



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS SUBLIMADAS
PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR-ORIENTE DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017

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

Autor: Simba Pilapaña Edwin Wladimir

Tutora: Ing. Ángela Pimbo

Quito, Octubre 2017



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **SIMBA PILAPAÑA EDWIN WLADIMIR** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS SUBLIMADAS PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR ORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Angela Pimbo

Tutor del Proyecto

Ing. Galo Cisneros

Coordinador de la Unidad de Titulación

Ing. Carlos Guzman

Lector del Proyecto

DIRECCIÓN DE CARRERA

Adm. Bancaria y Producción

Ing. Fernando Buitrón

Director de Escuela

DECLARATORIA

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



Edwin Wladimir Simba Pilapaña

C.C. 171686325-1

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Edwin Wladimir Simba Pilapaña portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 171686325-1 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “en el caso de la obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superior, e institutos públicos de investigación como, resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajo de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos u otro análogos, sin perjuicio que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en casa de que se trate de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al 40% de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. el mismo beneficio que se aplicara a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado APOYAR A LA SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS SUBLIMADAS PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR-ORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE Edwin Wladimir Simba Pilapaña

CEDULA 1716863251

Quito, a los 02 días de Octubre 2017

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a mi Dios por guiarme, bendecirme y darme la sabiduría para culminar de manera positiva una etapa más en mi vida, a mis padres quienes son el pilar fundamental en mi vida ya que siempre estuvieron apoyándome y alentándome cuando más los necesité, a mi hija por ser mi mayor impulso para continuar con mis estudios

Al instituto tecnológico Cordillera, a sus autoridades y todo su personal docente que me ayudo a llegar a este punto de mi vida compartiendo sus conocimientos y experiencias tanto profesionalmente, y como ser humano, no me queda decir más que gracias por su apoyo y enseñanza durante el tiempo de la carrera.

Un inmenso agradecimiento a mi tutora la Ing., Ángela Pimbo por guiar mis pasos en este último proceso para mi titulación, gracias a su paciencia, su dedicación y tiempo que me colaboró incentivándome a culminar de manera correcta la realización del presente proyecto.

DEDICATORIA

A Dios por darme la fortaleza y la sabiduría

A mis padres por no dejarme caer nunca y siempre apoyarme

A mi hija por ser la mayor motivación para culminar esta etapa de mi vida

A mis hermanas por ayudarme de una u otra manera y no dejarme solo

A mis maestros por impartir sus conocimientos

A todos mis amigos que siempre me brindaron palabras de apoyo

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	¡Error! Marcador no definido.
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS	xix
RESUMEN EJECUTIVO	xx
ABSTRACT	xxii
INTRODUCCIÓN	xxiv
CAPÍTULO I	1
1.1 Justificación	1
1.2 Antecedentes	2
CAPÍTULO II	4
2 ANÁLISIS SITUACIONAL	4
2.1 Ambiente Externo	4
2.1.1 Factor Económico	4
2.1.1.01 Inflación	4
2.1.1.02 Producto Interno Bruto	6
2.1.1.03 Balanza Comercial	8
2.1.1.04 Riesgo País	10
2.1.1.05 Tasa de Interés	11
2.1.1.05.01 Tasa Activa	12

2.1.1.05.02 Tasa Pasiva	13
2.1.2 Factor Social	14
2.1.2.01 Crecimiento Poblacional	14
2.1.2.02 Tasa de Desempleo	15
2.1.2.03 PEA (Población Económica Activa)	16
2.1.3 Factor Legal	18
2.1.3.01 Requisitos	18
2.1.4 Factor Tecnológico	19
2.2 Entorno Local	20
2.2.1 Clientes	20
2.2.1.01 Clientes Internos	20
2.2.1.02 Clientes Externos	21
2.2.2 Proveedores	21
2.2.3 Competidores	22
2.3 Análisis Interno	23
2.3.1 Propuesta Estratégica	24
2.3.1.1 Misión	24
2.3.1.1.01 Formulación de la Misión	25
2.3.1.2 Visión	26
2.3.1.2.01 Formulación de la Visión	26
2.3.1.3 Objetivos	26
2.3.1.3.01 Objetivo General	26
2.3.1.3.02 Objetivos Específicos	27
2.3.1.4 Principios y Valores	27
2.3.2 Gestión Administrativa	29

2.3.2.01 Planificación	29
2.3.2.02 Organización	30
2.3.2.02.01 Organigrama Estructural	30
2.3.2.02.02 Perfil del Puesto o Cargo y Funciones	31
2.3.2.03 Dirección	33
2.3.2.04 Controlar	34
2.3.3 Gestión Operativa	36
2.3.3.01 FLUJOGRAMA DE PROCESOS	36
2.3.4 Gestión Comercial	38
2.3.4.01 Producto	38
2.3.4.02 Precio	43
2.3.4.03 Plaza	43
2.3.4.04 Promoción	44
2.3.4.04.01 Logotipo	46
2.3.4.04.02 Papelería Corporativa	47
2.3.4.02.03 Material PQP	48
2.4 Análisis FODA	49
CAPÍTULO III	51
3. ESTUDIO DE MERCADO	51
3.1 Análisis del Consumidor	51
3.1.1. Determinación de la población y muestra	52
3.1.1.01 Población	52
3.1.1.02 Tamaño del Universo	53
3.1.1.03 Muestra	53
3.1.1.04 Formulación de la muestra	53

3.1.2 Técnicas de la Obtención de la Información.....	54
3.1.2.01 Modelos de la encuesta.....	55
3.1.3 Análisis de la Información.....	57
3.2 Oferta.....	70
3.2.01 Oferta histórica.....	70
3.2.02 Oferta actual.....	70
3.2.02.01 Cálculo de la oferta actual.....	71
3.2.03 Oferta proyectada.....	71
3.3 Demanda.....	72
3.3.01 Demanda histórica.....	72
3.3.02 Demanda actual.....	72
3.3.02.01 Cálculo de la demanda actual.....	72
3.3.03 Demanda proyectada.....	73
3.4 Balance oferta-demanda.....	73
3.4.01 Balance actual.....	73
3.4.02 Balance proyectado.....	74
CAPÍTULO IV.....	75
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	75
4.1 Tamaño del proyecto.....	75
4.1.01 Capacidad Instalada.....	75
4.1.02 Capacidad Óptima.....	76
4.2 Localización.....	77
4.2.01 Macro localización.....	78
4.2.02 Micro localización.....	79
4.2.03 Localización óptima.....	79

4.3 Ingeniería del producto.....	80
4.3.01 Definición del Producto.....	80
4.3.02 Distribución de la planta.....	81
4.3.02.01 Códigos de cercanía.....	81
4.3.02.02 Razones de cercanía	82
4.3.02.03 Matriz triangular	82
4.3.03 Proceso productivo	88
4.3.04 Maquinaria y equipo.....	89
CAPÍTULO V	93
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	93
5.1 Ingresos Operacionales y no operacionales.....	93
5.2 Costos	96
5.2.1 Costos Directos	97
5.2.2 Costos Indirectos.....	98
5.2.3 Gastos Administrativos	99
5.2.4 Gastos de Ventas.....	100
5.2.5 Costos Financieros	101
5.2.6 Costo Fijo y Variables.....	101
5.3 Inversiones.....	102
5.3.1 Inversión Fija	103
5.3.1.1 Activos Fijos	103
5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos).....	104
5.3.2 Capital de Trabajo	104
5.3.3 Fuentes de Financiamiento y de uso de fondos	105
5.3.4 Amortización de Financiamiento	107

5.3.5 Depreciaciones	107
5.3.6 Estado de Situación Inicial	108
5.3.7 Estado de resultados Proyectado (a cinco años)	109
5.3.8 Flujo Caja.....	110
5.4 Evaluación	111
5.4.1 TMAR.....	111
5.4.2 VAN	112
5.4.4 TIR.....	113
5.4.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)	113
5.4.6 RBC (Relación costo beneficio).....	116
5.4.6 Punto de equilibrio	117
5.4.7 Análisis de índices financieros.....	119
CAPÍTULO VI	121
6. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	121
6.1 Impacto Ambiental.....	121
6.2 Impacto Económico.....	122
6.3 Impacto Productivo	122
6.4 Impacto Social.....	123
CAPÍTULO VII	124
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	124
7.1 Conclusiones	124
7.2 Recomendaciones.....	126
Bibliografía.....	128
ANEXOS	132
Anexo 1 solicitud de licencia metropolitana	132

Anexo 2 Modelo LUAE	133
Anexo 3 solicitudes permiso de bomberos.....	134
Anexo 4 Patente.....	135

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación anual Abril.....	5
Tabla 2 PIB General.....	6
Tabla 3 PIB sectorial.....	6
Tabla 4 Balanza Comercial.....	8
Tabla 5 Riesgo País.....	10
Tabla 6 Tasa Activa.....	12
Tabla 7 Tasa Pasiva.....	13
Tabla 8 Proyección Crecimiento de Quito.....	14
Tabla 9 Proyección Crecimiento de Nayón.....	14
Tabla 10 Tasa de Desempleo Quito.....	16
Tabla 11PEA DMQ.....	16
Tabla 12PEA Nayón.....	17
Tabla 13 Proveedores.....	22
Tabla 14 Competidores.....	23
Tabla 15 Principios y valores.....	25
Tabla 16 Perfil del Puesto Propietario.....	31
Tabla 17 Perfil del Puesto Asesor Contable Externo.....	31
Tabla 18 Perfil del Puesto Secretaria.....	31
Tabla 19 Perfil del Puesto Operarios.....	32
Tabla 20 Perfil del Puesto Asesor Comercial.....	32
Tabla 21 Segmentación de Mercado.....	52
Tabla 22 Tamaño del Universo.....	53
Tabla 23 Género.....	58

Tabla 24 Pregunta 1	59
Tabla 25 Pregunta 2	60
Tabla 26 Pregunta 3	61
Tabla 27 Pregunta 4	62
Tabla 28 Pregunta 5	63
Tabla 29 Pregunta 6	64
Tabla 30 Pregunta 7	65
Tabla 31 Pregunta 8	66
Tabla 32 Pregunta 9	67
Tabla 33 Pregunta 10	68
Tabla 34 Pregunta 11	69
Tabla 35 Oferta Histórica	70
Tabla 36 Oferta Actual.....	71
Tabla 37 Oferta Proyectada.....	71
Tabla 38 Demanda Actual.....	72
Tabla 39 Demanda Proyectada.....	73
Tabla 40 Balance Actual	73
Tabla 41 Balance Proyectado	74
Tabla 42 Capacidad Instalada.....	76
Tabla 43 Capacidad Óptima	77
Tabla 44 Macro localización	78
Tabla 45 Localización Óptima	79
Tabla 46 Distribución de planta.....	81
Tabla 47 Código cercanía.....	81
Tabla 48 Razones de cercanía	82

Tabla 49 Descripción de procesos	89
Tabla 50 Maquinaria y equipo	90
Tabla 51 Muebles y enseres.....	90
Tabla 52 Equipos de computación	91
Tabla 53 Equipos de oficina	91
Tabla 54 Tiempo de producción	94
Tabla 55 PVP Camisetas personalizadas.....	95
Tabla 56 Materia prima (producción anual)	95
Tabla 57 costo unitario	96
Tabla 58 Costos directos	97
Tabla 59 Materia prima directa.....	97
Tabla 60 Costos indirectos	99
Tabla 61 Gastos Administrativos.....	99
Tabla 62 Gasto de venta	100
Tabla 63 Proyección gasto ventas.....	100
Tabla 64 Costos fijos.....	101
Tabla 65 Costos variables.....	102
Tabla 66 Activos fijos	103
Tabla 67 Activos nominales	104
Tabla 68 Capital de trabajo.....	105
Tabla 69 Fuente de financiamiento	106
Tabla 70 Depreciaciones	107
Tabla 71 Estado de resultados proyectado	109
Tabla 72 Flujo de caja	110
Tabla 73 Flujo neto de efectivo	111

Tabla 74 TMAR.....	111
Tabla 75 VAN	112
Tabla 76 TIR.....	113
Tabla 77 PRI.....	114
Tabla 78 Recuperación a valores constantes	114
Tabla 79 Recuperación valores actualizados.....	115
Tabla 80 RBC	116
Tabla 81 Punto de equilibrio	117
Tabla 82 ROE	119
Tabla 83 ROA.....	119
Tabla 84 ROI	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tasa de Inflación	5
Figura 2 Pib	6
Figura 3 Balanza Comercial	9
Figura 4 Riesgo País.....	10
Figura 5 Organigrama	30
Figura 6 Bitácora.....	35
Figura 7 Kardex	35
Figura 8 Flujo grama proceso	36
Figura 9 Comercialización	37
Figura 10 Telas	39
Figura 11 Corte	39
Figura 12 Confección	40
Figura 13 Camisetas	40
Figura 14 Diseño en Ilustrador	41
Figura 15 Impresión	41
Figura 16 Sublimación	42
Figura 17 Camiseta Personalizada	42
Figura 18 Facebook.....	45
Figura 19 Volantes	45
Figura 20 Whatsapp	45
Figura 21 Logotipo.....	46
Figura 22 Carpeta.....	47

Figura 23 Hoja membretada	47
Figura 24 Camiseta	48
Figura 25 gorra	48
Figura 26 Bolsa.....	48
Figura 27 Agenda	48
Figura 28 Jarrón.....	49
Figura 29 Mochila.....	49
Figura 30 FODA.....	49
Figura 31 Estrategias FODA	50
Figura 32 Género	58
Figura 33 Pregunta 1.....	59
Figura 34 Pregunta 2.....	60
Figura 35 Pregunta 3.....	61
Figura 36 Pregunta 4.....	62
Figura 37 Pregunta 5.....	63
Figura 38 Pregunta 6.....	64
Figura 39 Pregunta 7.....	65
Figura 40 Pregunta 8.....	66
Figura 41 Pregunta 9.....	67
Figura 42 Pregunta 10.....	68
Figura 43 Pregunta 11	69
Figura 44 Macro localización.....	78
Figura 45 Micro localización	79
Figura 46 Matriz triangular	82
Figura 47 Matriz triangular	82

Figura 48 Plano de planta.....	83
Figura 49 Área administrativa	84
Figura 50 Recepción	84
Figura 51 Baño administrativo	85
Figura 52 Área operativa.....	85
Figura 53 Bodega.....	86
Figura 54 Baño Producción	86
Figura 55 Área de ventas.....	87
Figura 56 Parqueadero	87
Figura 57 Proceso productivo.....	88
Figura 58 Ingresos operacionales.....	93
Figura 59 Mano de obra directa.....	98
Figura 60 Balance general	108
Figura 61 Punto de equilibrio	118

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Solicitud licencia metropolitana	132
Anexo 2 Certificado LUAE.....	133
Anexo 3 Solicitud inspección de bomberos	134
Anexo 4 Formulario Patente.....	135

RESUMEN EJECUTIVO

“TU ESTILO”, es una microempresa dedicada a la confección y personalización de camisetas por medio del proceso de sublimación, la cual se ubicará en la parroquia de Nayón en el sector nor-oriente del distrito metropolitano de Quito.

Para demostrar la viabilidad y factibilidad del presente proyecto se realizaron análisis y estudios técnicos y financiero lo cual dio resultado positivo para la implementación de la microempresa.

Para iniciar con el estudio se realizó un análisis situacional el mismo que está conformado por los factores externos, donde interviene el factor económico, legal social y tecnológico, también analizamos el entorno local mediante el cual se pudo determinar la competencia actual y posibles clientes que tendrá la microempresa.

Mediante la investigación de mercado del presente proyecto se analizó la cantidad de la oferta y demanda mediante datos históricos registrados, después de la realización del estudio mencionado se estipulo la estructura organizacional, ubicación adecuada, capacidad óptima de producción y recursos necesarios para el correcto desarrollo del proceso productivo de la microempresa.

El presente proyecto cuenta con su respectivo estudio financiero donde se estudió los costos y gastos necesarios para la operación del proyecto, también se procedió a sacar los indicadores financieros como; VAN \$7.575,52, TIR 46,29%, ROE 27%, ROA 51%, ROI 27%, los cuales dieron resultados positivos para la implementación y desarrollo del proyecto, se realizó también las proyecciones de estado de resultados, y los flujos de caja los cuales nos ayuda a ver el desarrollo que tendrá el proyectos en un futuro.

Los resultados obtenidos en los estudios dieron resultados positivos para su desarrollo, por lo que se concluye que el presente proyecto es viable y factible su implementación.

ABSTRACT

“TU ESTILO” is a small business dedicated to manufacturing and individualization of t-shirts, through of sublimation technique that will be located in Nayón parish, in the north east of Quito.

To demonstrate the viability and feasibility of this project, analysis, technical and financial studies were carried out, which gave a positive result to implementation of the small business.

To begin with the study, a situational analysis was carried out, which is made up of external factors, where economic, social and technological factors are involved. We also analyzed the local environment thought the current competition and possible clients will have the small business.

Through of market research of these project analyzed the quantity of offer and demand by historical data recorded, after the completion of the mentioned study, the organizational structure, adequate location, ideal production capacity and necessary resources for the correct development of the Productive process in this project.

The present project has its respective financial study where the cost and expenses necessary to operation of the project were studied, also it was proceeded to take out the financial indicators such as: VAN \$7.575,52, TIR46,29%, ROE 27%, ROA 51%, ROI 27%, which gave positive results for the implementation and development of the project, we also carried out the projections of income statement and cash flows which help us to see the development of the projects in the future.

The results obtained in the studies gave positive results for their development, so it is concluded that the present project is viable and feasible in its implementation.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día los proyectos de factibilidad son de gran importancia tanto como para el emprendedor como para el mismo país donde se lo realiza, ya que ayuda a la economía del mismo, debido que al momento de implementarse las microempresas son generadoras de plazas de empleo, mejorando la calidad de vida de los colaboradores, sus familias y esto favorece crecimiento económico del país pues si el emprendimiento es realizado de manera correcta generará rentabilidad y el gobierno también es beneficiario por lo que recibirá una cantidad de la utilidad que será entregado por motivo de impuestos.

En el Ecuador el sector de manufactura textil se observa que el mismo mantiene un constante crecimiento y debido a este crecimiento las pymes deben estar innovándose constantemente ya que al ser un sector rentable muchos emprendedores ven a este sector muy interesante, con más competencia en el mercado se mejora la calidad de los productos siendo algo muy positivo para los clientes.

Las actividades directas que genera el sector es la de confección de prendas de vestir después de este proceso se puede dar paso a las actividades indirectas como son las personalizaciones tema que se pretende implementar en el presente estudio por medio de la técnica de sublimación lo cual puede ofertar un sin fin de diseños personalizados y con amplia gama de colores de acorde a la necesidad del consumidor final que lo elegirá.

CAPÍTULO I

1.1 Justificación

La personalización es una actividad que ha ido ganando espacio en la industria textil, esto se da debido a que todos pueden acceder a este producto sin importar su edad, género y esta es de acorde a la necesidad del cliente.

En la actualidad la sociedad se va acoplado a las nuevas tendencias que aparecen en el mercado, por esto surge la idea del presente proyecto ya que con la técnica de sublimación se puede acceder a personalizar demostrando la creatividad de cada uno y poderla plasmar en su prenda de vestir.

En el mercado se puede encontrar un sinnfín de modelos de camisetas en tiendas o centros comerciales pero lo que hace diferente a "TU ESTILO" es de innovación y creatividad personal, esto hace que el consumidor tenga libertad de diseñar su propio estilo de camiseta algo que no puede hacer en las tiendas de ropa común ya que viene con su diseño determinado.

1.2 Antecedentes

Argumenta (viviendolaindustriatextil, 2015, pág. S/P) que: “Los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos.”

Declara (Aite, 2015, pág. S/P) que;

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto de prendas de vestir como de textiles de hogar. En la actualidad, la industria textil y confección es la tercera más grande en el sector de la manufactura, aportando más del 7% del PIB Manufacturero nacional.

Sigue mencionando el mismo autor;

El sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estadísticas levantadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), alrededor de 158 mil personas laboran directamente en empresas textiles y de confección. A esto se suma los miles de empleos indirectos que genera, ya que la industria textil y confección ecuatoriana se encadena con un total de 33 ramas productivas del país.

Afirma (grafiacr, 2015, pág. S/P) que;

Una técnica tan delicada y precisa debería estar documentada con una serie de eventos y líneas de tiempo, sin embargo, la realidad es que no lo está. Si se busca sublimado en internet se dará cuenta que no existe mucha información al respecto. Esto se debe a que en una técnica muy reciente.

Sigue mencionando el mismo autor;

En los 70, cuando las computadoras todavía estaban en su infancia, las cintas recubiertas con partículas de sublimación, alimentadas a través de impresoras matriciales, producían las primeras transferencias de tinta monocromática, Wes Hoekstra es conocido como el “padre” de la sublimación de imágenes computarizada, ya que desarrolló el primer sistema de sublimación por computadora.

A nivel mundial la primera empresa dedicada a la personalización de camiseta con sublimación es “Camisetas Barcelona” se encuentra ubicada en Europa en la ciudad de Barcelona empezó en el negocio esta empezó en 1981 hasta la actualidad.

A nivel de Ecuador la primera empresa que se dedicó a la sublimación de camisetas es confecciones recreativas FIBRAN cia. Ltda., empezó a sublimar en el año 2010 especialmente el área deportivo entregando sus productos a la firma de” Marathon Sport” luego diversifico sus productos haciendo para todo ámbito y está ubicado al norte de Quito en Av. Galo Plaza Lasso N68-177 y Calle 3.

“Sublimahouse” es una empresa dedicada a la personalización de camisetas utilizando la técnica de sublimación se encuentra ubicada en Quito empezó sus actividades en el año de 2012 con ubicación en Amazonas N47-303 entre Rio Topo y Palora.

CAPÍTULO II

2 ANÁLISIS SITUACIONAL

Para (Kotler, 2008, pág. 131) es: “Aquí la compañía examina las macro fuerzas (económica, político-legal sociocultural y tecnológica) y los participantes (compañía, competidores, distribuidores y proveedores) en su entorno.”

2.1 Ambiente Externo

Apela (Stephen & Coulter , 2010, pág. 57) que: “El termino ambiente externo se refiere a los factores y fuerzas de fuera de la organización.”

2.1.1 Factor Económico

Analiza (Martinez & Milla , 2012, pág. 35); que: “La evolución de determinados indicadores macroeconómicos puede tener influencia sobre la evolución del sector en el que opera la sociedad.”

2.1.1.01 Inflación

Confirma (Puga & Zambrano, 2009, pág. 573) que: “a la inflación se la define como el incremento porcentual en los precios de los bienes y servicios disponibles para la producción y el consumo de una determinada economía.”

