



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**APOYAR AL SECTOR TEXTIL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE
BORDADOS COMPUTARIZADOS Y SUBLIMADOS PARA ROPA
DEPORTIVA UBICADO EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAOAL
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015.**

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en

Administración Bancaria y Financiera

Autora: Karen Elizabeth Leiton Ibujes

Tutor: Ing. Jacqueline Torres

Quito, Septiembre 2015

DECLARATORIA

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

Karen Elizabeth Leiton Ibujes

CC 172751898-5

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Karen Elizabeth Leiton Ibujes portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 172751898-5 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“APOYAR AL SECTOR TEXTIL, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE BORDADOS COMPUTARIZADOS Y SUBLIMADOS PARA ROPA DEPORTIVA UBICADO EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAOAL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

Karen Elizabeth Leiton Ibujes

CC 172751898-5

Quito, a los 28 días de octubre de 2015

IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE BORDADOS COMPUTARIZADOS Y SUBLIMADOS PARA ROPA DEPORTIVA UBICADO EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por bendecirme, guiarme y darme un días más de vida.

Agradezco a mis padres, Ismael y Anita quienes me han sabido guiar y apoyar incondicionalmente tanto en mi vida personal como profesional

También agradezco a mi tutora la Ing. Jacqueline Torres quien ha tenido la paciencia y disponibilidad para guiarme en todo el proceso de mi tesis, y como no, también agradecer al Instituto cordillera y docentes que lo conforman, ya que han impartidos sus conocimientos necesarios para el desenvolvimiento de la misma.

Agradezco a todos mis amigos por sus palabras de aliento, animo, motivación y apoyo constante.

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Dios porque siempre me ha cubierto con su manto de sabiduría y bendiciones, a mis padres y hermanos quienes han sido un pilar fundamental para el cumplimiento de mi tesis, ya que con sus sabios consejos, apoyo y animo han sabido guiarme por el camino de la perseverancia para alcanzar un escalón gigante en mi primera meta que es la culminación de mi tesis.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
INDICE GENERAL	v
INDICE TABLAS	xi
INDICE FIGURAS	xiv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
ABSTRAC	xviii
CAPITULO 1	0
1. Introducción	0
1.02 Antecedentes	3
CAPITULO II	5
2. Análisis Situacional	5
2.01 Ambiente Externo	5
2.01.01 Factor Económico	5
2.01.01.01. <i>Producto Interno Bruto (PIB)</i>	6
2.01.01.02. <i>Inflación</i>	7
2.01.01.03. <i>Tasa de Interés</i>	8
2.01.01.03.01. <i>Tasa Activa</i>	8
2.01.01.03.02. <i>Tasa Pasiva</i>	10
2.01.02 Factor Social	11

2.01.02.01. Población	11
2.01.02.01. Tasa de Natalidad	12
2.01.02.04. Desempleo	14
2.01.03 Factor Legal	15
2.01.03.01. Ley de Régimen Tributario e Interno	15
2.01.03.01.01. Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	16
2.01.03.02. Código Orgánico de Organización Territorial Autónoma y Descentralización (COOTAD).....	16
2.02.03 Competidores	24
2.03 Análisis Interno	25
2.03.01. Propuesta Estratégica	25
2.03.01.01. Misión	25
2.03.01.02. Visión	25
2.03.01.03. Objetivos	25
2.03.01.03.01. Objetivo General.....	25
2.03.01.02. Objetivos Específicos	26
2.03.01.04. Principios y Valores.....	26
2.03.01.04.01. Valores Empresariales	26
2.03.01.04.04. Principios Empresariales.....	27
2.03.02 Gestión Administrativa	28
2.03.02.01. Organigrama Estructural	28
2.03.02.01.01. Organigrama Funcional	29
2.03.02.01.01.01. Administración	29
2.03.02.01.01.03. Operario 1	29
2.03.02.01.01.04 Operario 2	30
2.03.03.02 Flujo grama de procesos para el servicio de sublimados.....	32
2.03.04 Gestión Comercial	33

2.03.04.01. <i>Producto</i>	33
2.03.04.02. <i>Precio</i>	33
2.03.04.03. <i>Plaza</i>	34
2.03.04.04. <i>Promoción</i>	34
2.03.04.05. <i>Publicidad</i>	34
2.03.04.05.01. <i>Nombre de la empresa</i>	34
2.03.04.05.02. <i>Logotipo</i>	34
2.03.04.05.03. <i>Slogan</i>	35
2.03.04.05.04. <i>Flyers</i>	35
2.03.04.05.06. <i>Tarjetas publicitarias</i>	36
CAPITULO III.....	38
3.01.01. <i>Determinación de la población y muestra</i>	39
3.01.01.01. <i>Población</i>	39
3.01.02. <i>Técnicas para obtener información</i>	41
3.01.02.01 <i>Encuesta</i>	42
3.01.02.02. <i>Formato de Encuesta</i>	43
3.01.03. <i>Análisis de la Información</i>	46
3.01.03.01. <i>Genero</i>	46
3.01.03.02. <i>Edad</i>	47
3.01.03.04. <i>Pregunta 2</i>	49
3.01.03.04. <i>Pregunta 3</i>	50
3.01.03.05. <i>Pregunta 4</i>	51
3.01.03.05. 01. <i>Bordados</i>	51
3.01.03.05.02. <i>Sublimados</i>	52
3.01.03.06. <i>Pregunta 5</i>	53
3.01.03.06.02. <i>Bordados.- Logotipos o sellos empresariales.</i>	54
3.01.03.06.02. <i>Sublimados.- Uniformes deportivos</i>	55

3.01.03.07. <i>Pregunta 6</i>	57
3.01.03.11 <i>Pregunta 10</i>	61
3.02.01 <i>Oferta Histórica</i>	62
3.02.02 <i>Oferta Actual</i>	62
3.02.03. <i>Oferta Proyectada</i>	63
3.03 <i>Demanda</i>	63
3.03.01 <i>Demanda Histórica</i>	64
3.03.02 <i>Demanda Actual</i>	64
3.03.03 <i>Demanda Proyectada</i>	64
3.04 <i>Balance Oferta-Demanda</i>	65
3.04.01. <i>Balance Actual</i>	65
3.04.02. <i>Balance Proyectado</i>	65
4.3.2.03. <i>Plano de planta</i>	80
4.03.03 <i>Proceso productivo</i>	81
4.03.03.01. <i>Proceso productivo de bordados computarizados</i>	81
4.03.03.02. <i>Proceso productivo sublimados</i>	82
4.03.04. <i>Mmaquinaria y equipos</i>	83
CAPITULO V	84
5. <i>Estudio financiero</i>	84
5.01 <i>Ingresos Operacionales y no Operacionales</i>	84
5.02 <i>Costos</i>	86
5.02.01 <i>Costos Directos</i>	86
5.02.02. <i>Costos Indirectos</i>	86
5.02.03 <i>Gastos Administrativos</i>	87
5.02.03.01. <i>Sueldos de la administración</i>	87
5.02.03.02. <i>Gasto insumos para la producción de bordados computarizados</i>	88
5.02.03.03. <i>Gasto insumos para la producción de sublimados</i>	88

5.02.04. Gastos de venta	89
5.02.5 Costos Financieros	90
5.02.06 Costos Fijos y Variables.	91
5.02.06.01. <i>Costos Fijos</i>	91
5.02.06.02. <i>Costos Variables.</i>	92
5.02 Inversiones	92
5.02.01 Inversiones Fija.....	92
5.02.02 Activos nominales (diferidos).....	93
5.02.02 Capital de trabajo	93
5.02.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	95
5.02.04. Amortización de financiamiento.....	96
5.02.03 Depreciación	98
5.02.03.01. <i>Depreciación de activos fijos.</i>	98
5.02.06. Estado de Situación Inicial.....	99
5.02.07 Estado de resultados Proyectado.....	100
5.2.8. Flujo de Caja	101
5.3.01. Tasa de Descuento	103
5.2.3. Valor Actual Neto (VAN).....	103
5.02.04. Tasa Interna de Retorno (TIR)	104
5.03.05 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	105
5.03.05 RBC (Relación Costo Beneficio).....	106
5.03.07.01. <i>Punto de equilibrio en bordados.</i>	108
5.03.07.02. <i>Punto de equilibrio en sublimados.</i>	109
5.03.08 Análisis de los Índices Financiero	111
5.03.08.01. <i>ROE (Rendimiento sobre patrimonio o capital contable).</i>	111
5.03.08.01. <i>ROA</i>	112
CAPÍTULO VI.....	113

6.01 Impacto Ambiental.....	113
6.03 Impacto Productivo	113
6.04 Impacto Social	114
CAPITULO VII	115
7.01. Conclusiones	115
7.02. Recomendaciones	116
ANEXOS	118

INDICE TABLAS

Tabla 1 PIB	6
Tabla 2 Inflación	7
Tabla 3 Tasa Activa	9
Tabla 4 Tasa Pasiva	10
Tabla 5 Población	12
Tabla 6 Tasas brutas de natalidad	13
Tabla 7 Tasa de desempleo	14
Tabla 8 Proveedores.....	23
Tabla 9 Competidores	24
Tabla 10 FODA.....	36
Tabla 11 Población	40
Tabla 12 Género.....	46
Tabla 13 Edad	47
Tabla 14 Pregunta 1	48
Tabla 15 Pregunta 2	49
Tabla 16 Pregunta 3	50
Tabla 17 Pregunta 4 Bordados	51
Tabla 18 Pregunta 4 Sublimación	52
Tabla 19 Pregunta 5 Bordados.....	53
Tabla 20 Pregunta 5 Sellos	54
Tabla 21 Pregunta 5 Uniformes	55
Tabla 22 pregunta 6	57
Tabla 23 Pregunta 7	58
Tabla 24 Pregunta 8	59
Tabla 25 Pregunta 9	60

Tabla 26 Pregunta 10	61
Tabla 27 Oferta Actual.....	62
Tabla 28 Oferta Proyectada.....	63
Tabla 29 Demanda Actual	64
Tabla 30 Demanda Proyectada	65
Tabla 31 Balance Actual.....	65
Tabla 32 Balance Proyectado.....	65
Tabla 33 Capacidad Instalada	68
Tabla 34 Capacidad Óptima.....	69
Tabla 35 Códigos de cercanía	74
Tabla 36 Razones de cercanía.....	75
Tabla 37 Tabulación de la matriz.....	76
Tabla 38 Cuadro de maquinaria y equipos.....	83
Tabla 39 Ingresos Operacionales y no Operacionales	85
Tabla 40 Ingresos Operacionales proyectados	86
Tabla 41 Sueldos de la administración	87
Tabla 42 Insumos para la producción de bordados.....	88
Tabla 43 Gasto insumos para la producción de sublimados	88
Tabla 44 Gastos de administración	89
Tabla 45 Gastos de venta	90
Tabla 46 Costos Financieros	91
Tabla 47 Costos Fijos.....	91
Tabla 48 Activos nominales (diferidos).....	93
Tabla 49 Capital de trabajo	94
Tabla 50 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	95
Tabla 51 Tabla de Amortización.....	97
Tabla 52 Depreciación de activos fijos.....	98

Tabla 53 Estado de Situación Inicial.....	99
Tabla 54 Estado de resultados Proyectado.....	100
Tabla 55 Flujo de Caja.....	102
Tabla 56 Tasa de Descuento	103
Tabla 57 TIR.....	104
Tabla 58 PRI.....	105
Tabla 59 RBC	107
Tabla 60 Formula punto de equilibrio.....	108
Tabla 61 Punto de equilibrio bordados	108
Tabla 62 Formula punto de equilibrio.....	109
Tabla 63 Punto de equilibrio sublimados.....	109

INDICE FIGURAS

Figura 1 Tasa de inflación del Ecuador	7	
Figura 2 Tasa de Desempleo	14	
Figura 3 Tecnología para bordado	Figura 4 Tecnología para sublimados	20
Figura 5 Organigrama Estructural.....	28	
Figura 6 Flujo grama de procesos para el servicio de bordados computarizados	31	
Figura 7 Flujo grama de proceso de sublimados.....	32	
Figura 8 Logotipo	34	
Figura 9 Flyers	35	
Figura 10 Tarjetas publicitarias.....	36	
Figura 11 Población de cotocollao.....	40	
Figura 12 Género	46	
Figura 13 Edad.....	47	
Figura 14 Pregunta 1.....	48	
Figura 15 Pregunta 2.....	49	
Figura 16 Pregunta 3.....	50	
Figura 17 Pregunta 4.....	52	
Figura 18 Pregunta 4 Sublimación.....	53	
Figura 19 Pregunta 5 Bordados.....	54	
Figura 20 Pregunta 5 Sellos	55	
Figura 21 Pregunta 5 uniformes.....	56	
Figura 22 Pregunta 6.....	57	
Figura 23 Pregunta 7.....	58	
Figura 24 Pregunta 8.....	59	
Figura 25 Pregunta 9.....	60	

Figura 26 Pregunta 10.....	61
Figura 27 Macro-localización	70
Figura 28 Micro-localización.....	71
Figura 29 Bordado directo en prendas	72
Figura 30 Bordado en parches	72
Figura 31 Bordado 3D o alto relieve.....	73
Figura 32 Servicio de Sublimados en ropa deportiva	73
Figura 33 Matriz cruzada o diagonal	75
Figura 34 Parqueadero	79
Figura 35 Áreas Verdes	79
Figura 36 Plano de planta	80
Figura 37 Proceso productivo de bordados computarizados.....	81
Figura 38 Proceso productivo sublimados.....	82
Figura 39 Punto de equilibrio bordado	109
Figura 40 Punto de equilibrio sublimado.....	110

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo investigativo tiene con finalidad apoyar al sector textil, mediante el estudio de factibilidad para la prestación de servicios bordados computarizados y sublimados ubicado en la Parroquia de Cotocollao al Norte del Distrito Metropolitano de Quito

La implementación de la empresa busca satisfacer las necesidades de los clientes, en cuanto a bordados y sublimados, servicio que será brindado mediante atención personalizada y con la mejor tecnología

CAPITULO II.- Conocer todos las normas y reglamentos necesarios para la apertura de la empresa, y así cumplir con lo dispuesto de Ley; como la obtención del Ruc, licencia única de funcionamiento, patente y para el pago de impuestos regirse a la Ley de Régimen tributario Interno, también, conocer los factores internos y externos

que se convierten en posibles amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades para la toma de decisiones.

CAPITULO III.- Dicho capitulo está basado en la investigación de mercado, mediante encuestas y tabulación de información, datos que serán analizados e interpretados en cuanto a oferta y demanda, con la definición de datos existe el 96,62% de aceptación consumidores que están de acuerdo con la implementación de la empresa.

CAPITULO IV.- El estudio técnico está basado en la macro y micro localización de la planta, donde se busca un lugar estratégico y de fácil acceso para el consumidor, también se definen todos los procesos indispensables para el funcionamiento de la actividad económica, de una forma eficaz.

CAPITULO V. El estudio financiero determina el monto total de la inversión, detallado en recursos propios y financiados, costos, ingresos y gastos que serán utilizados en la organización, además permite conocer los índices financieros que con la aplicación y análisis del VAN y TIR según los criterios de decisión el proyecto es factible.

ABSTRAC

The research work has to target support to the textile industry through the feasibility study for the provision of services computerized embroidery and sublimated located in the Parish of Cotocollao north of the Metropolitan District of Quito.

The implementation of the company seeks to meet the needs of customers in terms of embroidery and sublimated, service will be provided through personalized attention and the best technology.

CHAPTER II.- know all the rules and regulations necessary for the opening of the company , and thus comply with the provisions of law ; Ruc as obtaining unique operating license , patent and tax payments governed by the Law of Internal Taxation , also , meet the internal and external factors which become potential threats , opportunities, strengths and weaknesses for decision making.

CHAPTER III. - This chapter is based on market research, through surveys and data tabulation, data to be analyzed and interpreted in terms of supply and demand, with the data definition there is 96.62 % of consumer acceptances are according to the implementation of the company.

CHAPTER IV. - The technical study is based on the macro and micro location of the plant, which seeks a strategic and easily accessible for consumers place, all processes essential for the functioning of economic activity are also defined, as effectively.

CHAPTER V. - The financial study determines the total amount of investment, detailed in equity and finance, costs, revenues and expenses that will be used in the organization, it also allows knowing the financial indices with the application and analysis of VAN and TIR as decision criteria the project is feasible.

CAPITULO 1

1. Introducción

La industria textil agrupa todas las actividades de fabricación y obtención de fibra, tejido, hilado, tinturado, acabados y confección de prendas. Antiguamente el término textil únicamente era aplicado en telas tejidas, pero mediante la evolución y en la actualidad la industria textil abarca una gama de procesos químicos, y uniones mecánicas, utiliza dos en materias primas como hilos sintéticos, lianzas, empleados en tejidos trenzados como bordados, fieltros etc. (Ivester & Neefus, 1991).

El bordado es la ornamentación que se le da a la tela o diversos materiales mediante la utilización de hilo y aguja, mediante diseños de figuras o dibujos que dan brillo, embellecimiento y riqueza a la tela. Existiendo bordados a mano, manuales e industriales.

El bordado industrial es la técnica que se lo aplica mediante la utilización de máquinas y software informáticos, mientras que la sublimación textil es una técnica

recientemente utilizada para personalizar o imprimir prendas blancas de poliéster al 100%.

Según (Anonimo, Soluciones Textiles, 2012, pág. 51) afirma que:

La sublimación es el paso de un elemento en estado sólido directamente a estado gaseoso. Al aplicarle calor al colorante de la tinta que está en estado sólido se convierte en gas y por mayor afinidad con el poliéster se introducirá entre las fibras del tejido. Al aplicar calor estas fibras están abiertas, cuando sacamos el tejido la tinta gasificada volverá a estado sólido al enfriarse y las fibras de poliéster se cerraran encapsulando el colorante.

Según Javier Díaz Crespo (2014), presidente ejecutivo de la Asociación de industrias textiles del Ecuador (AITE) afirma que el sector industrial no es minoritario sino, constituye el tercer sector manufacturero más grande del país (Cevallos, 2014, pág. 34).

En los últimos tres años el mercado confronta con problemas de competencia ilegal y desleal de productos chinos, aunque desde el 2010, el sector cuenta con protección arancelaria permanente, con un arancel máximo para las prendas de vestir y lencería del hogar, el cual es de 5.5 dólares por kilo neto de importación y un impuesto ad valoren del 10% (Jacome, Oleas, & Verela, 2011).

1.01. Justificación

Los bordados y sublimados forman parte de la industria textil ecuatoriana, gracias al trabajo continuo de innovación y satisfacción de clientes, es por ello que se quiere implementar una empresa que brinde servicios de bordados en todo tipo de tela, apliques, nombres, logotipos, y sublimados con diseños multicolor.

El presente estudio busca analizar la factibilidad que tendrá una empresa para reducir y minimizar los errores al momento de implementarla. Es por ello que se busca un lugar estratégico para la localización de la misma, observado que en el sector de Cotocollao ubicado en el sector norte del distrito metropolitano de Quito existen un sinnúmero de confeccionistas, de ropa deportiva como almacenes, instituciones y público en general, que requieren el servicio de bordados y sublimados. Para dar un realce en la decoración e imagen en prendas institucionales así como la satisfacción de gustos personales, siendo uno de los objetivos de la empresa ofrecer un servicio de eficiencia y eficacia, para lograr fidelidad de clientes potenciales.

Además otra manera de contribuir al desarrollo del país mediante el cambio de la matriz productiva en el sector industrial. Tomando en cuenta que en el año 2009 el aporte al valor agregado de la industria textil fue del 13% y en el 2010 el aporte total al PIB fue del 1.11% (Jacome, Oleas, & Verela, 2011).

Por último, con la empresa se pretende mantener una visión de favorecer y aumentar la economía del país, ayudar a generar fuentes de empleo para disminuir el índice de desempleo, de tal manera que apoye al avance económico del país, siendo sostenible, innovador y que beneficie a la sociedad. "Es necesario avanzar en el

cambio de la matriz productiva con el impulso de, entre otras políticas, industrias básicas que aporten a la construcción del sistema económico, social solidario y sostenible” (Anonimo, Analisis de Informe conyuntural industrial, 2014, pág. 10)

Por tal razón existe la necesidad de realizar el estudio de implementación de una empresa de bordados computarizados y sublimados, que contribuya al sector industrial aportando con el cambio de la matriz productiva, uno de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

1.02 Antecedentes

Según (Grafia, 2015) concluyo que:

La sublimación es el proceso de transferir una imagen hecha sobre papel especial en un objeto o articulo con un recubrimiento de poliéster.

