CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR CON DISEÑOS PERSONALIZADOS PARA PERSONAS ENTRE LOS 12 Y 40 AÑOS DE EDAD, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CARCELÉN INDUSTRIAL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017-2018

Proyecto de factibilidad previo a la obtención del título de Tecnóloga en Administración Bancaria y Financiera

Autora: Luzmila Margarita Molina Mendoza

Tutora: Ing. Ángeles Moreno

Quito, 2018

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Quito, 20 de noviembre del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación de las Sr. (Srta.) **MOLINA MENDOZA LUZMILA MARGARITA**, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: **APOYAR AL SECTOR INDUSTRIAL TEXTILERO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR CON DISEÑOS PERSONALIZADOS, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CARCELEN DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2018,** una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

MORENO BASIMBA ELSA DE LOS ANGELES
Tutor de Proyectos

MORILLO REINOSO GERMAN RAMIRO
Lector de Proyectos

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

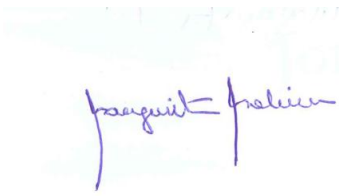
SALAS JIMENEZ FRANCISCO
Delegado Unidad de Titulación

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA

BURGA JADAN MARIA FERNANDA
Director de Carrera

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las Disposiciones legales de que protegen los derechos de autor vigente. Las ideas, Doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Margarita Molina Mendoza

C.I. 0802486027

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Luzmila Margarita Molina Mendoza portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 0802486027, de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: "La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra sin prejuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato"; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR CON DISEÑOS PERSONALIZADOS PARA PERSONAS ENTRE LOS 12 Y 40 AÑOS DE EDAD, UBICADA EN LA PARROQUIA DE CARCELÉN INDUSTRIAL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017-2018 ." Facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE: Margarita Molina Mendoza

CÉDULA: 0802486027

Quito, 15 de Noviembre del 2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios que me ha brindado las fuerzas necesarias para alcanzar una meta más en mi vida. Al Instituto Tecnológico Cordillera por haberme aceptado formar parte de él, y poder finalizar después de mucho sacrificio una etapa de mi formación profesional.

Por ultimo a todo el personal docente por el valioso aporte profesional, por sus conocimientos impartidos durante todo el transcurso de la carrera.

En especial a la Ing. Ángeles Moreno mi Tutora por su apoyo incondicional y ánimo, por ser una guía durante la elaboración del proyecto.

A mi compañero Sergio Pomasqui por su apoyo por el compañerismo por lo que compartimos durante en mis últimos semestres.

DEDICATORIA

Al dar un paso muy importante en mi vida quiero dedicar mi esfuerzo y mi logro primeramente a Dios por haberme permitido con su bendición culminar mi carrera. A mis padres por haberme formando con valores esenciales para mi vida, a mis dos grandes tesoros mis hijos Johan Y Jahir por ser mis pilares fundamentales y ser mi apoyo e inspiración en este paso de mi vida, por la fuerza y motivación que me brindan día a día y no dejarme decaer aun en momentos difíciles.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA ..... **III**