Tabla 1 Inflación anual Abril

AÑOS	PORCENTAJE
2013	3,03%
2014	3,23%
2015	4,32%
2016	1,78%
2017	1,09%

Fuente: INEC

Elaborado: Edwin Simba



Figura 1 Tasa de Inflación

Fuente: INEC

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Con los datos obtenidos, se puede apreciar la variación en porcentaje que ha tenido la inflación desde el años 2013 el cual llevo a tener un 3,03% ,en 2014 aumenta a 3.23%, y en 2015 la más alta que fue de 4,32% mientras en el año pasado llevo a baja a un 1,78% y hasta el mes de abril del presente año se sitúa en un 1.09%, lo que demuestra que este factor va a tener un impacto positivo en la microempresa , porque si más bajo es la inflación la materia prima que se va a necesitar no tendrá costos elevados y no afectará en el costo de producción.

2.1.1.02 Producto Interno Bruto

Manifiesta (Proaño, 2012, pág. 37) que: “Mide la producción de bienes y servicios de consumo final de una economía en periodo determinado de tiempo”

Tabla 2 PIB General

AÑOS	VALOR
Diciembre 4to trimestre 2015	3,80%
Diciembre 4to trimestre 2016	0,30%
Marzo 1er trimestre 2017	1,14%

Fuente: INEC

Elaborado: Edwin Simba

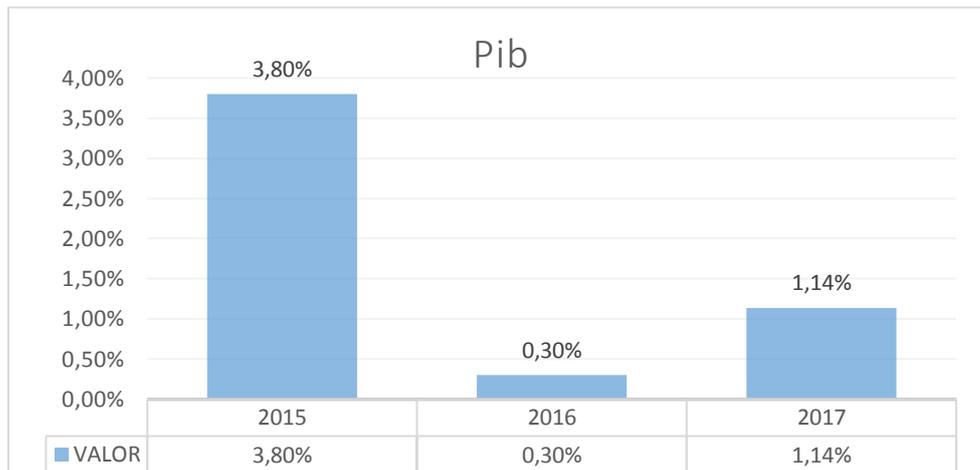


Figura 2 Pib

Fuente: INEC

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 3 PIB sectorial

Actividad	Año 2015	Año 2016	Año 2017
-----------	----------	----------	----------

APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS SUBLIMADAS PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR-ORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.

Construcción	0,27%	-0,19%	-2,20%
Actividades profesionales, técnicas	0,22%	0,29%	-0,40%
Comercio	0,22%	-0,38%	1,20%
Administración pública y defensa	0,16%	-0,16%	-2,20%
Manufactura (Sin refinación de petróleo)	0,09%	0,14%	0,30%
Enseñanza y Servicios sociales de salud	0,09%	-0,10%	0,20%
Suministro de electricidad, gas y agua	0,05%	0,11%	4,00%
Transporte	0,04%	0,07%	1,50%
Petróleo y minas	0,03%	-0,23%	0,40%
Otros servicios	0,03%	0,00%	0,20%
Pesca (excepto camarón)	0,03%	-0,07%	1,10%
Correo y comunicaciones	0,01%	-0,13%	0,60%
Actividades de servicios financieros	0,01%	-0,07%	3%
Servicio doméstico	0,01%	0,00%	-2,00%
Acuicultura y pesca de camarón	0,00%	0,08%	1,80%
Alojamiento y servicios de comida	-0,02%	-0,05%	0,10%
Agricultura	-0,02%	0,18%	-0,50%

Fuente: INEC

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

El PIB nacional el último trimestre tuvo un porcentaje de 3,80% lo que era positivo para el país ya que existía producción en gran cantidad mientras que el mismo trimestre de 2016 este porcentaje bajo a un 0,30% debido a los problemas políticos que se vivió en ese años para 2017 en el primer trimestre se registra con un 1,14% siendo este positivo ya que se ve que la producción va en aumento y está generando utilidad mientras tanto en el sector manufacturero en los últimos años ha ido en aumento en el 2015 se aportaba con un 0,09% del total de la producción del país para el años 2016 esta cifra aumenta a 0,14% lo que significa que el sector está creciendo y generando utilidad, para el primer trimestre del años 2017 su porcentaje de participación sigue en aumento con un 0,30% de aporte al pib total con esto se puede observar que el sector al que se pretende ingresar con la microempresa es un

oportunidad ya que con las políticas actuales apoyan a la manufactura nacional de tal manera que los demandantes acceden a comprar los productos que son del país.

2.1.1.03 Balanza Comercial

Indica (Proaño, 2012, pág. 202) que: “Cuantifica el saldo neto que resulta de restar las ventas (exportaciones) menos las compras (importaciones), ambas valoradas en términos FOB que constituyen una referencial para asumir políticas de comercio exterior según sus resultados.”

Tabla 4 Balanza Comercial

BALANZA COMERCIAL (1)
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones

	Ene - Mar 2014		Ene - Mar 2015		Ene - Mar 2016		Ene - Mar 2017		Variación 2017 - 2016	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	7,475.6	6,654.9	8,260.9	4,870.4	7,697.1	3,627.2	7,996.3	4,721.1	1,093.9	30.2%
<i>Petroleras</i>	5,197.9	3,547.4	5,818.5	1,747.9	5,292.5	896.2	5,336.4	1,666.7	770.5	86.0%
<i>No petroleras</i>	2,277.7	3,107.4	2,442.4	3,122.5	2,404.6	2,731.0	2,659.9	3,054.4	323.4	11.8%
Importaciones totales	4,038.5	6,158.6	3,935.2	5,787.7	3,413.4	3,690.5	3,827.7	4,247.9	557.4	15.1%
<i>Bienes de consumo</i>	244.9	1,049.5	240.6	1,156.2	174.4	761.3	199.0	837.6	76.3	10.0%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	1.1	53.4	0.6	27.5	0.7	28.3	0.9	35.6	7.4	26.0%
<i>Materias primas</i>	1,979.5	1,792.7	1,872.9	1,872.3	1,643.1	1,364.4	2,090.3	1,594.9	230.4	16.9%
<i>Bienes de capital</i>	137.8	1,590.0	156.7	1,610.6	94.4	973.7	96.6	1,007.6	33.8	3.5%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	1,673.7	1,662.1	1,663.1	1,110.5	1,499.3	552.7	1,439.3	757.7	205.0	37.1%
<i>Diversos</i>	1.5	10.9	1.3	10.6	1.6	10.0	1.7	12.3	2.3	22.7%
<i>Ajustes (3)</i>		0		0		0		2.17	-	0.0%
Balanza Comercial - Total		496.2		-917.36		-63.33		473.23		847.3%
Bal. Comercial - Petrolera		1,927.2		653.48		348.79		905.63		159.6%
<i>Exportaciones petroleras</i>		3,547.4		1,747.9		896.2		1,666.7		86.0%
<i>Importaciones petroleras</i>		1,620.2		1,094.4		547.4		761.1		39.0%
Bal. Comercial - No petrolera		-1,431.0		-1,570.8		-412.1		-432.4		-4.9%
<i>Exportaciones no petroleras</i>		3,107.4		3,122.5		2,731.0		3,054.4		11.8%
<i>Importaciones no petroleras</i>		4,538.4		4,693.3		3,143.1		3,486.8		10.9%

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

BALANZA COMERCIAL (*)

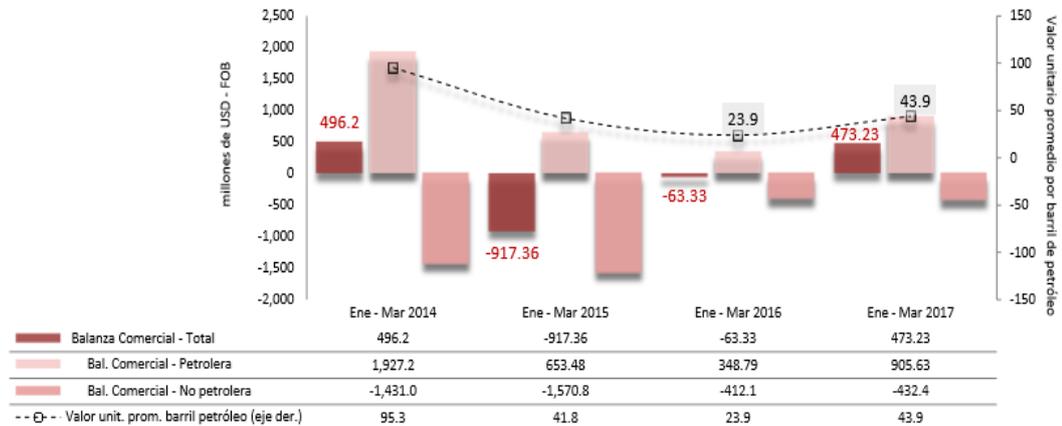


Figura 3 Balanza Comercial

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

Análisis

La balanza Comercial es indicador económico en el cual se puede observar la diferencia entre los totales de los productos que se exportan, con los productos que importa al país en el año 2014 se dio una cifra positiva con el 496.2 mientras que en 2015 arrojo cifras negativas con un -917.36 en el primer trimestre del 2017 presenta cifras positivas con un 473.23 esto es un indicador positivo para la microempresa por lo que la cifra de importaciones es menor que las exportaciones.

2.1.1.04 Riesgo País

Describe (Noriega , 2012, pág. 35) que: “Se conoce con esa denominación una medida que intenta señalar el riesgo que un país presenta para las inversiones; es decir, la probabilidad que esas inversiones resulten menores a lo esperado o provoquen pérdidas.”

Tabla 5 Riesgo País

AÑOS	VALOR	VARIACIÓN
2013	647	-3,14%
2014	381	-8,14%
2015	672	-2,75%
2016	941	-1,88%
2017	667	-3,19%

*Fuente: Ámbito Economía de Mercados
Elaborado por: Edwin Simba*



Figura 4 Riesgo País

*Fuente: Ámbito Economía de Mercados
Elaborado por: Edwin Simba*

Análisis

El riesgo país es un indicador que indica el nivel de confianza que tiene el país frente a los inversionistas del extranjero según las estadísticas se observa las variaciones obtenidas en los últimos años en el 2013 tuvo un valor de 647 lo que significa que el nivel de confianza en ese año era muy baja pero en 2014 el valor se reduce a 381 lo que indica que en ese año el nivel de seguridad frente a inversionistas aumentó para el año 2015 debido a las políticas económicas en nivel de confianza volvió a baja teniendo un valor de 672 cifra que en el siguiente año 2016 aumentó a un 941 debido a los acontecimientos dados en el país el nivel de seguridad para invertir es muy bajo para el primer trimestre del 2017 el valor tiene un 667 lo que quiere decir que frente al año pasado el nivel de confianza para realizar inversiones en el país ha ido mejorando.

2.1.1.05 Tasa de Interés

Sugiere (Herrera, 2013, pág. 71) que: “La tasa de interés es el porcentaje que se cobra por una cantidad prestada de dinero en un tiempo específico (usualmente 1 año), aunque en muchos casos las tasas de interés se expresan en periodos mensuales.”

2.1.1.05.01 Tasa Activa

Cree (Toro & Baena , 2008, pág. 215) que: “La tasa activa o de colocación, es la que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados.”

Tabla 6 Tasa Activa

Tasas de Interés			
mayo - 2017			
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	7.61	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.76	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.49	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	8.81	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.37	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.43	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.42	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.80	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.58	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.50	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.61	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.92	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	25.02	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.42	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.22	Inversión Pública	9.33

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

Con los datos obtenidos se puede observar que la tasa activa actual para las PYMES es del 11,49% como mínimo y 11,83% como máximo para las PYMES por lo que esto representa que las entidades financieras cobran un interés para acceder a un préstamo por lo que puede tener ser una oportunidad para acceder al financiamiento en el sistema financiero para la implementación de la microempresa.

2.1.1.05.02 Tasa Pasiva

Explica (Toro & Baena , 2008) que: “La tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado.”

Tabla 7 Tasa Pasiva

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.82	Depósitos de Ahorro	1.16
Depósitos monetarios	0.65	Depósitos de Tarjetahabientes	1.25
Operaciones de Reporto	0.10		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.42	Plazo 121-180	4.79
Plazo 61-90	3.97	Plazo 181-360	5.60
Plazo 91-120	4.84	Plazo 361 y más	7.21

Fuente: BCE

Elaborado: BCE

De acuerdo con la investigación realizada se determina que, tomando en cuenta el mes de mayo del 2017 no refleja que las tasas pasivas son: 3,42% de 30-60 días, del 3,97% de 61-90 días y del 4,84% de 91-120 días, esto es una oportunidad para el estudio ya que si se apertura una cuenta en el sistema financiero o se hace un deposito a corto plazo esto generará una ganancia de sus activo.

2.1.2 Factor Social

Entiende (Thompson & Strickland , 2012, pág. 52) que: “Fuerzas sociales son los valores, actitudes, factores culturales y estilos de vida de la sociedad que impactan a los negocios las fuerzas sociales varían por la localidad y cambian con el tiempo.”

2.1.2.01 Crecimiento Poblacional

Expone (Erazo & Cárdenas, 2013, pág. 68) que: “El crecimiento de una población está determinado básicamente por la relación entre nacimientos y muertes en un tiempo determinado.”

Tabla 8 Proyección Crecimiento de Quito

ÁREA	TASA CRE.	2010	2017	2018	2019	2020	2021	2022
DMQ	2.1 %	2'456.938	2'841.675	2'901.350	2'962.278	3'024.486	3'088.888	3'152.848

Fuente: INEC

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 9 Proyección Crecimiento de Nayón

APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS SUBLIMADAS PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR-ORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.

AÑOS	POBLACIÓN	PORCENTAJE
1990	5767	
2001	9693	4,72%
2010	14027	4,40%
2017	17911	3,60%
2018	18512	3,60%
2019	19114	3,60%
2020	19329	3,00%
2021	19908	3,00%
2022	20488	3,00%

Fuente: sthv.quito.gob

Elaborado: Edwin Simba

Análisis:

Las estadísticas del crecimiento poblacional, refleja que en el último censo realizado en el país la población de la comunidad en 2010 fue de un 14027 habitantes con las proyecciones realizadas se determina el posible número de habitante para el 2017 será de 17911 y en 2022 se contaría con 20488 habitantes en la zona de ubicación del proyecto, esto tendrá un impacto de oportunidad media ya que si crece la población existe mayor necesidad de vestimenta que la microempresa tendrá que satisfacerla y aprovechar esta oportunidad.

2.1.2.02 Tasa de Desempleo

Menciona (Puga & Zambrano, 2009, pág. 582) que: “La tasa de desempleo es el resultado de dividir el número de personas desempleadas para el número de personas que componen la población económicamente activa (PEA) de una determinada economía nacional, regional o internacional, expresada en términos porcentuales.”

Tabla 10 Tasa de Desempleo Quito

Años	Tasa Desempleo %
mar-13	4,11%
mar-14	4,30%
mar-15	4,39%
mar-16	7,82%
mar-17	9,11%

Fuente: INEC

Elaborado: Edwin Simba

Análisis:

Este indicador muestra el porcentaje de desempleo que existe en Quito el primer trimestre de marzo del 2013 se situó en un 4,11% en el 2014 se elevó a 4,30% en 2015 obtuvo 4,39% en el 2016 este indicador continuo incrementando a 7,82 y hasta este año el primer trimestre registra un 9,11% lo que significa que en los últimos años un número de personas han perdido su trabajo este tendrá un impacto positivo para el estudio ya que con la implementación del proyecto generará plazas de trabajo y contribuir en la disminución de desempleo

2.1.2.03 PEA (Población Económica Activa)

Señala (Estévez , 2007, pág. 1) que;

Porcentaje que representa la población económica activa (PEA) respecto a la población de 12 años y más. La PEA comprende a todas las personas de 12 años y más que realizaron algún tipo de actividad económica (población ocupada) o que buscan activamente hacerlo (población económica abierta).

Tabla 11PEA DMQ

APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS SUBLIMADAS PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR-ORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.

Edades	Población
de 10 a 14 años	143.669
de 15 a 19 años	145.212
de 20 a 24 años	156.575
de 25 a 29 años	153.789
de 30 a 34 años	132.683
de 35 a 39 años	113.534
de 40 a 44 años	97.509
de 45 a 49 años	91.284
de 50 a 54 años	74.270
de 55 a 59 años	61.454
de 60 a 64 años	46.952
de 65 a 69 años	36.232
de 70 a 74 años	25.663

Fuente: INEC

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 12PEA Nayón

Edades	Población
de 10 a 14 años	1.440
de 15 a 19 años	1.391
de 20 a 24 años	1.314
de 25 a 29 años	1.306
de 30 a 34 años	1.230
de 35 a 39 años	1.208
de 40 a 44 años	1.028
de 45 a 49 años	1.028
de 50 a 54 años	755
de 55 a 59 años	667
de 60 a 64 años	485
de 65 a 69 años	369
de 70 a 74 años	255

Fuente: INEC

Elaborado: Edwin Simba

Análisis:

Con los resultado investigados se puede observar que el PEA de Quito es de 964.282 mientras que el PEA de Nayón es de 9.390 con esta información se puede

determinar que este factor tiene un impacto positivo ya que existe un número muy considerable que se encuentra en edad de trabajar con lo que podrán acceder a comprar nuestro producto

2.1.3 Factor Legal

Tal como (Martinez & Milla , 2012, pág. 36) mencionó: “Los procesos políticos y la legislación influyen las regulaciones del entorno a las que los sectores deben someterse. Las legislaciones gubernamentales pueden beneficiar o perjudicar de forma evidente los intereses de una compañía.”

2.1.3.01 Requisitos

Para la implementación del presente proyecto se va a crear de manera legal con la denominación de Persona Natural no Obligada a llevar contabilidad

RUC

- Original y copia de cédula
- Papeleta de votación
- Planilla de servicios básicos

Patente municipal

- Copia de cédula
- Copia de papeleta de votación
- Copia del ruc

Licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas

- Formulario único de solicitud de licencia metropolitana para el ejercicio de actividades económicas.
- Copia del RUC
- Copia de cédula y papeleta de votación actualizados

Permiso de bomberos

- Solicitud de inspección del local
- Informe de aprobación de la inspección
- Copia del RUC

Medio Ambiente

Registro y Categorización Ambiental en el SUIA del Ministerio del Ambiente

- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia de cédula, papeleta de votación y RUC escaneado en formato pdf.
- Llenar formulario en línea descargar e imprimir el certificado.

2.1.4 Factor Tecnológico

Acepta (Martinez & Milla , 2012) que: “Los factores tecnológicos generan nuevos productos y servicios y mejoran la forma en la que se producen y se entregan al usuario final. Las innovaciones pueden crear nuevos sectores y alterar los límites en los sectores existentes”

La tecnología es una oportunidad para la microempresa, ya que se contara con maquinaria y equipos tecnológicos que van hacer muy necesarios para la producción del bien, con la tecnología adecuada se optimizaría el tiempo, además de

usar plataformas de internet para poder promocionar los productos mediante redes sociales o página web de la microempresa este factor es considerada como una oportunidad de impacto alto, porque servirá para brindar un buen producto.

2.2 Entorno Local

Admite (Centelles , 2006, pág. 53) que: “Es un elemento decisivo en la generación de competitividad de las unidades económicas en una economía globalizada”

2.2.1 Clientes

Admite (Chiavenato, 2003, pág. 83) que: “Elementos que compran o adquieren los productos o servicios, es decir absorben las salidas y los resultados de la organización. Los clientes se pueden llamar usuarios, consumidores, contribuyentes o incluso patrocinadores.”

2.2.1.01 Clientes Internos

Los clientes internos van a ser directamente todos los miembros de la organización, ya que son un pilar fundamental para el correcto funcionamiento de la microempresa, ellos apoyarán con eficiencia en su respectiva área para cumplir los objetivos propuestos, también apoyan a resolver cualquier tipo de suceso que enfrente la organización y de tal manera satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes externos.

2.2.1.02 Clientes Externos

Los clientes externos serán: toda la comunidad de la parroquia de Nayón empresas, escuelas, colegios, y demás consumidores a los cuales la microempresa podrá ofertar su producto y por ende cubrir la necesidad del consumidor.

Los consumidores son la razón de ser de toda empresa ya que gracias a ellos la empresa puede generar rentabilidad con todos los posibles clientes mencionados se puede apreciar que el producto puede llegar a tener un impacto positivo y aceptación del público.

Los clientes externos serán la demanda insatisfecha que existe en la parroquia y sus sectores más cercanos los clientes principales será la misma población a los alrededores, que se beneficiarán de una microempresa dedicada a la personalización ya que en el sector no se cuenta con una de características similares también serán las escuelas, colegios, equipos sociales o deportivos, bazares, boutiques, que se encuentran en el sector.

2.2.2 Proveedores

Agrega (Chiavenato, 2003, págs. 82-83) que: “Elementos que proporcionan entradas o insumos en forma de recursos, energía, servicios e información a la organización. Los proveedores ofrecen recursos, como capital, materias primas, máquinas y equipos, tecnología, conocimientos, publicidad, servicio jurídicos, contables, etc.”

Tabla 13 Proveedores

Empresa	Dirección	Material
Jersey	De los Cerezos OE1-356 y Real Audiencia	Distribuidor de telas
Indutexma	Tadeo Benitez, Quito 170310	Distribuidor de telas
JP Digital	Arenas O3 13 y Juan Larrea	Maquinaria e Insumos para la sublimación
Nilotes	Capri E6-200 y Av Eloy Alfaro	Implementos para el área textil

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Edwin Simba

Análisis:

Los proveedores juegan un papel muy importante en las empresas ya que son los que surten de materia prima como de tecnología necesaria para que la empresa continúe su proceso de manufactura es necesario tener opciones en la lista de distribuidores de materiales ya que si en un lugar no disponga del stock necesario será imprescindible ir al siguiente proveedor de tal manera que no afecte el proceso de producción en la planta de trabajo.