Su proceso es bastante sencillo, el calor proporcionado por una prensa para sublimar provoca el transferir una imagen por medio del estado de sublimación, este calor convierte a gas la tinta que se ha impreso sobre la transferencia y abre los polos del polímetro, de forma que el gas penetra del a capa superficial.

Wes Hoekstra es conocido como el padre de la sublimación ya que él fue el creador de la primera computadora para sublimar, antiguamente esta técnica era realizada con agua de modo natura, pero luego de varios estudios, e innovación la evolución de la sublimación dio lugar a que la tintas al igual que agua se puedan convertir a gas bajo temperaturas elevadas. Después de aquel descubrimiento nacen las máquinas de sublimar, en jarros, llaveros, textiles que contengan poliéster (Grafia, 2015).

El bordado es la decoración que se le da a un tejido mediante la utilización de agujas e hilos finos y joyas para dar realce a objetos o prendas. En la edad antigua los romanos han considerado que el bordado es un arte que pocos hacían, asemejándose al trabajo de pintura. Se realizaban bordados con piedras preciosas, de oro llegando a tener un gran valor. En la edad antigua Asia, Egipto y Grecia realizaban artes preciosas sin duda las mejores de la época.(Historia del bordado, 2014)

En la edad media se comienza a utilizar diferentes técnicas para el bordado como pasado, cruzado o cadena, y mejor embellecimiento y diseño de bordado impregnado en telas, y a mediados del siglo XIX empiezan la producción de bordados con máquinas siendo la primera de arca TOYOTA.

Existen dos clases de bordados: los realizados a mano y mediante máquinas industriales. Los primeros se realizan con aguja e hilo elaborados por mujeres la mayoría campesinas, y el bordado industrial es la decoración de telas mediante la utilización de máquinas, computadoras y dispositivos informáticos que genera información para realizar diseños mediante software y digitalización.

La industria textil Ecuatoriana se remonta en la época de la colonia utilizándose la lana de oveja para la fabricación de tejidos. Posteriormente se incrementaron industrias dedicadas al procesamiento de lanas, y en el siglo XX se introduce el algodón como materia prima para todo tipo de fibra como hilo, poliéster, nylon, lana y seda. En Ecuador las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.(Historia y Actualidad, 2015),

CAPITULO II

2. Análisis Situacional

2.01 Ambiente Externo

El ambiente externo constituye el conjunto de factores que no pueden ser controlados por la organización siendo estos económicos, políticos-legales, socioculturales, tecnológicos y globales. “El término ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que puedan influir en el desempeño” (Robbins & Coulter, 2005, págs. 63-64)

2.01.01 Factor Económico

La economía es una disciplina que está al tanto de la producción y satisfacción de bienes y servicios en un país. Está a la expectativa del análisis de distintas fuerzas económicas que se localizan en el entorno de la organización (Castro, 1997, pág. 38).

Según (Robbins & Coulter, 2005) en su obra Administración afirman que “La tasa de interés, inflación, cambios en el ingreso disponible, PIB, oscilaciones de la

bolsa de valores y el estado general del ciclo de comercial son algunos de los factores económicos (p. 45).

2.01.01.01. Producto Interno Bruto (PIB)

Según (Alvarez Ayuso, 2011) “El PIB es el valor de los bienes y servicios finales producidos en la economía durante un periodo determinado” (Alvarez Ayuso, 2011).

Tabla 1 PIB

PIB SECTORIAL	2014	2015
Fabricación de productos textiles, prendas de vestir, fabricación de cuero y artículos de cuero	0.8	0.9

Fuente: Banco Central de Ecuador
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

El PIB de la actividad manufacturera se interpreta como una debilidad al tener un crecimiento del 0.9% ya que existe mayor competencia en el mercado, sin embargo por el apoyo que el Gobierno da al sector productivo se lo considera como una fortaleza, éste análisis se lo realiza luego de estudiar las salvaguardias y la subida de aranceles que el Gobierno ecuatoriano implemento para que ingresen productos del exterior a territorio nacional, de tal forma que los demandantes tengan mayor concurrencia a la compra de productos originarios del país.

2.01.01.02. Inflación

Según (Legna Verna & Gonzalez Morales, 2010) afirman que “La inflación es el aumento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios de una economía. Supone una pérdida del valor de dinero pues se requiere una cantidad mayor de él para adquirir la misma cantidad de productos” (p.137).

Tabla 2 Inflación

FECHA	VALOR
Julio 30-2015	4.36%
Junio 30-2015	4.87%
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-30-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Sepmtiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero 31-2014	2.92 %



Figura 1 Tasa de inflación del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Karen Leiton

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

La inflación en julio del 2015 registra el 4.36%, porcentaje superior al año 2014 del mismo mes con el 4.11%. En los últimos años no se ha notado una fluctuación drástica de inflación. Sin embargo este indicador se convierte en una amenaza para el presente proyecto, ya que los precios de las materias primas pueden subir o bajar en cualquier momento, afectando a la variación de precios del servicio ofrecido a los demandantes.

2.01.01.03. Tasa de Interés

Según (Ortiza Soto, 2001) concluyo que “Se define la tasa de interés como el rendimiento porcentual que se paga durante algún periodo contra un préstamo seguro, al que rinde cualquier forma de capital monetario en el mercado competitivo exento de riesgos, o que todos los riesgos están ya asegurados mediante primas adecuadas (p. 127).

2.01.01.03.01. Tasa Activa

La tasa activa es el porcentaje de interés que el banco cobra por el financiamiento de préstamos o créditos. Según (Ibarra, 2000) afirmo que “Al precio de venta del dinero se le llama tasa activa porque es dinero activo del balance, es decir, es una cuenta que el banquero tiene por cobrar cuando otorga un crédito. (p. 101).

Tabla 3 Tasa Activa

Tasas de Interés			
julio-2015			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.54	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.78	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.10	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.78	Consumo	16.30
Vivienda	10.62	Vivienda	11.33
Vivienda de Interés Público	4.88	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Acumulación Ampliada	21.82	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	24.98	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	26.91	Microcrédito Minorista	30.50

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Banco Centra del Ecuador

Análisis:

La tasa de interés cobrada por las instituciones financieras al otorgamiento de créditos para julio del 2015 establece el 11.10% como mínimo y con un máximo del 11.83% para PYMES siendo una oportunidad para acceder al financiamiento en bancos, cooperativas para la implementación de la empresa y de tal manera adquirir tecnología, diseño de infraestructura etc. para el movimiento y puesta en marcha de la actividad económica de la empresa.

2.01.01.03.02. Tasa Pasiva

Hace referencia al porcentaje de interés que la entidad crediticia tiene que pagar por el dinero que recibe como depósitos corrientes, monetarios o a plazo. “La tasa pasiva de interés es la que presenta el rendimiento que el intermediario paga por los propietarios del capital o fondos que se están prestando”

(Ortiza Soto, 2001, pág. 127).

Tabla 4 Tasa Pasiva

Tasas de Interés			
julio-2015			
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.54	Depósitos de Ahorro	1.30
Depósitos monetarios	0.61	Depósitos de Tarjetahabientes	1.16
Operaciones de Reporto	0.08		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.50	Plazo 121-180	5.92
Plazo 61-90	4.87	Plazo 181-360	6.77
Plazo 91-120	5.55	Plazo 361 y más	7.74

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Banco Centra del Ecuador

Análisis:

La tasa pasiva para julio del 2015 se presenta en un 5.54% en los depósitos a plazo y un 1.30% en depósitos en ahorro, siendo esta variable irrelevante para el

presente proyecto, porque la empresa no va poner sus ahorros en depósito sino más bien se lo utilizara para la inversión y aportación de más capital para que la misma tenga un crecimiento.

2.01.02 Factor Social

El factor social es muy importante ya que hace referencia a todos los gustos, costumbres, moda, necesidades de clientes y a los cuales va dirigido el producto o servicio. “El ambiente sociocultural incluye costumbres, elementos agregados, valores y características demográficas de la sociedad en que funciona una organización. Los procesos socioculturales determinan los productos y servicios, así como las normas de conducta empresariales que una sociedad valore y acepte” (Griffin & Ebert, 2005).

2.01.02.01. Población

Según (Icart, Fuentelzas, & Pulpon, Elaboracion y presentacion de un tema de investigacion y una tesina, 2006) afirmaron que” La población es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades y que habitan en un área o espacio demográfico determinado.

Tabla 5 Población

AÑO	POBLACION
2010	15001072
2011	15246281
2012	15492264
2013	15715972
2014	15942911
2015	16173127

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Karen Leiton

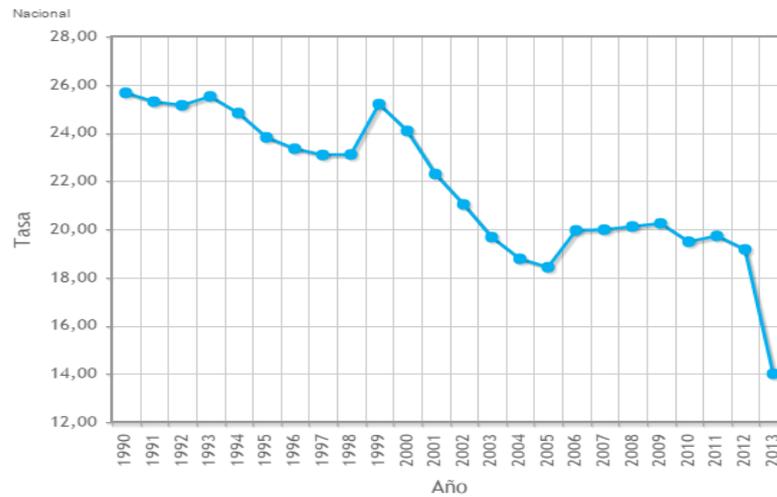
Análisis:

Ecuador ha venido presentando un crecimiento sostenible de individuos en el 2010 se registra alrededor de 15'001.072 habitantes y la proyección para el año 2015 es de 16'173.127 habitantes, lo cual indica que Ecuador ha registrado un crecimiento sostenible de habitantes.

2.01.02.01. Tasa de Natalidad

Según (Index Mundi, 2011) afirmó que la tasa de natalidad es "La variable que da el número promedio anual de nacimientos durante un año por cada 1000 habitantes, también conocida como tasa bruta de natalidad"

Tabla 6 Tasas brutas de natalidad



Fuente: INEC

Elaborado por: INEC

Análisis:

La tasa de natalidad en el Ecuador ha venido disminuyendo en el año 2001 existía el 22,29% de natalidad y en el transcurso de 13 años esta tasa disminuyó considerablemente presentándose en el 2013 el 14,00%. Esto se debe a que las familias realizan una planificación al momento de tener hijos, analizando factores económicos presentes y futuros de un país y sus condiciones de ingresos por hogar. Es por ello que la tasa de natalidad para el presente proyecto se convierte en una amenaza ya que al reducirse la tasa de natalidad no van a existir muchos demandantes que requieran los servicios.

2.01.02.04. Desempleo

Son todas aquellas personas que están en capacidad de trabajar, pero que no tienen empleo o lo han perdido. “ Personas de 15 años o más que, en periodo de referencia no estuvieron empleados y representan ciertas características : no tuvieron empleo , están disponibles para trabajar, buscan trabajo o realizan gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio”(ENEMDU, 2015)

Tabla 7 Tasa de desempleo

TASA DE DESEMPLEO	
AÑOS	PORCENTAJE
MARZO 2011	7,04%
MARZO 2012	4,88%
MARZO 2013	4,64%
MARZO 2014	5,60%
MARZO 2015	4,84%

Fuente: Banco Central de Ecuador
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 2 Tasa de Desempleo

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

La tasa de desempleo en Ecuador se registró en marzo del 2015 en el 4.84%, al compararla con valores del mismo periodo del 2014 tuvo una disminución el 1.00 puntos porcentuales. Esta tasa se convierte en una oportunidad para el proyecto ya que con la implementación de la empresa se busca dar fuetes de trabajo, para contribuir con la disminución de desempleo, para tener un nivel de bienestar y si es posible continuar en la lucha de radicar el desempleo objetivo del actual gobierno.

2.01.03 Factor Legal

Factor legal son todas las leyes, reglamentos y normas impuestas por el gobierno para regular las actividades de una organización. Según (Griffin & Ronald, 2005)(Griffin & Ebert, 2005) afirma que el factor legal “Refleja la relación entre empresa y gobierno, generalmente en forma de regulación empresarial por parte del gobierno” (p.40).

Para la implementación de una empresa de bordados computarizados y sublimados se realizara la apertura de una empresa como persona natural rigiéndose a la ley del Ecuador por lo cual se debe cumplir con los siguientes requisitos

2.01.03.01. Ley de Régimen Tributario e Interno

Estable el impuesto a la renta global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acurdo con la disposición en la presenta ley.

2.01.03.01.01. Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Según (SRI , 2010) afirma que:

El registro único de contribuyentes (RUC) es el numero identificador de la cedula tributaria e intransferible que corresponde a todas aquella personas físicas (nacionales o extranjeras) y jurídicas con o sin fines de lucro (empresas, sociedades, corporaciones, etc.,) que realicen actividades económicas dentro del territorio nacional.

Requisitos para personas naturales

Original de la cedula de identidad o de ciudadanía.

Original del certificado de votación.

Original y copia de las planillas de los servicios básicos.

2.01.03.02. Código Orgánico de Organización Territorial Autónoma y Descentralización (COOTAD)

“Promover el desarrollo sustentable de su circunscripción territorial cantonal, para garantizar las relaciones nacionales del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas cantonales, en el mercado de sus competencias constitucionales y legales”

2.01.03.02.01. Patente Municipal

Según el Art. 546 y 547 del COOTAD establece que:

Art. 546.- Impuesto a la patente.- Se establece el impuesto de patentes municipales y metropolitanas que se aplicara de conformidad con lo que se determina en los siguientes artículos.

Art. 547.- Sujeto pasivo.- Están obligados a obtener la patente y. por ende, el pago anual del impuesto de que trata el artículo anterior, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Requisitos para la obtención de la Patente Municipal.

- ✓ Formulario de la declaración de la patente municipal debidamente lleno
- ✓ Copia de cedula y certificado de votación
- ✓ Copia del registro Único de Contribuyentes

2.01.03.03. Obtención de la Licencia Metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas (LUAE)

Según la ordenanza No. 0283 del consejo metropolitano de quito.

Art. 4.- La Licencia Metropolitana de funcionamiento es el documento que habilita a las personas naturales y jurídicas para ello ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizado el funcionamiento de sus

establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, y las inspecciones y controles realizados por el cuerpo de bomberos, dirección metropolitana de salud, publicidad exterior y dirección metropolitana ambiental.

Requisitos:

- ❖ Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
- ❖ Copia de RUC.
- ❖ Copia de Cedula de Identidad
- ❖ Copia de papeleta de votación
- ❖ Informe de Compatibilidad de Suelo
- ❖ Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- ❖ Dimensión y fotografía de fachada del local (Establecimientos con publicidad existente)
- ❖ Dimensión de bosquejo de cómo quedara la publicidad.

2.01.03.04. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

Es permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de bomberos emite a todos los locales para que desarrollen sus actividades de una forma segura.

Requisitos:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección

- Copia de cedula y papeleta de votación del representante
- Copia de la patente municipal
- Copia de RUC

2.010.3.05. Uso de suelo.

El artículo 415 de la Constitución del Ecuador, señala que los gobiernos autónomos descentralizados “adoptarán políticas integrales y participativas de ordenamiento territorial urbano y de uso del suelo, que permitan regular el crecimiento urbano, el manejo de la fauna urbana e incentiven el establecimiento de zonas verdes”.

Requisitos:

- Oficio o formulario de solicitud al administrador zonal, debe incluir clave catastral, numero de predio, nombre de propietario y actividad específica a desarrollar.
- Informe de regulación metropolitana.
- Copia de cedula y papeleta de votación

2.01.03.05. Ley de Gestión Ambiental

Art. 2. La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilizando las tecnologías alternativas ambientales sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Base Legal:

Codificación 19

Registro Oficial Suplemento 418 de 10-sep-2004

Estado: Vigente

2.01.03.06. Código de Trabajo

Art. 1. **Ámbito del Código.-** Regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

2.1.4. Factor Tecnológico

La tecnología es una de las fuerzas del ambiente externo, ya que puede favorecer o no a una organización, mediante la tecnología se puede tener en el producto una constante innovación, agilidad, y calidad al momento de prestar el servicio o bien.

De tal manera la tecnología se convierte en una oportunidad para la presente trabajo investigativo, ya que al contar con maquinaria actual para la elaboración de bordados computarizados y sublimados se cuenta con avanzados conocimientos al momento de prestar el servicios, mediante diseños innovadores, y con identidad propia en cada uno de los trabajos a realizarse.



Figura 3 Tecnología para bordado

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Karen Leiton



Figura 4 Tecnología para sublimados

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: Karen Leiton

2.02 Entorno Local

El entorno local son todos los factores que se relaciona directamente con la empresa y que esta puede controlar.

Según (Horton, Alexaki, Bennett, Brince, & Sauza , 2008, pág. 26) determinaron que:

El ambiente interno de una organización influye en la manera en que las organizaciones emplean sus capacidades para llegar a sus metas y lograr un desempeño de alto nivel. El ambiente interno se refiere a factores que están dentro de la organización y constituyen lo que puede llamarse la “personalidad” de la organización; estos factores influyen en la cohesión de la organización y la energía que esta despliega para lograr sus objetivos.

2.02.01 Clientes

Es la parte fundamental de una organización ya que el cliente es la persona o entidad que adquieren los bienes y servicios para satisfacer necesidades. “ Los clientes están conformados por personas y familias que compran bienes y servicios para atender sus necesidades individuales o familiares” (Rivera & Garcillan, 2012).

El presente estudio de factibilidad para la implementación de una empresa tiene como objetivo brindar el servicio de bordados computarizados y sublimados para ropa deportiva, a todos los demandantes del sector de Cotocollao ubicado al norte del distrito metropolitano de quito. El servicio está a disposición de instituciones,

casas de ropa deportiva que fabrican variedad de prendas y requieren decorarlas mediante logotipos, bordados en toda prenda, bordados 3D, y sublimados a todo color para darles identidad de acuerdo al requerimiento del cliente o diseño personalizados e innovadores. Igualmente nuestros clientes van a ser el público en general comprendido en un rango de 18 a 65 años pudiendo ser estos hombre o mujeres que quieran satisfacer sus necesidades.

Análisis:

Los clientes son la razón de ser de una organización, a los cuales se brinda el servicio para que satisfagan sus necesidades, es por ello que los consumidores se convierten en la parte fundamental y son una oportunidad para el presente proyecto ya que si brindamos un servicio ágil, innovador y de calidad se va a adquirir compradores potenciales y leales lo cual le va a permitir a la empresa tener una visión de surgimiento y reconocimiento.

2.02.02 Proveedores

Son todas aquellas personas u organizaciones que proveen la materia prima o insumos para la producción de bienes y servicios. Según (Carneiro Canela, 2004) define a los proveedores como “Una entidad de negocios que suministra a la compañía bienes y/o servicios necesarios para, y utilizados en, la producción de los bienes y servicios de la compañía” (p.121).

Tabla 8 Proveedores

LOGOTIPO	PROVEEDOR	MATERIAL	DIRECCION	TELEFONO
	Hilos Marathon	Hilos	Av. América N34-208 entre Abelardo y Moncayo	3-319- 614
	José Puebla	✓ Hilos ✓ Agujas ✓ Lonas	Jose Herboso Oe 659 y Machala	2-570-445
	Enkador	✓ Hilos de nylon, ✓ Hilos poliéster multicolores ✓ Microfibras de poliéster	Av. Naciones Unidas y Av. Amazonas esquina	09989535495
	Bordadoras Melco Ecuador	Maquinas	José Herboso Oe 5-32 y José Serrano	2-597-105

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

Para desarrollar la actividad de bordados computarizados y sublimados se necesitan de insumos para llegar al producto terminado, por tal razón se necesitan de proveedores quienes imparten los materiales necesarios para brindar el servicio. De tal modo los proveedores se convierten en una oportunidad ya que al tener una amplia gama de oferentes se tendrá el beneficio de tener el poder de negociación, y adquirir y realzar cotizaciones de precios para ver cuál es la conveniencia al momento de comprar los insumos.

2.02.03 Competidores

La competencia se da cuando varias organizaciones o empresas ofrecen al mercado bienes y servicios con similares características.

Según (Rivera & Garcillan, 2012) afirmo que:

Cuando una empresa pretende entrar a un determinado mercado, una de las primeras reacciones que ha de emprender es un análisis de la competencia, pues ha de conocer a quien se enfrenta a diario para evitar ser sorprendida por ellos y además le sirve como referencia para saber los aspectos que se encuentra en desventajas.