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR ..... **IV**

AGRADECIMIENTO ..... **V**

DEDICATORIA ..... **VI**

ÍNDICE GENERAL ..... **VII**

ÍNDICE DE TABLAS ..... **XIII**

ÍNDICE DE FIGURAS ..... **XV**

RESUMEN EJECUTIVO ..... **XVI**

ABSTRACT ..... **XVII**

INTRODUCCIÓN ..... **XVIII**

CAPÍTULO I **1**

1. Antecedentes 1

1.01. Contexto 1

1.01.01 Macro 1

1.01.02 Meso 2

1.01.03 Micro 3

1.02. Justificación 5

CAPÍTULO II **7**

2. Análisis Situacional 7

2.01 Ambiente Externo 7

2.02 Factor Económico 7

2.02.01 Inflación 7

2.02.02 Producto Interno Bruto (PIB) 9

2.02.03 PIB Sectorial 10

2.02.04 Balanza Comercial 12

2.02.05 Riesgo País..... 13

2.01.06 Tasa De Interés..... 14

2.02.07 Tasa Interés Activa..... 15

2.02.08 Tasa Pasiva 16

2.03 Factor Social 17

2.03.01 Crecimiento Poblacional..... 17

2.03.02 Tasa De Desempleo..... 18

2.03.03 Pea (Población Económicamente Activa) 20

2.04 Factor Legal 21

2.04.01 Requisitos para Constituirse como Persona Natural 22

2.05 Factor Tecnológico 23

2.06. Entorno Local..... 23

2.06.01 Clientes 23

2.06.02 Clientes Internos..... 23

2.06.03 Clientes Externos 24

2.06.04 Proveedores..... 24

2.06.05 Competidores 25

2.07 Análisis FODA..... 26

2.08 Propuesta Estratégica 28

2.08.01 Misión..... 28

2.08.02 Visión 30

2.08.03 Formulación De La Visión 30

2.09 Objetivos 31

2.09.01 Objetivo General 31

2.09.02 Objetivos Específicos 32

2.09.03Principios O Valores 32

2.10 Gestión Administrativa 33

2.10.01 Planificación 34

2.10.02 Organización 34

2.10.03 Organigrama Estructural 34

2.10.04 Perfil de Puesto y Funciones 35

2.10.05 Dirección 41

2.10.06 Controlar 41

2.11 Gestión Operativa 42

2.11.01 Flujograma De Procesos O De Servicios 43

2.12 Gestión Comercial 46

2.12.01 Producto 46

2.12.02 Precio 47

2.12.03 Plaza 47

2.12.04 Promoción 47

2.12.05 Logotipo 48

2.12.06 Papelería Corporativa 49

2.12.07 Material P.O.P 50

CAPÍTULO III 51

ESTUDIO DE MERCADO 51

3. 01. Estudio de mercado 51

3.02 01. Análisis del consumidor 51

3.02.02. Determinaciones de la población y muestra. 52

3.02.03 Población 52

3.02.04 Segmentación de mercado. 52

3.02.05 Muestra 53

3.02.06 Técnicas de obtención de información 54

3.02.07 Encuesta 55

3.02.08 Tabulación encuesta 58

CAPÍTULO IV 71

4. Estudio técnico 71

4.01 Tamaño del proyecto 71

4.01.01. Capacidad instalada 72

4.02.02. Capacidad óptima 74

4.03 Localización 75

4.03 Macro 75

4.03.01 Macro localización 75

4.03.02 Localización Óptima 77

4.04. Ingeniería del Producto 78

4.04.01. Definición de un Bien y Servicio 78

4.04.02. Distribución de la planta 79

4.04.03. Maquinaria 83

4.04.04 Maquinaria Y Equipos 83

4.3.1 Proceso Productivo 85

CAPITULO V 87

ESTUDIO FINANCIERO 87

5.01 Ingresos Operacionales 87

5.02 Costos 89

5.02.01 Costo Directo 90

5.02.02 Costos Indirectos 90

5.02.03 Gastos Administrativos 91

5.02.03 Gasto de Ventas 93

5.03.05 Gastos Financieros 93

5.02.06 Costos Fijos y Variables (Producción) 94

5.03 Inversiones 96

5.03.01 Activos Fijos 96

5.03.02 Activos Nominales (diferidos) 97

5.03.03 Capital de trabajo 97

5.03.04 Fuentes de financiamiento y uso de fondos 98

5.03.05 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización) 99

5.03.06 Depreciaciones (tabla de depreciación) 100

5.03.07 Estado de Situación Inicial 101

5.03.08 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años) 102

5.03.09 Flujo de Caja 104

5.04 Evaluación Financiera 104

5.04.01 Tasa de Descuento 104

5.04.02 VAN 105

5.04.03 TIR 106

5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) 106

5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC) 107

5.04.06 Punto de Equilibrio 108

5.04.07 Análisis de Índices Financieros 111

CAPÍTULO VI 115

6. Análisis de impactos 115

6.01 Impacto Ambiental 115

6.02. Impacto Económico 115

6.03 Impacto Productivo 116

6.04 Impacto Social 116

CAPITULO VII 117

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 117

7.01 Conclusiones 117

7.02 Recomendaciones 118

BIBLIOGRAFÍA 119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación 8
Tabla 2 Producto Interno Bruto (PIB) 9
Tabla 3 PIB Sectorial o de Actividad 11
Tabla 4 Riesgo País 13
Tabla 5 Tasa de Interés activas 2017 15
Tabla 6 Tasa Pasiva 2017 16
Tabla 7 Tabla Del Crecimiento Poblacional De Quito Y Del Sector Donde Pertenece El Proyecto. 18
Tabla 8 Indicadores De Pobreza 19
Tabla 9. Población Económicamente Activa 20
Tabla 10 Población por edades 20
Tabla 11 Proveedores 24
Tabla 12 Competidores Directos 25
Tabla 13. Competidores Indirectos 25
Tabla 14. Matriz FODA 27
Tabla 15 Formulación De La Misión 29
Tabla 16 Elementos para definir la Misión 29
Tabla 17 Formulación de la Visión 30
Tabla 18 Elementos para definir la Visión 31
Tabla 19 Perfil del Puesto Administrador 36
Tabla 20. Perfil del Puesto Asesor Contable Externo 37
Tabla 21 Perfil del Puesto Secretaria Recepcionista 38
Tabla 22 Perfil del Puesto Operadores 39
Tabla 23 Perfil del Puesto Vendedor 40
Tabla 24 Ficha de Control de calidad 41
Tabla 25 Genero 58
Tabla 26 Pregunta 1 59
Tabla 27 Pregunta 2 60
Tabla 28 Pregunta 3 61
Tabla 29 Pregunta 4 62
Tabla 30 Pregunta 5 63
Tabla 31 Pregunta 6 64
Tabla 32 Pregunta 7 65