2.2.3 Competidores

Añade (Chiavenato, 2003, pág. 83) que;

Elementos que disputan las mismas entradas (proveedores) y las mismas salidas (clientes) de la organización. Los competidores desarrollan estrategias no siempre esperadas ni conocidas, para ganar espacio y dominio, e intervienen en el ambiente de trabajo, generando incertidumbre en cuanto a sus decisiones y acciones.

Tabla 14 Competidores

NOMBRE	DIRECCIÓN	PRODUCTO
Death Anime	CC Quitus	Personalización de ropa
Maqueño	CC Espiral	Personalización textil
sublimazone	Av. De la Prensa N66-128 y Capitán Ramón Chiriboga	Sublimación digital
Fábrica de regalos	Av. Amazonas N41-206 Isla Floreana	Personalizaciones

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Edwin Simba

Análisis:

Con la investigación realizada se determina que existen competidores pero no instalados en el sector por lo que este aspecto es un muy importante para el estudio ya que se cubrirá demanda insatisfecha en la sección lo que ayuda a que la microempresa tenga un producto con aceptación del público.

2.3 Análisis Interno

Concuerda (Rojas & Bertran, 2010, pág. 210) que;

El análisis interno de la compañía consiste en valorar todos los aspectos del funcionamiento interno de la empresa que puedan ayudar a determinar los objetivos del diagnóstico, esto es, la determinación de las causas de la situación actual de la empresa, y los detalles del dicho estado actual.

2.3.1 Propuesta Estratégica

Deduce (Muñiz, 2009, pág. 27) que: “La planificación estratégica es el conjunto de elementos que permiten alcanzar los objetivos previstos, este documento, llamado también estrategia, debería incluir objetivos, normas, medidas de actuación, planes de acción, indicadores y responsables.”

La propuesta estratégica del proyecto es apoyar al sector textil mediante la realización de un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa manufacturera y comercializadora de camisetas personalizadas debidamente constituida dentro de los reglamentos y normas establecidas en el país.

2.3.1.1 Misión

Induce (Münch, 2010, pág. 42) que: “La misión de una empresa es la razón de ser, es el propósito o motivo por el cual existe. La misión es de carácter permanente.”

2.3.1.1.01 Formulación de la Misión

Tabla 15 Principios y valores

PRINCIPIOS	
Enfoque:	al cliente crear cultura de servicio dar un buen trato para satisfacer las necesidades del consumidor
Igualdad:	los productos realizados no tendrán ningún tipo de restricción al público ya que todos pueden acceder a la personalización
VALORES	
Humildad:	Todos los colaboradores formar parte de una misma empresa por tanto nadie será más importante que otro ser personas modestas y respetuosas dejando atrás el ego personal.
Solidaridad	Es la disposición de cada uno como persona dar ayuda a los compañeros cuando sea necesario
Puntualidad:	Llegar a tiempo y cumplir las obligaciones para las cuales son encomendados y así demostrar el compromiso con la empresa
Honradez:	Tener personal de alta confianza para encomendar tareas o actividades de mucha responsabilidad y no tener que preocuparse de algún faltante.
Responsabilidad:	Realizar las obligaciones o procesos de una manera satisfactoria dentro de su cronograma establecido

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Misión

Crear una microempresa dedicada a la confección de camisetas con la propuesta de estilos personalizados, aplicando la técnica de estampación digital conocida como sublimación; con la responsabilidad de entregar un producto auténtico y de calidad que satisfaga la necesidad de individualidad y de originalidad en cada producto, respetando las directrices pactadas para el desarrollo del diseño y la puntualidad en la entrega del trabajo.

2.3.1.2 Visión

Objeta (Münch, 2010, pág. 42) que: “La visión es el enunciado del estado deseado en el futuro de la empresa estimulando acciones concretas en el presente.”

2.3.1.2.01 Formulación de la Visión

Visión:

TU ESTILO busca ser líder para el año 2022 en la confección y comercialización textil con un enfoque de cumplimiento y creatividad en el desarrollo de la personalización de camisetas ya que será una marca con un posicionamiento de aceptación y favoritismo en el consumidor convirtiendo el diseño convencional en una forma de negocio económicamente sustentable, haciendo que el talento de creativos ecuatorianos salga a flote.

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.01 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la confección y personalización de camisetas con varios diseños de tendencia actual por medio de una investigación de mercado para ver la necesidad del cliente de tal manera satisfacer su necesidad.

2.3.1.3.02 Objetivos Específicos

- Buscar estrategias para lograr que la marca tenga posicionamiento en el mercado
- Tener debidamente capacitado a todo el personal para que la colaboren de una óptima manera en sus actividades.
- Establecer políticas de calidad que ayuden a la obtención de la garantía del producto y que éste a su vez ayude a la fidelización del cliente, por las bondades entregadas cada artículo.

2.3.1.4 Principios y Valores

Valores

Respeto:

Ser respetuoso es la toleración y aceptación de pensamientos o ideas de colaboradores o clientes para tener un adecuado clima organizacional y el correcto funcionamiento de la empresa.

Solidaridad:

Tener la disposición para colaborar y trabajar en equipo cuando los compañeros los necesiten.

Responsabilidad:

Llevar a cabo sus funciones y sus obligaciones con compromiso hacia la Empresa demostrando su ética profesional.

Honestidad:

Actuar con transparencia y ética profesional en cada momento y así alcanzar los objetivos en común.

Lealtad:

Tener compromiso y orgullo de formar parte de la organización y así mismo guardar la información confidencial de la microempresa.

Principios

Trabajo en Equipo:

Trabajar con rapidez y eficacia en conjunto con todos los compañeros de trabajo desarrollando un óptimo ambiente laboral de tal manera que se pueda reflejar eso a los clientes para generar mayor confianza.

Enfoque:

Al cliente crear cultura de servicio dar un buen trato dando una atención amigable y respetuosa para satisfacer las necesidades del consumidor

Calidad:

Elaborar productos de buena calidad mediante procesos técnicos establecidos y de tal manera ofertar un gran producto al público.

Igualdad:

Los productos realizados no tendrán ningún tipo de restricción al público ya que todos pueden acceder a la personalización.

Eficiencia:

Realizar correctamente todos los procesos proporcionando materiales y tecnología adecuada de la microempresa y con el objetivo de optimizar los recursos y realizando un producto de calidad.

2.3.2 Gestión Administrativa

Como señala (Ventura, 2012, pág. 1) que;

La gestión administrativa es imprescindible en todas las empresas, independientemente de sector productivo al que pertenezca. En las microempresas y las PYMES la actividad administrativa es global, sin existir división departamental, es decir, las operaciones administrativas que realiza el personal, van desde la gestión de compra-venta, al control de los recursos humanos, como la contratación, nominas, etc.

2.3.2.01 Planificación

De acuerdo (Stephen & Coulter , 2010) que: “Definición de los objetivos de la organización, establecimiento de estrategias para lograr dichos objetivos y desarrollo de planes para integrar y coordinar actividades de trabajo.”

Para la implementación del proyecto es indispensable analizar todos los indicadores tanto como los de micro y los macro del entorno para poder determinar la aceptación del producto, si es factible o no su creación analizado estos factores se da paso al aspecto legal para realizar las solicitudes y documentos pertinentes mientras se vayan sacando los permisos de funcionamiento se ira adquiriendo las tecnologías y materias primas necesarias para comenzar a trabajar.

2.3.2.02 Organización

Reporta (Ramírez Cardona , 2009, pág. 187) que: “Se habla de organización cuando se tiene un conjunto de partes ordenadas para un fin determinado.”

La organización de la microempresa está representada en el siguiente organigrama dividido por jerarquías.

2.3.2.02.01 Organigrama Estructural

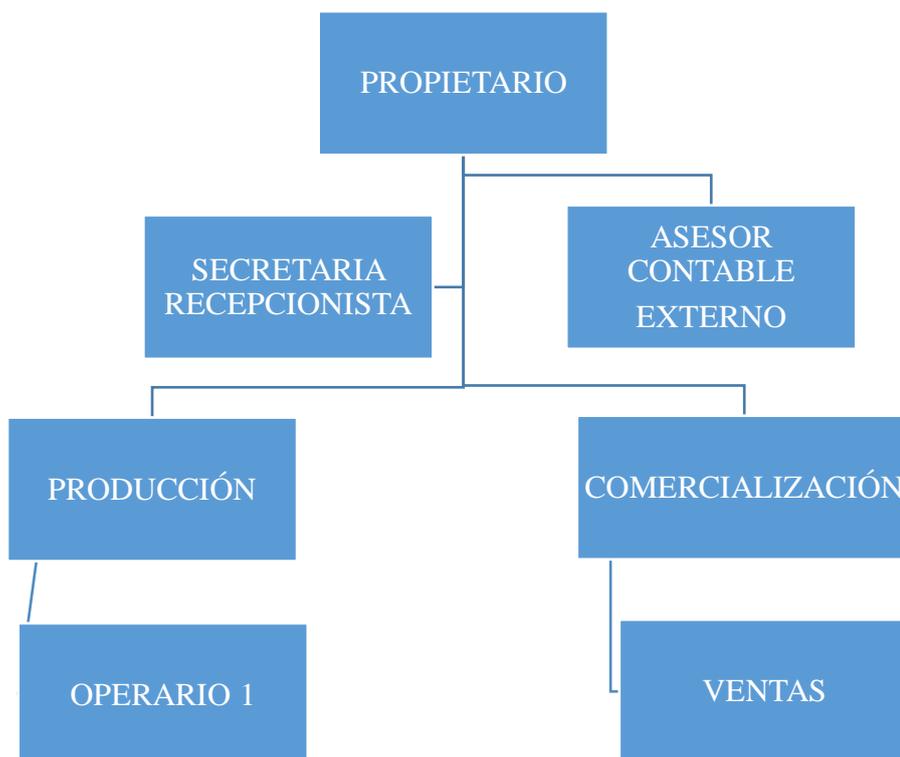


Figura 5 Organigrama

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

2.3.2.02.02 Perfil del Puesto o Cargo y Funciones

Tabla 16 Perfil del Puesto Propietario

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Es el representante legal de la microempresa, se encarga de dirigir, administrar y establecer las políticas operativas	
CARGO	ADMINISTRADOR
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1(unos)
REQUISITOS ACADÉMICOS	Tecnología en Administración
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	dos (2) años de experiencia en cargos similares
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, controlar y direccionar los procesos de la empresa • Administrar los recursos • Selección de personal • Toma de decisiones • Ejercer liderazgo

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 17 Perfil del Puesto Asesor Contable Externo

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Es la persona encargada de analizar la situación financiera en la que se encuentra la empresa antes de tomar una decisión determinada.	
CARGO	Asesor Contable externo
JEFE INMEDIATO	Administrador General
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1 (uno)
REQUISITOS ACADÉMICOS	Tecnología en Contabilidad
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Dos (2) años de experiencia en cargos similares
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Declaraciones de impuestos SRI. • Contabilidad tributaria • Pagos a IESS • Cálculos de sueldos • Control de estados financieros

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 18 Perfil del Puesto Secretaria

APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS SUBLIMADAS PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR-ORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Es la persona que se encarga de receptor y enviar la información de la empresa al administrador, proveedores y a los clientes.

CARGO Secretaria recepcionista

JEFE INMEDIATO Administrador General

NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO 1 (uno)

REQUISITOS ACADÉMICOS Bachiller

REQUISITOS DE EXPERIENCIA Dos (2) años de experiencia en cargos similares

FUNCIONES

- Ingreso del personal
- Proporcionar información a los clientes
- Mantener citas programadas
- Realizar facturación
- Recibir y enviar documentos

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 19 Perfil del Puesto Operarios

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

Las personas encargadas del área productiva de la microempresa que realizarán la confección de las camisetas y el diseño de sublimado de la misma.

CARGO Operarios

JEFE INMEDIATO Administrados General

NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO 2 (dos)

REQUISITOS ACADÉMICOS Bachiller

REQUISITOS DE EXPERIENCIA dos (2) años de experiencia en cargos similares

FUNCIONES

- Control de insumos
- Almacenamiento de mercadería
- Elaboración de productos
- Mantenimiento de bodega
- Control de calidad
- Corte y confección
- Sublimar

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 20 Perfil del Puesto Asesor Comercial

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS SUBLIMADAS PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR-ORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.

La persona encargada asesorar a los clientes sobre el producto que ofrece la microempresa y satisfacer la necesidad del mismo.	
CARGO	Asesor comercial
JEFE INMEDIATO	Administrador General
NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	1 (uno)
REQUISITOS ACADÉMICOS	Bachiller
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	Dos (2) años de experiencia en atención al cliente
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de sublimación • Atender al cliente según la necesidad • Dar información del producto • Realizar las ventas • Brindar un buen servicio al cliente

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Edwin Simba

2.3.2.03 Dirección

Acepta (Ramírez Cardona , 2009, pág. 23) qué;

Dirección de empresas hace referencia al conjunto de acciones que indica el camino o el rumbo que debe seguir la empresa y también al conjunto de enseñanzas y de preceptos que orientan y conducen a los grupos humanos que trabajan en ella.

Las acciones y decisiones que la microempresa deberá ser tomada con un enfoque a cumplir la visión propuesta y consecuentemente cumplir los objetivos de la microempresa, mantener una óptima comunicación con los colaboradores para que realicen su función correctamente.

Para poder direccionar correctamente se debe tener información correcta de todos los estados financieros de esta forma se podrá tomar las decisiones adecuadas y mantener un proceso de producción adecuado a las necesidades de la organización.

2.3.2.04 Controlar

Agrega (Ramírez Cardona , 2009, pág. 164) que;

El control consiste en la vigilancia para que la decisión se cumpla en la forma como fue programada y comunicada. Para el control se aplican principios, normas y técnicas que sirven como guías para quienes ejecutan los trabajos y como medios para medir e impulsar sus acciones

Para lograr los objetivos propuesto se va a tener un control tanto de calidad como económico y laboral, el control a los trabajadores será mediante el sistema de huella digital para controlar las horas de trabajo en la empresa cada área tendrá su respectiva bitácora donde deberá registrar todas la actividades realizadas al día, en el área de producción se tendrá control de inventarios mediante la utilización de un kardex el cual será analizado diariamente midiendo el nivel de producción y los tiempos de la misma para tener control financiero se contara con un sistema contabilidad donde se registrara todos los movimientos de la empresa.

TU ESTILO

BITÁCORA DE TRABAJO

NOMBRE:		CARGO:			
FECHA	H/ENTRADA	FIRMA	ACTIVIDADES REALIZADAS	H/SALIDA	FIRMA

Figura 6 Bitácora

Elaborado: Edwin Simba

TU ESTILO											
CONTROL DE INVENTARIO KARDEX											
NOMBRE:						PROVEEDOR					
CÓDIGO:						DESCRIPCIÓN					
KILOGRAMOS:											
	ENTRADA				SALIDA				EXISTENCIA		
N°	FECHA	CONCEPTO	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL	CANTIDAD	C/U	C/TOTAL

Figura 7 Kardex

Elaborado: Edwin Simba

2.3.3 Gestión Operativa

Menciona (Torres, 2012, pág. 3) que: “se realizan tareas rutinarias programadas previamente por el nivel medio o táctico pertenecen a este nivel empleados administrativos (agentes de ventas) y obreros (soldadores, plomeros, ensambladores).”

2.3.3.01 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

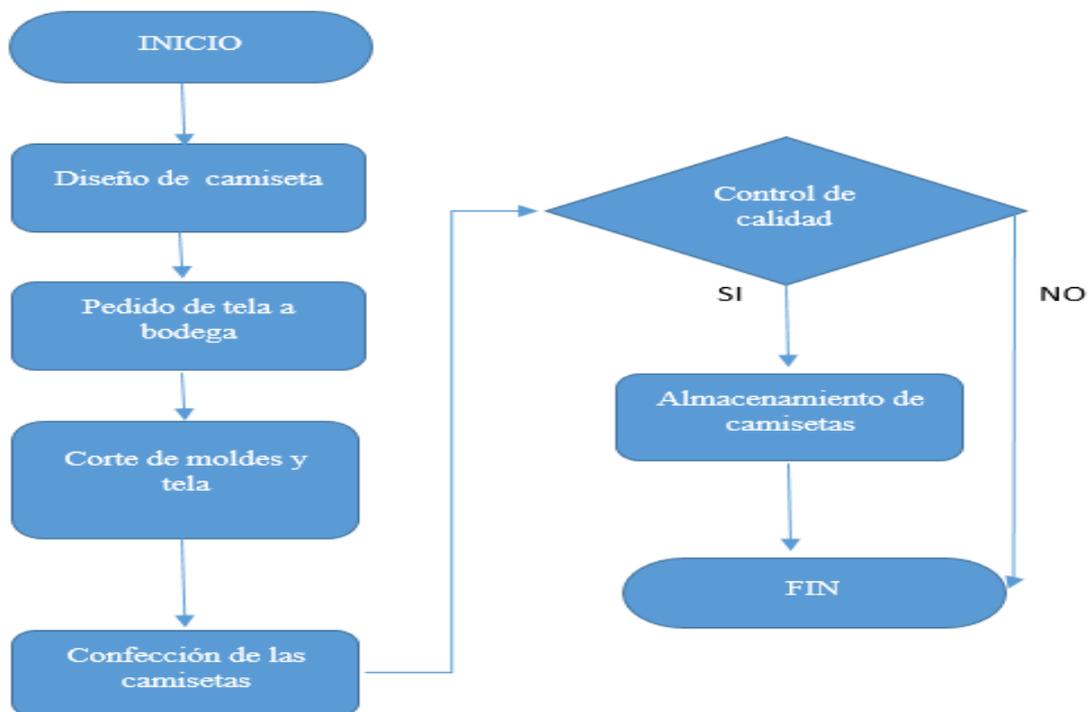


Figura 8 Flujo grama proceso

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

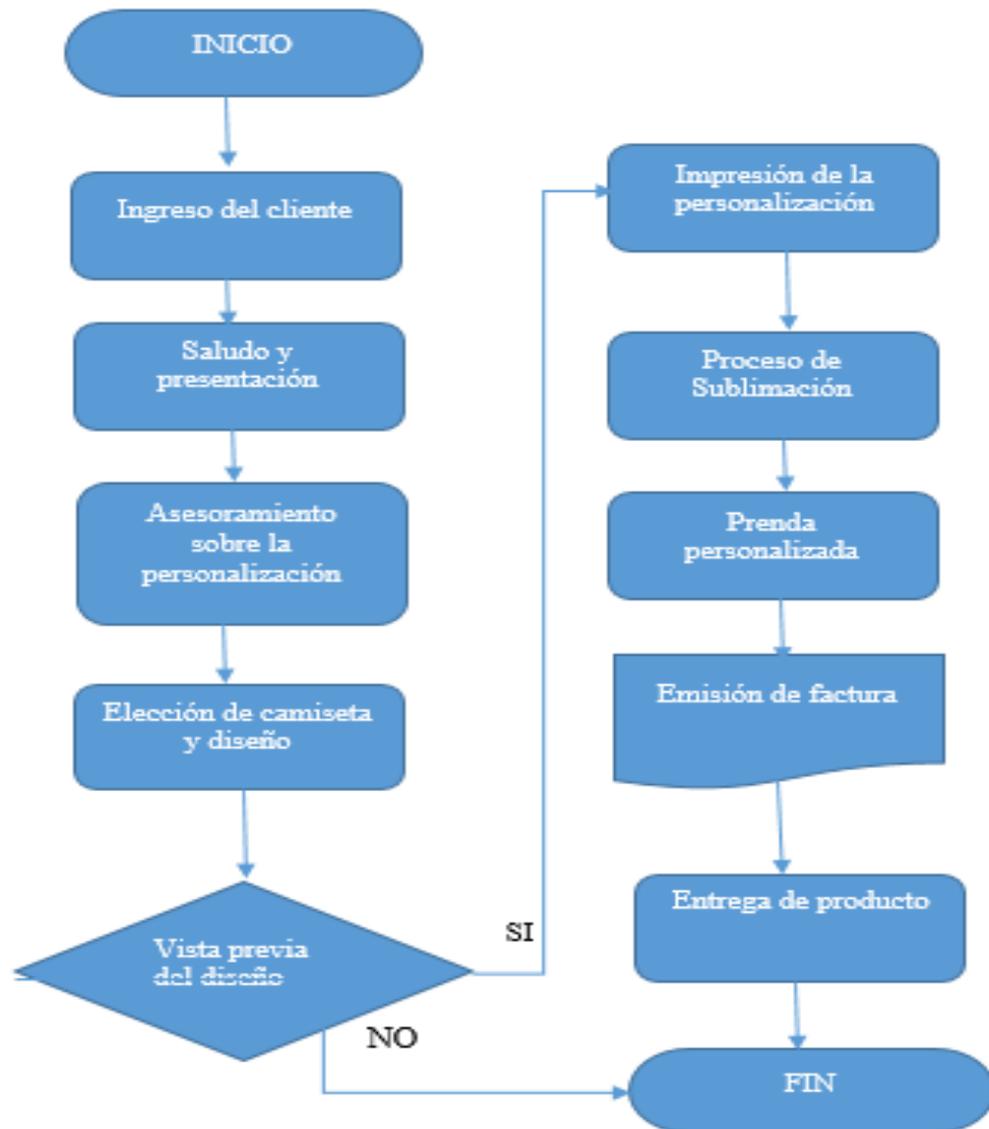


Figura 9 Comercialización

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

2.3.4 Gestión Comercial

Explica (Soret, 2004, pág. 53) que: “También conocida como estrategia de marketing de mercado, comerciales que consiste en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo en el mercado.”

2.3.4.01 Producto

Averigua (Münch, 2010, pág. 228) que: “Conjunto de características tangibles e intangibles: envase, empaque, marca, etiqueta, el producto en sí, etcétera.”

Se ofrecerá el servicio de personalización de diseño con sublimación en camisetas con materia y procesos de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

Aquí se va a detallar paso a paso el proceso tanto de la creación de las camisetas y el paso por el proceso de sublimación.

Pasos para elaboración del producto

- La adquisición de materia prima tendrá que hacer un pedido de tela que tenga como componente principal polyester.



Figura 10 Telas

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

- El paso siguiente será diseño y corte de la tela de todas las partes componentes para la conformación de la camiseta.



Figura 11 Corte

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

- Se procede a la actividad de confección la cual consta en la unión de todas las piezas cortadas



Figura 12 Confección

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

- Al terminar ese este proceso se obtiene la camiseta ya lista para la personalización



Figura 13 Camisetas

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

- Se diseñará la personalización de acuerdo a la petición del cliente para esto se va utilizar el programa ilustrador.



