convertibles en Chompa								
Concepto	Cantidad	Sueldo Mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte Personal 9,45%	Valor Mensual	Valor Anual
Gerente General	1	$ 600,00	$ 50,00	$ 50,00	$ 49,98	$ 56,70	$ 693,28	$ 8.319,36
Jefe de Comercialización	1	$ 400,00	$ 33,33	$ 33,33	$ 33,32	$ 37,80	$ 462,19	$ 5.546,24
Contadora	1	$ 400,00	$ 33,33	$ 33,33	$ 33,32	$ 37,80	$ 462,19	$ 5.546,24
Vendedor	1	$ 354,00	$ 29,50	$ 29,50	$ 29,49	$ 33,45	$ 409,04	$ 4.908,42
TOTAL							$ 2.026,69	$ 24.320,26

Elaborado por: María López

Matriz N° 66

Suministro de Oficina				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Mensual	Costo anual
Resma de papel	4	$ 4,10	$ 1,37	$ 16,40
Block de facturas	4	$ 10,00	$ 3,33	$ 40,00
Lápices	16	$ 1,00	$ 1,33	$ 16,00
Bolígrafos	32	$ 1,00	$ 2,67	$ 32,00
Grapas	2	$ 1,00	$ 0,17	$ 2,00
Clips	2	$ 1,00	$ 0,17	$ 2,00
TOTAL		$ 18,10	$ 9,03	$ 108,40

Elaborado por: María López

Matriz N° 67

Materiales de Limpieza				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Mensual	Costo anual
Escoba	3	$ 2,50	$ 0,63	$ 7,50
Recogedor	2	$ 1,50	$ 0,25	$ 3,00
Trapeador	2	$ 2,50	$ 0,42	$ 5,00
Desinfectante	6	$ 2,30	$ 1,15	$ 13,80
Cloro	4	$ 1,50	$ 0,50	$ 6,00
Ambiental	3	$ 3,00	$ 0,75	$ 9,00
TOTAL		$ 13,30	$ 3,69	$ 44,30

Elaborado por: María López

5.2.2 Gasto de venta

Matriz N° 68

GASTOS DE VENTAS				
Descripción	Cant.	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual
Gasolina	2	$ 20,00	$ 40,00	$ 480,00
Material Pop	500	$ 0,20	-	$ 100,00
TOTAL			$ 40,00	$ 580,00

Elaborado por: María López

5.2.3 Costo financiero

Costo financiero es el precio de cobro por la entidad financiera que nos otorguen el crédito en este caso sería la cantidad del crédito más intereses.

Matriz N° 69

Monto de crédito	$ 20.000,00
interés	$ 2.291,67
Total	$ 22.291,67

Elaborado por: María López

5.2.4 Costo fijo y variable

5.2.4.1 Costo fijo

Matriz N° 70

	MOCHILAS CONVERTIBLES EN CHOMPAS		
	DESCRIPCION	Precio Mensual	Precio Anual
	INGRESOS	$ 11.874,01	$ 142.488,12
COSTOS FIJOS	Agua potable	$ 20,00	$ 240,00
	Luz Eléctrica	$ 60,00	$ 720,00
	Teléfono	$ 14,00	$ 168,00
	Internet	$ 22,00	$ 264,00
	Sueldos Administrativos		
	Gerente General	$ 693,28	$ 8.319,36
	Jefe de Comercialización	$ 462,19	$ 5.546,24
	Contadora	$ 462,19	$ 5.546,24
	Vendedor	$ 409,04	$ 4.908,42
	Depreciación	$ 237,37	$ 2.848,45
	Amortización del Financiamiento	$ 141,32	$ 1.695,83
	Arriendo	$ 600,00	$ 7.200,00
	Otros Gastos Administrativos		
	Suministro de Oficina		
	Resma de papel	$ 1,37	$ 16,40
	Block de facturas	$ 3,33	$ 40,00
	Lápices	$ 1,33	$ 16,00
	Bolígrafos	$ 2,67	$ 32,00
	Grapas	$ 0,17	$ 2,00
	Clips	$ 0,17	$ 2,00
	Materiales de Limpieza		
	Escoba	$ 0,63	$ 7,50
	Recogedor	$ 0,25	$ 3,00
	Trapeador	$ 0,42	$ 5,00
	Desinfectante	$ 1,15	$ 13,80
	Cloro	$ 0,50	$ 6,00
	Ambiental	$ 0,75	$ 9,00
	TOTAL COSTOS FIJOS ∑	$ 3.134,10	$ 37.609,25

Elaborado por: María López

5.2.4.2 Costo variable

Matriz N° 71

	M.P	Costo Mensual	Costo Anual
COSTOS VARIABLES	Tela	$ 2.520,00	$ 30.240,00
	Forro Esponjado	$ 1.890,00	$ 22.680,00
	Cierre Chompa	$ 630,00	$ 7.560,00
	Elástico	$ 420,00	$ 5.040,00
	Cierre Mochila	$ 105,00	$ 1.260,00
	Hilo de Tres Hebras	$ 84,00	$ 1.008,00
	Agujas	$ 210,00	$ 2.520,00
	Forro Mochila	$ 252,00	$ 3.024,00
	Llaves Mochila	$ 88,20	$ 1.058,40
	M.O		
	Jefe de Producción	$ 577,73	$ 6.932,80
	Operario 1	$ 409,04	$ 4.908,48
	Operario 2	$ 409,04	$ 4.908,48
	Operario 3	$ 409,04	$ 4.908,48
	C.I.F		
	Tijeras	$ 2,50	$ 30,00
	Pulidoras	$ 0,75	$ 9,00
	Cinta Métrica	$ 0,08	$ 1,00
	Gasto Ventas		
	Gasolina	$ 40,00	$ 480,00
	Material pop	$ 8,33	$ 100,00
	TOTAL COSTO VARIABLE	$ 8.055,72	$ 96.668,64