Tabla 33 Pregunta 8 66
Tabla 34 Pregunta 9 67
Tabla 35 Pregunta 10 68
Tabla 36 Demanda Actual 69
Tabla 37 Demanda Proyectada 69
Tabla 38 Resultado de las encuestas 69
Tabla 39 Oferta 70
Tabla 40 Proyección de la Oferta 70
Tabla 41 Balance de la demanda Proyectada 70
Tabla 42 Capacidad Instalada 73
Tabla 43 Localizacion Optima 77
Tabla 44 Costos 83
Tabla 45 Proceso Productivo 84
Tabla 46 Pago de servicios de agua 91
Tabla 47 Mano de Obra indirecta 91
Tabla 48 Gastos Administrativos 92
Tabla 49 Gastos de ventas 93
Tabla 50 Cosots Fijos y Variables 95
Tabla 51 Fuentes de Financiamiento 98
Tabla 52 Amortizaciones de Financiamento 99
Tabla 53 Depreciaciones 100
Tabla 54 Estado de Situacion Inicial 102
Tabla 55 Estado de Resultados Proyectado 103
Tabla 56: VAN 105
Tabla 57 TIR 106
Tabla 58 Punto de Equilibrio Blusas 109
Tabla 59 Punto de Equilibrio Faldas 110
Tabla 60 Punto de equilibrio vestidos 110
Tabla 61 Punto de Equilibrio Pantalones 110

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Inflación 8
Figura 2. Producto Interno Bruto (PIB) 9
Figura 3 Balanza Comercial 12
Figura 4 Riesgo país 14
Figura 5. Tasa de desempleo de Quito 19
Figura 6. Población por Edades 21
Figura 7 Organigrama Estructural 35
Figura 8 Flujorama de Procesos 43
Figura 9 Diagrama de Servicios 44
Figura 10 flujo grama De Procesos O De Servicios 45
Figura 11 Producto 46
Figura 12. Logotipo 48
Figura 13 Papelería Corporativa 49
Figura 14 Material P.O.P 50
Figura 15 Pregunta 1 59
Figura 16 Pregunta 2 60
Figura 17 Pregunta 3 61
Figura 18 Pregunta 4 62
Figura 19 Pregunta 5 63
Figura 20 Pregunta 6 65
Figura 21 Pregunta 8 66
Figura 22 Pregunta 9 67
Figura 23 Pregunta 10 68
Figura 24 Ubicación de la microempresa 76
Figura 25 Matriz triangular 81
Figura 26 Punto de equilibrio blusas 109
Figura 27 Punto de equilibrio faldas 110
Figura 28 Punto de Equilibrio vestidos 110
Figura 29 Punto de Equilibrio Pantalones 111

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de prendas de vestir con diseños personalizados para personas entre los 12 y 40 años de edad, ubicada en la Parroquia de Carcelén Industrial del Distrito Metropolitano de Quito. El objetivo de esta investigación es implantar una microempresa, cuya actividad será ofrecer elaboración y comercialización de prendas de vestir con diseños exclusivos, a fin de satisfacer necesidades económicas del sector.

Tomando en cuenta que el Distrito Metropolitano de Quito se caracteriza por presentar un gran crecimiento económico, por lo que las prendas de vestir personalizadas serán de mucha acogida en todo el sector., ya que tendrá mucha acogida por los consumidores, por lo que se considera que la microempresa logrará grandes beneficios para sus inversionistas en vista de que ofrecerá una buena rentabilidad para la microempresa, razón por la cual se considera que este proyecto es factible.

Al dedicarse la microempresa a la elaboración y comercialización de prendas de vestir con diseños personalizados para personas entre los 12 y 40 años, será una gran oportunidad para ofrecer a sus clientes, prendas de vestir de calidad a excelentes precios. Igualmente es necesario destacar que la productividad de la microempresa dependerá principalmente del volumen de demanda de sus productos, por tanto se deberá utilizar estrategias de captación y fidelización de clientes que aseguren las ventas.