Figura 14 Diseño en Illustrator

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

- Luego de esto pasa a ser impreso el diseño en modo vista espejo para que el diseño no salga al revés



Figura 15 Impresión

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

- El siguiente paso es la sublimación en la plancha 8 en 1 la cual pasa el diseño impreso a la camiseta seleccionada



Figura 16 Sublimación

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

- Sale la camiseta sublimada con el diseño personalizado de acuerdo a la petición del consumidor.



Figura 17 Camiseta Personalizada

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

2.3.4.02 Precio

Aísla (Münch, 2010, pág. 228) que: “Cantidad de dinero que los consumidores tienen que pagar por el producto. Para fijarlo se toman en cuenta factores como: demanda, participación en el mercado, competencia, costos, etcétera.”

Para determinar el precio del producto se tomara en cuenta algunas variables como será la información en el mercado sobre el sector textil, las variaciones en los costos de materias primas y poder determinar un óptimo precio para generar rentabilidad en la microempresa.

2.3.4.03 Plaza

Denomina (Münch, 2010, pág. 228) que: “Medios a través de los cuales se hace llegar el producto al consumidor: logística, canales de distribución y posicionamiento.”

La ubicación donde se situara la microempresa será en el sector no-oriente del distrito metropolitano de Quito en la parroquia “Nayón” en la av. 19 de Diciembre N-1 y Quito, ya que se encuentra en una vía principal motivo por el cual es un sector comercial.

Además de lo mencionado anteriormente la plaza que se pretende llegar son los mismos negocios del sector siendo estos bazares boutiques de ropa que no cuentan con este tipo de camisetas.

2.3.4.04 Promoción

Analiza (Münch, 2010, pág. 228) que: “Actividades mediante las cuales se da a conocer el producto, tales como: publicidad, promoción, ventas y relaciones públicas.”

Para da a conocer la microempresa se realizara marketing por medio de redes sociales aprovecharemos este gran medio de publicidad creando una página en Facebook que contenga la información de la empresa y dando a conocer los modelos de camisetas en la página se tendrá que estar interactuando constantemente con el público y por medio de esta receptor los pedidos y muestras de diseño que los clientes deseen.

La promoción que se realizará por la apertura del negocio será de pague 2 lleve 3 esto quiere decir que por el precio de dos camisetas recibirá la tercera completamente gratis

En temporadas específicas se usara la promoción descuentos la cual constara que por la adquisición de la camiseta personalizada obtendrá un 20% de descuento con pago en efectivo y con un 10% con pago en tarjetas.

Otra de las promociones será para clientes que realicen pedidos de un gran cantidad de prendas las mismas serán entregadas a domicilio o a un punto de entrega acordada con el cliente.



Figura 18 Facebook

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 19 Volantes

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 20 Whatsapp

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

2.3.4.04.01 Logotipo



Figura 21 Logotipo

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Significados de Colores

Blanco:

Implica inocencia y pureza. Simboliza un nuevo comienzo. Nos ayuda en momentos de estrés y nos ayuda a seguir adelante y poner el pasado atrás. Significa igualdad y unidad.

Negro:

El color negro está asociado con el poder, la elegancia, el secreto y el misterio. Es autoritario y puede evocar emociones fuertes, su exceso puede ser abrumador.

Rojo:

El rojo está asociado con diferentes sentimientos como coraje y valentía, y fuertemente ligado a la pasión y el amor. También está relacionado con advertencias o peligros.

SLOGAN

“LLEVA TU ESTILO EN TU CAMISETA”

2.3.4.04.02 Papelería Corporativa



Figura 22 Carpeta

Elaborado: Edwin Simba



Figura 23 Hoja membretada

Elaborado: Edwin Simba

2.3.4.02.03 Material PQP



Figura 25 gorra
Elaborado: Edwin Simba



Figura 24 Camiseta
Elaborado: Edwin Simba



Figura 27 Agenda
Elaborado: Edwin Simba



Figura 26 Bolsa
Elaborado: Edwin Simba



Figura 29 Jarrón
Elaborado: Edwin Simba



Figura 28 Mochila
Elaborado: Edwin Simba

2.4 Análisis FODA

De acuerdo con (Münch, 2010, pág. 49) “El análisis FODA consiste en detectar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que pueden afectar el logro de los planes”



Figura 30 FODA
Fuente: Investigación propia
Elaborado: Edwin Simba

Estrategias FODA

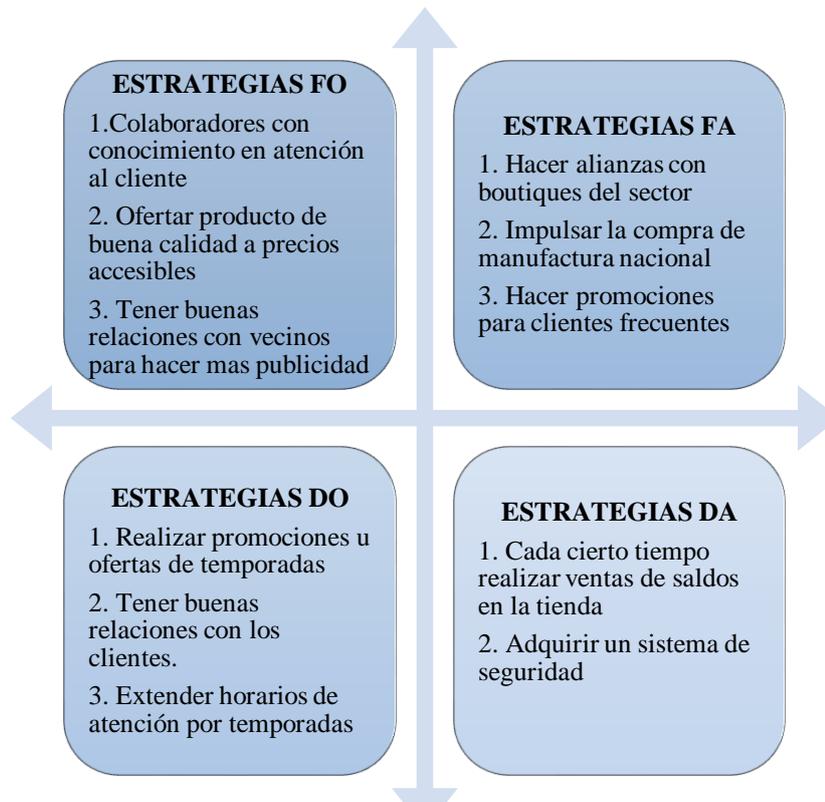


Figura 31 Estrategias FODA

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Con los resultados del análisis FODA y las estrategias propuestas se puede constatar que la microempresa cuenta con altos puntos de fortalezas y oportunidades que pueden contrarrestar los aspectos negativos a los que debe enfrentarse que son las debilidades y las amenazas obteniendo como resultado positivos para la implementación de la microempresa beneficiándose tanto la parte empresarial como la social que es mejorar la economía del país creando plazas de trabajo y aportando al PIB en el sector de la manufactura.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Explica (Asencio del Arco & Vázquez , 2009, pág. 224) que: “es un proceso de investigación cuya finalidad es obtener información relevante sobre el consumidor, el grado de competencia y otras características del entorno que afectan al producto.”

3.1 Análisis del Consumidor

Argumenta (Cárdenas , 2014, pág. 1) que: “Es una estrategia empleada por la mercadotecnia con la finalidad de conocer todos aquellos elementos que influyen directamente o indirectamente en la adquisición de un bien.”

Objetivo del Estudio de Mercado

El objetivo del estudio de mercado poder determinar las ventajas, desventajas, grupos y medios en los cuales se van a desarrollar el presente estudio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Enfocar el mercado principal del proyecto
- Examinar la oferta existente y la oferta proyectada
- Determinar la demanda actual y proyectada
- Establecer costos de los productos en base a información del mercado

Segmentación de Mercado

Menciona (Cárdenas , 2014, pág. 6) que: “Es una estrategia empleada por los mercadólogos para dividir el mercado en grupos homogéneos a fin de conocerlo y poder establecer una adecuada estrategia de marketing.”

Con la segmentación de mercado se pretende identificar claramente el mercado objetivo al que va a estar enfocado los productos y servicio de la microempresa “Tu Estilo” mediante esto se podrá determinar el nivel de preferencia y consumo de la población en estudio.

Tabla 21 Segmentación de Mercado

CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS	CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	CARACTERÍSTICAS CONDUCTUALES
Provincia: Pichincha	Género: Indistinto	Producción de Calidad
Cantón: Quito	Población Económicamente Activa	Ética laboral
Parroquia: Nayón	Nacionalidad: Indistinta	Servicio Personalizado
Localidad: Barrio San Joaquín Oriental	Nivel socio económico: Alto, Medio, Bajo	Cuidado ambiental

Fuente: investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

3.1.1. Determinación de la población y muestra

3.1.1.01 Población

Deduca (Curtis, 2008, pág. 925) que: “Es un grupo de organismos de una misma especie que se reproducen entre si y conviven en el espacio y en el tiempo.

3.1.1.02 Tamaño del Universo

Tabla 22 Tamaño del Universo

UNIVERSO	N°.
POBLACIÓN DE QUITO	2'841.675
POBLACIÓN DE LA PARROQUIA	17.911
POBLACIÓN DEL PEA	9.390

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

3.1.1.03 Muestra

Confirma (Pliego, 2011, pág. 68) que: “El número de sujetos que componen la muestra es inferior que el de la población, pero suficiente para que la estimación de los parámetros tenga un nivel de confianza adecuado.”

3.1.1.04 Formulación de la muestra

Nomenclatura

n = Tamaño de la Muestra

N = Población o Universo

E^2 = Margen de Error (5%)²

P = Probabilidad de Éxito 50%

Q = Probabilidad de Fracaso 50%

Z^2 = Valor Estadística de la Distribución Normal Cuando $NC = (1.96)$

Formula:

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N-1)E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{17.911 \cdot (0.50) \cdot (0.50) \cdot (1.96)^2}{(17.911-1)(0.050)^2 + (0.50) \cdot (0.50) \cdot (1.96)^2}$$

$$n = 385$$

3.1.2 Técnicas de la Obtención de la Información

Entrevista

Explica (Bestard, 2011, pág. 166) que: “Una entrevista es una conversación entre dos o más personas con un contenido en cierta forma predeterminado. En sus diferentes formatos, puede existir un entrevistado y uno a más entrevistadores.”

La observación

Explica (Mesa, 2012 , pág. 68) que: “Es un método de encuesta de recolección de datos, cuya técnica permite registrar lo que es posible observar, como el número de personas que ingresan a un autoservicio y realizan una compra.”

Cuestionario

Añade (Jiménez S. , 2013, pág. 149) que: “El cuestionario es aquel instrumento que permite al investigador recoger la información de forma homogénea para todos los encuestados.

Test

Explica (Birkenbihl, 2008, pág. 141) que;

La traducción de la palabra inglesa test significa prueba, examen, cuestionario, reconocimiento, experimento. Pero los exámenes convencionales y los test se diferencian en un punto esencial: un test es un proceso de prueba que a su vez puede ser sometido a un examen sistemático.

Encuesta

Aísla (Escudero, 2012, pág. 341) que: “La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se realiza a un número de personas con el fin de obtener la información necesaria para la investigación.”

Para el presente estudio se obtendrá la información mediante el método de la encuesta la cual permitirá dar a conocer los productos que va a ofrecer la microempresa y de tal manera verificar si el producto tendrá la aceptación necesaria para su correcta implementación.

3.1.2.01 Modelos de la encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”

ENCUESTA

CARRERA: ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

Buenos días/ tardes, mi nombre es Edwin Simba, soy estudiante de sexto semestre del Instituto Tecnológico Superior “Cordillera” y me encuentro realizando una encuesta para evaluarla demanda y oferta del proyecto a implementar el cual trata de camisetas personalizadas que estoy realizando previa la obtención del título de tecnólogo en administración bancaria y financiera.

Datos Generales:

Nombre y Apellido:..... Genero: M... F... Edad.....

Actividad Económica: SI.....NO.....

MARQUE CON UNA X LAS SIGUIENTES PREGUNTAS

1. ¿Usted utiliza camisetas estampadas?

Sí No

2. ¿Tiene conocimiento usted sobre las camisetas personalizadas?

Sí No

3. ¿Está de acuerdo, que en el sector de Nayón se implemente una microempresa que oferte el servicio de camisetas personalizadas?

Sí No

4. ¿Con que frecuencia adquiriera una camiseta?

Semanal Mensual Trimestral Anual

5. ¿Al adquirir qué características observa en una prenda de vestir?

Calidad

Diseño

Precio

6. ¿Cuánto está usted dispuestos a pagar por una camiseta personalizada?

\$10-\$12 \$12-\$15

\$16-\$20 \$20-\$25

7. ¿Estaría dispuesto adquirir una camiseta personalizada?

Sí No

8. ¿Está usted de acuerdo el producto que ofertan otras empresas?

Sí No

9. ¿Generalmente usted donde compra sus camisetas?

- Centros Comerciales
 Boutiques
 Bazares
 Mercados Artesanales

10. ¿En su camiseta que tema estaría dispuesto a sublimar?

Dibujos/ animes Temas Políticos
Frases populares Cultura
Deportes

11. ¿Por qué medio le gustaría enterarse del producto de la elaboración y sublimación de camisetas?

Redes sociales Prensa escrita
Por catálogo Publicidad (flyers, afiches, tarjetas)

Gracias por su colaboración

3.1.3 Análisis de la Información

Añade (Díaz de Rada, 2009, pág. 27) que: “El objetivo se centra en obtener un conocimiento detallado de cada una de las variables utilizadas en la investigación, empleando para ello distribuciones de frecuencias, estadísticos univariantes y representaciones gráficas.”

Datos Generales

Tabla 23 Género

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	211	54,81%
Hombre	174	45,19%
Total	385	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

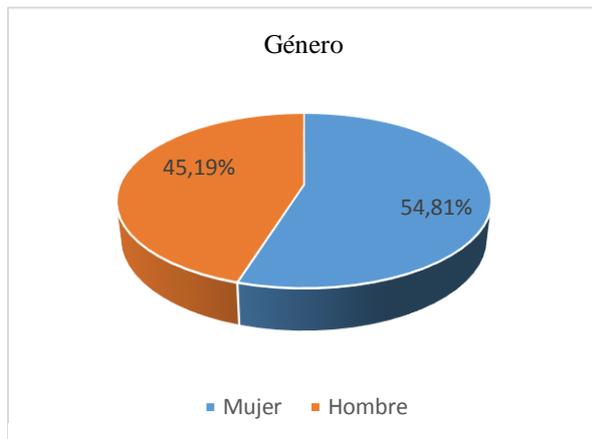


Figura 32 Género

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Con los datos obtenidos en las encuestas se determina que el 45,19% son de género masculino y un 54,81% del total de las encuestas, con lo que se puede establecer que en la población tomada se encontró mayor cantidad de mujeres, pero también existe un porcentaje alto de hombres los cuales pueden ser los clientes potenciales

1. ¿Usted utiliza camisetas estampadas?

Tabla 24 Pregunta 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	261	67,79%
No	124	32,21%
Total	385	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 33 Pregunta 1

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

En la presente figura se puede observar que el 67,79% de las personas encuestadas afirman que adquieren camisetas estampadas mientras que el 32,21% no las utiliza, con esta cifra se determina que la mayoría de las personas aceptan la idea de utilizar camisetas con un diseño.

2. ¿Tiene conocimiento usted sobre las camisetas personalizadas?

Tabla 25 Pregunta 2

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	308	80%
No	77	20%
Total	385	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 34 Pregunta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

De acuerdo a la encuesta realizada se determina que las personas tiene un conocimiento o idea de lo que la microempresa se va a dedicar es de un 80% mientras que un 20% no conoce el tema del presente proyecto, con estos datos se analiza que el cliente futuro tiene conocimiento del emprendimiento que se va a realizar.

3. ¿Está de acuerdo, que en el sector de Nayón se implemente una microempresa que oferte el servicio de camisetas personalizadas?

Tabla 26 Pregunta 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	325	84%
No	60	16%
Total	385	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

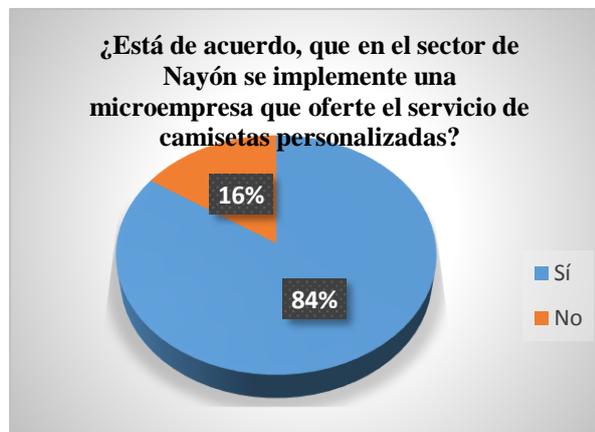


Figura 35 Pregunta 3

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Con los datos obtenidos se determina que el 84% de las personas encuestadas está de acuerdo con la implementación de la microempresa que oferte camisetas personalizadas mientras que el 16% no tiene interés en la implementación de la misma. Con estos datos se analiza que el proyecto presentado va a tener una aceptación de los clientes.

4. ¿Con que frecuencia adquiriera una camiseta?

Tabla 27 Pregunta 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
semanal	65	16,88%
mensual	203	52,73%
trimestral	72	18,70%
anual	45	11,69%
total	385	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

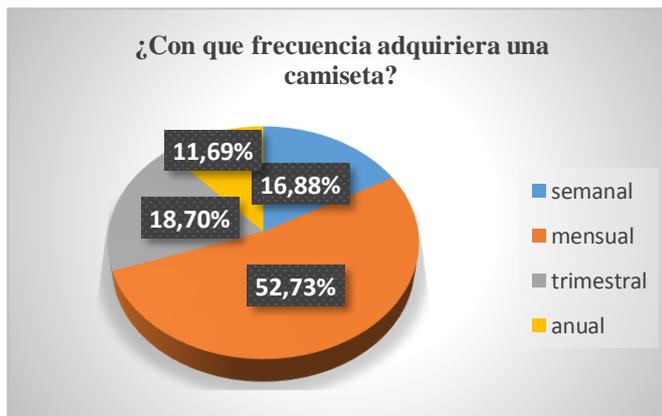


Figura 36 Pregunta 4

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Con la información obtenida de las encuestas realizadas se determina que las personas adquieren las camisetas en los siguientes periodos; a la semana un total de 65 personas que es el 16,88% de las personas encuestadas mientras que hay un 52,73% que las compra regularmente cada mes, un 18,70% las adquiere pasando un trimestre, y un 11,69% las compra a un año, esto indica que el proyecto va a tener acogida, y los clientes van a ir adquiriendo de forma en diferentes lapsos de tiempo, esto generará que las ventas sean de manera continua en cada periodo.

5. ¿Al adquirir qué características observa en una prenda de vestir?

Tabla 28 Pregunta 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
calidad	148	38,44%
diseño	201	52,21%
precio	36	9,35%
total	385	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 37 Pregunta 5

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Con la información obtenida se observa que las personas al momento de adquirir camisetas toma en cuenta como primera opción el diseño siendo el 52,21% de preferencia de las personas, mientras que el 38,44% dijo que para elegir la camiseta primero se basa en la calidad de la misma, y un 9,35% se fija en el precio para adquirirla, lo que demuestra que la microempresa debe realizar camisetas de calidad con el diseño que demande el cliente y teniendo un precio accesible.

6. ¿Cuánto está usted dispuestos a pagar por una camiseta personalizada?

Tabla 29 Pregunta 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$ 10 - \$12	99	25,71%
\$13 - \$15	193	50,13%
\$16 - \$20	63	16,36%
\$ 21 - \$ 25	30	8%
total	385	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 38 Pregunta 6

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

En el tema del precio la encuesta se refleja que las personas están dispuestas a pagar entre \$10 a \$12 un 25,71% del total de personas mientras que el 50,13% están dispuestos a pagar entre \$13 y \$15, un 16,36% está de acuerdo en pagar entre \$16 a \$20, y el 8% estaría dispuesto a pagar entre \$21 a \$25, por lo tanto las camisetas personalizadas tendrán un precio entre \$13 hasta los \$20 dependiendo el diseño que elija el cliente.

7. ¿Estaría dispuesto adquirir una camiseta personalizada?

Tabla 30 Pregunta 7

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	327	85%
No	58	15%
Total	385	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 39 Pregunta 7

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

En la figura se puede observar que el nivel de personas que estarían dispuestos adquirir las camisetas personalizadas es el 85% esto es un resultado muy bueno para el proyecto ya que al momento de la implementación el público aceptará el producto ofertado.

8. ¿Está usted de acuerdo el producto que ofertan otras empresas?

Tabla 31 Pregunta 8

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	173	45%
No	212	55%
Total	385	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

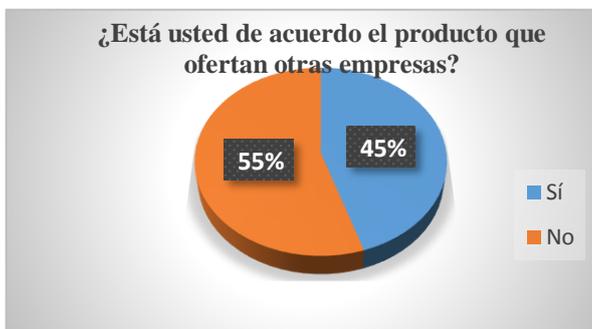


Figura 40 Pregunta 8

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Se puede observar que las personas encuestadas están de acuerdo en un 45% con las microempresas de personalizaciones de camisetas mientras que el 55% no está de acuerdo con las mismas, debido a este % de personas que no aceptan el producto conocido se tendrá que realizar un producto que sea de buena calidad con un buen diseño y que el precio sea más bajo que la competencia pero sin perder utilidad.

9. ¿Generalmente usted donde compra sus camisetas?

Tabla 32 Pregunta 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
centro comerciales	269	69,87%
Boutique	85	22,07%
Bazares	12	3,12%
Mercados Artesanales	19	4,94%
total	385	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

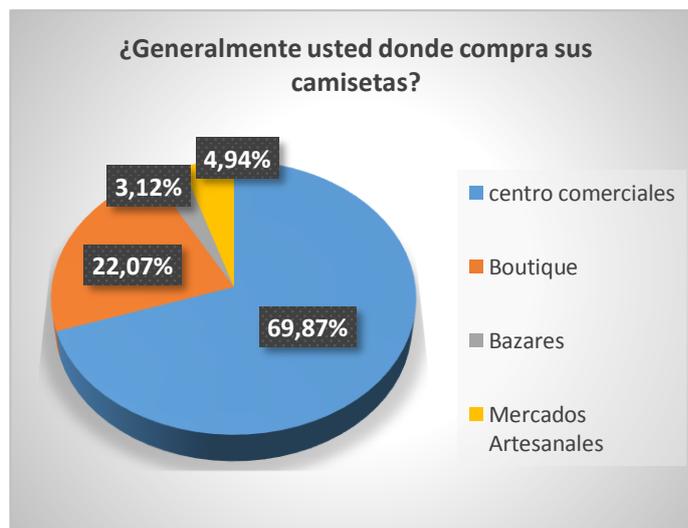


Figura 41 Pregunta 9

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Las personas han indicado que su lugar preferido para realizar su compra es en centro comerciales con un 69,87% en boutiques un 22,07% en bazares un 3,12% y 4,94% en mercados artesanales, con lo que se puede determinar que la microempresa debe tener una boutique bien diseñada de acuerdo a las exigencias del cliente.