Elaborado por: María López

5.3 Inversiones

5.3.1 Inversiones fijas

Matriz N° 72

INVERCIONES FIJAS				
EMPRESA MARYLOP				
VEHICULO				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Camioneta para la Comercialización	1	$ 8.200,00	$ 8.200,00	
TOTAL VEHICULO				$ 8.200,00
MAQUINARIA				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Maquinas de Coser Industriales	3	$ 800,00	$ 2.400,00	
Folders	2	$ 80,00	$ 160,00	
Mesa Industrial de Corte de Tela	1	$ 150,00	$ 150,00	
Cortadora de Tela	1	$ 250,00	$ 250,00	
Tijeras	3	$ 15,00	$ 45,00	
Pulidoras	3	$ 2,00	$ 6,00	
Recubridora	1	$ 6.000,00	$ 6.000,00	
TOTAL MAQUINARIA				$ 9.011,00
MUEBLES Y ENSERES				
Muebles Destinado para Área Administrativa	4	$ 200,00	$ 800,00	
Sillas	4	$ 30,00	$ 120,00	
Archivadores	4	$ 100,00	$ 400,00	
TOTAL MUEBLES Y ENSERES				$ 1.320,00
EQUIPO DE COMPUTACION				
Computador de escritorio Intel i3	5	$ 650,00	$ 3.250,00	
Impresora Multifunción	3	$ 400,00	$ 1.200,00	
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACION				$ 4.450,00
EQUIPO DE OFICINA				
Grapadora	3	$ 5,00	$ 15,00	
Perforadora	2	$ 3,00	$ 6,00	
TOTAL EQUIPO DE OFICINA				$ 21,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS				$ 23.002,00

Elaborado por: María López

5.3.1.1 Activos fijos

Matriz N°73

Inversión			
Mochilas Convertibles en Chompa			
Concepto	Fuentes y Uso	Recursos Propio	Recursos Financieros
Inversiones de Activo fijo			
Vehículos	$ 8.200,00	$ -	$ 8.200,00
Maquinaria y Equipos	$ 9.011,00	$ 3.011,00	$ 6.000,00
Muebles y Enseres	$ 1.320,00	$ -	$ 1.320,00
Equipo de Computación	$ 4.450,00	$ -	$ 4.450,00
Equipo de Oficina	$ 21,00	$ -	$ 21,00
Total Activos Fijos	**$ 23.002,00**	**$ 3.011,00**	**$ 19.991,00**
Activos Nominales			
Conocimientos	$ 354,00	$ 354,00	$ -
Total Activo Nominal	**$ 354,00**	**$ 354,00**	**$ -**
Capital de Trabajo			
Costo de Producción	$ 8.123,39	$ 8.123,39	$ -
Gasto Administrativo	$ 2.039,41	$ 2.039,41	$ -
Gasto de Ventas	$ 40,00	$ 40,00	$ -
Total Capital de Trabajo	**$ 10.202,80**	**$ 10.202,80**	
TOTAL INVERCION	**$ 33.558,80**	**$ 13.567,80**	**$ 19.991,00**
Participación	100%	40%	60%

Elaborado por: María López

5.3.1.2 Activos nominales

Matriz N° 74

Activos Nominales	
Conocimientos	$ 354,00
Total Activo Nominal	**$ 354,00**

Elaborado por: María López

5.3.2 Capital de trabajo

Matriz N° 75

Capital de Trabajo	
Costo de Producción	$ 8.123,39
Gasto Administrativo	$ 2.039,41
Gasto de Ventas	$ 40,00
Total Capital de Trabajo	**$ 10.202,80**