Palabras claves: Estudio de factibilidad – Microempresa – prendas de vestir

ABSTRACT

The purpose of this study is to conduct a feasibility study for the implementation of a microenterprise dedicated to the production and marketing of clothing with customized designs for people between the ages of 12 and 40, located in the Industrial Prison Parish of the Metropolitan District of Quito. The objective of this research is to set up a microenterprise, whose activity will be to offer the production and marketing of clothing with exclusive designs, in order to satisfy the economic needs of the sector.

Taking into account that the Metropolitan District of Quito is characterized by great economic growth, so that personalized clothing will be very welcome throughout the sector, since it will be very popular with consumers, so it is considered that the microenterprise will achieve great benefits for its investors in view of offering a good return for the microenterprise, which is why this project is considered feasible.

As the microenterprise is dedicated to the development and marketing of clothing with customized designs for people between 12 and 40 years, it will be a great opportunity to offer its customers quality clothing at excellent prices. It is also necessary to emphasize that the productivity of the microenterprise will depend mainly on the volume of demand for its products, therefore, customer acquisition and loyalty strategies should be used to ensure sales.

Keywords: Feasibility study - Microenterprise - Clothing

INTRODUCCIÓN

El presente tema tiene el propósito determinar un Estudio de Factibilidad para la implementación y elaboración de una microempresa de Prendas de Vestir ubicada en el sector Carcelén industria en el distrito Metropolitano de Quito. Lo que motiva a la realización de este estudio son los problemas que surgen debido a la ausencia de una empresa que se dedique a la comercialización de prendas de vestir en diseños exclusivos en la ciudad de Quito, por lo cual se propone realizar esta idea de negocio ante la necesidad de implementar una microempresa de elaboración y comercializadora de Prendas de Vestir con diseños exclusivos que permita el desarrollo económico y motive una tendencia de calidad y buen gusto a los consumidores, en el Cantón de la ciudad de Quito es el lugar centro de negocios y el motor del crecimiento económico de la provincia de pichincha, se ha evidenciado una oferta representativa de prendas de vestir. Ya que en el mercado no toman en cuenta los parámetros correctos de satisfacción del cliente, por ello son escazas las opciones que el consumidor tiene para encontrar productos confeccionados en nuestro medio o de producción extranjera que satisfagan sus diversos gustos; a continuación se plantearán los siguientes problemas de investigación, las causas que lo provocan y los efectos que surgen frente a la ausencia de la solución del problema del presente estudio: existen empresas que se dedican a esta actividad pero que no cuentan con los diseños exclusivo y necesarios para producir y abastecer el mercado con los diseños al gusto del cliente. Esta limitación que tienen estas empresas se debe a la falta de recursos económicos e innovación, tecnológicos y sobretodo de poca accesibilidad para la obtención de materia prima que les permita producir prendas de vestir en serie de buena calidad y con características de innovación en sus diseños, situación que conlleva al desabastecimiento de productos de prendas de

vestir en el mercado, promoviendo así una tendencia de compra de prendas de vestir de producción extranjera entre los consumidores. Otro de los problemas encontrados es la poca competitividad del mercado al ofrecer productos de prendas de vestir de marcas que no son originales y de baja calidad siendo escasas las alternativas de oferta de productos de calidad pero a precios altos, esta realidad se muestra por la inexistencia de una Empresa que elabore y comercialice todo lo referente a prendas de vestir y en donde los compradores puedan encontrar en un mismo lugar productos con diversidad de diseños, buena calidad y precios accesibles. Este problema ha provocado una demanda insatisfecha del mercado de consumidores.

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

1.01. Contexto

1.01.01 Macro

En una investigación realizada en Bogotá - Colombia por la Universidad Javeriana sobre Plan de negocio para la creación de una empresa productora y comercializadora de prendas de vestir, realizada por Fernández Camargo Leonardo. En esta investigación se destaca la importancia de la confección de prendas de vestir, ya que por lo general tiende a verse dentro de un contexto de lo cotidiano. El Plan de Negocios tiene como finalidad buscar la creación y formalización de la empresa, la misma que busca integrar el diseño de prendas de vestir, como camisetas y bolsos, con el arte de nuevos talentos en el mundo de las artes gráficas y la pintura, ya que en cada prenda se diseñará de acuerdo al gusto del cliente, haciendo que está sea personalizada y al mismo tiempo que la prenda sea vista como una obra de arte.