10. ¿En su camiseta que tema estaría dispuesto a sublimar?

Tabla 33 Pregunta 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Dibujos/Animes	153	39,74%
Temas políticos	19	4,94%
Frases Populares	135	35,06%
Cultura	21	5,45%
Deportes	57	14,81%
Total	385	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 42 Pregunta 10

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

En la figura se observa que los temas elegidos por las personas para personalizar en las camisetas es dibujos o animes en un 39,74% temas políticos un 4,94%, frases populares tiene aceptación de un 35,06%, 5,45% de temas culturales, y 14,81% relacionado con deportes, esto indica que el producto tendrá aceptación ya que todos los futuros clientes pueden escoger su diseño de acorde a sus gustos o necesidades.

11. ¿Por qué medio le gustaría enterarse del producto de la elaboración y sublimación de camisetas?

Tabla 34 Pregunta 11

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Redes Sociales	284	73,77%
Prensa Escrita	25	6,49%
Por Catálogo	19	4,94%
Publicidad	57	14,80%
Total	385	100,00%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 43 Pregunta 11

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

En la figura se observa que las personas están más interesadas a conocer sobre los productos mediante las redes sociales con un porcentaje del 73,77% la segunda opción es por medio de publicidad con un 14,80%, un 6,49% por prensa escrita y un 4,94% por catálogo, por lo que la microempresa pondrá mayor

énfasis a promocionar el producto mediante las redes sociales y por publicidad ya que es el canal que se puede llegar con mayor facilidad al cliente.

3.2 Oferta

Deduce (Krugman, Wells, & Olney, 2008) que: “La oferta o cantidad de oferta es la cantidad de bienes o servicios que las personas están dispuestas a vender a un determinado precio.”

3.2.01 Oferta histórica

Afirma (Reyes, 2013, pág. 31) que: “Comportamiento histórico de la oferta estadística de la producción histórica por lo menos de 5 años.”

Tabla 35 Oferta Histórica

OFERTA HISTÓRICA		
Ingresos Sector textil		
Años	2015	2016
Millones USD	107	103

Fuente: Proecuador

Elaborado: Edwin Simba

3.2.02 Oferta actual

Determina (Reyes, 2013, pág. 31) que: “Estimación de la oferta actual determinación cuantificable de la producción de los proveedores actuales.”

3.2.02.01 Cálculo de la oferta actual

Tabla 36 Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta Actual
2017	7.933	0,4500	3.570

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

3.2.03 Oferta proyectada

Confirma (Reyes, 2013, pág. 31) que: “Determina los factores que pueden afectar la oferta en el futuro como puede ser crisis económica, desempleo, etc.”

Tabla 37 Oferta Proyectada

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2018	8.219	0,4500	3.699
2019	8.515	0,4500	3.832
2020	8.770	0,4500	3.947
2021	9.033	0,4500	4.065
2022	9.304	0,4500	4.187

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Según las proyecciones realizadas, se determina que la oferta ira creciendo anualmente acorde al crecimiento poblacional esto indica que el proyecto va ir generando rentabilidad ya que hay demanda insatisfecha en el sector.

3.3 Demanda

Discrepa (Krugman, Wells, & Olney, 2008, pág. 57) que: “La demanda o cantidad de demanda es la cantidad que los consumidores están dispuestos a comprar a un precio determinado.”

3.3.01 Demanda histórica

Explica (Reyes, 2013, pág. 30) que: “Obtenga información estadística, índices de consumo, comportamiento esperado de por lo menos 5 años.”

3.3.02 Demanda actual

Analiza (Reyes, 2013, pág. 30) que: “Demanda actual mismo que la histórica pero de los 12 últimos meses.”

3.3.02.01 Cálculo de la demanda actual

Tabla 38 Demanda Actual

Año	Demanda Actual		
	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Actual
2017	7.933	1	7.933

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

3.3.03 Demanda proyectada

Tabla 39 Demanda Proyectada

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2018	7.933	1,036	8.219
2019	8.219	1,036	8.515
2020	8.515	1,03	8.770
2021	8.770	1,03	9.033
2022	9.033	1,03	9.304

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis:

De acuerdo con las proyecciones realizadas, se observa que el número de demandantes del producto irá aumentando cada año lo que indica que el proyecto tiene una gran oportunidad de que su implementación sea factible.

3.4 Balance oferta-demanda

3.4.01 Balance actual

Tabla 40 Balance Actual

CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2017	7.933	3.570	4.363

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

3.4.02 Balance proyectado

Tabla 41 Balance Proyectado

CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2018	8.219	3.699	4.520
2019	8.515	3.832	4.683
2020	8.770	3.947	4.824
2021	9.033	4.065	4.968
2022	9.304	4.187	5.117

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

El balance proyectado arroja resultado favorables para la implementación de la microempresa ya que existe un número importante de demanda insatisfecha del producto el cual se debe aprovechar de una manera adecuada, correcta y por ende el presente proyecto tendrá una gran acogida en el mercado.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

Acepta (Luna, 20116, pág. 132) que: “También denominado estudio de producción, consiste en ubicar, analizar, definir, diseñar el tamaño y la localización optima, así como la investigación de necesidades de infraestructura, proceso de producción, activo fijo y micro y macro localización del plan estratégico de negocios.”

4.1 Tamaño del proyecto

Reporta (Miranda, 2005, pág. 120) que;

Al definir la magnitud del proyecto es preciso adelantar algunas consideraciones en torno a: la dimensión del mercado, a la capacidad financiera de los promotores del proyecto, a la disponibilidad de insumos, a la existencia y eficiente suministro de servicios, a la situación del transporte, a aspectos de tipo institucional (legislación, política económica, a planes de desarrollo, programas sectoriales, regionales o locales), a la capacidad de gestión, a la localización del proyecto, etc.

4.1.01 Capacidad Instalada

Adecua (Vargas, 2006, pág. 657) que: “Capacidad instalada es el conjunto de recursos productivos de que dispone la empresa y que pueden ser utilizadas para producir. Estos recursos pueden ser naturales, instalaciones, líneas de producción de la mismo o diferente tecnología, conocimiento, permisos y licencias, etc.”

Tabla 42 Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
TRABAJADORES	2
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	40
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	800
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	9600
PRECIO	13,50
TOTAL	129.600,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

La capacidad instalada de la microempresa contara con dos trabajadores los cuales trabajarán de lunes a viernes en 8 horas los cuales producirán 40 camisetas diarias con una producción mensual de 800 camisetas que multiplicadas por los meses de un años dará un total de 9600 a un precio de \$13,50 el total anual de dinero es de \$129.600,00

4.1.02 Capacidad Óptima

Argumenta (Prieto, 2014, pág. 60) que;

El tamaño óptimo de un proyecto es aquel que produce la rentabilidad más alta o la mayor diferencia entre los costos y beneficios (inversionistas) o también el más bajo costo unitario o la mayor diferencia entre costos y beneficios sociales (estado).

Tabla 43 Capacidad Óptima

CAPACIDAD ÓPTIMA	
TRABAJADORES	2
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN DIARIA	40
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN MENSUAL	800
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN ANUAL	9600
% DE ACEPTACIÓN	0,84
TOTAL	8.064,00
% DE FRECUENCIA	0,5273
TOTAL	4.252,15
PRECIO	13,5
TOTAL	57.403,99

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

En la capacidad óptima del proyecto da como resultado un total de \$ 57.403,99 tomando en cuenta que van a trabajar 2 operarios su producción anual será de 9600 el porcentaje de aceptación es de 84% lo que da un total de 8064 camisetas que serán adquiridas con un frecuencia de 52,73% da un total de 4252,15 a un valor de \$13,50.

4.2 Localización

Estipula (Pérez, 2014, pág. 452) que: “Es bien diferente según se trate de situar una instalación independiente, varias fábricas y almacenes interdependientes, un comercio que se entrará en competencia con otro de la zona, o servicios de emergencia.”

4.2.01 Macro localización

Para identificar la macro localización de un proyecto o la zona donde se instalará un negocio, se debe tener en cuenta algunos factores con el fin de determinar el lugar donde se obtenga máxima ganancia para esto se toma en cuenta el país la provincia, y el sector donde se ubicará la empresa.

Tabla 44 Macro localización

MACRO LOCALIZACIÓN	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Nayón
Sector	San Joaquin Oriental

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba



Figura 44 Macro localización

Fuente: Google maps

Elaborado: Google maps

4.2.02 Micro localización

En la micro localización del proyecto el propósito es la de seleccionar el sector o la comunidad exacto donde se ubicará la microempresa para seleccionar esto se debe analizar las características topográficas del lugar escogido.



Figura 45 Micro localización

Fuente: Google maps

Elaborado: Google maps

4.2.03 Localización óptima

Tabla 45 Localización Óptima

Factores	Ponderación	Nayón av. Quito y 19 de Diciembre		San Pedro del Valle		Atahualpa y Segundo Corella	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Vías de acceso	0,15	10	1,50	6	0,90	7	1,05
Trasporte	0,11	10	1,30	10	1,10	10	1,10
Parqueadero	0,15	10	1,50	5	0,75	5	0,75
Costo de arriendo	0,13	10	1,30	7	0,91	6	0,78
Servicios Básicos	0,13	10	1,30	10	1,30	10	1,30
Seguridad	0,14	9	1,26	5	0,70	5	0,70
Competencia	0,06	5	0,45	5	0,48	5	0,48
Zona comercial	0,13	7	0,91	8	1,04	8	1,04
TOTAL	1,00	71	9,52	56	7,18	56	7,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Analizando la investigación realizada se puede observar que los posibles lugares óptimos para la micro empresa nos arroja resultados que la mejor ubicación debe ser en Nayón en la avenida Quito y 19 de Diciembre ya que su porcentaje en 9,52% para este resultado se utilizó los factores relevantes y por ende la implementación deberá realizarse en el sitio mencionado.

4.3 Ingeniería del producto

Manifiesta (Suñé, Gil, & Arcusa, 2010, pág. 79) que: “Es la responsable de la funcionalidad final del producto, de la tecnología necesaria y del diseño detallado. Se suele encuadrar en las áreas de Investigación y Desarrollo.

4.3.01 Definición del Producto

Acepta (López, Mas, & Viscarri, 2010, pág. 137) que: “El producto es todo aquello que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que es capaz de satisfacer una necesidad o deseo.”

4.3.02 Distribución de la planta

Tabla 46 Distribución de planta

Área	Dimensiones	Total m ²
Área administrativa	3m ² *3m ²	9m ²
Recepción	1.5m ² * 2m ²	3m ²
Baño administrativo	1.44m ² * 1.44m ²	2.07m ²
Área operativa	5m ² * 4m ²	20 m ²
Bodega	3m ² *3m ²	9m ²
Baño producción	1.44m ² * 1.44m ²	2.07m ²
Área de ventas	6m ² * 5m ²	30 m ²
Parqueadero	12,5 m ² * 2	25 m ²
TOTAL CAPACIDAD INSTALADA		90.14m²

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

4.3.02.01 Códigos de cercanía

Tabla 47 Código cercanía

CÓDIGO DE CERCANÍA	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

4.3.02.02 Razones de cercanía

Tabla 48 Razones de cercanía

RAZONES DE CERCANÍA	
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente necesario que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía indiferente
X	Cercanía indeseable

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

4.3.02.03 Matriz triangular

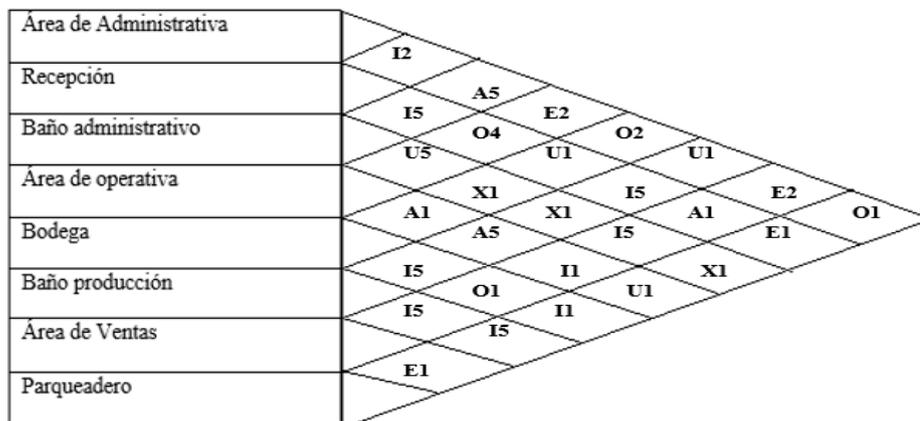


Figura 47 Matriz triangular

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

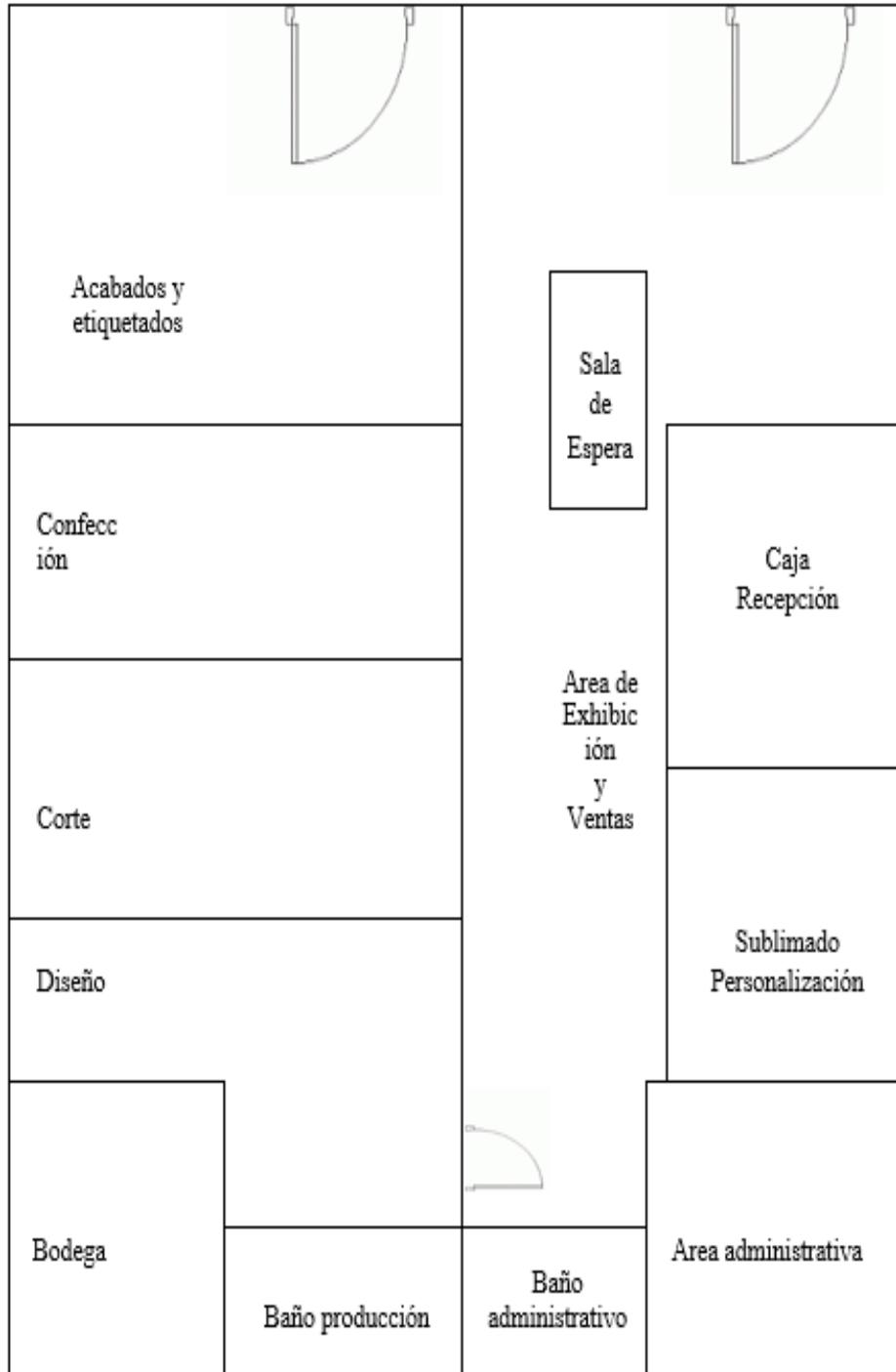


Figura 48 Plano de planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

TABULACIÓN DE LA MATRIZ TRIANGULAR

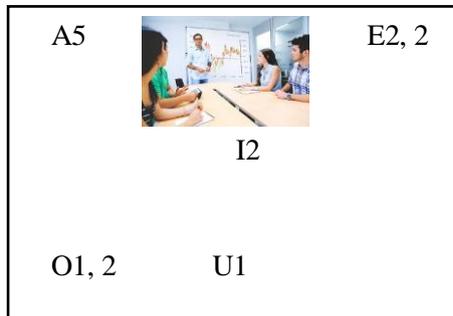


Figura 49 Área administrativa

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

El área administrativa es muy importante debido a que tiene que estar en constante comunicación con las demás áreas de tal manera observar si todos los procesos se están cumpliendo de manera ordena y planificada.

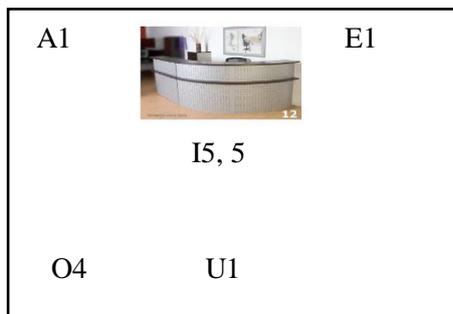


Figura 50 Recepción

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

La recepción es un elemento muy importante y su ubicación será a la entrada de la microempresa deberá ser visiblemente para el cliente en esta área se informara al consumidor del productos y resolver sus inquietudes.

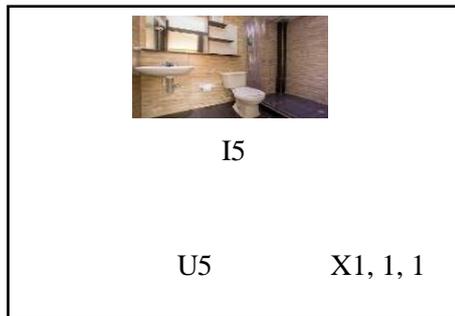


Figura 51 Baño administrativo

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

El baño administrativo se ubica a lado del área administrativa y cerca del área de ventas para tener una adecuada higiene del personal de tal manera brindar una excelente atención al cliente.

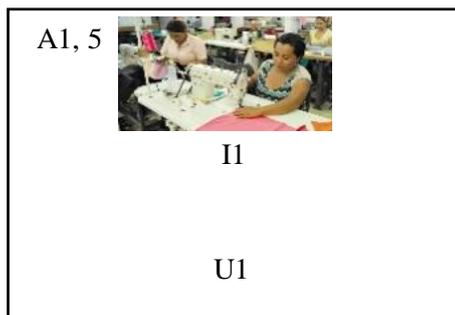


Figura 52 Área operativa

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

El área operativa es muy importante en la microempresa es donde se va a crear el producto, esta tendrá que estar cerca de las otras áreas para poder una correcta cadena de producción y optimización de los recursos.

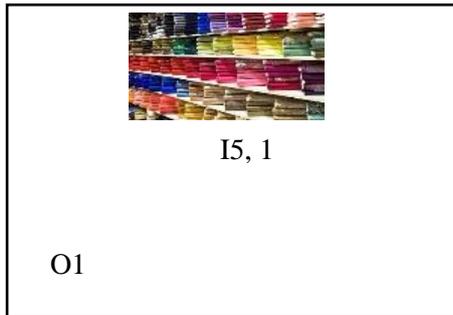


Figura 53 Bodega

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

La bodega se ubicará a lado del área de producción ya que se necesitara constantemente el ingreso y egreso de las telas para la producción necesaria

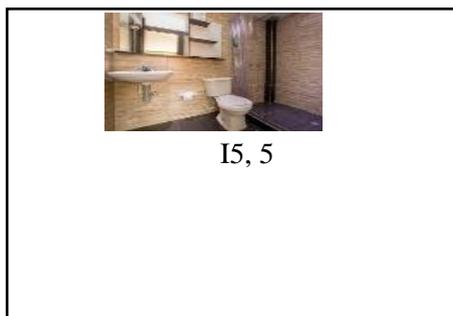


Figura 54 Baño Producción

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

El baño de producción se ubicará en el cuarto de producción para tener una higiene adecuada y realizar los procesos de calidad y asepsia necesaria.

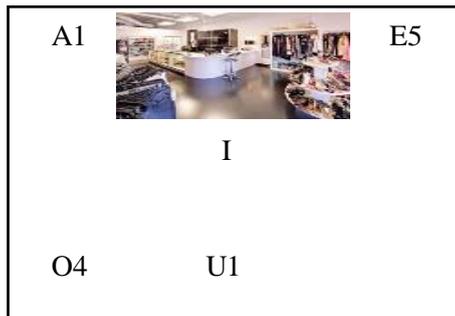


Figura 55 Área de ventas

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

El área de ventas tendrá que estar en un lugar centro para tener acceso a las demás áreas y poder realizar sus funciones correctamente y con el menor tiempo posible de tal manera que el cliente se sienta a gusto en su estadía en la micro empresa.

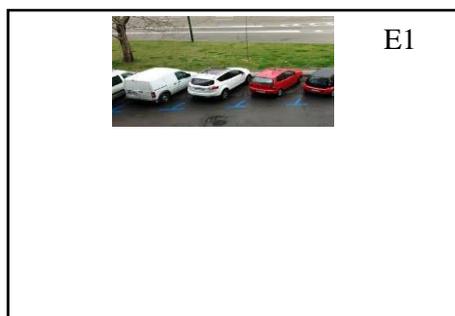


Figura 56 Parqueadero

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

El área de parqueadero es muy necesaria ya que se necesitará para los clientes o proveedores y de tal manera realizar sus compras o sus entregas de tal manera que se sientan a gusto y realizar sus funciones tranquilamente.