Elaborado por: María López

5.3.3 Fuente de financiamiento y uso de fondos

5.3.4 Amortización de financiamiento

Matriz N° 76

Monto	20000
Banco nacional Fomento	11%
Plazo	2 años
Forma de Pago	Mensual

Amortización del Financiamiento					
Cuota	Monto	Interés	Capital	Cuota de Pago	Saldo
0	$ 20.000,00	$ -	$ -	$ -	$ 20.000,00
1	$ 20.000,00	$ 183,33	$ 1.016,67	$ 833,33	$ 19.166,67
2	$ 19.166,67	$ 175,69	$ 1.009,03	$ 833,33	$ 18.333,33
3	$ 18.333,33	$ 168,06	$ 1.001,39	$ 833,33	$ 17.500,00
4	$ 17.500,00	$ 160,42	$ 993,75	$ 833,33	$ 16.666,67
5	$ 16.666,67	$ 152,78	$ 986,11	$ 833,33	$ 15.833,33
6	$ 15.833,33	$ 145,14	$ 978,47	$ 833,33	$ 15.000,00
7	$ 15.000,00	$ 137,50	$ 970,83	$ 833,33	$ 14.166,67
8	$ 14.166,67	$ 129,86	$ 963,19	$ 833,33	$ 13.333,33
9	$ 13.333,33	$ 122,22	$ 955,56	$ 833,33	$ 12.500,00
10	$ 12.500,00	$ 114,58	$ 947,92	$ 833,33	$ 11.666,67
11	$ 11.666,67	$ 106,94	$ 940,28	$ 833,33	$ 10.833,33
12	$ 10.833,33	$ 99,31	$ 932,64	$ 833,33	$ 10.000,00
13	$ 10.000,00	$ 91,67	$ 925,00	$ 833,33	$ 9.166,67
14	$ 9.166,67	$ 84,03	$ 917,36	$ 833,33	$ 8.333,33
15	$ 8.333,33	$ 76,39	$ 909,72	$ 833,33	$ 7.500,00
16	$ 7.500,00	$ 68,75	$ 902,08	$ 833,33	$ 6.666,67
17	$ 6.666,67	$ 61,11	$ 894,44	$ 833,33	$ 5.833,33
18	$ 5.833,33	$ 53,47	$ 886,81	$ 833,33	$ 5.000,00
19	$ 5.000,00	$ 45,83	$ 879,17	$ 833,33	$ 4.166,67
20	$ 4.166,67	$ 38,19	$ 871,53	$ 833,33	$ 3.333,33
21	$ 3.333,33	$ 30,56	$ 863,89	$ 833,33	$ 2.500,00
22	$ 2.500,00	$ 22,92	$ 856,25	$ 833,33	$ 1.666,67
23	$ 1.666,67	$ 15,28	$ 848,61	$ 833,33	$ 833,33
24	$ 833,33	$ 7,64	$ 840,97	$ 833,33	$ -

Elaborado por: María López

5.3.5 Depreciaciones

Matriz N° 77

Depreciación											
Descripción	Valor Neto	Años de Depreciación	Depreciación	0	1	2	3	4	5	Valor Depreciación	Valor Residual
Vehículos	$ 6.320,00	5 Años	$ 1.264,00	$ -	$ 1.264,00	$ 1.264,00	$ 1.264,00	$ 1.264,00	$ 1.264,00	$ 6.320,00	$ -
Maquinaria y Equipos	$ 3.011,00	10 Años	$ 301,10	$ -	$ 301,10	$ 301,10	$ 301,10	$ 301,10	$ 301,10	$ 1.505,50	$ 1.505,50
Muebles y Enseres	$ 1.320,00	10 Años	$ 132,00	$ -	$ 132,00	$ 132,00	$ 132,00	$ 132,00	$ 132,00	$ 660,00	$ 660,00
Equipo de Computación	$ 3.450,00	3 Años	$ 1.150,00	$ -	$ 1.150,00	$ 1.150,00	$ 1.150,00			$ 3.450,00	$ -
Equipo de Oficina	$ 13,50	10 Años	$ 1,35	$ -	$ 1,35	$ 1,35	$ 1,35	$ 1,35	$ 1,35	$ 6,75	$ 6,75
TOTAL VALOR RESIDUAL					$ 2.848,45	$ 2.848,45	$ 2.848,45	$ 1.698,45	$ 1.698,45	$ 11.942,25	$ 2.172,25

Elaborado por: María López

Estado de Situación Inicial

Matriz Nº 78

EMPRESA MARYLOP
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 10 DE ABRIL DEL 2015

ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES			**$**	**10.202,80**
CAJA	$	10.202,80		
ACTIVOS FIJOS			**$**	**23.002,00**
VEHICULO	$	8.200,00		
MAQUINARIA Y EQUIPOS	$	9.011,00		
MUEBLES Y ENSERES	$	1.320,00		
EQUIPO DE OFICINA	$	21,00		
EQUIPO DE COMPUTACION	$	4.450,00		
ACTIVOS NOMINALES			**$**	**354,00**
CONOCIMIENTO	$	354,00		
TOTAL ACTIVOS			**$**	**33.558,80**
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE				
PASIVO LARGO PLAZO			**$**	**20.000,00**
PRESTAMO	$	20.000,00		
PATRIMONIO			**$**	**13.558,80**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			**$**	**33.558,80**

GERENTE

CONTADOR

Elaborado por: María López

Estado de resultados proyectados

Matriz N° 79

EMPRESA MARYLOP						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS						
	2015(Año base)	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS						
VENTAS	$ 143.136,38	$ 150.150,06	$ 157.507,42	$ 165.225,28	$ 173.321,32	$ 181.814,06
OTROS INGRESOS						
SALDO FAVOR EN DEPRECIACION						$ 2.172,25
EGRESOS						
(-) COSTO DE PRODUCCION	$ 97.480,64	$ 99.011,09	$ 100.565,56	$ 102.144,44	$ 103.748,11	$ 105.376,95
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 24.472,96	$ 24.857,19	$ 25.247,45	$ 25.643,83	$ 26.046,44	$ 26.455,37
(-) GASTOS VENTAS	$ 580,00	$ 589,11	$ 598,35	$ 607,75	$ 617,29	$ 626,98
(-) GASTOS FINANCIEROS		$ 1.695,83	$ 595,83			
(-) DEPRESIACIONES		$ 2.644,45	$ 2.644,45	$ 2.644,45	$ 1.494,45	$ 1.494,45
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	$ 20.602,78	$ 21.352,39	$ 27.855,78	$ 34.184,81	$ 41.415,03	$ 47.860,31
(-) 15% PARTIC. TRABAJADORES	$ 3.090,42	$ 3.202,86	$ 4.178,37	$ 5.127,72	$ 6.212,25	$ 7.179,05
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 17.512,36	$ 18.149,54	$ 23.677,41	$ 29.057,09	$ 35.202,78	$ 40.681,27
(-) 22% INPUESTO A LA RENTA	$ 3.852,72	$ 3.992,90	$ 5.209,03	$ 6.392,56	$ 7.744,61	$ 8.949,88
(=) UTILIDAD NETA	$ 13.659,64	$ 14.156,64	$ 18.468,38	$ 22.664,53	$ 27.458,17	$ 31.731,39