Otro estudio realizado por la Universidad de Chile, sobre Plan de negocios para una empresa que confecciona y comercializa prendas de vestir, realizado por Jorge Esteban Hoffmann Vásquez. El proyecto es desarrollado para una pequeña empresa familiar que se dedica a la confección de prendas de vestir, esta microempresa se caracteriza por no contar con una planificación estratégica en sus inicios, que diera un soporte técnico a las decisiones que se

tomaban. La apertura del local de ventas se desencadenó por la visualización de una oportunidad, pero sin un estudio de factibilidad que respaldará aquella decisión. La empresa ha logrado sostenerse en el tiempo y ha mantenido un crecimiento continuo y lento en comparación con el promedio de la industria.

1.01.02 Meso

En el Ecuador por la Universidad Estatal Península de Santa Elena, realizado por Anny Lissette Salcedo Tomalá, sobre creación de una empresa importadora de prendas de vestir. En este estudio se desataca que la comercialización de las prensas de vestir suele ser un buen negocio ya que depende de la variedad de seños, estilos y precios del producto lo que le brinda a la empresa una oportunidad de crecimiento. La microempresa puede ser una buena oportunidad debido a que actualmente la industria textil genera una gran demanda de consumo, razón por la cual se propone un Plan de Negocios el cual puede hacerse efectivo mediante una buena estrategia de mercado y de antemano una buena administración de dicho plan.

La Universidad Técnica de Cotopaxi, presenta un estudio por Contreras, Salvatierra Olga Magdalena sobre Plan de Negocio para la implantación de una Microempresa de elaboración y comercialización de ropa deportiva en el Cantón La Maná – Provincia de Cotopaxi. El objetivo de este estudio es satisfacer la demanda de la confección de ropa deportiva en el sector, ofreciendo un producto de calidad a un precio accesible, además satisface las necesidades del cliente en cuanto a ropa deportiva se refiere, estableciendo los elementos necesarios para elaborar las prendas de vestir y determinar la factibilidad del plan de negocios.

1.01.03 Micro

La Gestión empresarial es catalogada como una ciencia social que estudia la organización de las empresas y la manera de cómo se gestiona los recursos, procesos y resultados de sus actividades para poder lograr resultados.

Igualmente Bellido Carlos (2016) manifiesta que la actividad empresarial busca que las personas mejoren la productividad de la empresa o negocio, ya que de una buena gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer las cosas correctas.

Tomando en cuenta que una de las actividades más antiguas en el Ecuador es la elaboración, confección y producción de textiles, este arte tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía como medio de expresión de la situación socioeconómica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba. (Informe de la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2012)

En la actualidad la industria textil y de confecciones elabora productos que provienen de diferentes tipos de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda, y a pesar de que el país es conocido mundialmente como exportador de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades más importantes, generando empleo en el país promoviendo al sector de la confección, mediante el diseño de un plan de implementación de una microempresa de elaboración de prendas de vestir, ubicado en el sector de Carcelén industrial al Norte del Distrito Metropolitano de Quito 2018.

En el Ecuador, el sector textil, realiza hoy día esfuerzos con el objetivo de mejorar los índices de producción actuales, así como la elaboración de nuevos diseños que satisfagan la demanda tanto del mercado nacional como del exterior; debido a la falta de diseños creativos, marcas propias y la implementación de tecnología novedosa, que ha obstruido los productos de elaboración nacional, y ha permitido la apertura e introducción de productos internacionales. La microempresa de elaboración de prendas de vestir comenzará en el mercado sus actividades en el año 2018 con el sueño de elaborar prendas con diseños exclusivos de acuerdo al gusto del cliente y hacer la comercialización, en lugares conocidos para que sus productos puedan ser expandidos a otros lugares de ventas.

En el Ecuador la industria textil y de las confecciones se encuentra integrada por proveedores de materia prima e insumos, fabricación de hilos y tejidos, proveedores y comercializadores de algodón, comercializadores de fibras sintéticas, distribuidores y representantes de maquinaria, accesorios y soporte para la producción, industria química y textil, proveedores de tejidos, accesorios para la confección y comercializadores.

En la actualidad, el sector de confeccionistas y comercializadores de prendas de vestir presenta problemas de abastecimiento y calidad de insumos, que no han podido ser superados por la industria nacional, lo que lleva al confeccionista a demandar producto importado, sobre todo provenientes de Colombia y otros países, así mismo la calidad de la mano de obra es deficiente y costosa aspectos que hace que la producción nacional se encarezca dando como resultado que se le reste oportunidades al sector para competir en el mercado internacional.