Tabla 9 Competidores

LOGOTIPO	COMPETIDOR	SERVICIOS	DIRECCION	TELEFONO
	Sublimazone	Sublimación digital	Av. De la prensa N66-128 y Cap. Ramón Chiriboga	2537-389
	JoriBordados	Bordado de nombres Logotipos Parches etc.	Condado Shopping	2612-121
	Bordados H & M	Bordados Uniformes Camisetas Gorras Logotipos	Av. De la presa N65-30 y Bellavista	2897-445
	Publicidad Extreme	Bordados manuales y computarizados Confección de ropa	Comité del Pueblo	2789-998

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Karen Leiton

2.03 Análisis Interno

2.03.01. Propuesta Estratégica

2.03.01.01. Misión

Somos una empresa de bordados computarizados y sublimados en ropa deportiva que busca brindar a nuestro cliente un servicio ágil, innovador y de calidad, con servicio personalizado para satisfacer las necesidades de clientes mediante la utilización de materiales y tecnología de calidad.

2.03.01.02. Visión

Ser una empresa líder en el mercado Ecuatoriano con los mejores acabados de bordados computarizados y sublimados y expandirnos a nivel nacional para que el Ecuador tenga identidad y orgullo en las prendas producidas, utilizando maquinaria y software de última tecnología.

2.03.01.03. Objetivos

2.03.01.03.01. Objetivo General

Estudiar la factibilidad para la implementación de una empresa que brinde servicios de bordados computarizados y sublimados a todo color para ropa deportiva, mediante un servicio ágil, de calidad e innovador ubicado en el sector norte del distrito metropolitano de Quito.

2.03.01.02. Objetivos Específicos

- ✓ Determinar la factibilidad para la implementación de la empresa a través del estudio financiero.
- ✓ Realizar un estudio de mercado que permita conocer los demandantes y competidores.
- ✓ Realizar un estudio financiero que permita analizar, las inversiones, costos y gastos que se van a utilizar para la implementación de la empresa.
- ✓ Generar estrategias de marketing para dar a conocer el servicio y ganar clientes potenciales

2.03.01.04. Principios y Valores.

Según (Arnaez et al., n.d.) Firma que “Los principios y valores determinan las cualidades esenciales que hacen que las organizaciones sean diferentes a los otros tipos de empresas y que el movimiento corporativo sea valioso” (p. 138).

2.03.01.04.01. Valores Empresariales

Respeto

Respetar las opiniones, sugerencias, ideas de trabajadores, clientes y proveedores para tener un clima organizacional en armonía para el buen funcionamiento de las actividades empresariales.

Responsabilidad

Todas las actividades que va a desarrollar la empresa con el personal que pone en marcha el desarrollo de la misma se lo realizara mediante normas de responsabilidad con proveedores y clientes.

Lealtad

Compromiso, identidad y sentimiento de orgullo de ser parte de la organización, manteniendo estándares éticos y morales, forjados por el cumplimiento de metas y objetivos para alcanzarla visión y tener éxito empresarial.

Puntualidad

Los trabajadores deberán cumplir con los horarios de entrada y salida establecidos por la organización, reflejado también, el compromiso de cumplir todas las obligaciones y entregas del servicio de una forma puntual, oportuna y ágil a los clientes.

2.03.01.04.04. Principios Empresariales

Servicio

Dar una atención amigable, respetuosa y atenta para mantener y fortalecer relaciones sostenibles, permanentes y exitosas con nuestros clientes.

Innovación

Estar a la vanguardia de la investigación y utilización de tecnologías y software de punta que permita impartir diseños, innovadores para el crecimiento y mejoramiento continuo.

Trabajo en Equipo

Al tener una armonía con los componentes de la organización, ayudarse unos a otros, hace que el clima laboral sea amigable y poder impartir esa imagen a los clientes, proporciona vitalidad y talento empresarial

2.03.02 Gestión Administrativa

2.03.02.01. Organigrama Estructural

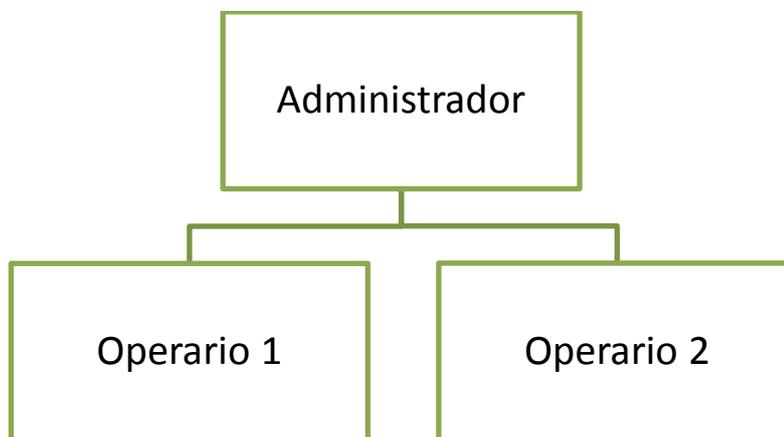


Figura 5 Organigrama Estructural

Elaborado por: Karen Leiton

2.03.02.01.01. Organigrama Funcional

2.03.02.01.01.01. Administración

- ❖ Contratación del personal
- ❖ Establecer políticas para el funcionamiento de la organización
- ❖ Llevar un control de todas las ventas y compras
- ❖ Realizar declaraciones al SRI
- ❖ Realizar roles de pagos
- ❖ Atención a clientes y proveedores
- ❖ Control de inventarios
- ❖ Realizar el presupuesto de la empresa
- ❖ Control de estados de cuenta
- ❖ Delegación de Funciones a empleados

2.03.02.01.01.03. Operario 1

- ❖ Cortar el teflón
- ❖ Entamborar los bordados
- ❖ Manejo de máquinas bordadoras
- ❖ Cortar hilos
- ❖ Hacer parches
- ❖ Entrega de pedidos
- ❖ Diseña

2.03.02.01.01.04 Operario 2

- ❖ Manejo de máquinas sublimadoras
- ❖ Aplique del diseño en tela
- ❖ Atención al cliente
- ❖ Diseña

2.03.03.01 Flujo grama de procesos para el servicio de bordados computarizados.

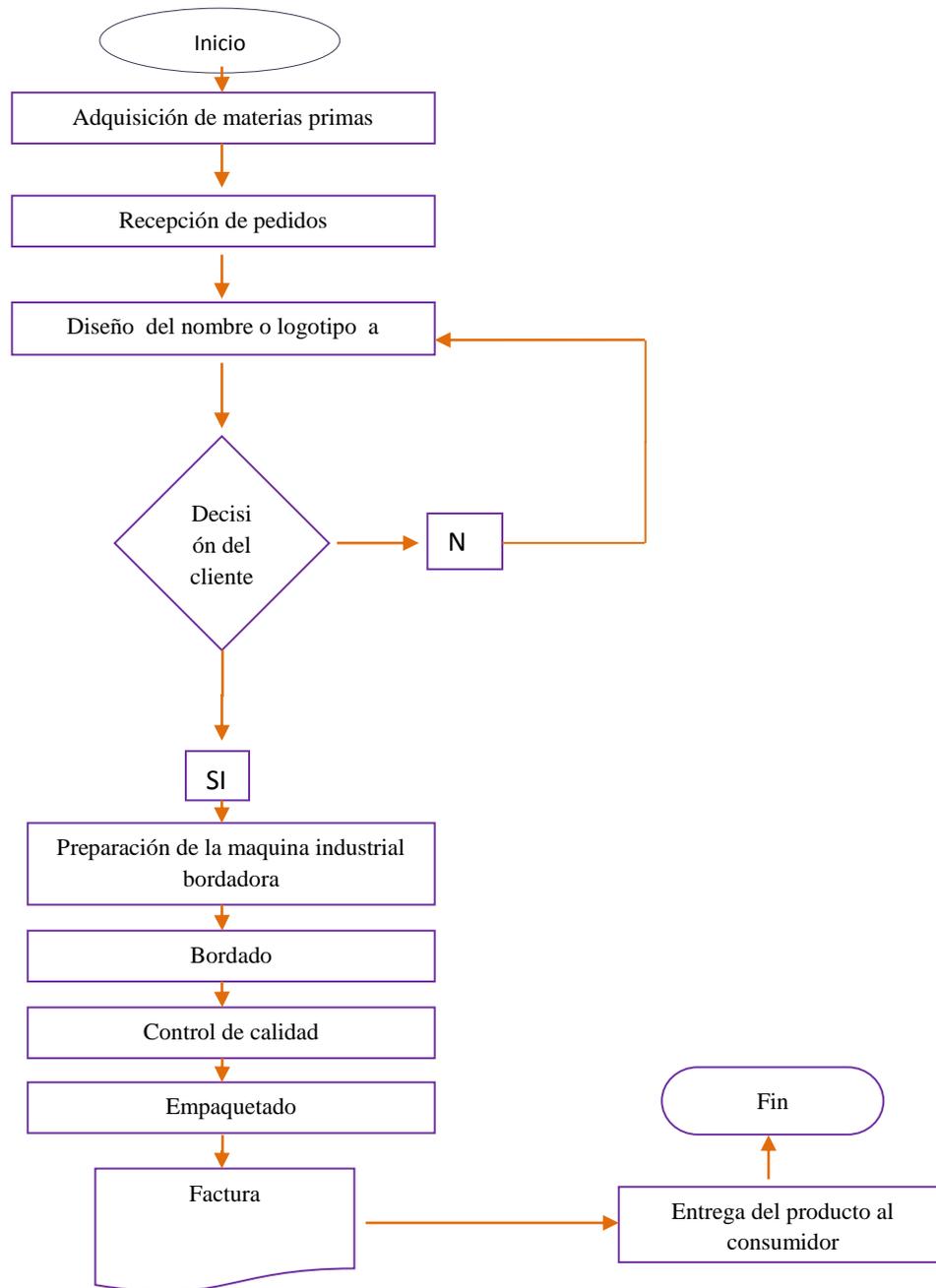


Figura 6 Flujo grama de procesos para el servicio de bordados computarizados

Elaborado por: Karen Leiton

2.03.03.02 Flujo grama de procesos para el servicio de sublimados

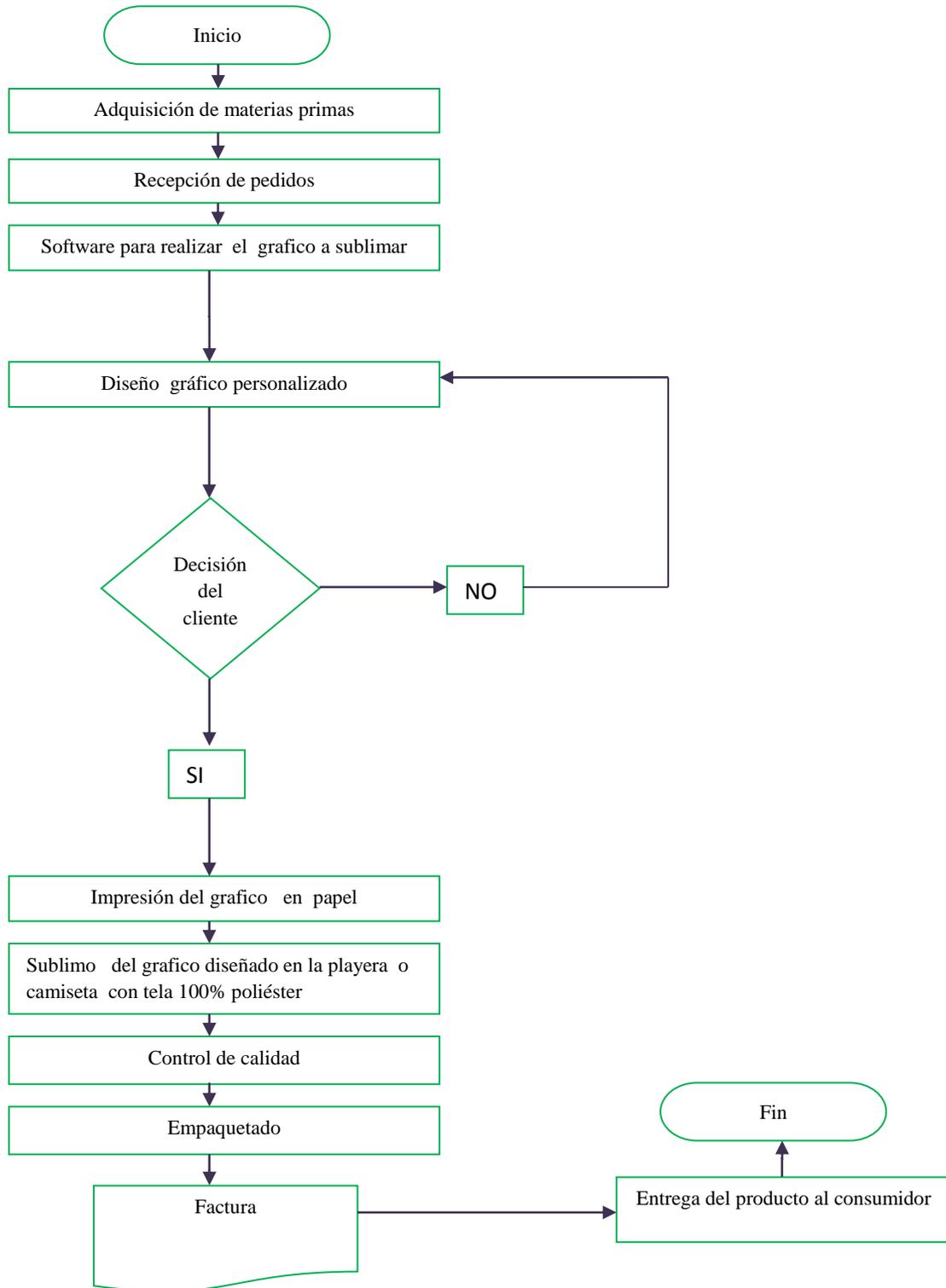


Figura 7 Flujo grama de proceso de sublimados

Elaborado por: Karen Leiton

2.03.04 Gestión Comercial

La gestión comercial es una actividad que permite dar a conocer el producto ofertado, es por ello que para la implementación de la empresa se busca los mecanismos necesarios para dar a conocer el servicio de bordados computarizados y sublimados a todos los demandantes para lo cual se utilizarán las herramientas de marketing que son : Producto, precio, plaza, promoción, publicidad.

2.03.04.01. Producto

Se brindará servicio de bordados computarizados y sublimados en ropa deportiva, con materia prima de calidad, asesoría y servicio personalizado en diseños para satisfacer las necesidades de clientes, con el objetivo de darles entidad y orgullo a las prendas a producirse mediante un adecuado control en cada uno de los procesos a realizarse.

2.03.04.02. Precio

El precio tanto para los bordados computarizados y sublimados se fijará en base a la competencia, y aceptación por parte de clientes potenciales, siendo un precio referencial y al alcance de demandantes de tal manera que sea accesible y pueda ser competitivo en el mercado.

2.03.04.03. Plaza

La empresa estará ubicada en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito en la parroquia de Cotocollao en la Av. 25 de Mayo y Lizardo Ruiz frente a la farmacia Sanasana, sector de fácil acceso y en el cual se ha observado una gran cantidad de demandantes.

2.03.04.04. Promoción

La promoción que se utilizara con los clientes serán las siguientes:

- ✓ Descuento del 5% a todos los clientes frecuentes
- ✓ Si es un gran pedido, las prendas serán entregadas en el domicilio de cliente.

2.03.04.05. Publicidad

2.03.04.05.01. Nombre de la empresa

Karen`s

2.03.04.05.02. Logotipo



Figura 8 Logotipo

Elaborado por: Karen Leiton

2.03.04.05.03. Slogan

Diseño, color y estilo en tus prendas.

2.03.04.05.04. Flyers



Karen's
Bordados y Sublimados



Elaboramos:

Bordados Computarizados



Bordado directo en prendas



Bordado en parches



Bordado 3D o alto relieve



Sublimados en ropa deportiva

@ karen_ideas@hotmail.com 2494-480 0991035732

Cotocollao sector norte de Quito, Av. 25 de mayo y Lizardo Ruiz

Figura 9 Flyers

Elaborado por: Karen Leiton

2.03.04.05.06. Tarjetas publicitarias



Figura 10 Tarjetas publicitarias

Elaborado por: Karen Leiton

2.04 Análisis Foda

2.04.01. Ambiente interno

Tabla 10 FODA

CONCEPTO	AMBIENTE INTERNO					
	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Misión	X					
Visión	X					
Objetivos	X					
Principios y valores		X				
Gestión Administrativa		X				
Gestión operativa	X					
Gestión Comercial		X				

Elaborado por: Karen Leiton

2.04.02. Ambiente externo

AMBIENTE INTERNO						
CONCEPTO	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
MACROAMBIENTE						
PIB	X					
Inflación				x		
Población	X					
Factor político-legal			X			
Factor tecnológico			X			
MICROAMBIENTE						
Clientes	x					
Proveedores		X				
Competidores						X

Elaborado por: Karen Leiton

CAPITULO III

3. Estudio de Mercado

Según (Parmerlee, 1998, pág. 13) concluyo que:

Un estudio (análisis) de mercado es una tentativa de definir, identificar y luego evaluar la estructura de un ámbito particular en el cual transcurren las actividades económicas, empresariales industriales y comerciales. Este análisis se lleva acabo usando información experimental y de referencia, recopilada y tabulada con la que se organiza un documento que ofrezca una visión conceptual detallada precisa e imparcial.

3.01 Análisis del consumidor

Analizar al consumidor conlleva el estudio e investigación de los gustos, costumbres que ellos tienen, para poder ofrecer un servicio acorde con las expectativas de los mismos y de tal manera brindar un servicio que satisfaga necesidades. Según (Pere Soler, 2001) en su obra investigación de mercado determino que “El objetivo del análisis de la conducta del consumidor es explicar el

porqué del comportamiento de este, relevando los procesos racionales o emocionales de la compra y el porqué de la aceptación o del rechazo de un producto” (p. 45).

3.01.01. Determinación de la población y muestra

Para el presente proyecto se utilizara la el calcula de la muestra mediante la fórmula matemática, y la población universo será tomada del sector de Cotocollao mercado donde se realizara la investigación.

Según (Cantoni Raboline, 2009) concluyo que:

Es fundamental expresar en todo trabajo de investigación los siguientes diseños metodológico: la población y las características que deben poseer los elementos para formar parte del estudio, el número de elementos que conforman la población, si este número se conoce con certeza o se puede estimar, el tipo de muestreo y la técnica utilizada, el tamaño de la muestra y el error de muestreo establecido.

3.01.01.01. Población

Según (Sabado, 2009) determino que “Es el conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Podemos entender que una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos podrá ser identificados” (p. 21)

La población que se utiliza para el presente proyecto, es de 31´263 habitantes de la parroquia de Cotocollao, sector norte del Distrito metropolitano de Quito según

datos estadísticos registrados en el último censo del año 2010 por el Consejo Nacional Electoral (INEC).

Tabla 11 Población

GENERO	CANTIDAD
Hombres	14,820
Mujeres	16,443
TOTAL	31,263

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

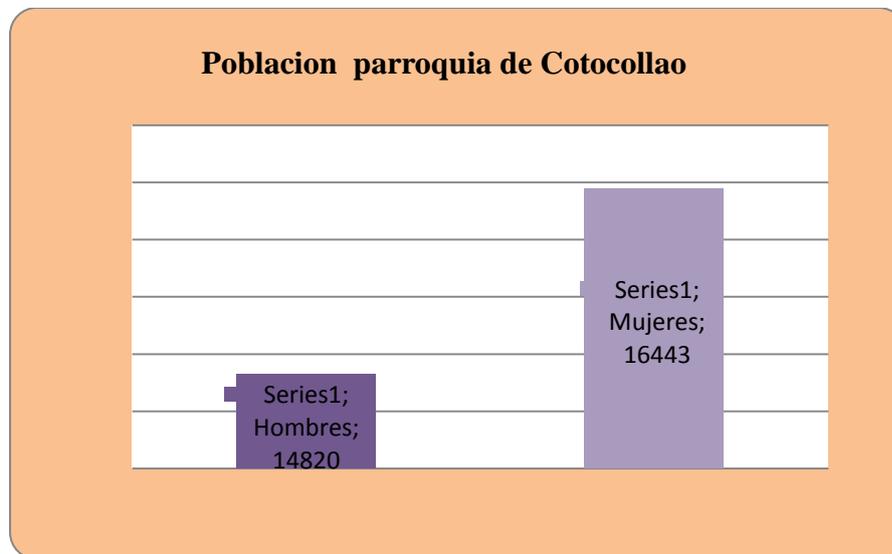


Figura 11 Población de cotocollao

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

3.01.01.02. Muestra

Según (Icart, Fuentelzas, & Pulpun, 2006) afirman que “La muestra es el conjunto de individuos que realmente se estudiaran, es un subconjunto de la población. Para que se pueda generalizar los resultados obtenidos, dicha muestra ha de ser representativa de la población” (p. 55)

Para la determinación de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N= Población

p= Probabilidad de éxito (50%) = 0.5

q= probabilidad de fracaso (50%) =0.5

E=Error máximo admisible (5%) = 0.05

z=Distribución normal en estadística cuando el NC=95% = 1.96

$$n = \frac{31,263 * 0.5 * 0.5 * (1.96)^2}{(31,263 - 1)0.05^2 + 0.5 * 0.5 * (1.96)^2}$$

$$n = 385$$

3.01.02. Técnicas para obtener información

La información se puede definir como el conjunto de fuentes necesarios para comprender situaciones, tomar decisiones o evaluar las y tomadas.