Elaborado por: María López

5.3.6 Flujo de caja

Matriz N° 80

MICROEMPRESA MARYLOP						
FLUJO DE CAJA						
	2015(Año base)	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS						
VENTAS	$ 143.136,38	$ 150.150,06	$ 157.507,42	$ 165.225,28	$ 173.321,32	$ 181.814,06
OTROS INGRESOS						
SALDO FAVOR EN DEPRECIACION						$ 2.172,25
EGRESOS						
(-) COSTO DE PRODUCCION	$ 97.480,64	$ 99.011,09	$ 100.565,56	$ 102.144,44	$ 103.748,11	$ 105.376,95
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 24.472,96	$ 24.857,19	$ 25.247,45	$ 25.643,83	$ 26.046,44	$ 26.455,37
(-) GASTOS VENTAS	$ 580,00	$ 589,11	$ 598,35	$ 607,75	$ 617,29	$ 626,98
(-) GASTOS FINANCIEROS		$ 1.695,83	$ 595,83			
(-) DEPRESIACIONES		$ 2.644,45	$ 2.644,45	$ 2.644,45	$ 1.494,45	$ 1.494,45
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	$ 20.602,78	$ 21.352,39	$ 27.855,78	$ 34.184,81	$ 41.415,03	$ 47.860,31
(-) 15% PARTIC. TRABAJADORES	$ 3.090,42	$ 3.202,86	$ 4.178,37	$ 5.127,72	$ 6.212,25	$ 7.179,05
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 17.512,36	$ 18.149,54	$ 23.677,41	$ 29.057,09	$ 35.202,78	$ 40.681,27
(-) 22% INPUESTO A LA RENTA	$ 3.852,72	$ 3.992,90	$ 5.209,03	$ 6.392,56	$ 7.744,61	$ 8.949,88
(=) UTILIDAD NETA	$ 13.659,64	$ 14.156,64	$ 18.468,38	$ 22.664,53	$ 27.458,17	$ 31.731,39
(+) DEPRECIACIONES		$ 2.644,45	$ 2.644,45	$ 2.644,45	$ 1.494,45	$ 1.494,45
(-) DEUDA	$ 20.000,00					
(-)AMORTIZACION DE LA DEUDA		$ 1.695,83	$ 595,83			
(-)INVERCION	$ 33.558,80					
(-)CAPITAL DE TRABAJO	$ 10.202,80					
(=) FLUJO CAJA DEL PEDIODO	- 50.101,96	$ 15.105,26	$ 20.517,00	$ 25.308,98	$ 28.952,62	$ 33.225,84

Elaborado por: María López

5.4 Evaluación

5.4.1 Tasa de descuento

Matriz N° 81

TMAR		
TASA ACTIVA	8,28%	
TASA PASIVA	4,61%	
TMAR	12,89%	12,89
INFLACION	1,57%	0,0157
TASA DE DESCUENTO	12,91%	12,91
		0,1291

Elaborado por: María López

5.4.2 VAN

Matriz N° 82

VAN	
TASA	0,1291
INVERCION	-33558,80
AÑO 2016	$ 15.105,26
AÑO 2017	$ 20.517,00
AÑO 2018	$ 25.308,98
AÑO2019	$ 28.952,62
AÑO 2020	$ 33.225,84
VAN	$ 43.775,09

Elaborado por: María López

5.4.3 TIR

Matriz N° 83

TIR	
INVERCION	-33558,80
AÑO 2016	$ 15.105,26
AÑO 2017	$ 20.517,00
AÑO 2018	$ 25.308,98
AÑO 2019	$ 28.952,62
AÑO 2020	$ 33.225,84
TIR	55%

Elaborado por: María López

5.4.4 Periodo de recuperación de la inversión

Matriz N° 84

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUALIZADOS	FLUJO ACUMULADOS
AÑO 2016	$ 15.105,26	0,89	$ 13.378,65	$ 13.378,65
AÑO 2017	$ 20.517,00	0,78	$ 16.094,67	$ 29.473,32
AÑO 2018	$ 25.308,98	0,69	$ 17.584,38	
AÑO2019	$ 28.952,62	0,62	$ 17.816,58	
AÑO 2020	$ 33.225,84	0,55	$ 18.109,09	

INVERCION	$	33.558,80
(-) FLUJO ACUMULADOS	$	29.473,32
=	$	4.085,48

2,79; 0,79*30 = 24

Elaborado por: María López

Análisis: Para nuestra recuperación de inversión será a los 2 años, 2 Meses y 24 días.

5.4.5 Costo beneficio

Matriz N° 85

RELACION COSTO BENEFICIO

$$RC/B = \frac{\sum \text{FLUJOS ACTUALIZADOS}}{\text{INVERCION}}$$

$$RC/B = \frac{\$\ 82.983,37}{\$\ 33.558,80} \qquad 2,47$$

Elaborado por: María López

Análisis: Determinamos que nuestro Costo Beneficio es por cada $1 Invertido tendremos una ganancia de $ 1, 47.