1.02. Justificación

Este Plan de Negocios se realiza con la finalidad de implementar una microempresa de elaboración y comercialización en la ciudad de Quito de prendas de vestir con diseños personalizados para personas de entre 12 a 40 años de edad, Para la mujer es muy importante verse bien, ella se siente segura y feliz cuando se viste de acuerdo a su gusto, esto refleja parte de su personalidad, por ello es indispensable tener la adecuada prenda en cada ocasión y esto es lo que se pretende buscar con este implementación de una microempresa suplementar la necesidad de conseguir esas prendas exclusivas y distintivas que le harán verse y sentirse única. Se tiene en cuenta que el estilo de ropa internacional que se importa al país se hace imponente frente al estilo de ropa que se usa aquí. Se ve la necesidad de importar este tipo de ropa internacional que tanto admiran y desean tener, porque es mercancía que difícilmente se encontraría en el mercado nacional. Es por eso que surge la idea y oportunidad de negocio para satisfacer a los consumidores ecuatorianos. Y en base a esta experiencia que se presenta este proyecto busca implementar una microempresa que elaborará sus propios diseños, Y serán variados para toda ocasión, de buena calidad, orientados a la clase media y alta, se ajustarán a las medidas promedio de la población ecuatoriana pudiendo realizar ajustes a las medidas exactas del cliente. Con el objetivo de satisfacer permanentemente el deseo de novedades, atracción, belleza y sensualidad de los consumidores, el mejoramiento de las prendas será continuo y la rentabilidad del negocio se irá incrementando, ya que se podrán implementar una nueva empresa y a la vez que generará nuevas fuentes de trabajo en diferentes áreas, seleccionando a los mejores profesionales en confecciones. Debido a las exigencias con respecto a los diseños y calidad, existe un incremento en la venta de prendas de vestir, y la demanda de mercado ha aumentado

constantemente, Por este motivo surge la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de elaboración y comercialización que ofrezca al consumidor una propuesta diferente, haciéndoles sentir a los clientes en confianza de preguntar cualquier inquietud que tenga con la confección, ya sean estos inconvenientes en los diseños, costos o la calidad de las prendas de vestir. Este proyecto se enfoca a garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad, Territorial y Global.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno. (pyme.lavoztx, 2015)

2.01 Ambiente Externo

Como ambiente externo, se hace referencia a las variables externas a los grupos, que no se pueden controlar y que de alguna manera pudieran influenciar sobre la marcha del proyecto. (gestiopolis, 2016)

2.02 Factor Económico

El factor económico afecta el poder de compra de los consumidores potenciales y el costo del capital de la empresa. (Taringa, 2017)

2.02.01 Inflación

Según el estudio del (INEC, 2016, pág. 9): "la variación de precios del mes con respecto al mismo mes del año anterior, es decir, la variación de los últimos 12 meses."

Tabla 1 Inflación

AÑO	PORCENTAJE
Julio.-2016	1.19
Julio 2017	0,18
Julio 2018	-0,71

Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Margarita Molina*

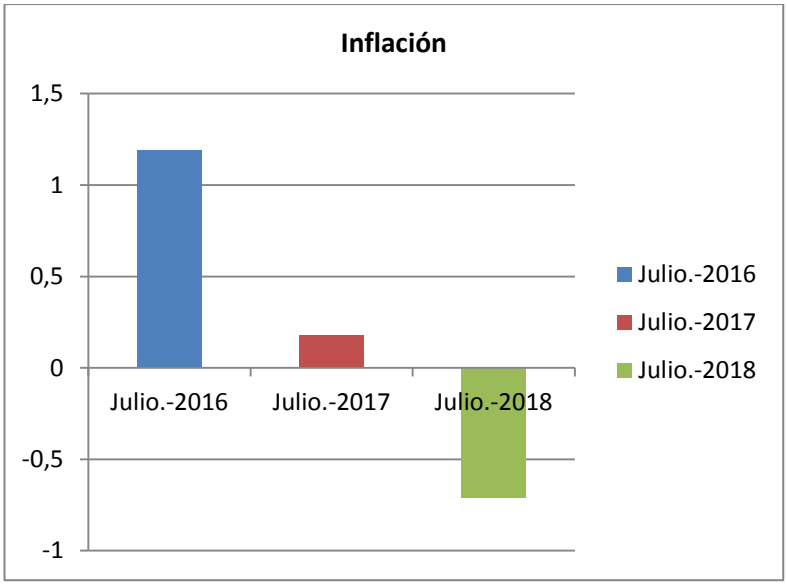


Figura 1. Inflación
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Margarita Molina*

Análisis:

La inflación acumulada hasta el mes de Julio del año 2016 es de 1.59% , esto significa que las empresas no pueden tener mejorar el poder adquisitivo ya que los precios relativamente iguales esto permite que los precios son mucho mejores esto es bueno para nosotros porque mejora el bienestar de la población. La inflación es normal. Por lo que es beneficiosa porque hay mayores ofertas de inversión ya que las

empresas usualmente toman decisiones a largo plazo para los proyectos planeados y esto disminuye la incertidumbre.