Según (Grande Esteban & Abascar Fernandez, 2014, pág. 60) determinaron que:

La información puede ya existir cuando surge su necesidad para realizar una investigación, o por el contrario deber ser creada para cumplir con este contenido. En función a su disponibilidad se habla, respectivamente, de información secundaria y primaria.

La información primaria es la que el investigador crea expresamente para el estudio concreto. Esta información no existe en el momento en el que se plantea la necesidad de utilizarla. Las organizaciones deben, entonces, acudir a investigaciones ex profeso para obtenerla, empleando para ello diversas técnicas, como la observación, las reuniones de grupo, o los métodos experimentales. Otras veces se obtiene información mediante tipos de encuestas, que posteriormente serán tratadas con las herramientas estadísticas necesarias.

Sin embargo, es poco probable que las necesidades de información sean tan especiales o únicas que no exista previamente ningún tipo de datos o estudios relacionados con la investigación que se desee realizar. Con mucha frecuencia los investigadores encuentran datos, informes páginas web o metodologías que les resulten sumamente útiles para sacar a delante su proyecto. Esta información que ya existe, que se encuentra en el momento en que surge la necesidad de su utilización, recibe el nombre de información secundaria.

3.01.02.01 Encuesta

Según (Grande Esteban & Abascar Fernandez, 2014) en su obra Fundamentos y técnicas de investigación comercial concluyeron que la encuesta “Consiste en un

conjunto articulado y coherente de preguntas que se formulan a las personas sobre la base de un cuestionario. Se puede realizar por correo, frente a frente, en la calle en establecimientos comerciales o el domicilio de las personas, y también a través de teléfono” (p. 59).

Para el presente estudio de factibilidad se utilizaran encuestas para obtener información de mercado, lo cual ayudara a analizar e interpretar los datos.

3.01.02.02. Formato de Encuesta

“Karen`s”

El objetivo de la presente encuesta tiene como finalidad obtener información estadística para determinar si es factible o no la implementación de una empresa que brinde servicios de bordados computarizados y sublimados en la parroquia de Cotocollao

Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que usted crea conveniente.

Nombre..... Telf.
.....

Género: F () M ()

Edad: De 18 a 28 () De 29 a 35 ()

De 36 a 42 () De 43 en adelante ()

1.- ¿Sabía usted que existen impresiones en tela poliéster de alta calidad y a todo color llamados sublimados?

SI ()

NO ()

2.- ¿Está usted de acuerdo, que en el sector de Cotocollao se implemente una empresa que ofrezca servicio de bordados computarizados y sublimados?

SI ()

NO ()

3.- ¿Qué servicio contrataría usted?

Bordados ()

Sublimados ()

Los dos servicios ()

4.- Con qué frecuencia usted contrataría los servicios de:

BORDADOS:

Semanal ()

Mensual ()

Anual ()

SUBLIMADOS:

Semanal ()

Mensual ()

Anual ()

5.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por:

BORDDADOS:

De 2 a 4 nombres:

De \$1.25 a \$ 1.75 ()

De \$ 1.75 a \$ 2.25 ()

De \$ 2.25 a \$ 3.75 ()

Sellos o logotipos empresariales:

De \$2.25 a \$ 3.75 ()

De \$3.75 a \$ 4.25 ()

De \$ 4.25 a \$ 5.75 ()

SUBLIMADOS:

Uniformes deportivos:

De \$18.00 a \$ 21.00 ()

De \$21.00 a \$ 25.00 ()

De \$25.00 a \$ 28.00 ()

6.- ¿En qué lugares realiza usted los bordados y sublimados que requiere?

Centros Comerciales () Microempresas () Otros ()

7.- ¿Considera usted que la competencia le ofrece un servicio ágil y de calidad?

SI ()

NO ()

8.- ¿Cómo le gustaría recibir la publicidad del servicio de bordados computarizados y sublimados?

Trípticos ()

Teléfono ()

Internet ()

9.- ¿Cuál es la forma de pago más factible para usted?

Efectivo ()

Transferencia ()

Tarjeta de crédito ()

10.- ¿Para usted que es más importante al momento de adquirir el producto?

Calidad ()

Precio ()

Servicio ()

3.01.03. Análisis de la Información

El análisis de información es el proceso de recopilación de datos obtenidos mediante la investigación, para ello se tabulan los datos obtenidos de la información lo cual permite analizar e interpretar los resultados a las interrogantes planteadas para la toma de decisiones en cuanto al mercado.

3.01.03.01. Genero

Tabla 12 Género

GENERO	CANTIDAD	PORCENAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
HOMBRES	185	48.05	48.05
MUJERES	200	51.95	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Karen Leiton

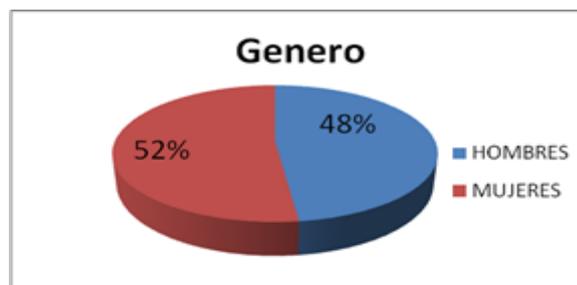


Figura 12 Género

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

Los resultados de la investigación realizada demuestran que el 52% de las personas encuestadas son hombres, mientras que el 48% son de género femenino, lo cual indica que el servicio de bordados computarizados y sublimado lo adquiere tanto hombres como mujeres.

3.01.03.02. Edad

Tabla 13 Edad

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADERO	PORCENTAJE ACUMULADO
De 18 a 28	188	48.83	48.83
De 29 a 35	132	34.29	83.12
De 35 a 41	47	12.21	95.32
De 42 en adelante	18	4.68	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

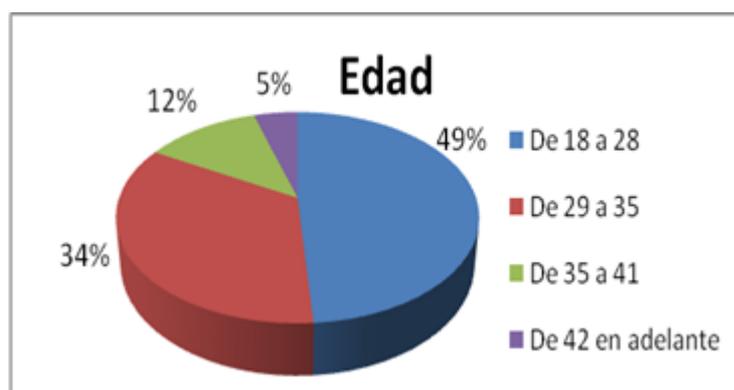


Figura 13 Edad

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

Los datos de la investigación realizada dan como resultados que los clientes que más adquieren el servicio se encuentran en el rango de 18 a 28 años equivalente al 49%, en segundo lugar se encuentran las personas de 29 a 35 años con el 34% seguido por personas de 35 a 42 años con el 12% y por ultimo individuos de 43 años en adelante representando el 5%. De los datos obtenidos se determina que el mercado potencial se encuentra comprendido en personas que van de 18 a 28 años.

3.01.03.03. Pregunta 1

¿Sabía usted que existen impresiones en tela poliéster de alta calidad y a todo color llamados sublimados?

Tabla 14 Pregunta 1

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	295	76.62	76.62
NO	90	23.38	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

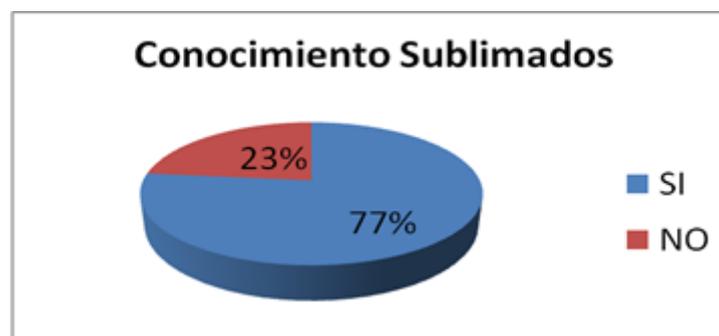


Figura 14 Pregunta 1

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

Los resultados de la investigación reflejan que el 23% de las personas encuestadas no tenían conocimiento de sublimados, pero en su mayoría con el 77% conocen del servicio.

3.01.03.04. Pregunta 2

¿Está usted de acuerdo, que en el sector de Cotocollao se implemente una empresa que ofrezca servicio de bordados computarizados y sublimados?

Tabla 15 Pregunta 2

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULADO
SI	372	96.62	96.62
NO	13	3.38	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 15 Pregunta 2

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

Los resultados obtenidos reflejan que el 97% de la muestra esta de acuerdo con la implementacion de la empresa, sin embargo el 3% no esta de acuerdo con la idea, el mismo que es un porcentaje pequeño.

3.01.03.04. Pregunta 3

¿Qué servicio contrataría usted?

Tabla 16 Pregunta 3

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADERO	PORCENTAJE ACUMULADO
BORDADOS	68	17.66	17.66
SUBLIMADOS	58	15.06	32.73
LOS DOS SERVICIOS	259	67.27	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 16 Pregunta 3

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

De los datos obtenidos en la pregunta 3 el 67% de las personas encuestadas utilizan los dos servicios, mientras que el 18% adquiere únicamente bordos y el resto de la muestra con el 15% utilizan sublimados.

3.01.03.05. Pregunta 4

Con qué frecuencia usted contrataría los servicios de:

BORDADOS:

Semanal () Mensual () Anual ()

SUBLIMADOS:

Semanal () Mensual () Anual ()

3.01.03.05. 01.Bordados

Tabla 17 Pregunta 4 Bordados

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
SEMANAL	23	5.97	5.97
MENSUAL	155	40.26	46.23
ANUAL	207	53.77	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 17 Pregunta 4

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

Los resultados obtenidos indican que el 54% de las personas encuestadas adquieren el servicio anualmente, el 40% lo realiza mensualmente, mientras que el 6% de la muestra lo adquiere semanalmente. Estos datos indican que la mayoría de gente adquiere el servicio de bordados anual y mensualmente.

3.01.03.05.02. Sublimados

Tabla 18 Pregunta 4 Sublimación

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
SEMANAL	32	8.31	8.31
MENSUAL	155	40.26	48.57
ANUAL	198	51.43	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Karen Leiton



Figura 18 Pregunta 4 Sublimación

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

Los resultados obtenidos indican que el 52% de las personas encuestadas adquieren el servicio anualmente, el 40% lo realiza mensualmente, mientras que el 8% de la muestra lo adquiere semanalmente. Estos datos indican que la mayoría de gente adquiere el servicio de sublimados anual y mensualmente.

3.01.03.06. Pregunta 5

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por?

3.01.03.06.01. Bordados.- De dos a cuatro nombres

Tabla 19 Pregunta 5 Bordados

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
De 1.25 a 1.75	259	67.27	67.27
DE 1.75 a 2.25	93	24.16	91.43
De 2.25 a 3.75	33	8.57	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

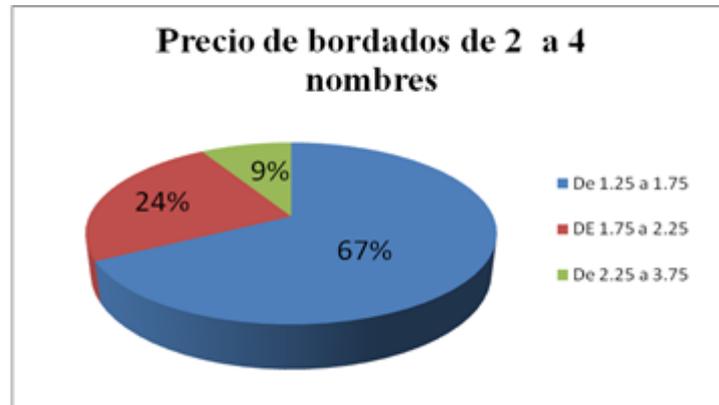


Figura 19 Pregunta 5 Bordados

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

Con los datos recopilados en la pregunta 5 el 67% de la muestra estaría dispuesto a pagar de \$ 1.25 a \$ 1.75 por el servicio bordados de 2 a 4 nombres, seguido por el 24% correspondiente a un rango de \$ 1.75 a \$ 2.25 y por último el 9% de la muestra pagaría de \$ 2.25 a \$ 3.75. Determinando que el precio a establecerse y que los demandantes están dispuestos a pagar está en el rango de 1.25 a 1.75.

3.01.03.06.02. Bordados.- Logotipos o sellos empresariales.

Tabla 20 Pregunta 5 Sellos

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
De 2.25 a 3.75	205	53.25	53.25
De 3.75 a 3.25	143	37.14	90.39
De 3.25 a 4.75	37	9.61	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 20 Pregunta 5 Sellos
Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

Con los datos recopilados en la pregunta 5 el 53% de la muestra estaría dispuesto a pagar por el servicio de bordados sellos y logotipos empresariales de \$ 2.25 a \$ 3.75, seguido por el 37% correspondiente a un rango de \$ 3.75 a \$ 3.25 y por último el 10% de la muestra pagaría de \$ 3.25 a \$ 4.75. Determinando que el precio a establecerse y que los demandantes están dispuestos a pagar está en el rango de 2.25 a 3.75.

3.01.03.06.02. Sublimados.- Uniformes deportivos

Tabla 21 Pregunta 5 Uniformes

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
De 5.00 a 10.00	256	66.49	66.49
De 10.00 a 15.00	101	26.23	92.73
De 15.00 a 20.00	28	7.27	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 21 Pregunta 5 uniformes

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

Con los datos recopilados en la pregunta 5 el 67% de la muestra estaría dispuesto a pagar por el servicio de sublimados en uniformes deportivos de \$ 5.00 a \$ 10.00, seguido por el 26% correspondiente a un rango de \$ 10.00 a \$ 15.00 y por último el 7% de la muestra pagaría de \$ 15.00 a \$ 20.00. Fijando el precio más accesible para el demandante entre 5 a 10 dólares.

3.01.03.07. Pregunta 6

¿En qué lugares realiza usted los bordados y sublimados que requiere?

Tabla 22 pregunta 6

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
CENTROS COMERCIALES	135	35.06	35.06
MICROEMPRESAS	125	32.47	69.95
OTROS	125	32.47	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 22 Pregunta 6

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Con la recopilación de datos obtenidos en la investigación dio como resultado que el 64.94% de las personas encuestadas adquieren el servicio en microempresa, seguido del 35.06% que adquieren el servicio en centros comerciales, dando a conocer que existe mayor recurrencia a microempresas siendo un punto a favor el presente proyecto.

3.01.03.08. Pregunta 7

¿Considera usted que la competencia le ofrece un servicio ágil y de calidad?

Tabla 23 Pregunta 7

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
SI	292	75.84	75.84
NO	93	24.16	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

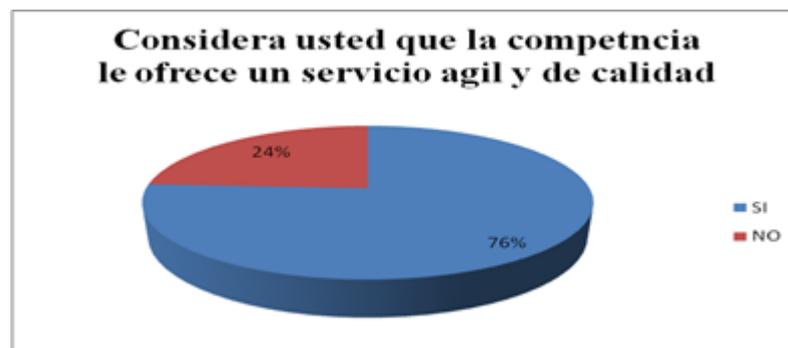


Figura 23 Pregunta 7

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

De acuerdo a los datos obtenidos mediante la investigación el 76% de la muestra esta de acuerdo con el servicio que le ofrece la competencia, sin embargo el 24% no esta satisfecho con la competencia, convirtiendose este porcentaje en los clientes potenciales para el presente proyecto.

3.01.03.09Pregunta 8

¿Cómo le gustaría recibir la publicidad del servicio de bordados computarizados y sublimados?

Tabla 24 Pregunta 8

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
TRIPTICO	144	37.40	37.40
TELEFONO	43	11.17	48.57
INTERNET	198	51.43	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 24 Pregunta 8

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

La tabulación de las encuestas indican que el 52% de las personas encuestadas les gustaría recibir información mediante el internet, el 37% desearía recibirlo por tripticos y el 11% de la muestra prefiere recibir la publicidad del servicio por

telefono. De tal forma el servicio se promocionara via internet, con redes sociales, paginas web etc. Sitios mas frecuetados por los demandantes.

3.01.03.10 Pregunta 9

¿Cuál es la forma de pago más factible para usted?

Tabla 25 Pregunta 9

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
EFFECTIVO	266	69.09	69.09
TRANS. BANCARIA	46	11.95	81.04
TARJETA DE CREDITO	73	18.96	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 25 Pregunta 9

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

Los resultados de la investigación indican que la forma más factible de pago es en efectivo representada por un 69% de la muestra, mientras que el 19% prefiere cancelar con tarjeta de crédito y el 12% lo haría a través de transferencias bancarias.

3.01.03.11 Pregunta 10

¿Para usted que es más importante al momento de adquirir el producto?

Tabla 26 Pregunta 10

ALTERNATIVA	CANTIDAD	PORCENTAJE VERDADER	POERCENTAJE ACUMULADO
CALIDAD	239	62.08	62.08
PRECIO	46	11.95	74.03
SERVICIO	100	25.97	100.00
TOTAL	385	100.00	

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton



Figura 26 Pregunta 10

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

Analisis:

La tabulación de la encuesta indica que para el 62% de la muestra es más importante adquirir un producto de calidad, el 26% afirma que es el servicio, mientras que el restante de la muestra representado con el 12% indica que es el precio. Es así que al momento de brindar el servicio se llevara un control de calidad

en cada uno de los procesos para satisfacer a los clientes, combinado con un servicio ágil y eficiente.

3.02 Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes (productores) ponen a disposición de los demandantes para satisfacer necesidades. Según (Avila Macedo, 2006) en su obra Economía afirma que la oferta "Se considera como la cantidad de mercaderías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que productores los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función de varios niveles de precios, en un periodo dado" (p.45).

3.02.01 Oferta Histórica

Con respecto a la investigación realizada no existe oferta histórica, ya que el producto es nuevo en el mercado, y no se han encontrado registros de datos históricos.

3.02.02 Oferta Actual

En base a la investigación realizada la oferta actual se calcula con la pregunta referente a la competencia y en base a la demanda.

Tabla 27 Oferta Actual

AÑO	DEMANDA	ACEPTACION DE LA COMPETENCIA. (%)	OFERTA ACUTAL
2015	16.009,34	0,7584	12.141,49

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

3.02.03. Oferta Proyectada

Para la proyección de la oferta se tomó el porcentaje de aceptación de la competencia siendo el 75.84%.

Tabla 28 Oferta Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	PORCENTAJE COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2015	16.321,53	0,7584	12.378,25
2016	16.639,80	0,7584	12.619,62
2017	16.964,27	0,7584	12.865,70
2018	17.295,08	0,7584	13.116,59
2019	17.632,33	0,7584	13.372,36

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

3.03 Demanda

Según (Rionda Ramirez, 2006, pág. 11) afirmo que:

La funcion demanda o curva de de demanda es la linea que describe la relacion existente de la cantidad demandada de un bien respecto a factores que la influyen como es el precio del propio bien, el nivel de ingresos del consumidor, el precio de bienes relacionados como sustitutos , los gustos y preferencias, por citar los principales factores que lo influyen.