5.4.6 Punto de equilibrio

Matriz N° 86

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS DE PORDUCCIÓN}}{\text{VENTAS}}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO						
CUADRO DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES						
COSTOS FIJOS	Año Base (2015)	2016	2017	2018	2019	2020
G. ADMIN	$ 24.472,96	$ 24.857,19	$ 25.247,45	$ 25.643,83	$ 26.046,44	$ 26.455,37
G. VENTAS	$ 580,00	$ 589,11	$ 598,35	$ 607,75	$ 617,29	$ 626,98
TOTAL COSTOS FIJOS	$ 25.052,96	$ 25.446,30	$ 25.845,80	$ 26.251,58	$ 26.663,73	$ 27.082,35
COSTOS VARIABLES						
COSTOS DE PRODUCCION	$ 97.480,64	$ 99.011,09	$ 100.565,56	$ 102.144,44	$ 103.748,11	$ 105.376,95
TOTAL COSTOS VARIABLES	$ 97.480,64	$ 99.011,09	$ 100.565,56	$ 102.144,44	$ 103.748,11	$ 105.376,95
VENTAS	$ 143.136,38	$ 150.150,06	$ 157.507,42	$ 165.225,28	$ 173.321,32	$ 181.814,06
P.E	$ 78.544,12	**$ 74.713,34**	**$ 71.492,31**	**$ 68.759,78**	**$ 66.424,89**	**$ 64.418,34**

Elaborado por: María López

Análisis: Obtenido los cálculos del punto de Equilibrio tenemos como resultado para el 2015 en un punto de Equilibrio en dólares de $ 78.544,12.

5.4.7 Análisis de sensibilidad financiera

Matriz N° 87

			variación in	**18,00%**		
			variación ct	0%		
RUBROS	**AÑOS**					
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
INGRESOS						
Ingresos	0,00	122.565,43	128.571,14	134.871,12	141.479,81	148.412,32
Valor residual	0	0	0	0	0	2172,25
TOTAL BENEFICIOS O INGRESOS	**0**	**122565,4328**	**128571,1374**	**134871,1236**	**141479,807**	**150584,567**
EGRESOS						
Inversión	24.671,30					
Costos O&M	97.480,64	99.011,09	100.565,56	102.144,44	103.748,11	105.376,95
TOTAL COSTOS	**122.151,94**	**99.011,09**	**100.565,56**	**102.144,44**	**103.748,11**	**105.376,95**
F.N.C (B - C)	**-122.151,94**	**23.554,34**	**28.005,58**	**32.726,68**	**37.731,70**	**45.207,62**
VANf =	**- 5.870,00**	**dólares**				
TIRf =	**10,240%**					
B/Cf =	**0,99**					

Elaborado por: María López

Análisis: De acuerdo al análisis de sensibilidad se puede determinar que nuestros puntos críticos son cuando los ingresos bajen un 18%, por lo cual nuestro VAN será negativo es decir que nuestro proyecto no es rentable la TIR será del 10,24%no alcanza el porcentaje mínimo del 12%.

El costo Beneficio es igual a 0,99, indica que no obtendremos ningún beneficio por la elaboración de nuestro producto.

Matriz N° 88

			variación in	**0,00%**		
			variación ct	22%		
RUBROS	**AÑOS**					
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
INGRESOS						
Ingresos	0,00	149.470,04	156.794,07	164.476,98	172.536,35	180.990,63
Valor residual	0	0	0	0	0	2172,25
TOTAL BENEFICIOS O INGRESOS	**0**	**149470,04**	**156794,07**	**164476,98**	**172536,35**	**183162,88**
EGRESOS						
Inversión	24.671,30					
Costos O&M	118.926,38	120.793,53	122.689,98	124.616,22	126.572,69	128.559,88
TOTAL COSTOS	**143.597,68**	**120.793,53**	**122.689,98**	**124.616,22**	**126.572,69**	**128.559,88**
F.N.C (B - C)	**-143.597,68**	**28.676,51**	**34.104,09**	**39.860,76**	**45.963,66**	**54.603,00**
VANf =	**- 2.240,04**	**dólares**				
TIRf =	**11,433%**					
B/Cf =	**1,00**					

Elaborado por: María López

Análisis: Costos: Al momento de aumentar en un 22% ya que nuestro VAN será negativo, consecuentemente el proyecto no es factible la TIR será del 11,43% no alcanza al porcentaje mínimo del 12%.

El Costo Beneficio es igual a 1,00, indica que no obtendremos ningún beneficio por la confección de la mochila convertible en chompa.

Matriz N° 89

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ECONÓMICA					
RUBROS	**AUMENTO %**	**DISMINUCIÓN**	**VANe**	**TIRe**	**B/Ce**
BENEFICIOS		**18%**	**-5.870,00**	**10,24%**	**0.99**
BENEFICIOS		19%	-11.748,71	8,44%	0,98
COSTOS	**22%**		**-2.240,04**	**11,43%**	**1,00**
COSTOS	23%		-6.884,89	10,25%	0,99

Elaborado por: María López

Análisis: De acuerdo al análisis de sensibilidad se puede determinar que nuestros puntos críticos son cuando los ingresos bajen un 18%, por lo cual nuestro VAN será negativo es decir que nuestro proyecto no es rentable la TIR será del 10,24%no alcanza el porcentaje mínimo del 12%.

El costo Beneficio es igual a 0,99, indica que no obtendremos ningún beneficio por la elaboración de nuestro producto.

Análisis: Costos: Al momento de aumentar en un 22% ya que nuestro VAN será negativo, consecuentemente el proyecto no es factible la TIR será del 11,43% no alcanza al porcentaje mínimo del 12%.

El Costo Beneficio es igual a 1,00, indica que no obtendremos ningún beneficio por la confección de la mochila convertible en chompa.