2.02.02 Producto Interno Bruto (PIB)

El PIB o producto interno bruto, es el valor de mercado de bienes y servicios finales producidos en una economía durante un periodo determinado (Wikipedia, Discucion PIB, 2017)

Tabla 2 Producto Interno Bruto (PIB)

Periodo	PIB	Variación
2016 I	69336,00	-1,30%
2016 II	68447,00	0,90%
2016 III	69068,00	0,00%
2016 IV	69068,00	1,50%
2017 I	69306,00	0,30%
2017 II	70076,00	1,10%
2017 III	70286,00	0,30%
2017 IV	71139,00	1,20%
2018 I	71140,00	

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Margarita Molina

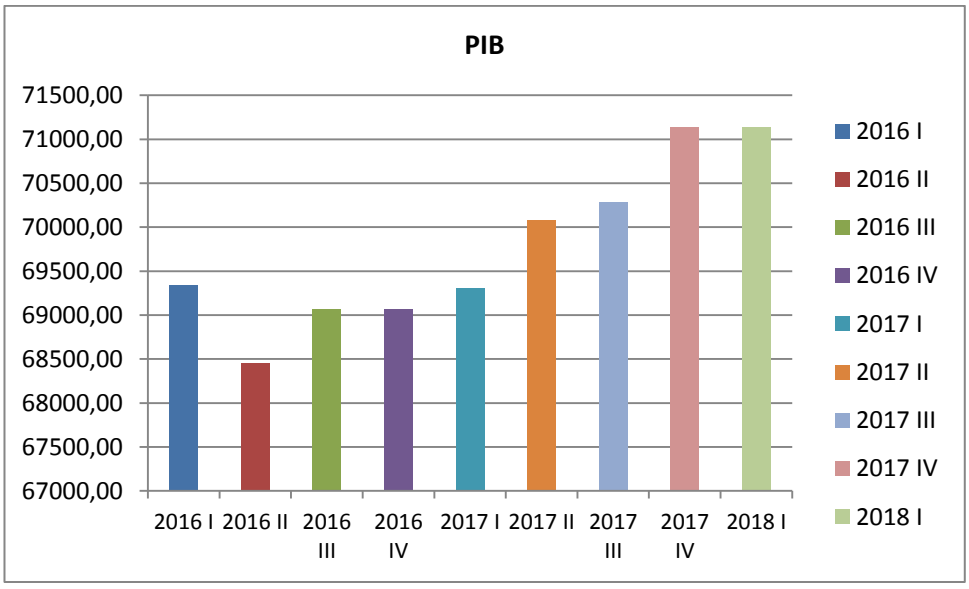


Figura 2. Producto Interno Bruto (PIB)
Elaborado por: *Margarita Molina*

Análisis

El Producto Interno Bruto en el año 2016 se redujo en un -1.47% esto perjudica porque como pais no ha crecido ya que el crecimiento es bajo de las industrias, las producciones dentro del pais ademas se disminuyó también en los valores constantes de las exportaciones, la demanda interna y el consumo gubernamental. Debido a desastres naturales por lo que los ingresos se debieron distribuir en las áreas afectadas. Y en el año 2017 hasta octubre ha decrecido 2.6%, lo cual podemos concluir que la economía es inestable, siendo así este factor no es favorable para este proyecto, ya que los clientes controlaran sus gastos para compras en vestuario

2.02.03 PIB Sectorial

Básicamente se refiere al PIB por sectores se toma en cuenta los bienes o servicios producidos por un solo sector económico y un mismo tiempo por ejemplo el sector manufacturero, sector de la construcción, sector de servicios.