3.03.01 Demanda Histórica

Al realizar la investigación da como resultado que no existe demanda histórica por lo cual en base a los datos de la encuesta realizada se calculara la demanda actual y futura.

3.03.02 Demanda Actual

Para calcular la demanda actual se toma en cuenta los datos obtenidos en la encuesta, la población y la tasa de crecimiento del sector de cotocollao.

Datos para la demanda actual.

Tabla 29 Demanda Actual

Población	31.263
Porcentaje mayor de aceptación	96,62%
(=) Aceptación Casual	30.206,31
Porcentaje mayor de frecuencia	53,00%
(=) Demanda Actual	16.009,34

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

3.03.03 Demanda Proyectada

Para el cálculo de la demanda proyectada se tomara en cuenta el porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional registrada por datos en INEC el 1.95%

Tabla 30 Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA PROYECTADA
2015	16009,34	1,0195	16321,53
2016	16321,53	1,0195	16639,80
2017	16639,80	1,0195	16964,27
2018	16964,27	1,0195	17295,08
2019	17295,08	1,0195	17632,33

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

3.04 Balance Oferta-Demanda

3.04.01. Balance Actual

Tabla 31 Balance Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	OFERTA ACTUAL	DEMANDA INSATISFECHA
2015	16009,34	12141,49	3867,86

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

3.04.02. Balance Proyectado

Tabla 32 Balance Proyectado

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSTISFECHA
2015	16321,53	12378,25	3943,28
2016	16639,80	12619,62	4020,17
2017	16964,27	12865,70	4098,57
2018	17295,08	13116,59	4178,49
2019	17632,33	13372,36	4259,97

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Karen Leiton

CAPITULO IV

4. Estudio Técnico

El estudio técnico abarca todo lo relacionado con las condiciones físicas que se necesitan para poner en marcha la actividad económica tales como, insumos, productos, tecnología, recursos humanos y todos los procesos de producción que se van a realizar para llegar al cumplimiento de objetivos. Según (Fernandez Espinoza, 2007) afirmo que “El estudio técnico justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación” (p. 42).

4.01 Tamaño del Proyecto

Según (Ilpes, 2006, pág. 91) concluyo que:

El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa. Este concepto de producción se puede definir como la cantidad de productos por unidad de

tiempo que se puede obtener con los factores de producción elegidos, operando en las condiciones locales que se espera que se produzcan con mayor frecuencia, durante la vida útil del proyecto y conducentes al menos costo unitario posible.

La importancia de definir el tamaño del proyecto es analizar la capacidad de producción que se tendrá para la fabricación del bien o servicio contando con los recursos disponibles para la elaboración y desempeño de la actividad económica. Así como también servirá para determinar la inversión y los costos que se utilizarán.

4.01.01 Capacidad Instalada

Según (Vargas Sanchez, 2006) afirmo que “La capacidad instalada es el conjunto de recursos productivos que dispone la empresa y que pueden ser utilizados para producirlos. Estos recursos pueden ser naturales, instalaciones, líneas de producción de la misma o diferente de tecnología, conocimientos, permisos y licencias etc.” (p. 657).

Para el presente proyecto la capacidad instalada será de 203,50m² y esa distribuida de la siguiente manera:

Tabla 33 Capacidad Instalada

AREAS	MEDIDAS	TOTAL
Atención al cliente	3,5m x 4m	= 14,00m ²
Departamento administrativo	5m x 3,5m	= 17,5m ²
Área de diseño	5m x 4m	= 20,00m ²
Área de producción de sublimados	5m x 4m	= 20,00m ²
Área de producción de bordados	5m x 4m	= 20,00m ²
Bodega	4m x 4m	= 16,00m ²
Baño(2)	3m x 5m	= 15,00m ²
Áreas Verdes	4 x 1m	= 4,00m ²
Parqueadero	2m x 11m	= 22,00m ²
Corredores		= 55,00m ²
TOTAL		= 203,50m²

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad óptima del proyecto está dada por los departamentos que lo conforman, descontando los espacios verdes y parqueaderos que dan un total de 177,50m².

Tabla 34 Capacidad Óptima

AREAS	MEDIDAS	TOTAL
Atención al cliente	3,5m x 4m	= 14,00m ²
Departamento administrativo	5m x 3,5m	= 17,50m ²
Área de diseño	5m x 4m	= 20,00m ²
Área de producción de sublimados	5m x 4m	= 20,00m ²
Área de producción de bordados	5m x 4m	= 20,00m ²
Bodega	4m x 4m	= 16,00m ²
Baño(2)	3m x 5m	= 15,00m ²
Corredores		= 55,00m ²
TOTAL		= 177.50m²

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

4.02 Localización

Según (Fernandez Espinoza, 2007) afirmo que la localización “Se define como la macrolocalización y la microlocalización del proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la materia prima, la mano de obra disponible, así como la infraestructura disponible.

4.02.01. Macro-localización

Según (Meza Orosco, 2013) determino que “La macro localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse en un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto (p. 24).

Bordados y Sublimados Karen`s se ubicara en el país de Ecuador, ciudad de Quito, provincia Pichincha, parroquia de Cotocollao.



Figura 27 Macro-localización

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Karen Leiton

4.02.02. Micro-localización

Según (Meza Orosco, 2013) analizo que “La micro localización se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad (p. 25).

La empresa estará ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia de Cotocollao sector norte de Quito, en la Av. 25 de mayo y Lizardo Ruiz.



Figura 28 Micro-localización

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Karen Leiton

4.02.02 Localización Óptima

Según (Baca Urbina, 2006) en su obra Evaluación de proyectos concluyo que “La localización optima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo su objetivo general es determinar el sitio donde se instala la planta” (p.106)

La empresa de bordados y sublimados Kare's estará ubicada en la provincia de Pichincha, al norte del Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia de Cotacollao en la Av. 25 de Mayo y Lizardo Ruiz, en donde se ha observado existir una gran cantidad de demandantes que requieren el servicio. Además de ser un lugar muy concurrido por personas aledañas al sector.

4.03 Ingeniería de Proyecto

4.03.01 Definición del Bien o Servicio

La implementación de la empresa Karen`s ofrecerá a todos los clientes de la parroquia de Cotocollao bordados computarizados y sublimados con materia prima de calidad, diseño y asesoramiento personalizado, para satisfacer las necesidades de los clientes, y de tal manera conseguir la fidelidad de los mismos.

4.03.1.01. Servicio de Bordados Computarizados.

- ✓ Bordado directo en prendas



Figura 29 Bordado directo en prendas

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

- ✓ Bordado en parches



Figura 30 Bordado en parches

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

- ✓ Bordado 3D o alto relieve



Figura 31 Bordado 3D o alto relieve

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Karen Leiton

4.03.01.02 Servicio de Sublimados en ropa deportiva



Figura 32 Servicio de Sublimados en ropa deportiva

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Karen Leiton

4.03.02 Distribución de la planta

Según (Fuente Garcia & Fernanda Quesada, 2005) en su obra distribución de plana afirman que “La distribución en planta consiste en la ordenación física y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la

distribución del área, en la determinación de las figuras, formas relativas, y ubicación de los distintos departamentos” (p.3).

Para el presente proyecto la distribución de la planta se hará de acuerdo a los códigos y razones de cercanía con el propósito de ubicar cada área según la importancia de la empresa.

4.03.02.01. Códigos de cercanía

Para el presente proyecto los códigos de cercanía permiten establecer el grado de cercanía y la relación que tienen las diferentes áreas para tener una infraestructura adecuada y evitar tiempos muertos.

Tabla 35 Códigos de cercanía

CÓDIGOS DE CERCANÍA	
CODIGO	DESCRIPCIÓN
A	Absolutamente necesario que esté cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que esté cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercarían deseable

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

4.03.02.02. Razones de cercanía

Las razones de cercanía permiten determinar cuál es el grado de cercanía que debe existir entre un departamento y otro dentro de la organización.

Tabla 36 Razones de cercanía

RAZONES DE CERCANÍA	
CODIGO	DESCRIPCIÓN
1	Secuencia de procesos
2	Gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

4.03.02.03. Matriz cruzada o diagonal

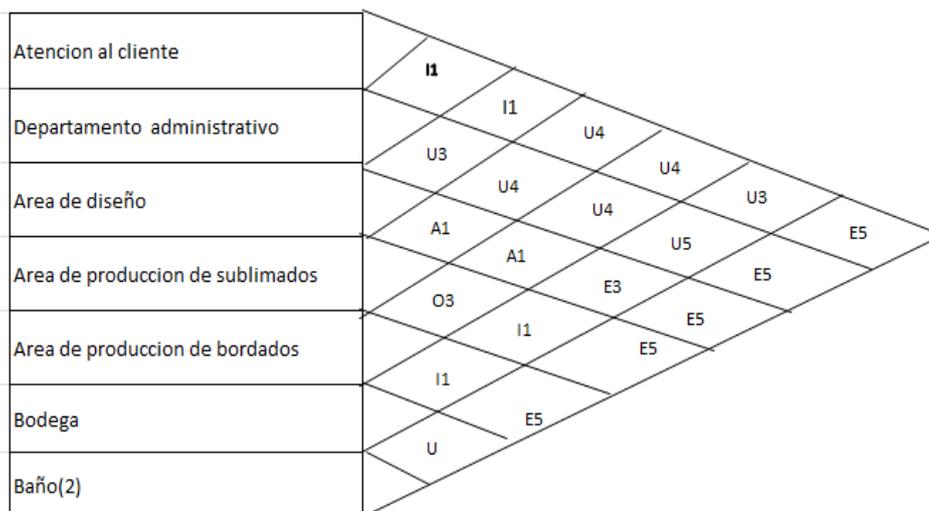


Figura 33 Matriz cruzada o diagonal

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

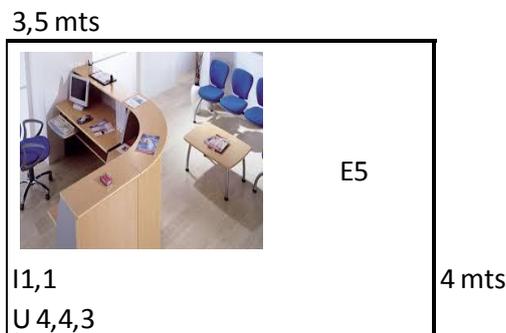
4.03.02.03.01. Tabulación de la matriz

Tabla 37 Tabulación de la matriz

A		E
	I	
O	U	X

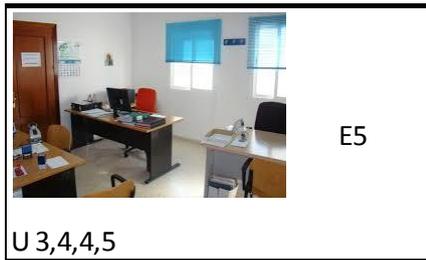
Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

Atención al cliente.- Esta área ocupa un espacio de 14m² donde se dará atención ágil y de calidad a todos los clientes que requieren el servicio, así como también captar todo los reclamos, sugerencias, por parte de los mismos.



Departamento Administrativo.- Esta área ocupara un espacio de 17,5m² la misma que se encargara de el control de los empleados, administrar la información financiera de la empresa, control de calidad de los productos, llevar el control legal de la organización, y el trato directo con los clientes.

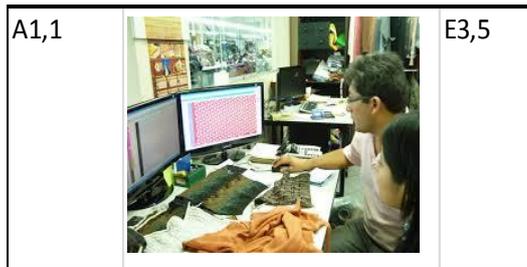
5 mts



3.5 mts

Área de diseño.- Esta área contará con un espacio de $20m^2$ el cual contará con computadoras y software actualizados para poner en marcha la creatividad de ideas, y la recepción de todos los pedidos de clientes para el diseño de imágenes, logotipos, etc.

5 mts



4 mts

Área de producción de sublimados.- Esta área contará con un espacio de $20m^2$ y estará destinada específicamente a la producción de sublimados en playeras deportivas, contando con tecnología adecuada para ofrecer un servicio de calidad.

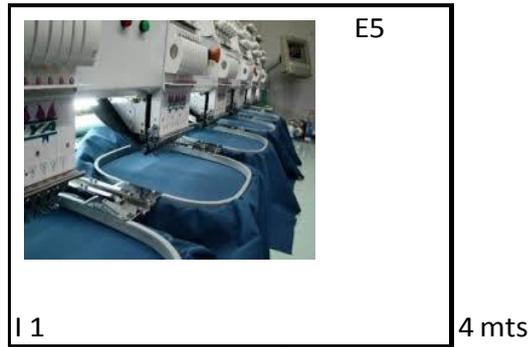
5 mts



4 mts

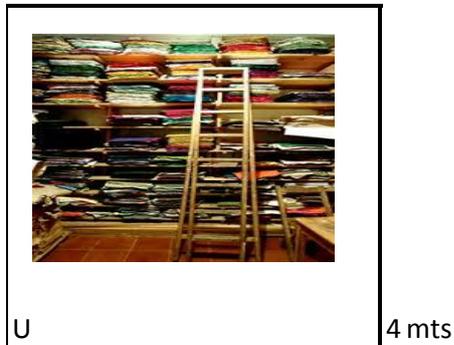
Área de producción de bordados.- Esta área contará con un espacio de $20m^2$ y estará destinada a la producción de bordados computarizados, con maquinaria y suministros indispensables para el funcionamiento de la actividad.

5 mts



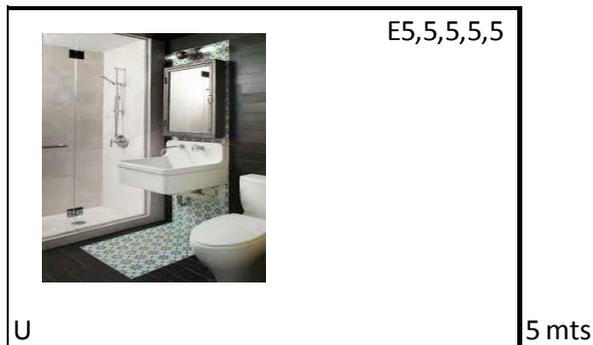
Bodega.- Este espacio cuenta con 16m² el cual servirá para colocar toda la materia prima de bordados y sublimados.

4 mts



Baño.- Sanitario necesario para los componentes de la empresa, se destina 2 baños uno para uso de los clientes, y el otro para uso de los empleados.

3mts



Parqueadero y áreas verdes.-La empresa cuenta con un espacio de 22 m² para que los clientes coloquen sus autos frente a la empresa, contando también con

gradas en la entrada de la empresa. Además los espacios verdes ocuparían un espacio de 4m² para dar un ambiente más acogedor

✓ Parqueadero



Figura 34 Parqueadero

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

✓ Áreas verdes



Figura 35 Áreas Verdes

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

4.3.2.03. Plano de planta



Figura 36 Plano de planta

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Karen Leiton

4.03.03 Proceso productivo

4.03.03.01. Proceso productivo de bordados computarizados

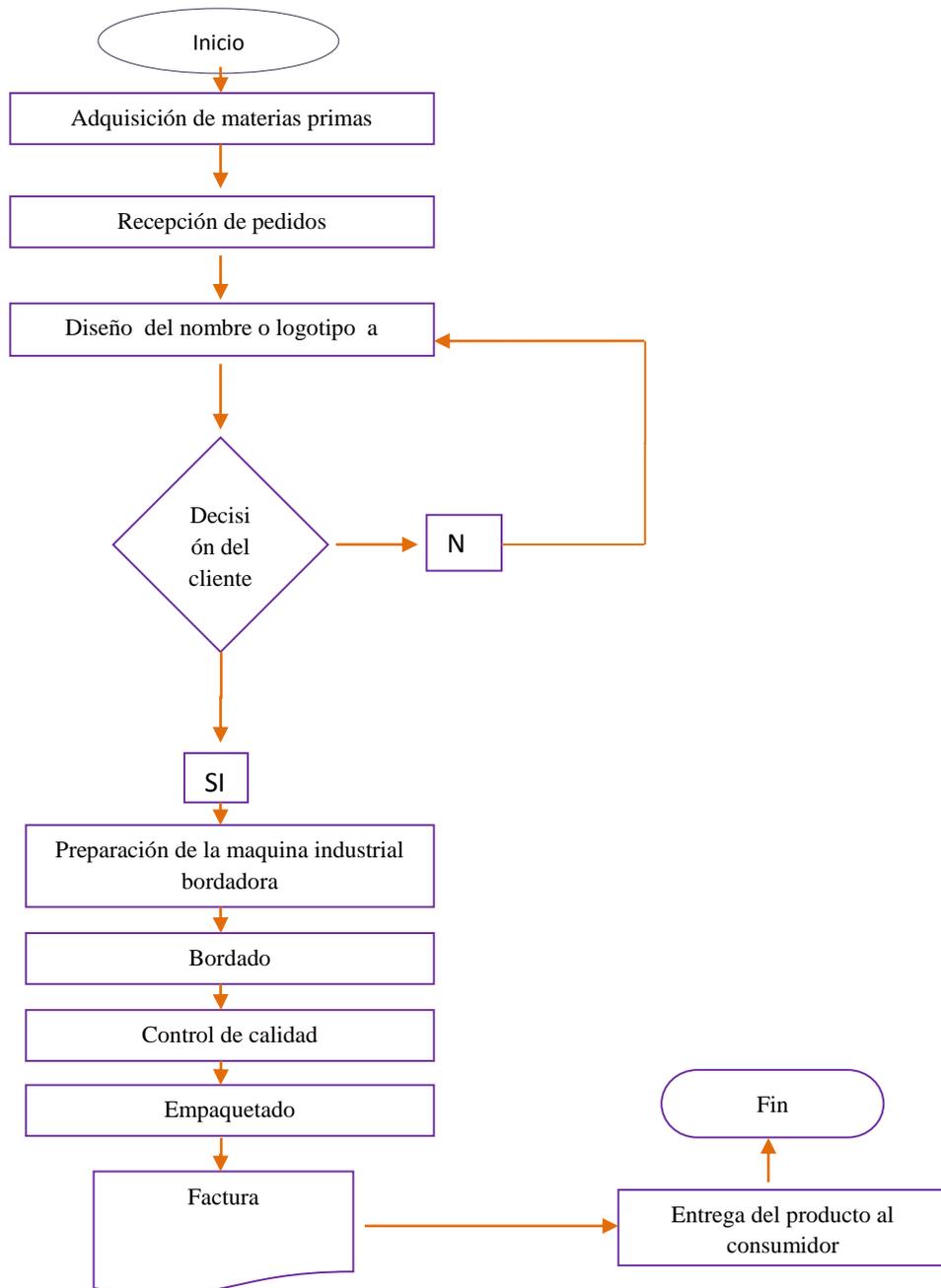


Figura 37 Proceso productivo de bordados computarizados

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Karen Leiton

4.03.03.02. *Proceso productivo sublimados*

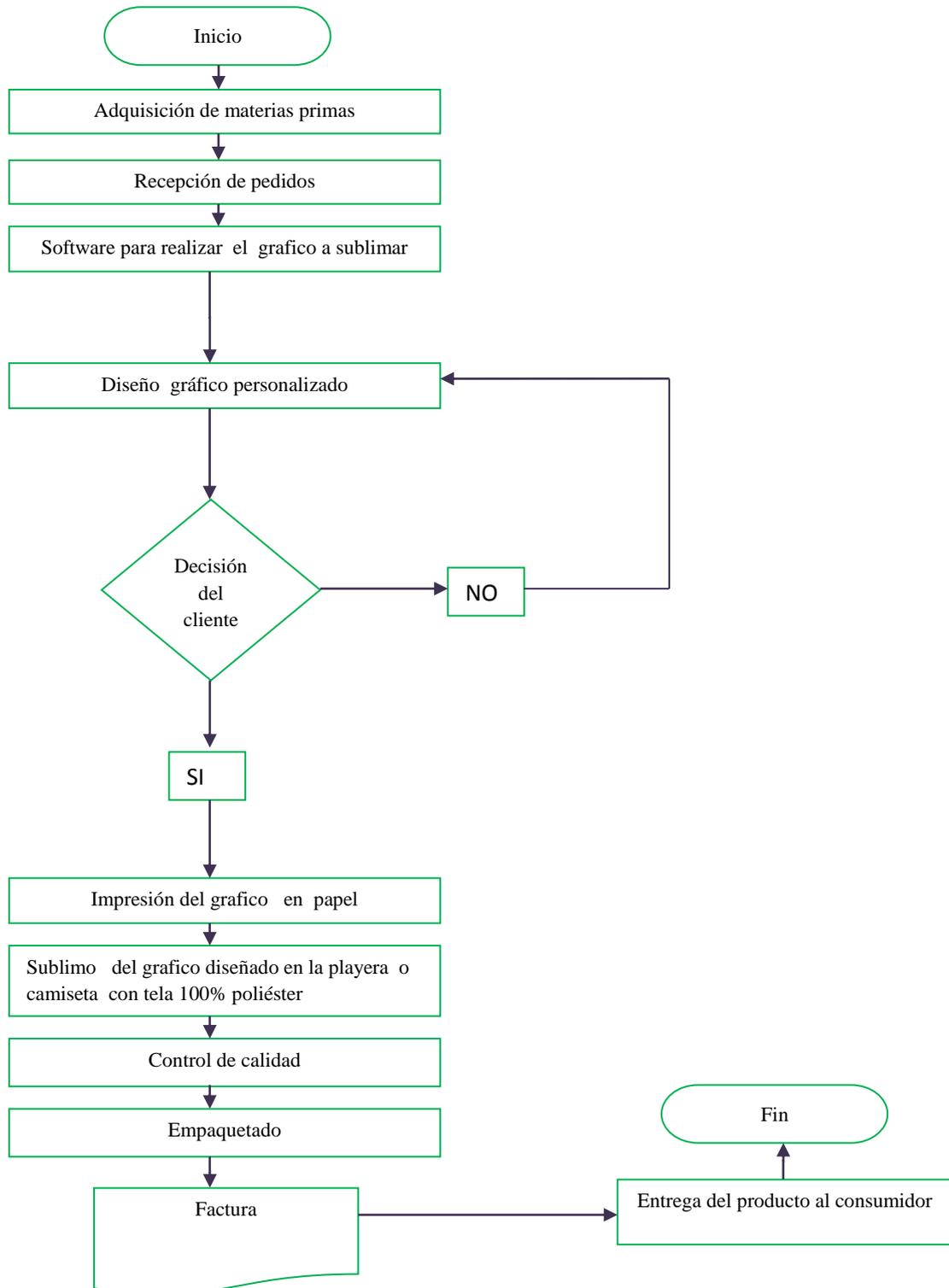


Figura 38 Proceso productivo sublimados

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Karen Leiton

4.03.04. Maquinaria y equipos.

Tabla 38 Cuadro de maquinaria y equipos.