Capítulo VI

6. Aspectos administrativos

6.1 Impacto ambiental

La tela que vamos a utilizar para la confección de las mochilas convertibles en chompas tienen un grado de contaminación su estructura textil de una tela se logra uniendo o entrelazando las fibras con métodos mecánicos, químicos o térmicos.

Los principales sistemas son la unión con resina y la unión de fibras termoplásticas. En el primero de ellos, la resina se pulveriza o se aplica en forma de espuma directamente sobre el retículo de fibras que va saliendo de la máquina formadora; a continuación, el retículo se seca, se polimeriza mediante calor y en algunos casos se plancha. En la adhesión termoplástica se mezcla con la fibra de base una fibra termoplástica con menor punto de fusión, formando un retículo, el cual se prensa entre rodillos calientes que adhieren las fibras termoplásticas a las fibras de base.

Estos resulta una amenaza para el medio ambiente. Es necesario conocer el impacto que este fenómeno en crecimiento tiene sobre el ambiente ya que se trata de una situación pocas veces tomadas en cuenta por las autoridades.

La fabricación de las mochilas convertibles en chompas necesita numerosas intervenciones: hilado, estampado; corte, confección y acabados. Cada etapa involucra el uso de máquinas que consumen mucha energía, además del consumo de agua de las cuales algunas son dañinas para el medio ambiente y la salud de los trabajadores. Las condiciones de trabajo también pueden causar problema.

Si bien su impacto es reducido en relación con las otras fases del ciclo de vida de una prenda textil, la eliminación por incineración genera diversas emisiones de contaminantes.

Pero para esta contaminación Existen diferentes formas de luchar contrala incineración, por ejemplo, ofreciendo una segunda vida a la mochila convertible en chompa que de otro modo estaría condenada a su eliminación.

EVALUACION AMBIENTAL											
PRESENCIA			DURACION			EVOLUCION			CALIFICACION AMBIENTAL	
MAGNITUD	ESCALA	OBSERVACION	MAGNITUD	ESCALA	OBSERVACION	MAGNITUD	ESCALA	OBSERVACION	MAGNITUD	ESCALA
MUY BUENO	1	Daño severamente permanente	LARGA	1	Mas de 1 año 1	MUY RAPIDO	1	Menos de 1 dia	MUY ALTO	8,0 A 10
GRAVE SEVE	0,8	Daño permanente	MUY LARGA	0,8	6 meses a 1 año	RAPIDO	0,8	1 dia a 1 mes	ALTA	6,0 A < 8,0
MEDIO SEVE	0,5	Daño poco permanente	MODERADA	0,5	1 mes a 6 meses	MEDIO	0,6	1 mes a 6 meses	MEDIA	4,0 A <6,0
LIGERAMENT	0,3	Daños menores al ambiente	CORTA	0,3	1 dia a 1 mes	LENTO	0,4	6 meses a 1 año	BAJA	6,0 A < 4,0
NADA GRAVI	0,1	Ningun daño en el ambeente	MUY CORTA	0,1	menor a 1 dia	MUY LENTO	0,2	mas de 1 año	MUY BAJA	0,00 A < 2,00

Ca= C {P (aEM +bD)}

Ca= Clase Ambiental

C= clase expresada por + o – de acuerdo al tipo de impacto

P=Presencia varía entre 0.00 a 1.00

E=Evaluación varía entre 0.00 a 1.00

M= Magnitud varia 0.00 a 1.00

D= Duración varia de 0.00 a 1.00

A y b = constante cuya suma debe ser 10

Ca= + (0,2(5*0,5*0,1+5*0,79))

Ca= + (0,2(0,25+3,5))

Ca= + (0,2(3,75))

Ca= + 0,75

El 0,75 nos quiere decir que estamos en una calificación ambiental muy baja.

6.2 Impacto socio económico

6.2.1 Impacto social

El compromiso comunitario en el sector de cotocollao comprende desde la comunicación de la propuesta del proyecto y por la cual fue aceptada por el sector de cotocollao. Con este gran paso de aceptación del proyecto podremos implementar el proyecto para generación de empleo en el sector con eso reduciremos a la tasa de desempleo. La participación y compromiso comunitario ayudaran al desarrollo y crecimiento de este proyecto, para que cada vez las personas del sector tengan un mejor nivel de vida.

Al momento de generar empleo también estaríamos contribuyendo a que menos personas emigren a otros países por falta de empleo.

También contribuiríamos de igual manera a los servicios sociales tales como salud, educación por medio de pago de impuestos generado por nuestro proyecto.

6.2.2 Impacto económico

El proyecto mochilas convertibles en chompas establecería relaciones económicas con los locales comerciales que requerirían de nuestro producto.

El impacto económico que genera este proyecto de inversión es que aportaría al cambio de la matriz productiva.

Nuestro proyecto de inversión al momento de generar ingreso invertiríamos en infraestructura para tener mejor salida del producto por lo cual necesitaríamos de ingresos de inversionistas.

Y al momento de que nuestro proyecto siga creciendo necesitaremos de más empleados y seguiremos aumentado fuentes de empleo ya no solo en el sector sino es todo el país.

6.3 Otros impactos o beneficios

A demás de beneficiar a las personas del sector con fuentes de empleo, se beneficiarían con el producto de calidad que vamos a entregarles ya que su doble uso le permite optimizar recursos, a un precio accesible a su bolsillo de igual manera apoyamos al desarrollo de la industria ecuatoriana fomentando el consumo del producto nacional.