4.3.03 Proceso productivo

Determina (del Valle, 2016, pág. 62) qué;

El proceso de producción o sistema de producción se define como un conjunto de tareas, procedimientos y técnicas a través de las cuales la organización transforma unas entradas o inputs en unas salidas u outputs, cuyo valor para la organización es mayor que los inputs originales.

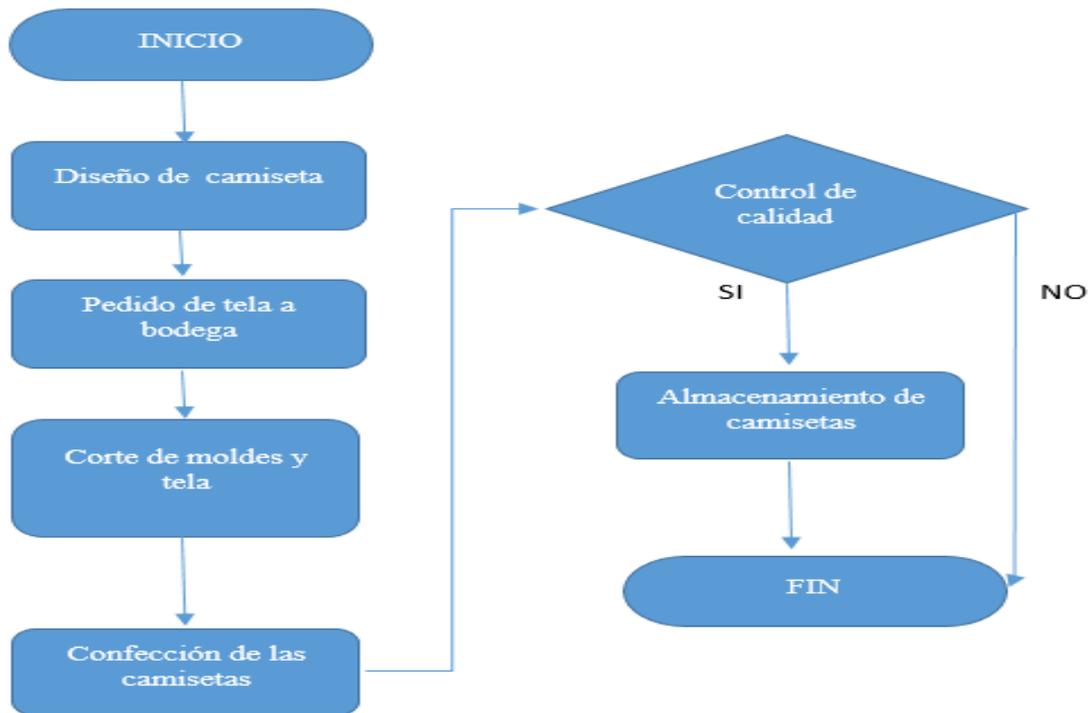


Figura 57 Proceso productivo

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DEL FLUJO GRAMA

Tabla 49 Descripción de procesos

ÁREA	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	TIEMPO
Diseño de camiseta	Diseñar camiseta y medidas en ilustrador Y destinar número de lote a confeccionar Sacar moldes de muestra para el corte	5m
Pedido de tela a bodega	Con el número de lote se procede hacer el pedido de metros de tela correspondiente	5m
Corte de tela	Tendido y corte de tela en varias partes según el molde	40s
Confección de camisetas	Armado de las piezas de la camisetas terminados y etiquetados	5m
TOTAL		15m 40s
Almacenamiento de camisetas	Se procede a planchar y empacar las camisetas para que pasen a ser exhibidas en la tienda.	3m
Sublimado	Personalización de camiseta elección del cliente del diseño, impresión de diseño y sublimado en camisetas	13m
TOTAL		31m 40s

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

4.3.04 Maquinaria y equipo

Explica (Instituto De Contabilidad Y Auditoría De Cuentas, 2008, pág. 230) que: "Conjunto de maquinaria, o bienes de equipo mediante las cuales se realiza la extracción o elaboración de los productos.

Tabla 50 Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
Máquina de coser recta	1	250,00	250,00
Impresora para sublimar	1	350,00	350,00
Sublimadora	1	600,00	600,00
Máquina de coser overlock	1	350,00	350,00
Corta hilos	4	0,50	2,00
Cortadora	1	70,00	70,00
Plancha	1	20,00	20,00
Tijeras industriales	3	2,50	7,50
Total	13	1.643,00	1.649,50

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Muebles y enseres

Los muebles y enseres es el mobiliario que sirve para el uso de las actividades habituales para el funcionamiento de la microempresa también se usa de forma decorativa.

Tabla 51 Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor	
		Unitario	Total
Escritorio	2	100,00	200,00
Silla de oficina	6	45,00	270,00
Sillón de Espera	1	100,00	100,00
Mesa de trabajo	1	100,00	100,00
Archivador	1	70,00	70,00
Estantería	2	75,00	150,00
Vitrina de exhibición	1	150,00	150,00
TOTAL	14	640,00	1.040,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Equipo de computación

El equipo de computación se refiere al material electrónico que se necesita para la realización de funciones diarias en la microempresa estas pueden ser computadoras, copiadoras, escáner.

Tabla 52 Equipos de computación

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Computadora escritorio	1	400,00	400,00
Impresora Multifunción Epson L550	1	350,00	350,00
Computadora portátil	1	200,00	200,00
TOTAL	3	950,00	950,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Equipos de Oficina

Se puede decir que equipos de oficina es un conjunto de dispositivos y de máquinas que son necesarios para realizar actividades en las propias oficinas.

Tabla 53 Equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Teléfono	1	30,00	30,00
Máquina registradora	1	100,00	100,00
Papelera	1	10,00	10,00
Calculadora	1	8,00	8,00
Perforadora	1	2,00	2,00
Grapadora	1	2,00	2,00
TOTAL	6	152,00	152,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Análisis

Con la presente investigación se determina que para la implementación de la microempresa de personalización de camisetas se necesita una inversión para maquinaria y equipo de \$1649,50 en muebles y enseres \$1040,00 en equipos de computación \$950,00 y en equipos de oficina \$ 152,00 lo que nos da una suma total de \$3791,50 con estos gastos permitirá empezar el funcionamiento correcto del proyecto.

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

Exclama (Puentes, 2011, pág. 114) que;

El estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. Cuál será el costo total en que se incurrirá para el proceso de producción, así como en una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, a su vez la evaluación financiera permitirá ayudar a la toma de decisiones sobre inversión.

5.1 Ingresos Operacionales y no operacionales

Acierta (Mendoza & Olson , 2016, pág. 56) que: “Son los que se obtienen por el desarrollo de actividades relacionadas con el objetivo social del negocio, es decir, aquellos que se generan por la presentación de servicios o por la venta de productos.”

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Productos	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U
Camisetas	4252	\$ 14,00	59.530,06	4341	14,04	60968,48	4432	14,09	62445,74	4525	14,13	63960,11	4620	14,18	65511,89
TOTALES	4252		59530,06	4341	14,04	60968,48	4432	14,09	62445,74	4525	14,13	63960,11	4620	14,18	65511,89

Figura 58 Ingresos operacionales

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 54 Tiempo de producción

ÁREA	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	TIEMPO
Diseño de camiseta	Diseñar camiseta y medidas en ilustrador Y destinar número de lote a confeccionar Sacar moldes de muestra para el corte	5m
Pedido de tela a bodega	Con el número de lote se procede hacer el pedido de metros de tela correspondiente	5m
Corte de tela	Tendido y corte de tela en varias partes según el molde	40s
Confección de camisetas	Armado de las piezas de la camisetas terminados y etiquetados	5m
TOTAL		15m 40s
Almacenamiento de camisetas	Se procede a planchar y empacar las camisetas para que pasen a ser exhibidas en la tienda.	3m
Sublimado	Personalización de camiseta elección del cliente del diseño, impresión de diseño y sublimado en camisetas	13m
TOTAL		31m 40s

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Edwin Simba

Con el estudio financiero se obtuvo la información respecto a los ingresos anuales por la confección y venta de camisetas personalizadas la cual será un total de \$ 59.530,06 para el primer año, el cual se calculó con la frecuencia de consumo y el porcentaje de aceptación del producto, también se tomó en cuenta el tiempo de producción de una camiseta.

Tabla 55 PVP Camisetas personalizadas

PRECIO DE VENTA	
Concepto	Valor
Costo de producción unitario	\$ 6,64
Utilidad del 111%	7,37
P.V.P.	\$ 14,00
Producción Mensual	354
Ingresos Mensuales	\$ 4.960,84
Ingresos Anuales	\$ 59.530,06

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Para el cálculo de precio de venta se tomó en cuenta el valor que corresponde al costo de producción unitario más el porcentaje de utilidad que será de 111% porcentaje que se sacó del estudio de mercado para el precio que el cliente está dispuesto a pagar que se lo fijo en \$14 dólares, por consiguiente la producción mensual será de 354 unidades y multiplicado para un año nos da ingresos de \$59.543,29 dólares.

Tabla 56 Materia prima (producción anual)

Materia Prima				
Detalle	Cantidad	Unidades	V/U	valor total
Tela	2976	Metros	\$ 3,50	\$ 10.416,00
Ribb	595	Metros	\$ 5,00	\$ 2.975,00
Hilo	425	Unidades	\$ 3,50	\$ 1.487,50
Papel de sublimación	4252	Unidades	\$ 0,10	\$ 425,20
Impresión	4252	Unidades	\$ 1,00	\$ 4.252,00
TOTAL				\$ 19.555,70

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

El valor de la materia prima prevista para el primer año tiene un valor de \$ 19.555,70 con el cual se podrá confeccionar el número de camisetas establecidas.

5.2 Costos

Concuerda (Rincón & Villarreal, Costos decisiones empresariales, 2009, pág. s/n) que: “Los costos son las inversiones que se realizan con la expectativa de obtener beneficios presentes y futuros.”

Tabla 57 costo unitario

COSTO UNITARIO		
DESCRIPCIÓN	COSTO	PORCENTAJE
Tela	\$ 2,45	36,92%
Ribb	\$ 0,70	10,55%
Hilo	\$ 0,35	5,27%
Papel para sublimar	\$ 0,10	1,51%
Impresión	\$ 0,40	6,03%
Operario1	\$ 1,06	15,95%
Operario2	\$ 1,06	15,95%
Etiqueta	\$ 0,02	0,30%
Tiza	\$ 0,50	7,53%
TOTAL UNITARIO	\$ 6,64	100,00%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Para el cálculo del costo unitario se tomó en cuenta todos los tiempos y materiales que se necesitan para el proceso de producción de las camisetas y el costo necesario que interviene en la confección.

5.2.1 Costos Directos

Menciona (Rincón & Villarreal, Costos decisiones empresariales, 2009, pág. s/n) que: “Costos representativos dentro de la producción y que se pueden relacionar fácilmente con el producto – materia prima directa, mano de obra directa y servicios directos.”

Tabla 58 Costos directos

COSTOS DIRECTOS		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 1.629,64	\$ 19.555,70
Materiales Directos	\$ 8,09	\$ 97,04
Mano de obra Directa	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Prestaciones sociales	\$ 309,85	\$ 3.718,20
Total		\$ 32.370,94

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 59 Materia prima directa

Materia Prima	
Detalle	valor total
Tela	\$ 10.416,00
Ribb	\$ 2.975,00
Hilo	\$ 1.487,50
Papel de sublimación	\$ 425,20
Impresión	\$ 4.252,00
TOTAL	\$ 19.555,70

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Los costos directos necesarios para la implementación del proyecto son de \$ 2697.58 mensual y \$ 32370,94 anuales que será necesario para la producción del producto.

Nomina	CARGO	SUELDO BASICO	TOTAL INGRESOS	INGRESO BASE IEES	IEES	TOTAL DEDUCCIÓN	TOTAL RECIBIR	IESS PATRONAL	IESS POR PAGAR	DECIMO TERCERO SUELDO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACION	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Carlos M	Operario 1	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56	\$ 45,56	\$ 81,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 529,93	\$ 6.359,10
Diego C	Operario 2	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 35,44	\$ 35,44	\$ 339,56	\$ 45,56	\$ 81,00	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ 31,24	\$ 15,63	\$ 529,93	\$ 6.359,10

Figura 59 Mano de obra directa

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Como se observa en la tabla anterior la se estableció los salarios de los operarios que serán parte del área de producción, el salario será el básico y contarán con todos los beneficios de ley correspondientes, los fondos de reserva aportados a partir del tercer mes de contratación.

5.2.2 Costos Indirectos

Añade (Rincón & Villarreal, Costos decisiones empresariales, 2009, pág. s/n) que: “Los costos indirectos no se asocian en forma directa con los productos, por lo tanto se dificulta representar con precisión cuánto de los costos indirectos se debe cargar a cada producto.”

Tabla 60 Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
Detalle	Valor mensual	valor anual
Servicios Básicos	\$ 39,40	\$ 472,80
Útiles de aseo	\$ 5,46	\$ 65,50
Útiles de oficina	\$ 4,35	\$ 52,15
Depreciación de Maquinaria		\$ 164,95
Total		\$ 755,40

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

El valor de los costos indirectos que incluye en la elaboración del producto es de \$755,40 este valor es calculado anual y es la suma de servicios básicos, útiles de aseo, de oficina y la depreciación de maquinaria.

5.2.3 Gastos Administrativos

Menciona (Díez , 2010, pág. 175) que: “Son principalmente gastos de personal (salarios) y otros gastos administrativos (alquileres, marketing, publicidad, etc.).”

Tabla 61 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos	\$ 775,00	\$ 9.300,00
Prestaciones Sociales	\$ 320,18	\$ 3.842,14
Servicios básicos	\$ 20,10	\$ 241,20
Útiles de Aseo	\$ 37,75	\$ 453,00
Útiles de Oficina	\$ 4,23	\$ 50,80
Arriendo	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Depreciación equipo de computo	-	\$ 316,67
Depredación de Equipo de Oficina		\$ 15,20
Depreciación muebles y encerres	-	\$ 104,00
TOTAL		\$ 16.723,01

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Los gastos administrativos contemplados para el proyecto son de \$16.723,01 este valor se calculó para un año donde consta los sueldos del área administrativa, también sus prestaciones sociales, y todo los útiles y equipos necesarios para la área mencionada.

5.2.4 Gastos de Ventas

Admite (García , 2015, pág. 227) que: “Costo de fabricación de cada producto vendido”

Tabla 62 Gasto de venta

Gasto de Venta		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldo	\$ 375,00	\$ 4.500,00
Prestaciones sociales	\$ 154,93	\$ 1.859,10
Servicios básicos	\$ 27,50	\$ 330,00
Publicidad	\$ 8,08	\$ 96,98
TOTAL		6.786,08

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Los gastos previstos para las ventas tienen un valor de \$6.786,08 anual, el cual consta del sueldo del asesor comercial, sus prestaciones sociales, los servicios básicos y la publicidad necesaria para la microempresa.

Tabla 63 Proyección gasto ventas

detalle	% inflación	1	2	3	4	5
gasto de ventas	0,32%	\$ 6.786,08	\$ 6.807,80	\$ 6.829,58	\$ 6.851,44	\$ 6.873,36

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

5.2.5 Costos Financieros

Averigua (Lerma, 2010, pág. 503) que;

El costo del crédito para producir y comercializar los artículos y servicios puede repercutir hasta el punto en que los productos y servicios ofrecidos al mercado internacional no sean competitivos, aunque las empresas tengan ventajas como bajos costos de mano de obra o de materias primas.

Para la implementación del proyecto presentado, se va a utilizar recursos y maquinaria propia por tal motivo no es necesario adquirir cualquier tipo de financiamiento o préstamo, ya que se cuenta con el capital necesario para cubrir los gastos para la puesta en marcha de la microempresa.

5.2.6 Costo Fijo y Variables

Indica (Jumañh, 2015) que:

Los costos variables son los costos que tengan relación directa con las cantidades (unidades) que se venden. Es decir, cuando una empresa vende más unidades, los costos variables totales aumentan. Sin embargo, los costos fijos no se ven afectados por la cantidad de unidades vendidas. Total costos variables aumentan con unidades vendidas, pero los costos fijos totales se supone permanecen constantes.

Tabla 64 Costos fijos

Detalles	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Gastos administrativos	\$ 19.723,09	\$19.776,52	\$19.830,21	\$19.884,06	\$19.938,09
Servicios básicos	\$ 2.044,00	\$2.047,34	\$2.050,69	\$2.054,05	\$2.057,43
Depreciaciones	\$1.044,00	\$1.774,89	\$1.777,37	\$1.779,86	\$1.782,35
Arriendo	\$ 600,00	\$2.407,68	\$2.415,38	\$2.423,11	\$2.430,87
TOTAL COSTO FIJO	\$ 23.509,09	\$24.006,43	\$24.073,65	\$24.141,09	\$24.208,74

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Los costos fijos estimados que la empresa necesita es de \$ 13.560,22 dólares para su primer año el cual es resultado de la sumatoria de los gastos administrativos, servicios básicos, depreciaciones y arriendos para los siguiente años se añade el porcentaje de la inflación.

Tabla 65 Costos variables

COSTOS VARIABLES					
Detalles	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Mano de obra	\$ 7.000,00	\$ 7.028,80	\$ 7.057,69	\$ 7.086,68	\$ 7.115,75
Materia prima	\$ 12.110,00	\$ 12.118,28	\$ 12.181,06	\$ 12.144,04	\$ 12.207,22
Gasto de ventas	\$ 1.488,50	\$ 1.807,80	\$ 1.829,58	\$ 1.851,44	\$ 1.873,36
Costos indirectos	\$ 590,45	\$ 657,82	\$ 660,24	\$ 662,68	\$ 665,12
TOTAL COSTO VARIABLE	\$ 21.122,95	\$ 21.454,87	\$ 21.568,33	\$ 21.682,15	\$ 21.796,33

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Los costos variables calculados para el proyecto son el resultado de la suma de mano de obra, materia prima, gasto de venta, y costos indirecto lo cual da un valor de \$ 35.341,78 dólares para el primer año de funcionamiento para los años siguiente se añade el porcentaje de la inflación.

5.3 Inversiones

Declara (Físico, 2016, pág. 124) que: “La inversión se define como una renuncia o sacrificio temporal de recursos que efectuamos hoy, con la esperanza de obtener en un momento futuro mayor cuantía de recursos, y que se concreta en el bien o derecho que adquirimos.”

5.3.1 Inversión Fija

Concuenda (De Gregorio, 2007, pág. 18) que:

La inversión fija también se conoce como formación bruta de capital fijo. La palabra fijo se unas para destacar que, contrariamente a los inventarios, estos bienes estarán fijos en la economía durante un tiempo largo y se usarán para producir nuevos bienes.

5.3.1.1 Activos Fijos

Expresa (King, 2012, pág. s/n) que: “Activos permanentes que típicamente son necesarios para llevar a cabo el giro habitual de una empresa. Están constituidos generalmente por maquinaria, equipo, edificios, terrenos, etc.”

Tabla 66 Activos fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 1.649,50
Muebles y Enseres	\$ 1.040,00
Equipo de Computo	\$ 950,00
Equipo de oficina	\$ 152,00
TOTAL	\$ 3.791,50

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Los activos fijos de la microempresa son valorizados en \$ 3.791,50 los cuales se obtiene de fuente propia, estos son la maquinaria, equipo, muebles, enseres, equipo de cómputo y equipos de oficina necesarios para su correcto funcionamiento de la microempresa.

5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos)

Piensa (Rojas M. , 2015, pág. s/n) que: “También conocidas como intangibles son aquellos que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, el pago de patentes, marcas gastos por capacitación y entrenamiento de personal.”

Tabla 67 Activos nominales

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	548
Capacitación de Personal	150
Gastos de Publicidad	160
TOTAL	858

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Los activos nominales necesarios para la el desarrollo del proyecto son: gastos de organización con un valor de \$548, para capacitar al personal de invertirá \$150 y los gastos de publicidad serán de \$160 los cuales dan un total de \$858 dólares que se necesita para su implementación.

5.3.2 Capital de Trabajo

Induce (Morales, Morales , & Alcoser , 2014, pág. 50) qué; “El capital de trabajo se refiere a la inversión de la empresa en activos circulantes o de corto plazo. El capital neto es la diferencia entre los activos circulantes menos los pasivos circulantes.

Tabla 68 Capital de trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	\$ 1.629,64	\$ 1.629,64	\$ 1.629,64
Servicios Básicos	\$ 39,40	\$ 39,40	\$ 39,40
Mano de obra directa	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
Arriendo	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL	\$ 2.619,04	\$ 2.619,04	\$ 2.619,04

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

El capital necesario para la producción es de \$2.619,04 para el primer mes, para los tres primeros meses es necesario el valor de \$7.857,12 dólares y así continuar de manera correcta el proceso de producción.

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y de uso de fondos

Ratifica (Naciones , 2010, pág. 37) que;

Las opciones de financiamiento disponibles para las MIPYMES son proporcionadas por una amalgama de instituciones de las cuales se incluyen i) intermediarios financieros no bancarios: Fundaciones y Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), Cajas de Crédito, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Bancos de los Trabajadores, entre otros y ii) Intermediadoras de fondos provenientes de instituciones de segundo piso como el BMI y otros fondos públicos y externos (intermediarios financieros bancarios, FEDECREDITO, entre otros.)

Tabla 69 Fuente de financiamiento

Fuentes de financiamiento			
	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO
INVERSIONES FIJAS	\$ 3.791,50	\$ 3.791,50	\$ 0,00
Maquinaria y Equipo	\$ 1.649,50	\$ 1.649,50	
Muebles y Enseres	\$ 1.040,00	\$ 1.040,00	
Equipo de Computo	\$ 950,00	\$ 950,00	
Equipo de oficina	\$ 152,00	\$ 152,00	
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 858,00	\$ 858,00	\$ 0,00
Gastos de Organización	\$ 548,00	\$ 548,00	
Gastos de Instalación	\$ 0,00	\$ 0,00	
Capacitación de Personal	\$ 150,00	\$ 150,00	
Gastos de Publicidad	\$ 160,00	\$ 160,00	
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.619,04	\$ 2.619,04	\$ 0,00
Materia Prima Existente	\$ 1.629,64	\$ 1.629,64	
Servicios Básicos	\$ 39,40	\$ 39,40	
Mano de obra directa	\$ 750,00	\$ 750,00	
Arriendo	\$ 200,00	\$ 200,00	
TOTAL	\$ 7.268,54	\$ 7.268,54	\$ 0,00
Participación	100%	100%	0%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Con la información de la tabla fuentes de financiamiento y uso de recursos suma los valores necesarios para la implementación de la microempresa "Tu Estilo" dando un valor de \$7.268,54 dólares misma que será cubierta por recursos propios, por ende no es necesario acudir a ningún tipo fuente de financiamiento.