CUADRO DE ACTIVOS				
MAQUINARIA Y EQUIPO				
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTA TOTAL	TOTAL BRUTO
Maquina 15 agujas TOYATA de bordar	1	18.000,00	18.000,00	
Máquina para sublimar textiles	1	7.000,00	7.000,00	
TOTAL MAQUINRIA Y EQUIPO		25000,00	25000,00	25000,00
MUEBLES Y ENSERES				
Escritorio	3	110,00	330,00	
Silla giratorio	3	39,00	117,00	
Sillas	2	10,00	20,00	
Archivadores	2	89,00	178,00	
Estantería	3	50,00	150,00	
Mesa de corte	2	100,00	200,00	
TOTAL MUEBES Y ENSERES		398,00	995,00	995,00
EQUIPO DE COMPUTACION				
Computadora LG de escritorio	2	890,00	1.780,00	
Impresora multicolor Epson L550	2	294,00	588,00	
Software para bordados y sublimados	2	2.500,00	2.500,00	
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACION			2368,00	2368,00
EQUIPO DE OFICINA				
Teléfonos	2	105,53	211,05	
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			211,05	211,05
TOTAL ACTIVOS				28574,05

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

CAPITULO V

5. Estudio financiero

El estudio financiero es una herramienta que permite conocer la inversión, costos, gastos e ingresos necesarios para la ejecución de un proyecto en un periodo determinado. Según (Ilpes, 2006) en su obra Guía para la presentación de proyectos afirma que “El estudio financiero comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los gastos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación. El estudio deberá demostrar que el proyecto puede realizarse con los recursos financieros disponibles” (p. 121)

5.01 Ingresos Operacionales y no Operacionales

Ingresos Operacionales

Los ingresos operaciones son aquellos ingresos que se relacionan directamente con el giro del negocio.

Para la empresa que se creará en el 2016 los ingresos operacionales son:

Tabla 39 Ingresos Operacionales y no Operacionales

DETALLE	Q CANTIDAD MENSUAL EN UNIDADES	Q ANUAL EN UNIDADES	PVP	INGRESO ANUAL
BORDADOS	973	11.676	1,50	17.514,00
SUBLIMADOS	730	8.760	5,00	43.800,00
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES				61.314,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Para el cálculo de los ingresos operacionales se espera bordar en el año 11.676 unidades y 8,760 unidades en sublimados, multiplicado por el precio de venta al público, siendo para bordados en nombres el precio de \$ 1,50 y para la sublimación de uniformes deportivos \$ 5,00 dando como ingresos operacionales anuales un valor de 61.314,00 dólares.

Ingresos no Operacionales son los ingresos que se producen por diferentes actividades a la que la empresa realiza. En el presente proyecto no se han considerado ingresos no operacionales.

5.01.01. Ingresos Operacionales proyectados

Tabla 40 Ingresos Operacionales proyectados

AÑO	INGRESO ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	INGRESO PROYECTADO
AÑO BASE			
2015	61.314,00		61.314,00
2016	61.314,00	1,0195	62.509,62
2017	62.509,62	1,0195	63.728,56
2018	63.728,56	1,0195	64.971,27
2019	64.971,27	1,0195	66.238,21
2020	66.238,21	1,0195	67.529,85

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

5.02 Costos

Los costos son todos los desembolsos que tiene la empresa para la producción del bien o servicio, los mismos que son recuperables y se clasifican en costos directos e indirectos.

5.02.01 Costos Directos

Son todos aquellos costos que están relacionan directamente con la producción del bien o servicio, como materia prima y mano de obra

5.02.02. Costos Indirectos

Son costos que no se relacionan directamente con la producción del bien o servicio pero juegan un papel fundamental para llegar al producto terminado como suministro indirecto de fabricación.

En el presente proyecto los costos indirectos o insumos que se van a utilizar para la prestación de servicio serán directamente destinados al gasto administrativo, ya que es una empresa que brindará servicios y no se puede determinar con exactitud qué cantidad de hilo o tinta se van a utilizar en el bordado o sublimado a realizarse.

5.02.03 Gastos Administrativos

Lo gastos administrativos son aquellos que se consideran en forma indirecta para la producción del bien o servicio, sin embargo son necesarios para el control y funcionamiento de una organización.

Los gastos de administración para la empresa Karen`s se encuentre distribuido de la siguiente manera:

5.02.03.01. Sueldos de la administración

Tabla 41 Sueldos de la administración

Cargo	Sueldo Mensual	Aporte Patronal IESS	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva	Valor Mensual	Valor Anual
Administrador	600,00	72,90	50,00	29,50	25,00	50,00	827,40	9.928,80
Operario 1	450,00	54,68	37,50	29,50	18,75	37,50	627,93	7.535,10
Operario 2	450,00	54,68	37,50	29,50	18,75	37,50	627,93	7.535,10
TOTAL SUELDO	1.500,00	182,25	125,00	88,50	43,75	125,00	2.083,25	24.999,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

La empresa contara con uno administrador con un sueldo de \$ 600,00 y dos operarios, los mismos que tendrán un sueldo de \$450,00 dólares más todos los beneficios de ley, generando un gasto de administración anual de \$ 24.999,00.

5.02.03.02. Gasto insumos para la producción de bordados computarizados

Tabla 42 Insumos para la producción de bordados

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Hilo	40	480
Pelón	30	360
Agujas	20	240
Tijeras	5	60
TOTAL	95	1.140

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

5.02.03.03. Gasto insumos para la producción de sublimados

Tabla 43 Gasto insumos para la producción de sublimados

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Papel impresión	20	240
Tinta	80	960
TOTAL	100	1.200

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Para la producción de bordados y sublimados se necesita de insumos, cuenta que ha sido creada en los gastos administrativos, porque la empresa es de servicios.

Tabla 44 Gastos de administración

Descripción	Cantidad	Valor		Total
		Unitario	Mensual	Anual
Sueldo Personal Administración			2.083,25	24.999,00
Suministros de Oficina	1	40,00	40,00	480,00
Arriendos	1	420,00	420,00	5.040,00
Gastos de Insumos y materiales	1	195,00	195,00	2.340,00
Suministros de Limpieza	1	30,00	30,00	360,00
Agua Potable	1	20,00	20,00	240,00
Luz Eléctrica	1	40,00	40,00	480,00
Teléfono	1	25,00	25,00	300,00
Internet	1	40,00	40,00	480,00
Honorarios Profesionales (Contador)	1	170,00	170,00	2.040,00
TOTAL		980,00	3.063,25	36.759,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Los gastos administrativos se determinan en base a las necesidades de la empresa, en la tabla se describen todos los gastos administrativos que son necesarios para el funcionamiento de la misma, calculando un gasto mensual de 3.063,25 y al año \$ 36.759 dólares

5.02.04. Gastos de venta

Los gastos de venta son aquellos mecanismos que se utilizan para dar a conocer el producto de la empresa, abarca la publicidad, comisiones de vendedores, investigación y desarrollo entre otros. Según (Boland & Arcanges, 1976) "Gastos

indirectos que llevan consigo la promoción de venta y la conservación de la clientela” (p. 155)

Tabla 45 Gastos de venta

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Página Web	1	200,00	200,00	200,00
Impresos – Flyer	1000	0,05	50,00	150,00
Implementos Publicitarios	1000	0,50	500,00	1.000,00
Tarjetas	1000	0,05	50,00	50,00
TOTAL			800,00	1.400,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis.

Para dar el conocer el servicio de bordados computarizados y sublimados la empresa utilizara la publicidad descritas en la 44. Determinando un gasto mensual de \$ 800,00 y anualmente el valor de \$ 1.400,00.

5.02.5 Costos Financieros

Según (Cuevas, 2002) “Se entiende por gastos financieros todas aquellas comisiones o interés cobrados por los bancos o cualquier otra entidad por utilizar su dinero prestado o servicio de tipo financiero” (p.155).

Tabla 46 Costos Financieros

N°	DESCRIPCION	INTERES ANUAL
1	CREDITO	1.308,17

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

El crédito se lo realizara en la Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 10% a 24 meses.

5.02.06 Costos Fijos y Variables.

Los costos fijos son valores constantes que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación.

5.02.06.01. Costos Fijos

Tabla 47 Costos Fijos

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de administración	3.063,25	36.759,00
Gastos de ventas	800,00	1.400,00
Gastos financieros	142,46	1.330,94
TOTAL	4.005,71	39.489,94

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

5.02.06.02. Costos Variables.

Son los costos que varía de acuerdo a la producción como materia prima directa, materiales indirectos y mano de obra, es decir que éstos costos varían sus valores o se modifican de acuerdo al volumen de producción del bien.

5.02 Inversiones

La inversión es el capital inicial que se coloca en un proyecto para la producción de bienes o servicios con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia. Según (Hall, 1992) afirma que “La inversión es la suma del gasto que realizan las empresas en planta, equipo y existencias” (p.39).

5.02.01 Inversiones Fija

Para la puesta en marcha de la actividad de una empresa es necesario contar con inversión fija, la cual comprende todos los activos fijos, es decir, todos los bienes que sean de propiedad de una organización como terrenos, maquinaria, equipo de cómputo, terreno etc., bienes fijos precisos para el funcionamiento y puesta en marcha de la entidad.

Según (Baca Urbina, Evaluacion de Proyectos, 2010) concluyo que:

“La inversión inicial corresponde a la adquisición de todos los activos fijos o intangibles necesarios para iniciar la operación de la empresa, con excepción del capital de trabajo. Se entiende por activo fijo a los bienes propiedad de la

empresa, como terrenos edificios, maquinaria, equipo mobiliario, vehículo, entro otros” (p.31).

5.02.02 Activos nominales (diferidos)

Es el conjunto de bienes intangibles que se utilizan para poner en marcha la actividad económica de la empresa. Según (Baca Urbina, 2004) determino que “Se entiende como activo intangible el conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento y que incluyen, patentes de inversión, marcas, diseños comerciales, asistencia técnica entre otros” (p. 171).

Tabla 48 Activos nominales (diferidos)

DESCRIPCION	VALOR
Gasto de Constitución	120,00
Estudio de Factibilidad	350,00
TOTAL	470,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

5.02.02 Capital de trabajo

Según (Baca Urbina, 2004, pág. 168) concluyo que:

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia en el activo circulante y pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (destinado a la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces debe

comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa.

Tabla 49 Capital de trabajo

Descripción	1 Mes	1 Mes	1 Mes	TOTAL
Capital trabajo Gastos de Administración	3.063,25	3.063,25	3.063,25	9.189,75
Capital trabajo Gastos de Ventas	800,00	800,00	800,00	2.400,00
Gastos Financieros	142,46	136,80	131,12	410,38
TOTAL	4.005,71	4.000,05	3.994,37	12.000,13

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

El capital de trabajo para la inversión se lo determina para tres meses con un valor de \$ 12.000,00, a partir del cuarto mes estos gastos serán asumidos por la empresa

5.02.03 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Tabla 50 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

CUADRO DE INVERCIONES			
CONCEPTO	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	25.000,00		25.000,00
Muebles y Enceres	995,00	995,00	
Equipo de Computación	4.868,00	4.868,00	
Equipo de Oficina	211,05	211,05	
Total de Activos Fijos	31.074,05	6.074,05	25.000,00
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	120,00	120,00	
Estudio de Factibilidad	350,00	350,00	
Total de Activos Diferidos	470,00	470,00	0,00
Capital de trabajo			
Capital trabajo gastos de administración	9.189,75		9.189,75
Capital trabajo gastos de ventas	2.400,00		2.400,00
Gastos financieros	409,30	409,30	
Total capital de trabajo	11.999,05	409,30	11.589,75
TOTAL DE INVERCIÓN	43.543,10	6.953,35	36.589,75
PARTICIPACIÓN	100%	16%	84%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

Para determinar la inversión que tendrá la apertura de la empresa se ha realizado un análisis dependiendo a varios factores en donde \$ 6.953,35 con un 16% son recursos propios, mientras que \$ 36.589,75 representando el 84% son recursos financiados dando un total de inversión de \$ 43.953,10.

5.02.04. Amortización de financiamiento

Según (Meza Orosco, 2013) “La amortización financiera se define como el proceso por medio del cual se cancela un adeuda junto con sus intereses, mediante un serie de pagos, en un tiempo determinado” (p.71). La tabla de amortización es un proceso en el cual se desglosa una cuota mensual del crédito en determinado tiempo adjuntando los intereses acordados entre el deudor y prestamista.

Inversión	:	100%	43.543,10
Cap. Propio	:	16%	6.953,35
Financiamiento	:	84%	36.589,75
Plazo	:	24	MESES
Interés	:	10%	0,42%
Pagos	:	MENSUAL	

Tabla 51 Tabla de Amortización

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	36.589,75	0,00	0,00	0,00	36.589,75
1	36.589,75	152,46	1.605,24	1.452,79	35.136,96
2	35.136,96	146,40	1.605,24	1.458,84	33.678,12
3	33.678,12	140,33	1.605,24	1.464,92	32.213,21
4	32.213,21	134,22	1.605,24	1.471,02	30.742,19
5	30.742,19	128,09	1.605,24	1.477,15	29.265,04
6	29.265,04	121,94	1.605,24	1.483,31	27.781,73
7	27.781,73	115,76	1.605,24	1.489,49	26.292,24
8	26.292,24	109,55	1.605,24	1.495,69	24.796,55
9	24.796,55	103,32	1.605,24	1.501,92	23.294,63
10	23.294,63	97,06	1.605,24	1.508,18	21.786,44
11	21.786,44	90,78	1.605,24	1.514,47	20.271,98
12	20.271,98	84,47	1.605,24	1.520,78	18.751,20
13	18.751,20	78,13	1.605,24	1.527,11	17.224,09
14	17.224,09	71,77	1.605,24	1.533,48	15.690,61
15	15.690,61	65,38	1.605,24	1.539,87	14.150,75
16	14.150,75	58,96	1.605,24	1.546,28	12.604,47
17	12.604,47	52,52	1.605,24	1.552,72	11.051,74
18	11.051,74	46,05	1.605,24	1.559,19	9.492,55
19	9.492,55	39,55	1.605,24	1.565,69	7.926,86
20	7.926,86	33,03	1.605,24	1.572,21	6.354,64
21	6.354,64	26,48	1.605,24	1.578,77	4.775,88
22	4.775,88	19,90	1.605,24	1.585,34	3.190,53
23	3.190,53	13,29	1.605,24	1.591,95	1.598,58
24	1.598,58	6,66	1.605,24	1.598,58	0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

El monto del préstamo es \$ 36.589,75 que va a ser pagado a 2 años con una tasa de interés del 10% en el Banco Nacional de Fomento, con una cuota fija mensual de \$ 1.605,2, para lo cual se dará garantías físicas, al banco para la otorgación del crédito.

5.02.03 Depreciación

La depreciación es la disminución de valor en los activos fijos debido al uso que se les da en un determinado tiempo. Según (Granados, Latorres, & Elbar) "La depreciación es el gasto operacional del uso o del goce de un activo fijo de una organización. Se supone que todo bien de este tipo tiene una vida útil o sea, un tiempo en el cual genera beneficios o ingresos a la empresa" (p. 207).

5.02.03.01. Depreciación de activos fijos.

Tabla 52 Depreciación de activos fijos.

DEPRECIACION	AÑO 2015	Vida Útil	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Maquinaria y Equipo	25.000,00	10	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
Equipos de Oficina	211,05	10	21,11	21,11	21,11	21,11	21,11
Muebles y Enseres	995,00	10	99,50	99,50	99,50	99,50	99,50
Equipos de Computación	4.868,00	3	1.622,67	1.622,67	1.622,67	0,00	0,00
TOTAL	31.074,05		4.243,27	4.243,27	4.243,27	2.620,61	2.620,61

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

La depreciación se realizó mediante el método de línea recta y se calculó la depreciación a 5 años futuros, vida del proyecto, en donde el equipo de computación acaba su vida útil en el 2018.

5.02.06. Estado de Situación Inicial

Son los valores actuales que posee la organización en cuanto al activo, pasivo y patrimonio. Según (Irrarrazabal, 2010) determina que “El estado de situación inicial indica los activos, pasivos y patrimonio de una empresa en un momento dado” (p. 36).

Tabla 53 Estado de Situación Inicial

EMPRESA Karen`s			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente	11.999,05	Pasivos no Corrientes	36.589,75
Bancos	11.999,05	Prestamo Bancario por pagar	36.589,75
Activo no Corriente	31.544,05		
Maquinaria y Equipo	25.000,00		
Muebles y Enceres	995,00	PATRIMONIO	6.953,36
Equipo de Computación	4.868,00	Capital	6.953,36
Equipo de Oficina	211,05		
Gasto de Constitución	120,00		
Estudio de Factibilidad	350,00		
TOTAL ACTIVOS	<u>43543,1</u>	TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	<u>43543,11</u>

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

5.02.07 Estado de resultados proyectado

Según (Baca Urbina, 2004, pag. 172) concluyo que:

La finalidad del analisis del estado de resultados o de perdida y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtiene restando los ingresos todos los costos que incurran la planta y los impuestos que debe pagar.

Para el presente proyecto se calcula el Estado de resultados con un proyeccin de 5 años que es la vida del proyecto.

Tabla 54 Estado de resultados proyectado

Descripción	AÑO BASE 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
VENTAS	61.314,00	62.509,62	63.728,56	64.971,27	66.238,21	67.529,85
(-) Gastos Operacionales	39.583,37	40.406,95	41.710,47	43.608,29	45.592,47	47.666,93
Gastos						
Administrativos	36.759,00	38.431,53	40.180,17	42.008,37	43.919,75	45.918,10
Gastos de Ventas	1.400,00	1.463,70	1.530,30	1.599,93	1.672,72	1.748,83
Gastos Financieras	1.424,37	511,72	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	21.730,63	22.102,67	22.018,09	21.362,97	20.645,74	19.862,92
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	21.730,63	22.102,67	22.018,09	21.362,97	20.645,74	19.862,92
(-) 15 % Participación Laboral	3.259,59	3.315,40	3.302,71	3.204,45	3.096,86	2.979,44
(=) Utilidad Antes de I.R.	18.471,04	18.787,27	18.715,38	18.158,53	17.548,88	16.883,49
(-) Impuesto a la Renta PNOC	644,32	673,64	704,29	736,34	769,84	804,87
(=) Utilidad Neta	17.826,71	18.113,63	18.011,09	17.422,19	16.779,04	16.078,62

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

La proyección de las ventas se realizó con el 1,95% correspondiente a la tasa de crecimiento poblacional, mientras que la proyección de los gastos se calculó con la tasa del 4,55%, porcentaje correspondiente a la inflación del país. Considerando los montos máximos para llevar contabilidad en cuanto a ingresos, costos y gastos, el presente proyecto da como referencia a una persona natural no obligada a llevar contabilidad ya que no supera los montos establecidos, por lo cual para el cálculo del impuesto a la renta se lo hace en base a la tabla del impuesto a la renta del año 2015.