6.4 Presupuesto del proyecto

Matriz N° 90

Presupuesto del Proyecto		
Total Activos Fijos	$	14.114,50
Total activos Nominales	$	354,00
Capital de Trabajo	$	10.202,80
Total del Presupuesto	**$**	**24.671,30**

Elaborado por: María López

Capítulo VII

7. Conclusiones y recomendaciones

7.1 Conclusiones

Luego de realizar el estudio para la creación de la microempresa mochilas convertibles en chompas se concluye con los siguientes puntos que justifican la inversión y el financiamiento para su ejecución.

Conclusión del estudio de mercado

La investigación de mercado demostró el interés de las personas por adquirir nuestro producto en el sector de cotocollao.

Además mediante el estudio financiero y técnico se determina la viabilidad del proyecto.

Determinamos que el precio de venta es de $ 28, 27 en que comparamos con las encuestas y fue aceptable con un rango de 30-35 que fue el mayor porcentaje de aceptación.

La microempresa contara con recursos humano capacitado en todas la áreas y se tendrá una infraestructura adecuada para la fabricación de las mochilas convertibles en chompas.

La microempresa Marylop estará ubicada en el sector de cotocollao, dentro del mercado meta a cubrir, con todas las condiciones básicas referente a servicios de agua, luz, teléfono, internet, alcantarillado, y además contamos con vías de acceso, transporte y seguridad.

La inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto es de 24, 671,30 dólares la misma que será financiara con un 18,99% capital propio y el 81% financiara el Banco Nacional de Fomento.

El V.A.N es mayor a cero y positivo, lo que implica que el proyecto es viable.

El T.I.R es superior a la tasa mínima de rendimiento con 78% por lo tanto nuestro proyecto es aceptable.

El periodo de recuperación de la inversión inicial se dará en un año 11 meses y 24 días.

La Microempresa Marylop desde el Inicio de su funcionamiento dispondrá de una filosofía que nos identifique es decir la Misión, Visión y objetivos.

7.2 Recomendaciones

Al culminar la elaboración del presente proyecto, es importante señalar que significo si el proyecto es viable o no y por ende realizo las siguientes recomendaciones:

Al ministerio de industrias y productividad que faciliten créditos para el emprendimiento de proyectos de productividad, facilidad para la compra de maquinaria de alta tecnología para la producción y campañas de publicidad para el consumo de nuestros productos elaborados aquí en Ecuador con materiales de calidad y que garantizan la durabilidad.

Capacitar a todos los empleados creando una cultura de trabajo en equipo.

Contar con el personal mínimo sugerido en este proyecto.

Establecer estrategias de Marketing en el área de ventas con mayor publicidad y promociones mostrando al cliente los beneficios de adquirir nuestros productos de calidad.

Mantener niveles de rentabilidad del proyecto para garantizar el tiempo de recuperación de la inversión inicial.

Crear nuevos modelos diseños, innovadores ya sea en mochilas o chompas para generar variedad ya que presenta una buena aceptabilidad para este segmento de mercado.

Estudiar la posibilidad de producir otros artículos que complementen la satisfacción del cliente de modo que se aproveche la flexibilidad de la tecnología seleccionada en el proyecto.

7.3 Bibliografía

*****Libro Evaluación de Proyectos BACA URBINA GABRIEL A. 2006

Evaluación de Proyectos_6ta ed_Gabriel Baca Urbina.pdf

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

Características socio demográficas

URLhttp://www.centrocultural-quito.com/imagesFTP/13644.Plan_de_Desarrollo_Local_2012_2022.pdf

Estadísticas macroeconómicas

Banco Central del Ecuador

URLhttp://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro062014.pdf

Reportes de Inflación Mensual, Anual y acumulada.

Banco Central del Ecuador

URLhttp://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201403.pdf

Macroeconomía URL http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2012/04/Fun-Econ/11.pdf

Estructura de la Población de Quito

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf

Empleo, desempleo

www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-Diciembre/Nuevo_Marco_Conceptual/201412_EnemduPresentacion_15anios_Condactn.pdf

Impuesto de patente municipal

http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-339%20-%20IMPUESTO%20DE%20PATENTES%20MUNICIPALES%20Y%20METROPOLITANAS.pdf

Como Obtener el R.U.C

http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leyruc.pdf

Ordenanzas Municipales para obtener la Licencia de Actividades en el Distrito de Quito.

http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20A%C3%91OS%20ANTERIORES/ORDM-308%20-%20LICENCIA%20METROPOLITANA%20UNICA%20PARA%20EL%20EJERCICIO%20DE%20LA%20ACTIVIDAD%20ECONOMICA.PDF

Información referente al sector de cotocollao

http://www.saluddealtura.com/fileadmin/Barometro_de_Quito.pdf

Balanza Comercial Ecuador

http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201502.pdf

Néstor Leonardo Pozo López

Tasas de interés, su volatilidad en el mercado financiero del Ecuador

http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3097/1/UPS-GT000049.pdf

Banco Central del Ecuador

Tasas Activa, Pasiva

http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=activa

Ministerio de Educación

http://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/03/MinEduc_respuesta_oficial_CSE_2013.pdf

CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES

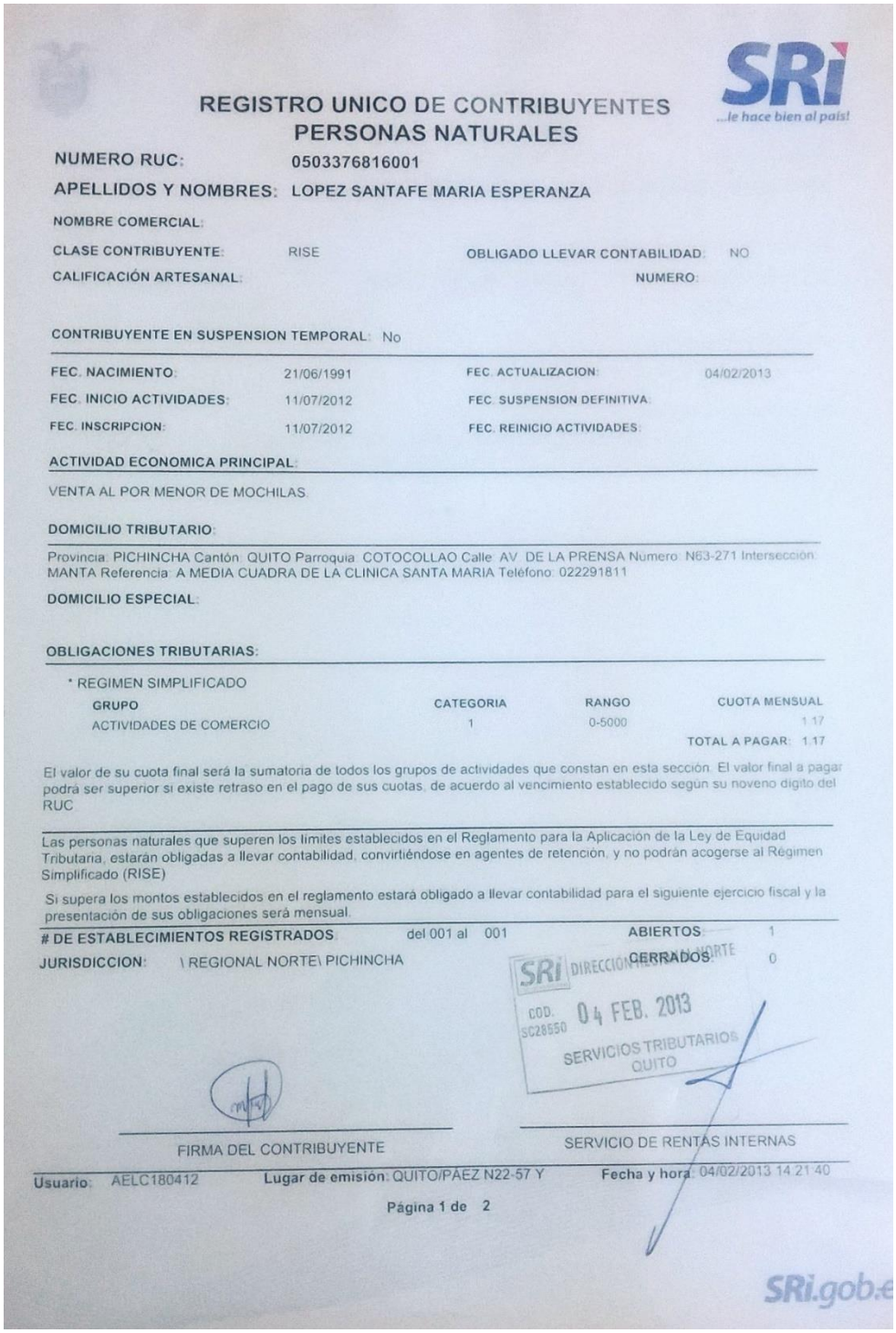
http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38845450

Estadísticas Hospitalarias

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Camas_Egresos_Hospitalarios/Publicaciones-Cam_Egre_Host/Anuario_Camas_Egresos_Hospitalarios_2012.pdf

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/capitulo_educacion_censo_poblacion_vivienda.pdf

Anexos



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES

SRI ...le hace bien al país!

NUMERO RUC: 0503376816001

APELLIDOS Y NOMBRES: LOPEZ SANTAFE MARIA ESPERANZA

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: RISE

OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD: NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL:

NUMERO:

CONTRIBUYENTE EN SUSPENSION TEMPORAL: No

FEC. NACIMIENTO:	21/06/1991	FEC. ACTUALIZACION:	04/02/2013
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	11/07/2012	FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:	
FEC. INSCRIPCION:	11/07/2012	FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MENOR DE MOCHILAS.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: PICHINCHA Cantón: QUITO Parroquia: COTOCOLLAO Calle: AV. DE LA PRENSA Número: N63-271 Intersección: MANTA Referencia: A MEDIA CUADRA DE LA CLINICA SANTA MARIA Teléfono: 022291811

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

* REGIMEN SIMPLIFICADO

GRUPO	CATEGORIA	RANGO	CUOTA MENSUAL
ACTIVIDADES DE COMERCIO	1	0-5000	1.17

TOTAL A PAGAR: 1.17

El valor de su cuota final será la sumatoria de todos los grupos de actividades que constan en esta sección. El valor final a pagar podrá ser superior si existe retraso en el pago de sus cuotas, de acuerdo al vencimiento establecido según su noveno dígito del RUC

Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1

JURISDICCION: \ REGIONAL NORTE\ PICHINCHA CERRADOS: 0

SRI DIRECCIÓN REGIONAL NORTE
COD. SC28550 04 FEB. 2013
SERVICIOS TRIBUTARIOS QUITO

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: AELC180412 Lugar de emisión: QUITO/PÁEZ N22-57 Y Fecha y hora: 04/02/2013 14:21:40

Página 1 de 2

SRi.gob.e