5.3.4 Amortización de Financiamiento

Revela (Fernández & Casado , 2013, pág. 85) que;

Se denomina amortización financiera (es un concepto diferente) a la devolución o reintegro de recursos ajenos recibidos a largo plazo para financiar este equipo (empréstitos, préstamos o recursos financieros ajenos a largo plazo). No existe aquí una depreciación o pérdida de valor, sino una devaluación de unos recursos financieros recibidos, bien al final del tiempo concedido para su reintegro (a largo plazo), o bien parcialmente, mediante anualidades fijas (la anualidad fija comprende, normalmente, el pago de intereses y la devolución de una parte del préstamo recibido).

El presente proyecto no cuenta con tabla de amortización por la razón mencionada anteriormente, que la microempresa será financiada con capital propio y no se requiere fuentes de financiamiento.

5.3.5 Depreciaciones

Concuerda (López, Gracia, Yaguez, & Merigó, 2008, pág. 112) que:

“Pérdida de valor que experimenta un activo fijo por diferentes causas.”

Tabla 70 Depreciaciones

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria	\$ 1.649,50	10	\$ 164,95	\$ 139,00	\$ 139,00	\$ 139,00	\$ 139,00
Muebles y Enseres	\$ 1.040,00	10	\$ 104,00	\$ 169,20	\$ 169,20	\$ 169,20	\$ 169,20
Equipo de oficina	\$ 152,00	10	\$ 15,20	\$ 15,20	\$ 15,20	\$ 15,20	\$ 15,20
Equipo de Computación	\$ 950,00	3	\$ 316,67	\$ 316,67	\$ 316,67	\$ 316,67	\$ 316,67
TOTAL			\$ 600,82	\$ 640,07	\$ 640,07	\$ 323,40	\$ 323,40

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Las depreciaciones que sufrirán los activos son reflejados en la anterior tabla, esta se da al desgaste físico por su utilización y su vida útil, al quinto año el valor de las depreciaciones será de \$323,40 dólares

5.3.6 Estado de Situación Inicial

Aísla (Pascual, 2010, pág. 91) que;

Al empezar el ejercicio, la empresa posee un determinado patrimonio. La composición de tal patrimonio es lo que se refleja en el balance de situación inicial de la empresa, que será el punto de partida del ciclo contable. En todo caso, el balance de situación inicial de la empresa coincidirá con el balance de situación que se obtuvo al cierre del ejercicio anterior.

EMPRESA "TU ESTILO"			
Balance General			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		\$ 2.619,04	PASIVO CORRIENTE
Bancos	<u>\$ 2.619,04</u>		Cuentas por pagar -
ACTIVOS NO CORRIENTE		\$ 3.791,50	Total Pasivo Corriente -
Propiedad planta y equipo	\$ 3.791,50		PASIVO LARGO / PLAZO \$ 0,00
Equipo de Oficina	\$ 152,00		Préstamo L/P <u>\$ 0,00</u>
Maquinaria o Equipos	\$ 1.649,50		TOTAL DE PASIVO <u>\$ 0,00</u>
Equipo de Computo	\$ 950,00		PATRIMONIO \$ 7.268,54
Muebles y Enseres	\$ 1.040,00		Capital \$ 7.268,54
OTROS ACTIVOS		\$ 858,00	
Gastos de Organización	\$ 548,00		
Gastos de Instalación	\$ 0,00		
Gastos de Personal	\$ 150,00		
Capacitación Publicidad	\$ 160,00		
TOTAL DE ACTIVOS	<u>\$ 7.268,54</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$ 7.268,54</u>
FIRMA GERENTE		FIRMA CONTADOR	

Figura 60 Balance general

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

El balance general de la microempresa "Tu Estilo" está conformado por cuentas de activos pasivos y patrimonio el mismo que tiene un valor de \$7.268.54 dólares.

5.3.7 Estado de resultados Proyectado (a cinco años)

Añade (Román , 2017, pág. s/n) que;

Para entidades lucrativas o, en su caso, estado de actividades, para entidades con propósitos no lucrativos, que muestra la información relativa al resultado de sus operaciones en un periodo y, por ende, de los ingresos, gastos; así como, de la utilidad (pérdida) neta o cambio neto en el patrimonio contables resultante en el periodo.

Tabla 71 Estado de resultados proyectado

EMPRESA "TU ESTILO"					
ESTADOS DE RESULTADOS					
AL 31 DE DICIEMBRE 2017					
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 59.530,06	\$ 60.968,48	\$ 62.445,74	\$ 63.960,11	\$ 65.511,89
SERVICIOS TOTALES	\$ 59.530,06	\$ 60.968,48	\$ 62.445,74	\$ 63.960,11	\$ 65.511,89
INFLACIÓN:	0,32%				
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 33.126,34	\$ 33.232,34	\$ 33.338,69	\$ 33.445,37	\$ 33.552,40
COSTO DIRECTO	\$ 32.370,94	\$ 32.474,53	\$ 32.578,45	\$ 32.682,70	\$ 32.787,28
COSTOS INDIRECTOS	\$ 755,40	\$ 757,82	\$ 760,24	\$ 762,68	\$ 765,12
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.786,08	\$ 6.807,80	\$ 6.829,58	\$ 6.851,44	\$ 6.873,36
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 16.723,01	\$ 16.776,52	\$ 16.830,21	\$ 16.884,06	\$ 16.938,09
GASTOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
DEPRECIACIONES(-)	\$ 600,82	\$ 640,07	\$ 640,07	\$ 323,40	\$ 323,40
UTILIDAD BRUTA	\$ 2.293,82	\$ 3.511,75	\$ 4.807,20	\$ 6.455,84	\$ 7.824,64
PARTICIPACIÓN EMPLEADOS (15%)	\$ 344,07	\$ 526,76	\$ 721,08	\$ 968,38	\$ 1.173,70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1.949,74	\$ 2.984,99	\$ 4.086,12	\$ 5.487,46	\$ 6.650,94
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA	\$ 1.949,74	\$ 2.984,99	\$ 4.086,12	\$ 5.487,46	\$ 6.650,94

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

En el estado de resultados muestra los futuros ingresos que la microempresa va a generar en el primer año ya descontando la participación de los trabajadores que es el 15%, y no se paga impuesto ya que el monto de la utilidad no supera el valor

establecido para el pago de la mismo por lo tanto la utilidad de la microempresa será de \$1.949,74 dólares.

5.3.8 Flujo Caja

Exalta (Román , 2017, pág. s/n) que: “Indica información acerca de los cambios en los recursos y las fuentes de financiamiento de la entidad en el periodo, clasificados por actividades de operación, de inversión y financiamiento.”

Tabla 72 Flujo de caja

DETALLE	PERÍODOS				
	1	2	3	4	5
INGRESOS	\$ 59.530,06	\$ 60.968,48	\$ 62.445,74	\$ 63.960,11	\$ 65.511,89
SERVICIOS TOTALES	\$ 59.530,06	\$ 60.968,48	\$ 62.445,74	\$ 63.960,11	\$ 65.511,89
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 33.126,34	\$ 33.232,34	\$ 33.338,69	\$ 33.445,37	\$ 33.552,40
COSTO DIRECTO	\$ 32.370,94	\$ 32.474,53	\$ 32.578,45	\$ 32.682,70	\$ 32.787,28
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 755,40	\$ 757,82	\$ 760,24	\$ 762,68	\$ 765,12
GASTOS DE VENTAS	\$ 6.786,08	\$ 6.807,80	\$ 6.829,58	\$ 6.851,44	\$ 6.873,36
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 16.723,01	\$ 16.776,52	\$ 16.830,21	\$ 16.884,06	\$ 16.938,09
GASTOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
depreciaciones (-)	\$ 600,82	\$ 640,07	\$ 640,07	\$ 323,40	\$ 323,40
UTILIDAD BRUTA	\$ 2.293,82	\$ 3.511,75	\$ 4.807,20	\$ 6.455,84	\$ 7.824,64
PARTICIPACIÓN EMPLEADOS (15%)	\$ 344,07	\$ 526,76	\$ 721,08	\$ 968,38	\$ 1.173,70
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1.949,74	\$ 2.984,99	\$ 4.086,12	\$ 5.487,46	\$ 6.650,94
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA	\$ 1.949,74	\$ 2.984,99	\$ 4.086,12	\$ 5.487,46	\$ 6.650,94
DEPRECIACIONES (+)	\$ 600,82	\$ 640,07	\$ 640,07	\$ 323,40	\$ 323,40
AMORTIZACIONES (+)	\$ 171,60	\$ 171,60	\$ 171,60	\$ 171,60	\$ 171,60
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 2.722,16	\$ 3.796,65	\$ 4.897,79	\$ 5.982,46	\$ 7.145,94

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 73 Flujo neto de efectivo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-\$ 7.268,54			-\$ 950,00		
Total						
Excedente Operacional		\$ 2.722,16	\$ 3.796,65	\$ 4.897,79	\$ 5.982,46	\$ 7.145,94
FLUJOS DE EFECTIVO	-\$ 7.268,54	\$ 2.722,16	\$ 3.796,65	\$ 3.947,79	\$ 5.982,46	\$ 7.145,94

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Se elaboró el flujo de caja proyectado de la microempresa la mismo que se incluyen las depreciaciones de los activos y la amortización el cual no da como resultado una utilidad operacional al primer año es de \$2.722,16 dólares.

5.4 Evaluación

Confirma (Jornet, García , & González , 2014, pág. 17) que;

Los procesos de evaluación son parte de los ciclos de mejora a los que cualquier actividad humana debe someterse. La búsqueda de la excelencia pasa por analizar cada uno de los elementos que forma parte del proceso para optimizar los resultados.

5.4.1 TMAR

Expresa (De Pablo Redondo & González , 2013, pág. 118) que: “Tipo de interés que se utiliza para el descontar al momento actual de flujos de caja futuros.”

Tabla 74 TMAR

TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA	
Tasa Activa	11,49%
Tasa Pasiva	3,42%
TMAR =	14,91%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

La TMAR que se presenta para el proyecto es de 14,91% misma que es el resultado de la sumatoria de la tasa activa 11,49% y de la tasa pasiva 3,42%.

5.4.2 VAN

Añade (Rico, 2012, pág. 211) que: “El valor actual neto (VAN) de un proyecto de inversión se define como la suma de los valores actualizados de todos los flujos de caja asociados a la realización de esa inversión, menos el desembolso inicial.”

Tabla 75 VAN

Fuente: Estudio financiero

VAN =	-P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			$(1+i)^1$		$(1+i)^2$		$(1+i)^3$		$(1+i)^4$		$(1+i)^5$
VAN =	-\$ 7.268,54	+	\$ 2.722,16	+	\$ 3.796,65	+	\$ 3.947,79	+	\$ 5.982,46	+	\$ 7.145,94
			1,15		1,32		1,52		1,74		2,00
VAN =	-\$ 7.268,54	+	\$ 2.368,95	+	\$ 2.875,31	+	\$ 2.601,84	+	\$ 3.431,22	+	\$ 3.566,73
VAN =	-\$ 7.268,54	+	\$ 14.844,06								
VAN =	\$ 7.575,52										

Elaborado: Edwin Simba

Con el cálculo del VAN se puede determinar si el proyecto es viable, en este caso el valor es positivo ya que se tiene un valor de \$7.575,52 esto quiere decir que después de cinco años de funcionamiento de la microempresa y de restar la inversión inicial la ganancia será el valor indicado.

5.4.4 TIR

Acentúa (Meza, 2013, pág. s/n) que;

Podemos concluir que la TIR es la tasa de interés a que rinden los dineros que permanecen invertidos en un proyecto de inversión. En una forma más amplia, la TIR es la tasa de interés pagada por un crédito, cualquiera sea su naturaleza, pero no sobre su valor inicial sino sobre saldos insolutos.

Tabla 76 TIR

Inversión	\$ (7.268,54)
FNE 1	\$ 2.722,16
FNE 2	\$ 3.796,65
FNE 3	\$ 4.897,79
FNE 4	\$ 5.982,46
FNE 5	\$ 7.145,94
TIR	46,29%

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

En la evaluación de la TIR se determina que el proyecto es factible ya que se tiene un 46,29% esto indica el porcentaje de rentabilidad que genera una inversión.

5.4.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)

Discrepa (Mondino & Pendas, 2005, pág. 255) que: “Más conocido como “pay-back period”, es el más elemental de los métodos de evaluación conocidos y consiste simplemente en establecer la cantidad de periodos requeridos para recuperar los fondos invertidos (los flujos de fondo negativos) en un proyecto.”

Tabla 77 PRI

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
				Actualizado	
	-\$ 7.268,54	-\$ 7.268,54	1,00	-\$ 7.268,54	-\$ 7.268,54
1	\$ 2.722,16	-\$ 4.546,38	0,87	\$ 2.368,95	-\$ 4.899,59
2	\$ 3.796,65	-\$ 749,73	0,76	\$ 2.875,31	-\$ 2.024,28
3	\$ 3.947,79	\$ 3.198,06	0,66	\$ 2.601,84	\$ 577,56
4	\$ 5.982,46	\$ 9.180,53	0,57	\$ 3.431,22	\$ 4.008,78
5	\$ 7.145,94	\$ 16.326,47	0,50	\$ 3.566,73	\$ 7.575,52

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 78 Recuperación a valores constantes

PERÍODO DE RECUPERACIÓN A VALORES CORRIENTES		
	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	\$ 3.947,79	-\$ 749,73
1 mes	\$ 328,98	-\$ 420,74
2 mes	\$ 328,98	-\$ 91,76
3 mes	\$ 328,98	\$ 237,22
4 mes	\$ 328,98	\$ 566,20
5 mes	\$ 328,98	\$ 895,19
6 mes	\$ 328,98	\$ 1.224,17
7 mes	\$ 328,98	\$ 1.553,15
8 mes	\$ 328,98	\$ 1.882,13
9 mes	\$ 328,98	\$ 2.211,12
10 mes	\$ 328,98	\$ 2.540,10
11 mes	\$ 328,98	\$ 2.869,08
12 mes	\$ 328,98	\$ 3.198,06

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Tabla 79 Recuperación valores actualizados

PERÍODO DE RECUPERACIÓN A VALORES ACTUALIZADOS		
	Inversión a	
	Ingresos	Recuperar
AÑO 2	\$ 2.601,84	-\$ 2.024,28
1 mes	\$ 216,82	-\$ 1.807,46
2 mes	\$ 216,82	-\$ 1.590,64
3 mes	\$ 216,82	-\$ 1.373,82
4 mes	\$ 216,82	-\$ 1.157,00
5 mes	\$ 216,82	-\$ 940,18
6 mes	\$ 216,82	-\$ 723,36
7 mes	\$ 216,82	-\$ 506,54
8 mes	\$ 216,82	-\$ 289,72
9 mes	\$ 216,82	-\$ 72,90
10 mes	\$ 216,82	\$ 143,92
11 mes	\$ 216,82	\$ 360,74
12 mes	\$ 216,82	\$ 577,56

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

El periodo de recuperación con valores constantes se puede observar que se recupera la inversión en el lapso de dos años con tres meses. Mientras que el tiempo de recuperación de la inversión con los valores actualizados da como resultado en 2 años con 10 meses.

5.4.6 RBC (Relación costo beneficio)

Menciona (Pachón, 2014, pág. 92) que;

La Relación costo- beneficio es un método de evaluación de las propuestas autorizado para los procesos de selección en los que se puedan valorar los factores técnicos y económicos (aplica en licitación y selección abreviada de menor cuantía. No aplica para bienes y servicios de características técnicas uniformes por cuanto dadas sus características solo se les califica el precio como único factor y tampoco para los concursos de méritos en los cuales el precio no da puntos).

Tabla 80 RBC

RELACIÓN BENEFICIO COSTO				
RBC = $\frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$				
PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	\$ 59.530,06	\$ 59.530,06	\$ 33.126,34	\$ 33.126,34
2	\$ 60.968,48	\$ 60.968,48	\$ 33.232,34	\$ 33.232,34
3	\$ 62.445,74	\$ 62.445,74	\$ 32.578,45	\$ 32.578,45
4	\$ 63.960,11	\$ 63.960,11	\$ 33.445,37	\$ 33.445,37
5	\$ 65.511,89	\$ 65.511,89	\$ 33.552,40	\$ 33.552,40
		\$ 312.416,27		\$ 165.934,90
RBC =	1,88			

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

En el cálculo de la relación costo beneficio se puede analizar que el proyecto es factible ya que se tiene un valor de \$1.88 lo que significa que por cada dólar invertido la microempresa está generando un margen de utilidad de 0,88 ctvs de dólar.

5.4.6 Punto de equilibrio

Confirma (Robbins & DeCenzo, 2009, pág. 144) que;

El análisis del punto de equilibrio es una fórmula muy simple, pero muy valiosa para los gerentes, porque señala la relación que existe entre los ingresos, los costos y las utilidades. Para calcular el punto de equilibrio (PE) el gerente tiene que conocer el precio unitario del producto que vende (P), el costo variable por unidad (CV) y el total de los costos fijos (TCF).

Tabla 81 Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	\$ 16.723,01
Gastos de Ventas	\$ 6.786,08
Gastos Financieros	\$ 0,00
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 23.509,09
Costo Variable unitario	\$ 6,64
Precio	\$ 14,00
PE =	$\frac{CF}{p - Cvu}$
PE =	$\frac{\$ 23.509,09}{\$ 14,00 - \$ 6,64}$
PE =	$\frac{\$ 23.509,09}{\$ 7,36} = 3193 \text{ u}$
DEMOSTRACIÓN	
VENTAS	\$ 44.698,03
(-) Costo Variable	\$ 21.188,95
(=) Margen Contribución	\$ 23.509,09
(-) Costo Fijos	\$ 23.509,09
(=) Utilidad Operacional	\$ 0,00

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

Punto de equilibrio

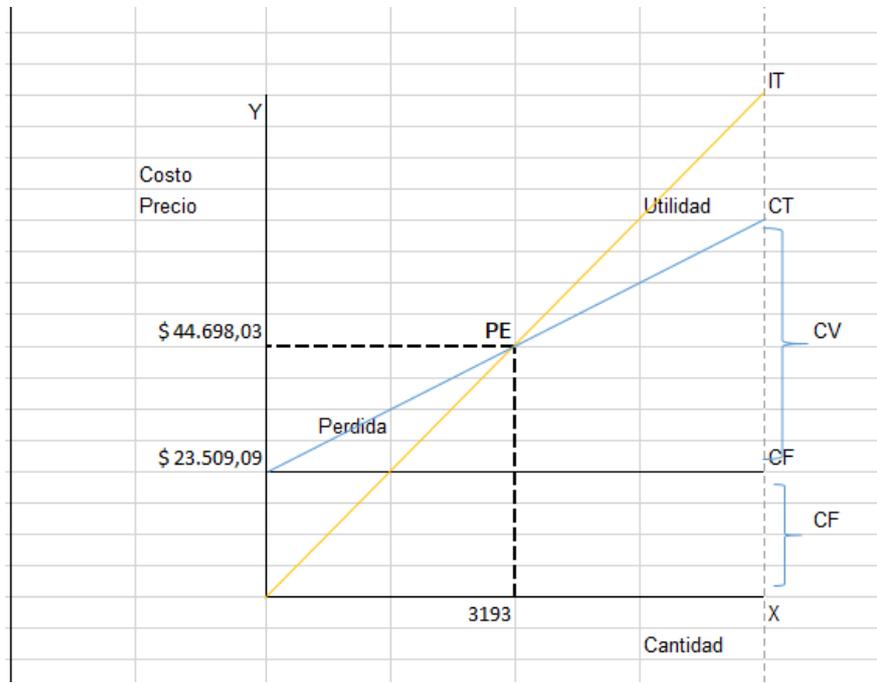


Figura 61 Punto de equilibrio

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

En el gráfico de punto de equilibrio se puede observar que la cantidad necesaria que debe ser vendida de camisetas es de 3193 unidades anuales, las mismas que con su venta van a cubrir los costos fijos y variables que es \$44.698,03 dólares generados en la elaboración del producto.

5.4.7 Análisis de índices financieros

Deduce (Jiménez & Espinoza , 2007, pág. 65) que;

Se ha hecho hincapié en la necesidad de preparar informes para grupos externos interesados en la actividad del negocio. Casi todas las decisiones tomadas por la administración se reflejan en los estados financieros básicos: estado de resultados, estado de situación financiera, estado de variaciones en el capital contable y estado de flujo de efectivo.

ROE

Tabla 82 ROE

R.O.E =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$
R.O.E =	$\frac{1.949,74}{7.268,54}$
R.O.E =	0,27

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

La rentabilidad que va a generar la microempresa es de 27% sobre su patrimonio lo que es favorable y viable para el mismo.

ROA

Tabla 83 ROA

R.O.A =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$
R.O.A =	$\frac{1.949,74}{3.791,50}$
R.O.A =	0,51

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

El ROA nos indica que la utilidad generada sobre los activos, la cual es de 51%, siendo un porcentaje beneficiosos para la microempresa.

ROI

Tabla 84 ROI

ROI=	<u>UTILIDAD NETA</u> INVERSIÓN
ROI=	1.949,74
	7.268,54
ROI=	0,27

Fuente: Estudio financiero

Elaborado: Edwin Simba

El resultado del ROI es de 27% lo que indica que el porcentaje de utilidad generada sobre la inversión realizada.

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Ambiental

Concuerta (Gómez & Gómez, 2013, pág. 155) que;

El término impacto se aplica a la alteración que introduce una actividad humana en su “entorno”, interpretada en términos de “salud y bienestar humano” o, más genéricamente, de calidad de vida de la población; por entorno se entiende la parte del medio ambiente (en términos de espacio y de factores) afectada por la actividad o, más ampliamente, que interacciona con ella.

Para contribuir al cuidado del medio ambiente la microempresa realizara productos de reciclaje con los residuos de tela sobrante de la producción se realizará productos como bolas, monederos o peluches pequeños rellenos de las tela.

Con el papel residuo que resultante de las impresiones se procederá a ser almacenada para posteriormente ser vendida a las microempresas dedicadas al reciclaje de papel, por ende generar un ingreso extra a la microempresa.