5.2.8. Flujo de Caja

El flujo de caja es un informe financiero en el cual se presenta todos los ingresos y gastos que tiene una empresa en un determinado tiempo para analizar la liquidez y tomar decisiones.

Tabla 55 Flujo de Caja

DESCRIPCION	AÑO BASE 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
VENTAS	61.314,00	62.509,62	63.728,56	64.971,27	66.238,21	67.529,85
(-) Gastos Operacionales	39.583,37	40.406,95	41.710,47	43.608,29	45.592,47	47.666,93
Gastos Administrativos	36.759,00	38.431,53	40.180,17	42.008,37	43.919,75	45.918,10
Gastos de Ventas	1.400,00	1.463,70	1.530,30	1.599,93	1.672,72	1.748,83
Gastos Financieras	1.424,37	511,72	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	21.730,63	22.102,67	22.018,09	21.362,97	20.645,74	19.862,92
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	21.730,63	22.102,67	22.018,09	21.362,97	20.645,74	19.862,92
(-) 15 % Participación Laboral	3.259,59	3.315,40	3.302,71	3.204,45	3.096,86	2.979,44
(=) Utilidad Antes de I.R.	18.471,04	18.787,27	18.715,38	18.158,53	17.548,88	16.883,49
(-) Impuesto a la Renta PNOC	644,32	673,64	704,29	736,34	769,84	804,87
(=) Utilidad Neta	17.826,71	18.113,63	18.011,09	17.422,19	16.779,04	16.078,62
(+) Depreciaciones	4.243,27	4.243,27	4.243,27	2.620,61	2.620,61	0,00
(+) Amortizaciones	94,00	94,00	94,00	94,00	94,00	94,00
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	22.163,98	22.450,90	22.348,36	20.136,80	19.493,64	16.172,62

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

5.03 Evaluación Financiera

Según (Baca Urbina, 2010, pag. 181) determino que :

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no ha existido contratiempos, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo, se habrán determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones de medio; se conocerá y denominara el proceso de producción, así como todos los costos

que se incurran en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto.

5.3.01. Tasa de Descuento

Según (Guevara, 2015) concluyo que “Al referirse a la tasa de descuento es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector comercial pymes, más la tasa pasiva, que publica e Banco Centra del Ecuador” (p.85).

Tabla 56 Tasa de Descuento

TMAR o Tasa de Descuento	
Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	8,54%
(+) Tasa Pasiva	5,54%
TMAR	14,08%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

5.2.3. Valor Actual Neto (VAN)

Según (Meza Orosco, 2013) afirmo que “ El valor presente neto es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos.En terminos concretos, el valor presente neto es la diferencia entre de los ingresos y los egresos en peso de la misma fecha.

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= -P + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5} \\ \text{VAN} &= -43.543,11 + \frac{22.163,98}{1,1408} + \frac{22.450,90}{1,30142464} + \frac{17.480,36}{1,484665229} + \frac{20.136,80}{1,693706094} + \frac{34.219,34}{1,932179912} \\ \text{VAN} &= -43.543,11 + 19.428,46 + 17.251,02 + 11.773,94 + 11.889,19 + 17.710,22 \\ \text{VAN} &= -43.543,11 + 78.052,83 \\ \text{VAN} &= 34.509,72 \end{aligned}$$

Análisis:

El valor actual neto por ser mayor a cero (0) se encuentra en los rangos aceptables para que el proyecto sea factible, para el presente proyecto el VAN es de \$ 34.509,72.

5.02.04. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según (Carrillo & Vega, 2008) concluyeron que “Se define como la tasa propia del proyecto, pues es la tasa de interés más alta que un inversionista podría ganar sin perder dinero, si todos los fondos para financiar la inversión se tomaran prestados y los préstamos se pagaran con los flujos de efectivo periódicos a medida que estos se van produciendo” (p. 186).

Tabla 57 TIR

INVERSION	-43.543,10
AÑO 2016	22.163,98
AÑO 2017	22.450,90
AÑO 2018	17.480,36
AÑO 2019	20.136,80
AÑO 2020	34.219,33
TIR	42,25%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Análisis:

Con los datos obtenidos para el presente proyecto se tendrá una TIR de 42,25%, y con respecto al análisis de criterios de decisión, cuando la TIR es mayor a la tasa de descuento el proyecto es rentable, por lo cual se determina que el proyecto de bordados y sublimados será factible.

5.03.05 Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

El tiempo de recuperación de la inversión sirve para determinar en qué tiempo se va a recuperar la inversión que se empleó para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 58 PRI

AÑOS	FLUJOS EFECTIVO	TASA DE ACTUALIZACION	DE FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
Año base	-43.543,10	1	-43.543,10	-43.543,10
Año 2016	22.163,98	0,88	19.428,46	19.428,46
Año 2017	22.450,90	0,77	17.251,02	36.679,48
Año 2018	17.480,36	0,67	11.773,94	2AÑOS
Año 2019	20.136,80	0,59	11.889,19	
Año 2020	34.219,33	0,52	17.710,22	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Karen Leiton

Cálculo:

2 AÑOS	
6.863,62	el valor de la inversión - el ultimo flujo
6,995	el resultado anterior por 12 meses dividido para el tercer año
29,7	como ya utilizamos los 3 meses solo se toma el ,05 * 30 para los días

Análisis:

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, 6 meses y 29 días, lo cual indica que es un tiempo óptimo para el proyecto.

5.03.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

La relación costo beneficio es la relación de todos los ingresos actualizados dividido para los costos o egresos actualizados incluyendo la inversión. Según los criterios de decisión determinan que:

- ✓ Cuando el RBC es mayor a 1 significa que se tiene un ingreso extra por cada dólar invertido.
- ✓ Cuando es igual a uno se recupera la inversión, y se analiza si el proyecto continua o se rechaza
- ✓ Cuando es menor a 1 la inversión no se recupera y el proyecto es rechazado.

Tabla 59 RBC

FLUJOS ACTUALIZADOS	VALOR
Año 2016	19428,46
Año 2017	17251,02
Año 2018	11773,94
Año 2019	11889,19
Año 2020	17710,22
TOTAL	78052,83
Inversión	43.543,10
RBC	1,79

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Para el presente proyecto de acuerdo al cálculo del RBC se determinó que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 0,79 centavos lo cual significa que el proyecto es viable.

5.03.07 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el total de unidades que una empresa produce y venta, actividad en la que la empresa ni gana ni pierde y su beneficio es cero. Según (Horngren, Datar, & Foster, 2007) afirmo que “El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero” (p.45).

5.03.07.01. Punto de equilibrio en bordados.

Tabla 60 Formula punto de equilibrio

P.E. =	CF
	p -
	Cvu

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Tabla 61 Punto de equilibrio bordados

P.E. =	CF	=	39.583,17	=	22.619
					unidades
	p - Cvu		1,75		
P.E. =		X	1,75	=	38.583,37
	22.619				

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

VENTAS	39.583,17
Costo Variable	-
Margen de Contribución	39.583,17
Costos Fijos	39.583,17
Utilidad / Pérdida	-

PUNTO DE EQUILIBRIO BORDADOS
INGRESO TOTAL

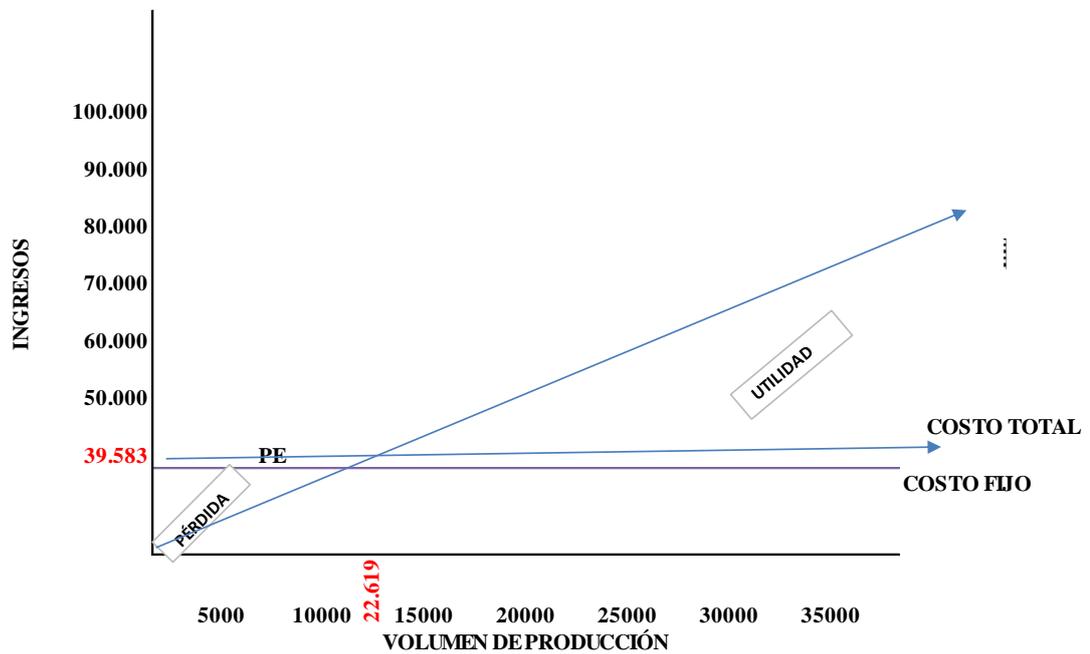


Figura 39 Punto de equilibrio bordado

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Karen Leiton

5.03.07.02. Punto de equilibrio en sublimados.

Tabla 62 Formula punto de equilibrio

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

Tabla 63 Punto de equilibrio sublimados

P.E. =	CF	=	39.583,37	=	7.917 unidades
	p - Cvu		5		
P.E. =	7.917	X	5,00	=	38.520,17 ventas

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Karen Leiton

VENTAS	39.583,37
Costo Variable	-
Margen de Contribución	39.583,37
Costos Fijos	39.583,17
Utilidad / Pérdida	-

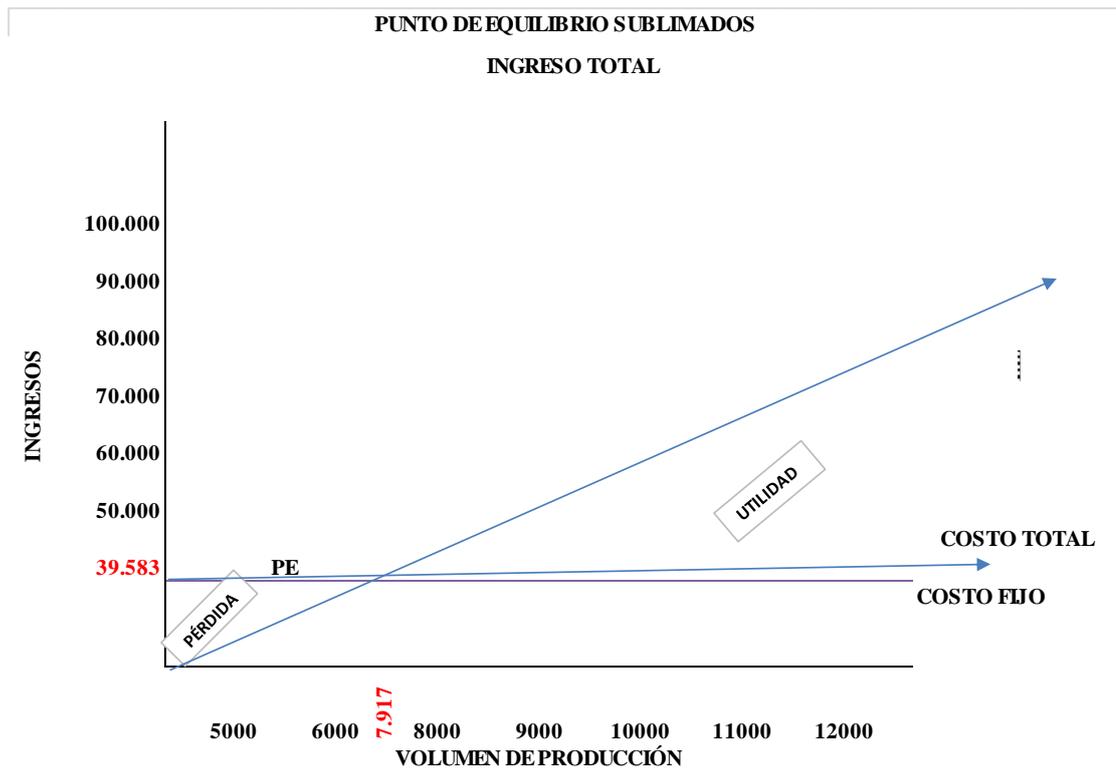


Figura 40 Punto de equilibrio sublimado

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Karen Leiton

5.03.08 Análisis de los Índices Financiero

5.03.08.01. ROE (Rendimiento sobre patrimonio o capital contable)

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{17.826,71}{6.953,35}$$

$$\text{R.O.E} = 2,56$$

Análisis:

Como se puede observar el rendimiento sobre el patrimonio es de 2.56% lo que significa que la utilidad generada sobre el capital es de tres veces el patrimonio.

5.03.08.01. ROA

Este indicador que ayuda a obtener el rendimiento que se tiene sobre la inversión.

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{17.826,71}{31.074,05}$$

$$\text{R.O.A} = 0,57$$

El rendimiento que se obtiene en la empresa representa el 57% lo cual indica que el activo genera una buena rentabilidad.

CAPÍTULO VI

6.01 Impacto Ambiental

Kare's al ser una empresa que se dedicara a la prestación de servicios de bordados computarizados y sublimados, no generara impacto ambiental ya que las maquinas únicamente funcionaran con luz, y no arrojaran ningún humo toxico al medio ambiente.

6.02 Impacto Económico

El impacto económico que se tendrá al implementar la empresa será, tanto en beneficio del propietario de la empresa, trabajadores y del país, aportando al crecimiento del sector manufacturero, para incrementar el PIB sectorial y mejor la economía del país, con el pago puntual de impuestos, establecidos por el Estado.

6.03 Impacto Productivo

Al implementar una empresa, que produzca bienes y servicios en beneficio de los ecuatorianos se estará contribuyendo a uno de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir, que es el cambio de la matriz productiva, por lo cual el presente proyecto está enfocado a la prestación de servicios de bordados computarizados y sublimados, procurando utilizar hilos e insumos hechos en el país, para darle identidad y orgullo a cada prenda solicitada por el cliente.

6.04 Impacto Social

La empresa Karen`s ofrecerá a la sociedad en general satisfacer necesidades con el servicios de bordados computarizados y sublimados, además generar fuentes de empleo para que los trabajadores mejoren sus niveles de vida y así contribuirá a los objetivos del gobierno que es generar empleo y erradicar la pobreza.

CAPITULO VII

7.01. Conclusiones

- Según la investigación realizada para el presente proyecto, los resultados obtenidos son positivos, por lo cual es factible la implementación de la empresa Karen`s para la prestación de servicios de bordados computarizados y sublimados.
- En todo proyecto es fundamental realizar un estudio de mercado para conocer algunos factores necesarios para la puesta en marcha y ejecución de la empresa. Mediante la investigación de mercado se realizaron tabulaciones de las encuestas, las cuales arrojaron resultados óptimos de aceptación, frecuencia, precio y competencia, las que son preguntas básicas para la toma de decisiones. Es así que la empresa cuenta con 97% de aceptación.
- De acuerdo con los indicadores establecidos en el estudio de factibilidad y dependiendo de los criterios se determinó que:
 - El VAN al ser mayor que 0 representado con el valor de \$ 34.509,73 indica que el proyecto es factible.
 - Mediante el indicador de la TIR al ser mayor que la tasa de descuento llegando al 42,25% se determina que el proyecto es viable.

- De acuerdo al RBC por cada dólar invertido se tiene una ganancia de 0,79 centavos, lo cual indica que por cada dólar invertido la empresa va a tener un margen de ganancias que es rentable para la misma.

7.02. Recomendaciones

- Para hacer frente a la competencia la empresa deberá realizar estudios de mercado constante, que le permita tener información actualizada de los gustos, preferencias, de los consumidores, también se deberá analizar la contrapartida, que permita establecer estrategias para ganar clientela
- Mantener información actualizada de las leyes y reglamentos que rigen a la actividad de la empresa, para que todas las éstas sean realizadas a cabalidad.
- Fortalecer estrategias de marketing que permitan dar a conocer el servicio de bordados computarizados y sublimados.
- Aplicar procesos de mejora continua en cada uno de los procesos a realizarse, advirtiendo de que no existan cuellos de botella, siendo eficientes y eficaces en cada uno de los procesos, acompañado de innovación y calidad en el servicio.
- Estar a la vanguardia de los cambios tecnológicos, para optimizar recursos y generar más ingresos en la empresa.
- Al implementarse la empresa, se deberán realizar estudios financieros semestrales o anuales que permitan tener un conocimiento de la liquidez, y el manejo de las finanzas, para la toma de decisiones concretas y correctas.

BIBLIOGRAFÍA

- Historia del bordado. (11 de Mayo de 2014). pág. 1.
- Historia y Actualidad. (2015). Asociacion de industria textil del ecuador.
- Alvarez Ayuso, I. (2011). Agregados Macroeconomicos.
- Anonimo. (2002). Control de costos y gastos en los restaurantes. Mexico: LIMUSA Noriega Editores.
- Anonimo. (2012). Soluciones Textiles. Emaser, 51.
- Anonimo. (2012). Soluciones Textiles.
- Anonimo. (2014). Analisis de Informe conyuntural industrial.
- Avila Macedo, J. J. (2006). Economia. Mexico: Umbral Editorial.
- Baca Urbina, G. (2004). Evaluacion de Proyectos. Mexico: McGraw-Hill.
- Baca Urbina, G. (2006). Evaluacion de Proyectos (5ta. Ed. ed.). Mexico: McGraw-Hill.
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluacion de Proyectos. Mexico: McGrawHill.
- Boland, & Arcanges. (1976). Hablemos de costes y de precios de coste. Barcelona: Editores Tecnicos Asociados.
- Cantoni Raboline, N. M. (2009). Tecnicas de muestreo y determinacion del tamaño de la muestra en investigacion cuantitativa. Revista Argentina de Humandades y Ciencias Sociales.
- Carneiro Canela, M. (2004). La reponsabilidad social corporativa interna: La nueva frontera de los recursos humanos. Madrid: ESIC Editorial.
- Carrillo, R., & Vega, T. (2008). Produccion de cacao para la agroindustrial y el aprovechamiento de las oportunidad de mercado. Portoviejo.
- Castro, C. (1997). Mercadotecnia. Mexico: Universidad Potocina.

- Cevallos, J. (2014). Momentos difíciles para el textil ecuatoriano. *Gestion*, 34.
- Fernandez Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión* (1ra. Ed. ed.). Costa Rica: Tecnológica de Costa Rica.
- Fuente Garcia, D., & Fernanda Quesada, I. (2005). *Distribución de la planta* (1ra. Ed. ed.). Rustica: Universidad de Oviedo.
- Grafia. (07 de 04 de 2015). *Sublimado textil*. Grafia.
- Granados, I., Latorres, L., & Elbar, R. (s.f.). *Contabilidad general*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Grande Esteban, I., & Abascar Fernandez, E. (2014). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial* (12va Ed. ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Griffin, R., & Ebert, R. (2005). *Negocios* (7ma. Ed. ed.). (J. Reyes, Ed.) Mexico: Person Education de Mexico.
- Griffin, R., & Ronald, E. (2005). *Negocios* (7ma.Ed. ed.). Mexico: Person Education.
- Guevara, J. (2015). *Proyectos*. Quito.
- Hall, T. (1992). *Macroeconomía*. Barcelona: 3ra. Ed.
- Horngren, C., Datar, S., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de costos*. Mexico: Prentice Hall.
- Horton, D., Alexaki, A., Bennett, S., Brince, K., & Sauza, J. (2008). *Evaluación del desarrollo de capacidades*. Cali, Colombia: Ciat.
- Ibarra, D. (2000). *Economía en diagramas*. Mexico: Limusa.
- Icart, T., Fuentelsaz, C., & Pulpon, A. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación de una tesina*. España: Universidad de Barcelona.
- Icart, T., Fuentelzas, C., & Pulpon, A. (2006). *Elaboración y presentación de un tema de investigación y una tesina*. Barcelona.