6.2 Impacto Económico

Verifica (Cruz, 2005, pág. 45) que;

Los impactos económicos de un proyecto o alternativamente, de una norma, de una política o de un plan, corresponden a todos los efectos posibles a determinar, que resultan de dicha acción sobre los ecosistemas, y que tienen un potencial de expresión (valoración) económica. De un modo sintético, los impactos involucran, el consumo de insumos o recursos requeridos para cumplir con el proyecto y los productos o resultados (deseados y no deseados) del mismo.

El impacto que tendrá el proyecto en el ámbito económico será apoyar al sector textil ya que se genera productos ecuatorianos de buena calidad y bajos costo incentivando a consumir productos nacionales.

De la misma manera aportará al desarrollo económico de la zona donde se ubicará la microempresa, ya que se necesitará de personal para su funcionamiento y se incrementará las actividades de los alrededores ya que la microempresa atraerá clientes para negocios cercanos.

6.3 Impacto Productivo

Según (Valbuena Alvarez, 2000, pág. 182); “Durante su proceso se estudian las ventajas y desventajas de la utilización de los recursos en cualquier de las opciones que existen para la elaboración de un proyecto”

Con la implementación del proyectos el impacto productivo que se va a generar dentro del país será de aportar a la matriz productiva lo que trata de mejorar los procesos de producción, lo cual ayuda al PIB del sector manufacturero e incrementa el PIB a nivel nacional, de esta manera incentivando al cliente a

consumir lo producido en el país, por ende se apertura nuevas fuentes de empleo y la disminución en el desempleo ya que se contratará con mano de obra ecuatoriana, y se comprará la materia prima de misma manera a empresas ecuatorianas.

6.4 Impacto Social

Acierta (Viotto, 2010, pág. 18) que;

Igualmente para las empresas su éxito económico está dado por el impacto social que logren tener en las comunidades. Y este éxito económico está basado en las personas. La mayor fortaleza de una empresa es su gente. Si esta gente es altamente capacitada, está bien remunerada, es reconocida por sus esfuerzos, se incentiva su educación y desarrollo profesional, no tengo dudas que su crecimiento es posible

El impacto social que tendrá la implementación de la microempresa “Tu Estilo” será de mejorar la calidad de vida tanto del emprendedor como de los colaboradores y sus familiares, ya que generará plazas de empleo de manera directa e indirecta, también cubrirá las necesidades de los clientes que no se encuentren satisfechos con las oferta actual, además aportará al desarrollo del sector manufacturero del país.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

Para realizar el análisis situacional del presente proyecto se tomó en cuenta los factores económicos del país, llegando a determinar factores externos como internos que puedan incidir directa e indirectamente en la microempresa como son la inflación, las tasas de interés activa y pasiva, el desempleo, de la misma manera se pudo detectar a través de la matriz Foda las Fortalezas oportunidades, debilidades y amenazas lo que permitió crear propuestas estratégicas que contribuyan al crecimiento constante de la microempresa.

Mediante estudio de mercado del proyecto se pudo recolectar información valiosa, donde se dio a conocer la demanda que tendrá el producto, el porcentaje de aceptación obtuvo un 84% una cifra muy positiva para su implementación, también la frecuencia de consumo que el cliente acostumbra a comprar el producto, se pudo además determinar el precio de venta el cual el consumidor está dispuesto a pagar por la camiseta la cual se fijó en \$14 dólares.

Para la implementación de la microempresa se realizó el debido estudio técnico donde se determinó la capacidad de producción, maquinaria y equipo necesario para el correcto funcionamiento del proyecto dando al cliente final un producto de calidad, con el debido estudio de estrategias para el uso correcto de los recursos necesarios para la producción de las camisetas.

Con el análisis financiero se puede determinar que la inversión necesaria para la implementación de la microempresa es de \$7.268,54 dólares los cuales serán financiados con recursos propios, el VAN del proyecto es \$7.575,52 lo cual es aceptable para el proyecto, la TIR es de 46,29% la que indica que la rentabilidad favorable. Con respecto al costo beneficio que tendrá la microempresa da un valor de \$ 1,88 lo que nos quiere decir que se obtendrá 0,88 ctvs. Por cada dólar invertido.

Los impactos que produce la microempresa son positivos para el ambiente ya que se reutilizarán y reciclarán desechos producidos por la elaboración de las camisetas, en el aspecto económico aportará al estado con pago de impuestos, en lo productivo aportará con la elaboración productos de muy buena calidad y con mano de producción ecuatoriana ayudando a la sociedad de manera directa con creación de empleos.

7.2 Recomendaciones

Al finalizar el estudio respectivo para la implementación del proyecto se da a conocer las siguientes recomendaciones.

- Realizar el mantenimiento preventivo a la maquinaria y equipo para que las mismas estén en óptima condición para su funcionamiento y de esta manera que no afecte la producción y los ingresos de la microempresa.
- Dar capacitaciones al personal para que estén actualizados en las nuevas tendencias que van saliendo a la moda en el mercado, de tal manera que la microempresa esté siempre a la vanguardia y producir productos con diseños de acorde a la temporada y generar mayor número de ventas.
- Verificar los índices financieros proyectados con los índices financieros que va arrojando la microempresa al pasar un tiempo determinado a un año y observar si las metas propuestas se están cumpliendo o de caso contrario analizar los problemas que están surgiendo y de esta manera poder crear estrategias para mejor la situación financiera de la microempresa.
- Realizar un análisis de mercado una vez al año, de tal manera que el gerente pueda obtener información y verificar el porcentaje de aceptación que va generando la microempresa y las nuevas necesidades que van surgiendo en los clientes para poder satisfacerla a los mismos y generar estrategias para aumentar las ventas y por ende aumentar los ingresos, y de tal manera ayudar al crecimiento de la microempresa.

- Con el pasar del tiempo y cuando la microempresa haya generado ingresos altos se deberá invertir en nuevas tecnologías y maquinaria ya que con la adquisición de estas permitirá generar mayores ingresos, reducción de gastos, y optimización de recursos.

Bibliografía

- Robbins, S., & Mary, C. (2005). *Administración*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Aite. (15 de Abril de 2015). *Aite*. Obtenido de <http://www.aite.com.ec/industria.html>
- Asencio del Arco, E., & Vázquez, B. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Madrid: Ediciones Parinfo S.A.
- Bestard, M. (2011). *Realización audiovisual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Birkenbihl, M. (2008). *Formación de formadores*. Madrid: Parrinfo S.A.
- Cárdenas, R. (2014). *análisis del consumidor*. La Loma Tlalnepantla: Editorial digital UNID.
- Centelles, J. (2006). *El buen gobierno de la ciudad*. Atocha: Plural Editores.
- Checa, A. (5 de Junio de 2015). *slida share*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/chca10/impacto-ambiental-49052168>
- Chiavenato, I. (2003). *Administración en los nuevos tiempos*. Bogotá: Nomos S.A.
- Cruz, G. (2005). *Economía aplicada a la valoración de impactos ambientales*. Manizales: Editorial Universidad de Caldas.
- Curtis, H. (2008). *Biología*. Buenos Aires: Editorial Médica Panamericana S.A.
- De Gregorio, J. (2007). *Macroeconomía Intermedia*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- De Pablo Redondo, R., & González, J. (2013). *Teoría de la financiación*. Madrid: uned.
- del Valle, M. (2016). *Economía de la empresa*. Málaga: Editex.
- Díaz de Rada, V. (2009). *Análisis de datos de encuesta: Desarrollo de una investigación completa utilizando SPSS*. Barcelona: Editorial UOC.
- Díez, I. (2010). *Cómo entender las finanzas de hoy*. Barcelona: Antoni Bosch, editor, S.A.
- Erazo, M., & Cárdenas, R. (2013). *Ecología: Impacto de la problemática ambiental actual sobre la salud y el*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Escudero, J. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid: Parinfo S.A.
- Estévez, J. (2007). *Sistemas de indicadores para el diagnóstico y seguimiento de la educación*. Tenayuca: Anuies.
- Fernández, J., & Casado, M. (2013). *Contabilidad financiera para directivos*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Físico, M. (2016). *Economía de la empresa*. LOMCE.
- García, V. (2015). *Análisis Financiero: Un enfoque integral*. México, D.F.: GRUPO EDITORIAL PATRIA S.A.
- Gómez, D., & Gómez, M. (2013). *Evaluación de impacto ambiental*. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa.

- grafiacr. (07 de abril de 2015). *grafiacr*. Obtenido de <http://www.grafiacr.com/del-dicho-al-hecho-de-donde-salio-el-sublimado-textil.html>
- Herrera, J. (2013). *Evaluación de Proyectos de Construcción*. USA: Lulu.com.
- Instituto De Contabilidad Y Auditoría De Cuentas. (2008). *Plan general de contabilidad: Real Decreto 1514/2007 de 16 noviembre*. Madrid: Parinfo.
- Jiménez, S. (2013). *Investigación y recogida de información de mercados*. Antequera: IC Editorial.
- Jiménez, F., & Espinoza, C. (2007). *Costos industriales*. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Jornet, J., García, M., & González, J. (2014). *La evaluación de sistemas educativos: informaciones de interes para los colectivos implicados*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Juma'h, A. (2015). *Introducción a la contabilidad para la toma de desiciones*.
- King, E. (2012). *La familia y el dinero*. USA: Penguin group.
- Kotler, P. (2008). *Las Preguntas Mas Frecuentes Sobre Marketing*. Bogota: Editorial Norma.
- Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. (2008). *Fundamentos de Economía*. Barcelona: Reverté S.A.
- Lerma, A. (2010). *Comercio y marketing internacional*. Madrid: CENGAGE learning.
- López, B., Mas, M., & Viscarri, J. (2010). *Los pilared del marketing*. Barcelona: Ediciones UPC.
- López, M., Gracia, M., Yaguez, M., & Merigó, J. (2008). *Guía práctica de economía de la empresa 1 empresa y entorno (Teoría y ejercicios)*. Barcelona: EDICIONS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA.
- Luna, A. (20116). *Plan estratégico de negocios*. Colonia San Juan Tlihuaca: Editorial Patria.
- Martinez, D., & Milla, A. (2012). *Análisis del Entorno*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Mendoza, C., & Olison, O. (2016). *Contabilidad financiera para Contaduría y Administración*. Barranquilla: Ecoe Ediciones.
- Mesa, M. (2012). *Fundamentos de Marketing*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Meza, J. (2013). *Matemáticas financieras aplicadas: Uso de las calculadoras financieras y EXCEL*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM Editores.
- Mondino, D., & Pendas, E. (2005). *Finanzas para empresas competitivas*. Buenos Aires: granic.

- Morales, A., Morales, J., & Alcoser, F. (2014). *Administración Financiera*. México D.F.: GRUPO EDITORIAL PATRIA S.A.
- Münch, L. (2010). *Administración Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México : Pearson EDUCACIÓN.
- Muñiz, L. (2009). *Control Presupuestario*. Barcelona: Profit Editorial.
- Naciones, U. (2010). *Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Noriega, G. (2012). *Indec*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Pachón, C. (2014). *Contratación pública: análisis normativo descripción de procedimientos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Pascual, E. (2010). *Contabilidad: Iniciación práctica*. Valladolid: LEX NOVA, S.A.
- Pérez, E. (2014). *Fundamentos de Economía de la empresa*. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Pliogo, F. (2011). *Diccionario de Estadística Económica y Empresarial*. Madrid: Ecobook.
- Prieto, J. (2014). *Proyectos: enfoque gerencial*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Proaño, D. (2012). *Antología de la Economía*. Ambato : Universidd Técnica de Ambato .
- Puentes, G. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Puga, R., & Zambrano, P. (2009). Quito: Habreluz Cía. Ltda.
- Ramírez Cardona, C. (2009). *Fundamentos de administración*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Reyes, O. (2013). *Nuevas Tendencias en el Negocio Electrónico*. Bloomington: Palibrio.
- Rico, M. (2012). *Fundamentos empresariales*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Rincón, C. (2011). *Costos para pyme*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rincón, C. (2011). *Presupuestos empresariales*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Rincón, C., & Villarreal, F. (2009). *Costos decisiones empresariales*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Robbins, S., & DeCenzo, D. (2009). *Fundamentos de administración conceptos esenciales y aplicaciones*. Nuacalpan de Juárez: Perason.
- Rojas, J., & Bertran, S. (2010). *El plan de viabilidad*. Barcelona: Profit Editorial.
- Rojas, M. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Román, J. (2017). *Estados Financieros Básicos 2017: Proceso de elaboración y reexpresión*. mADRID: EDITORIAL ISEF.
- Soret, I. (2004). *Logística comercial y empresarial*. Madrid: ESIC Editorial.

-
- Stephen , R., & Coulter , M. (2010). *Administración decima edición*. México : Pearson educación.
- Suñé, A., Gil, F., & Arcusa, I. (2010). *Manual práctico de diseño de sistemas productivos*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Thompson , A., & Strickland , A. (2012). *Administración Estratégica*. México: Me Graw Hill.
- Toro , D., & Baena , D. (2008). *Guía temática financiera*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Torres. (2012). *Gestión Operativa*. Bogotá.
- Valbuena Alvarez, R. (2000). *La Evaluacion Del Proyecto en la Decision Del Empresario*. MEXICO : Facultad de Economía, UNAM .
- Vargas, G. (2006). *Introducción a la teoría económica un enfoque latinoamericano*. México: Pearson educación.
- Ventura, B. (2012). *Operaciones administrativas de recursos humanos* . Madrid .
- Viotto, L. (2010). *Las voces del éxito: una generación de líderes que explica cómo alcanzar el éxito y transformar el mundo a la vez*. Buenos Aires: Fundación jóvenes líderes.
- viviendolaindustriatextil. (21 de marzo de 2015). *viviendolaindustriatextil*. Obtenido de <http://.blogspot.com/2015/03/pequena-resena-historica-y-actualidad.html>

ANEXOS

Anexo 1 solicitud de licencia metropolitana

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

TIPO DE PROCEDIMIENTO: Emisión LURE, Renovación LURE, Escisión Autorización Administrativa, Cambio de Actividad Económica, Cambio de Propietario, Cambio de dirección del establecimiento.

Denominación o Nombre Comercial: Palatino actual No. _____

RUC No.: _____ Fecha inicio actividad económica: _____ Establecimiento No. _____

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

Actividad Económica: Establecimiento Secundario

PERSONA NATURAL: Nombre y Apellidos: _____ C.C. / Pasaporte: _____ Obligado a llevar contabilidad: SI NO

PERSONA JURÍDICA: Razón Social: _____ Nombre y Apellidos del Jefe Legal: _____ No. C.I. o Pasaporte Representante Legal: _____ Fecha de nombramiento del representante legal: _____ No. Resolución Superintendencia de Compañías/Bancos (S-aplic): _____ Fecha Constitución: _____ Fecha Resolución: _____ Capital suscrito: _____

PARA ARTESANOS CALIFICADOS: Acuerdo Municipal No. _____ Calificación Artisanal No. _____ Fecha de expedición: _____

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:

BOMBERS (Factores riesgo): Área del local (m²): _____ No. Personas que trabajan: _____ Materiales que utiliza o almacena: _____

AMBIENTE: Factor: condición promedio de: _____ Contorno de agua: _____ Consumo de energía eléctrica: _____ Consumo de combustible líquido: _____ Almacenamiento de combustibles: _____ Lluvia: _____ Lluvia acumulada de cualquier generador: _____ Nivel del terreno: _____ Nivel de humedad: _____ Nivel de contaminación: _____ Nivel de ruido: _____ Nivel de vibración: _____ Nivel de contaminación acústica: _____ Nivel de contaminación visual: _____ Nivel de contaminación olfativa: _____ Nivel de contaminación térmica: _____ Nivel de contaminación lumínica: _____ Nivel de contaminación por partículas: _____ Nivel de contaminación por gases: _____ Nivel de contaminación por olores: _____ Nivel de contaminación por radiación: _____ Nivel de contaminación por otros: _____

TURISMO: Agencia de viajes, Transporte Turístico, Alojamiento, Alimentos y bebidas, Categoría Turística, Otros y Saldo de juego, Intermedios, Recreación, diversión y esparcimiento, Registro Turístico No., Tipo.

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (PROTULACIÓN): ¿Cuya fin exclusiva es la divulgación y promoción de la identificación e instalación del establecimiento? Sí No

LEYENDA: Largo, Ancho, Altura sobre el nivel de la acera, Tipo de material, Ubicación del rótulo, Local, Tamaño de la fachada, Adosado a la fachada frontal, Adosado a la pared mediana, Adosado a la pared lateral.

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO: Parroquia, Calle principal, Número, Calle secundaria, Edificio, Piso, Oficina / Departamento, Sector / Referencia para ubicación, Teléfono 1, Teléfono 2, e-mail, Horario de su preferencia para visita de inspección.

*** 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, al cumplir con la Ordenanza 300 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LURE, al cumplir con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito funcionamiento, y que contengo autorizadas en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 con materia de contabilidad y uso de sellos; 2 con materia de seguridad; 3 con materia de seguridad y prevención de riesgos; 4 con materia de publicidad exterior ("rótulos"); 5 con materia ambiental, si en materia de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico.

DIROGAS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO: Qualque con las reglas referidas prohiba la ubicación del establecimiento, identifique calles, avenidas, edificios, etc.

DECLARACIÓN JURADA: Yo, _____, portador(a) del documento de identificación No. _____, por mis propios medios y en plena capacidad de obrar, manifiesto que la información consignada en el presente formulario es verídica y corresponde a la realidad, que actúo de buena fe y que, al cumplir con la Ordenanza 300 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LURE, al cumplir con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito funcionamiento, y que contengo autorizadas en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 con materia de contabilidad y uso de sellos; 2 con materia de seguridad; 3 con materia de seguridad y prevención de riesgos; 4 con materia de publicidad exterior ("rótulos"); 5 con materia ambiental, si en materia de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico.

Nota: La información presentada no podrá tener enmendaduras o correcciones alguna.

FIRMA TITULAR LURE / REPRESENTANTE LEGAL: _____ **FIRMA RESPONSABLE GERENTE MUNICIPAL:** _____

C.C. / PASAPORTE: _____ **FECHA:** _____ **MEMBRE RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL):** _____

Presentado gratuitamente. El presente formulario se constituye en una Declaración Jurada en el caso en que la información registrada genera el Procedimiento Administrativo Simplificado caso contrario para los Procedimientos Administrativos Ordinarios y Especiales se define como una solicitud de inspección y presentación de información respectivamente. Página 1/2

Anexo 1 Solicitud licencia metropolitana

Fuente: Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISETAS SUBLIMADAS PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR-ORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.

Anexo 3 solicitudes permiso de bomberos

CUERPO DE BOMBEROS
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
RUC 1768097950001

SOLICITUD DE SERVICIO

Quito, a _____ de _____ de 20__

Señores:
Dirección de Prevención de Incendios
CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Presente.

De mi consideración
Yo, _____ con RUC # _____
RAZÓN SOCIAL: _____
ACTIVIDAD: _____ TELÉFONOS: _____

DIRECCIÓN

BARRIO-URBANIZACIÓN: _____ PARROQUIA: _____
CALLE: _____ Nº _____ INTERSECCIÓN: _____
EDIFICIO/PROYECTO: _____ PISO: _____ DEPARTAMENTO: _____
CONTACTARSE CON: _____ TELÉFONO: _____

Por medio de la presente solicito a usted, se digne autorizar a quien corresponda, realice el siguiente trabajo:

INSPECCIÓN:	<input type="checkbox"/>	VISTO BUENO DE PLANOS:	<input type="checkbox"/>
INSPECCIÓN ESPECTÁCULO PÚBLICO:	<input type="checkbox"/>	RESILLOS DE PLANOS:	<input type="checkbox"/>
INSPECCIÓN EDIFICIO PÚBLICO/FUNDACIONES:	<input type="checkbox"/>	Ocupación:	<input type="checkbox"/>
FACTIBILIDAD DE GAS:	<input type="checkbox"/>		
DEFINITIVO DE GAS:	<input type="checkbox"/>		
OTROS: _____			

Atentamente,

Propietario:
Administrador:
Delegado del representante legal:

Firma: _____
Nombre: _____
Nº de Cédula: _____

CROQUIS

N
O E
S

NOTA
El CB-DMQ se deslinda de responsabilidad si los datos proporcionados por el usuario son erróneos.

Central Telefónica 3 953 700 / www.bomberosquito.gob.ec

Anexo 3 Solicitud inspección de bomberos

Fuente: Cuerpo de Bomberos DMQ

Anexo 4 Patente

 Dirección Metropolitana Tributaria Administración General		DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad	
Quito, <input type="text"/> de <input type="text"/> de 20 <input type="text"/>			
En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre de 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero de 2012, que regula el sentido de aplicación del cobro del impuesto de Patente Municipal que establecía la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:			
Apellidos y Nombres completos del Contribuyente:		Cédula de Identidad	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Nombre Comercial		Número de RUC	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	
Dirección Principal		Número de Predio	Teléfono
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>
Actividad Económica Principal		Fecha de inicio de actividad	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	
¿Posee establecimiento, local u oficina en la cual realiza su actividad económica?		Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	Fecha de apertura
<input type="text"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
Fecha de Nacimiento	Porcentaje de Discapacidad	No. Carnet	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
ARTESANOS CALIFICADOS			
Acuerdo Ministerial No.:	<input type="text"/>	Fecha de Resolución:	<input type="text"/>
J.N.D Artesano No.:	<input type="text"/>	Fecha de Calificación:	<input type="text"/>
SUCURSALES (en el caso de poseer)			
Dirección 1: <input type="text"/>			
Actividad Económica: <input type="text"/>			
Dirección 2: <input type="text"/>			
Actividad Económica: <input type="text"/>			
Dirección 3: <input type="text"/>			
Actividad Económica: <input type="text"/>			
Contribuyente		Funcionario Receptor de la Declaración	
Nombre:	<input type="text"/>	Nombre:	<input type="text"/>
Cédula:	<input type="text"/>	Cédula:	<input type="text"/>
Firma:	<input type="text"/>	Firma:	<input type="text"/>
Fecha de Inscripción	NÚMERO DE REGISTRO DE COMERCIANTE		
<input type="text"/>			<input type="text"/>
IMPRIMIR			

Anexo 4 Formulario Patente

Fuente: Dirección Metropolitana Tributaria

APOYAR AL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAMISetas SUBLIMADAS PERSONALIZADAS, UBICADO EN EL SECTOR NOR-ORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: EDWIN WLADIMIR SIMBA PILAPAÑA.pdf (D30339474)
Submitted: 2017-09-01 20:33:00
Submitted By: leojr2593@gmail.com
Significance: 10 %

Sources included in the report:

Urkund_Calvopiña_Gabriela_Bancaria_2017.doc (D26709463)
<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3772/1/T-ESPEL-0415.pdf>

Instances where selected sources appear:

44