- Ilpes. (2006). Guía para la presentación de proyectos (27 Ed. ed.). Madrid: Siglo XXI de España.
- Ilpes. (2006). Guía para la presentación de proyectos (27 Ed. ed.). México: Siglo XXI Editores.
- Irrazabal, A. (2010). Contabilidad fundamentos y uso (6ta. Ed. ed.). Santiago de Chile: Universidad Católica de Chile.
- Ivester, L., & Neefus, J. (1991). Industria de Productos textiles.
- Jacome, H., Oleas, J., & Verela, M. (2011). Ropa deportiva de algodón y polialgodón.
- Legna Verna, C., & Gonzalez Morales, O. (2010). Comprender la macroeconomía. Buenos Aires: Teseo.
- Meza Orosco, J. J. (2013). Evaluación financiera de proyectos (3ra. Ed. ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ortiz Soto, L. O. (2001). El dinero: la teoría, la política, y las instituciones. México: 1ra. Ed.
- Parmerlee, D. (1998). Identificación de los mercados apropiados. España: LIFUSA.
- Pere Soler, P. (2001). Investigación de mercados (1ra. Ed. ed.). Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Rionda Ramirez, J. (2006). Microeconomía.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). Administración (8va. ed. ed.). (A. Marisa, Ed.) México: Person Education.
- Sabado, J. T. (2009). Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería (1ra. Ed. ed.). España: Servei de Publicacion.
- Vargas Sanchez, G. (2006). Introducción a la teoría económica (2da. Ed. ed.). (P. Guerrero Rosas, Ed.) México: Person Education.

ANEXOS

ANEXO A: Formulario para la declaración de IVA 104 A

SRI		FORMULARIO 104A		DECLARACIÓN DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO PARA PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS A LLEVAR CONTABILIDAD Y QUE NO REALIZAN ACTIVIDADES DE COMERCIO EXTERIOR		No. _____							
RESOLUCIÓN N° NAC-DGER/CGC/13-08891													
100 IDENTIFICACIÓN DE LA DECLARACIÓN													
101		MES						102	AÑO				
103		SEMESTRE		Enero a Junio		Julio a Diciembre							
200 IDENTIFICACIÓN DEL SUJETO PASIVO													
201		RUC						202	RAZÓN SOCIAL O APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS				
RESUMEN DE VENTAS Y OTRAS OPERACIONES DEL PERÍODO QUE DECLARA				VALOR BRUTO		VALOR NETO (VALOR BRUTO - IIC)		IMPUESTO GENERADO					
VENTAS LOCALES (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADAS TARIFA 12%				401 +		411 +		421 +					
VENTAS DE ACTIVOS FIJOS GRAVADAS TARIFA 12%				402 +		412 +		422 +					
VENTAS LOCALES (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADAS TARIFA 0% QUE NO DAN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO				403 +		413 +							
VENTAS DE ACTIVOS FIJOS GRAVADAS TARIFA 0% QUE NO DAN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO				404 +		414 +							
VENTAS LOCALES (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADAS TARIFA 0% QUE DAN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO				405 +		415 +							
VENTAS DE ACTIVOS FIJOS GRAVADAS TARIFA 0% QUE DAN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO				406 +		416 +							
TOTAL VENTAS Y OTRAS OPERACIONES				409 =		419 =		429 =					
TRANSFERENCIAS NO OBJETO O EXENTAS DE IVA				431 +		441							
NOTAS DE CRÉDITO TARIFA 0% POR COMPENSAR PRÓXIMO MES (INFORMATIVO)						442							
NOTAS DE CRÉDITO TARIFA 12% POR COMPENSAR PRÓXIMO MES (INFORMATIVO)						443		453					
INGRESOS POR REEMBOLSO COMO INTERMEDIARIO (INFORMATIVO)				434 +		444		454					
LIQUIDACIÓN DEL IVA EN EL MES													
TOTAL TRANSFERENCIAS GRAVADAS 12% A CONTADO ESTE MES		TOTAL TRANSFERENCIAS GRAVADAS 12% A CRÉDITO ESTE MES		TOTAL IMPUESTO GENERADO (Trásládese campo 429)		IMPUESTO A LIQUIDAR DEL MES ANTERIOR (Trásládese el campo 455 de la declaración del período anterior)		IMPUESTO A LIQUIDAR EN ESTE MES (Mínimo 12% del campo 430)		IMPUESTO A LIQUIDAR EN EL PRÓXIMO MES (482 - 484)		TOTAL IMPUESTO A LIQUIDAR EN ESTE MES (SUMAR 483 + 484)	
480		481		482		483		484		485		489	
TOTAL COMPROBANTES DE VENTA EMITIDOS				111		TOTAL COMPROBANTES DE VENTA ANULADOS				113			
RESUMEN DE ADQUISICIONES Y PAGOS DEL PERÍODO QUE DECLARA				VALOR BRUTO		VALOR NETO (VALOR BRUTO - IIC)		IMPUESTO GENERADO					
ADQUISICIONES Y PAGOS (EXCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADOS TARIFA 12% (CON DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO)				900 +		910 +		920 +					
ADQUISICIONES LOCALES DE ACTIVOS FIJOS GRAVADOS TARIFA 12% (CON DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO)				901 +		911 +		921 +					
OTRAS ADQUISICIONES Y PAGOS GRAVADOS TARIFA 12% (SIN DERECHO A CRÉDITO TRIBUTARIO)				902 +		912 +		922 +					
ADQUISICIONES Y PAGOS (INCLUYE ACTIVOS FIJOS) GRAVADOS TARIFA 0%				907 +		917 +							
ADQUISICIONES REALIZADAS A CONTRIBUYENTES RISE				908 +		918 +							
TOTAL ADQUISICIONES Y PAGOS				909 =		919 =		929 =					
ADQUISICIONES NO OBJETO DE IVA				931 +		941							
ADQUISICIONES EXENTAS DEL PAGO DE IVA				932 +		942							
NOTAS DE CRÉDITO TARIFA 0% POR COMPENSAR PRÓXIMO MES (INFORMATIVO)						943							
NOTAS DE CRÉDITO TARIFA 12% POR COMPENSAR PRÓXIMO MES (INFORMATIVO)						944		954					
PAGOS NETOS POR REEMBOLSO COMO INTERMEDIARIO (INFORMATIVO)				935 +		945		955					
FACTOR DE PROPORCIONALIDAD PARA CRÉDITO TRIBUTARIO													
(411+412+415+416) / 419 563													
CRÉDITO TRIBUTARIO APLICABLE EN ESTE PERÍODO (De acuerdo al Factor de Proporcionalidad)													
(520+521) x 563 584 =													
TOTAL COMPROBANTES DE VENTA RECIBIDOS POR ADQUISICIONES Y PAGOS (excepto notas de venta)		115		TOTAL NOTAS DE VENTA RECIBIDAS				117					
TOTAL LIQUIDACIONES DE COMPRA EMITIDAS (por pagar hasta 0% de IGV, o por reembolsos en relación de dependencia)				119									
RESUMEN IMPOSTIVO													
IMPUESTO CAUSADO (Si diferencia campo 499-564 es mayor que cero)													
601 =													
CRÉDITO TRIBUTARIO APLICABLE EN ESTE PERÍODO (Si diferencia campo 499-564 es menor que cero)													
602 =													
(-) SALDO CRÉDITO TRIBUTARIO DEL MES ANTERIOR		POR ADQUISICIONES E IMPORTACIONES (Trásládese el campo 615 de la declaración del período anterior)		605 (-)									
		POR RETENCIONES EN LA FUENTE DE IVA QUE LE HAN SIDO EFECTUADAS (Trásládese el campo 617 de la declaración del período anterior)		607 (-)									
(-) RETENCIONES EN LA FUENTE DE IVA QUE LE HAN SIDO EFECTUADAS EN ESTE PERÍODO													
609 (-)													
(+/-) AJUSTE POR IVA DEVUELTO E IVA RECHAZADO IMPUTABLE AL CRÉDITO TRIBUTARIO EN EL MES (Por concepto de devoluciones de IVA)													
611 +													
(+/-) AJUSTE POR IVA DEVUELTO E IVA RECHAZADO IMPUTABLE AL CRÉDITO TRIBUTARIO EN EL MES (Por concepto de retenciones en la fuente de IVA)													
612 +													
(+/-) AJUSTE POR IVA DEVUELTO POR OTRAS INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO IMPUTABLE AL CRÉDITO TRIBUTARIO EN EL MES													
613 +													
SALDO CRÉDITO TRIBUTARIO		POR ADQUISICIONES E IMPORTACIONES		615 =									

PARA EL PROXIMO MES	POR RETENCIONES EN LA FUENTE DE IVA QUE LE HAN SIDO EFECTUADAS		817	=	
SUBTOTAL A PAGAR			SI 601-602-605-607-609-611+612+613 > 0	818	=
IVA PRESUNTIVO DE SALAS DE JUEGO (BINGO MECÁNICOS) Y OTROS JUEGOS DE AZAR (Aplica para Ejercicios Anteriores al 2013)				621	+
TOTAL IMPUESTO A PAGAR POR PERCEPCION			(819 + 621)	888	=
PAGO PREVIO (informativo)				690	
DETALLE DE IMPUTACIÓN AL PAGO (Para declaraciones sustitutivas)					
INTERÉS	897	USD	IMPUESTO	898	USD
			MULTA	899	USD
VALORES A PAGAR Y FORMA DE PAGO (luego de imputación al pago en declaraciones sustitutivas)					
TOTAL IMPUESTO A PAGAR			699-896	902	+
INTERÉS POR MORA				903	+
MULTAS				904	+
TOTAL PAGADO				999	=
MEDIANTE CHEQUE, DÉBITO BANCARIO, EFECTIVO U OTRAS FORMAS DE PAGO				905	USD
MEDIANTE COMPENSACIONES				906	USD
MEDIANTE NOTAS DE CRÉDITO				907	USD
DETALLE DE NOTAS DE CRÉDITO CARTULARES		DETALLE DE NOTAS DE CRÉDITO DESMATERIALIZADAS		DETALLE DE COMPENSACIONES	
908	NC No	910	NC No	916	Resol No.
909	USD	911	USD	917	USD
		912	NC No		
		913	USD		
			915	USD	
				918	Resol No.
				919	USD
DECLARO QUE LOS DATOS PROPORCIONADOS EN ESTE DOCUMENTO SON EXACTOS Y VERDADEROS, POR LO QUE ASUMO LA RESPONSABILIDAD LEGAL QUE DE ELLA SE DERIVEN (Art. 101 de la L.R.T.)					
FIRMA SUJETO PASIVO					
NOMBRE			198	Cédula de Identidad o No. de Pasaporte	

ANEXO B: Formulario de permiso de funcionamiento (LUAE)



SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS

TIPO DE PROCEDIMIENTO:	Emisión LUAE	Cambio de Actividad Económica	
	Renovación LUAE	Cambio de Propietario	
	Inclusión Autorización Administrativa	Cambio de dirección del establecimiento	

Denominación o Nombre Comercial: _____ Patente actual No. _____

RUC No. _____ Fecha inicio actividad económica: dd/mm/aaaa Establecimiento No. _____

Predio No. _____ Licencia Única de Funcionamiento No. _____ Establecimiento: Principal

Actividad Económica: _____ Establecimiento: Sucursal

PERSONA NATURAL

Nombres y Apellidos: _____

C.C. / Pasaporte: _____

Obligada a llevar contabilidad: SI NO

PARA ARTESANOS CALIFICADOS:

Acuerdo Ministerial No. _____

Calificación Artesanal No. _____

Fecha de expedición: dd/mm/aaaa

PERSONA JURÍDICA

Razón Social: _____

Nombres y Apellidos del Repr. Legal: _____

No. C.I. o Pasaporte Representante Legal: _____

Fecha de nombramiento del representante legal: dd/mm/aaaa

No. Resolución Super Intendencia de Compañías/Bancos (Si aplica): _____

Fecha Constitución: dd/mm/aaaa Fecha Resolución: dd/mm/aaaa

Capital suscrito: dd/mm/aaaa

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

BOMBEROS (Factores riesgo)

Área del local (m²): _____ Nro. Personas que trabajan: _____

Materiales que utiliza o almacena:

Madera, papel, ropa, similares Materias Comburentes y Peróxidos orgánicos

Materiales y objetos explosivos Materias Tóxicas y Materias Infecciosas

Líquidos o gases inflamables Materiales radiactivos y/o Materias corrosivas o utilizados en la fabricación.

Productos almacenados en palets de madera o cartón corugado.

GLP (Cilindro de gas) No. de 15kg _____ No. de 30kg _____ Total cilindros _____

TURISMO

Agencias de viaje Casinos y Salas de juego

Transporte Turístico Intermediación

Alojamiento Recreación, diversión y esparcimiento

Alimentos y bebidas Registro Turístico No. _____

Categoría Turística: _____ Tipo: _____

AMBIENTE

Registro Ambiental No. _____

Agricultura: Superficie cultivada _____ m²

Producción animal: Especie _____ cantidad _____

Fomento de aves de corral: Especie _____ cantidad _____

Explotación de minas y canteras Manufacturas / Servicios Especializados

Industria Servicios

Comercio al por mayor Comercio al por menor

Ingresos totales de la Declaración impositiva anual realizada al SRI: Menor a 520.000 USD Mayor a 520.000 USD

SALUD (Competencias A.M. 719 / R.O. 182 / 06-01-2006)

Salas de cine Cubes deportivos privados

Salones de juegos electrónicos Plazas de toros

Salones de billa y billares Recolección de Basura

Estadios o Coliseos

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)

(Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento).

Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de material	Tamaño de la fachada	Local
_____	_____	_____	_____	_____ m ²	<input type="checkbox"/> Propio
_____	_____	_____	_____	Adosado a la fachada frontal _____ m ²	<input type="checkbox"/> Arrendado
_____	_____	_____	_____	Adosado a la pared medianera _____ m ²	
_____	_____	_____	_____	Adosado a la pared lateral _____ m ²	

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Parroquia _____ Calle principal _____ Número _____ Calle secundaria _____

Edificio _____ Piso _____ Oficina / Departamento _____ Sector o Referencia para ubicación _____

Teléfono 1 _____ Teléfono 2 _____ e-mail _____ Horario de su preferencia para visita de inspecciones _____

*** DECLARACIÓN JURADA / PETICIÓN DE INSPECCIÓN**

DECLARO BAJO JURAMENTO, que la información consignada es verídica y corresponde a la realidad, que actúo de buena fe y que; (i) cumplo con la Ordenanza 308 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LUAE; (ii) cumplo con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito licenciamiento; y, que constan determinadas en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 (en materia de compatibilidad y uso de suelo); 2 (en materia de sanidad); 3 (en materia de seguridad y prevención de incendios); 4 (en materia de publicidad exterior "rótulo"); 5 (en materia ambiental, para los casos en que no sea necesaria la Licencia Ambiental); y 6 (en materia de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico).

Brindaré todas las facilidades necesarias a los órganos de control, funcionarios competentes y entidades colaboradoras, para el ejercicio de las potestades de control, INSPECCIÓN y la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas y de ser el caso adjuntaré información específica.

Yo, _____ portador(a) del documento de identificación No. _____, por mis propios derechos (o en legal representación de la persona jurídica identificada líneas arriba) tengo conocimiento: (1) que la LUAE se entiende otorgada dejando a salvo las potestades de la autoridad pública y los derechos de terceros; y, no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad en que hubiere incurrido en el ejercicio de la actividad económica autorizada; y, (2) que la LUAE podrá ser extinguida en cualquier momento por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables; por lo cual, en caso de que se demuestre a través de los procedimientos de verificación y control de que he proporcionado información no verídica, la LUAE podrá ser extinguida, de oficio o a petición de parte, independientemente de la imposición de sanciones a que hubiere lugar.

Nota. La información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.

CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Grafique con las mejores referencias posibles la ubicación del establecimiento, identifique calles, avenidas, edificios, etc.

FIRMA TITULAR LUAE / REPRESENTANTE LEGAL

C.C. / PASAPORTE _____ FECHA (dd/mm/aaaa) _____

FIRMA RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL)

NOMBRE RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL) _____

Formulario gratuito * El presente formulario se constituye en una Declaración Jurada en el caso en que la información registrada genere el Procedimiento Administrativo Simplificado; caso contrario para los Procedimientos Administrativos Ordinario y Especial se define como una solicitud de inspección y presentación de información respectivamente. Página 1/2

ANEXO C: Formulario de solicitud de patente

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias
RAET - PERSONAS NATURALES



Fecha:

A. IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:	
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS:	

B. DATOS UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

DOMICILIO TRIBUTARIO

PARROQUIA:		
BARRIO:		
CALLE PRINCIPAL:		
No. CASA:		
INTERSECCIÓN:		
CORREO ELECTRÓNICO:		
TELÉFONO 1:	TELÉFONO 2:	TELÉFONO 3:

POSEE ESTABLECIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:	SI	NO	No. DE ESTABLECIMIENTOS QUE POSEE
No. PREDIO (S) DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:			

C. EN CASO DE ARTESANOS

No. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	

D. EN CASO DE DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES

No. DE CARNÉ CONADIS:	
FECHA DE CALIFICACIÓN:	
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:	



 Firma del Contribuyente

Imprimir

Formulario gratuito, descargado del Portal Administrativo Municipal: <http://pam.quito.gob.ec> Página 1/1

IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE BORDADOS COMPUTARIZADOS Y SUBLIMADOS PARA ROPA DEPORTIVA UBICADO EN LA PARROQUIA DE COTOCOLLAO AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2015.

ANEXO D: Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	3	110,00	330,00
Silla giratorio	3	39,00	117,00
Sillas	2	10,00	20,00
Archivadores	2	89,00	178,00
Estantería	3	50,00	150,00
Mesa de corte	2	100,00	200,00
TOTAL		398,00	995,00

ANEXO E: Equipo de computación

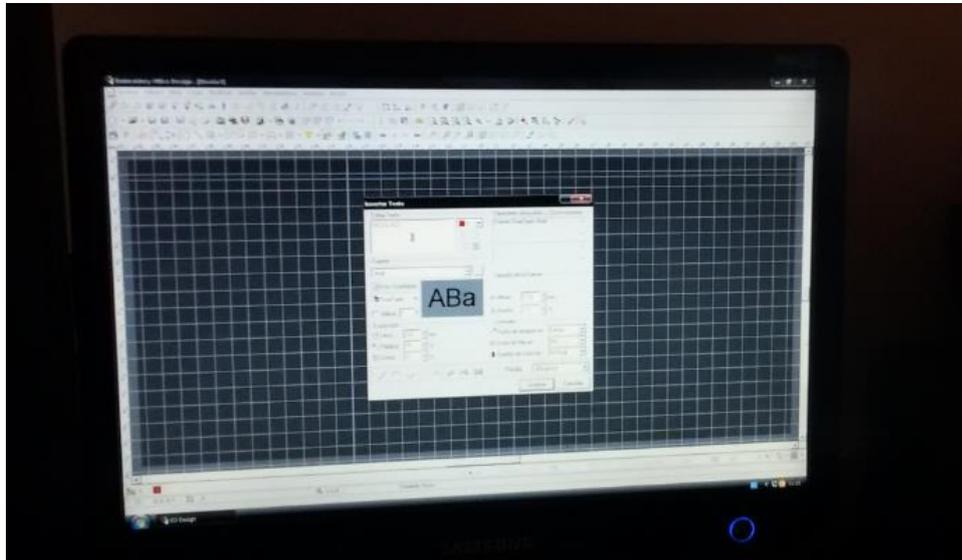
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora LG de escritorio	2	890,00	1.780,00
Impresora multicolor Epson L550	2	294,00	588,00
Software para bordados y sublimados	2	2.500,00	2.500,00
TOTAL		3.684,00	4.868,00

ANEXO G: Maquinaria y Herramienta

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Maquina 15 agujas TOYATA de bordar	1	18.000,00	18.000,00
Máquina para sublimar textiles	1	7.000,00	7.000,00
TOTAL	2	25.000,00	25.000,00

ANEXO H: Proceso del servicio de bordados computarizados.

PASO 1. Diseño



PASO 2: Entamorar



PASO 3: Calibración de Maquinas bordadoras



PASO 4: Bordado



PASO 4: Cortar hilos



PASO 5: Producto



ANEXO I: Sublimados en ropa deportiva