Tabla 3 PIB Sectorial o de Actividad

	ACTIVIDAD DEL PIB	2016	Porcentaje
0	Productos de la agricultura, silvicultura y pesca	15.451.407	9,48%
001	Banano, café y cacao	3.404.139	2,09%
002	Cereales	910.433	0,56%
003	Flores y capullos	1.143.630	0,70%
004	Otros productos de la agricultura	3.446.163	2,12%
005	Animales vivos y productos animales	2.722.599	1,67%
006	Productos de la silvicultura	1.491.984	0,92%
007	Camarón y larvas de camarón	1.446.280	0,89%
008	Pescado vivo, fresco o refrigerado	886.179	0,54%
1	Minerales, electricidad, gas y agua	12.585.633	7,72%
2	Productos alimenticios, bebidas y tabaco; textiles, prendas de vestir y productos del cuero	20.080.130	12,32%
011	Productos cárnicos	2.612.512	1,60%
012	Camarón elaborado	2.880.743	1,77%
013	Productos elaborados de la pesca	1.805.893	1,11%
014	Aceites y grasas	1.226.470	0,75%
015	Productos lácteos elaborados	1.251.931	0,77%
016	Productos de la molinería, panadería y fideos	2.475.677	1,52%
017	Azúcar	500.541	0,31%
018	Productos de cacao elaborado	602.072	0,37%
019	Otros productos alimenticios diversos	2.512.263	1,54%
020	Bebidas y tabaco	2.062.542	1,27%
021	Productos textiles, cuero y productos de cuero	2.149.486	1,32%
3	Otros bienes transportables, excepto productos metálicos, maquinaria y equipo	11.914.157	7,31%
4	Productos metálicos, maquinaria y equipo	6.812.764	4,18%
5	Construcciones y servicios de construcción	20.163.626	12,38%
6	Servicios comerciales de distribución; alojamiento; servicios de suministros de comidas y bebidas; servicios de transporte y servicios de distribución; electricidad, gas y agua	32.793.203	20,13%
7	Servicios financieros y servicios relacionados; servicios inmobiliarios y servicios de leasing	12.216.625	7,50%
8	Servicios prestados a las empresas y de producción	8.556.595	5,25%
9	Servicios para la comunidad, sociales y personales	22.349.016	13,72%
	TOTAL	162.923.156	100,00%

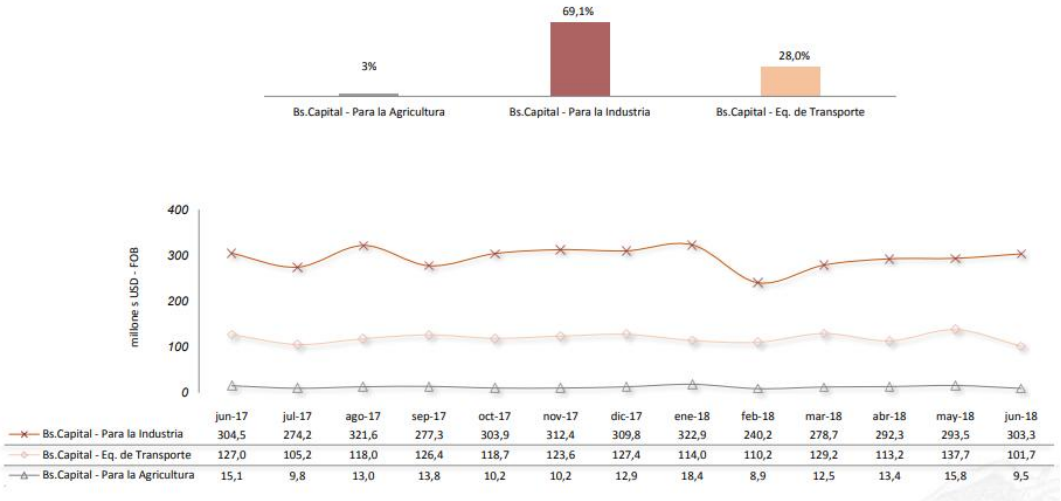
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis:

El PIB es un indicador en aproximaciones del valor económico de un país. En el caso de Ecuador se puede observar que ocupa el puesto 54 por volumen de PIB. Con el mayor crecimiento de PIB a nivel regional con un 162.923.156, un crecimiento de 2,1% con respecto al año anterior, el mismo quiere decir que las empresas optaron por redistribuir costos con la finalidad de mejorar sus ingresos

2.02.04 Balanza Comercial

En efecto (Banco Central del Ecuador, 2017, pág. 4): "La Balanza Comercial Total, al finalizar el período enero – noviembre de 2017, registró un superávit de USD 26.8 millones, resultado de una recuperación en valor FOB de las exportaciones petroleras y de un crecimiento de las exportaciones no petroleras.



	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17	oct-17	nov-17	dic-17	ene-18	feb-18	mar-18	abr-18	may-18	jun-18
Bs.Capital - Para la Industria	304,5	274,2	321,6	277,3	303,9	312,4	309,8	322,9	240,2	278,7	292,3	293,5	303,3
Bs.Capital - Eq. de Transporte	127,0	105,2	118,0	126,4	118,7	123,6	127,4	114,0	110,2	129,2	113,2	137,7	101,7
Bs.Capital - Para la Agricultura	15,1	9,8	13,0	13,8	10,2	10,2	12,9	18,4	8,9	12,5	13,4	15,8	9,5

Figura 3 Balanza Comercial
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis

La compra externa en millones de USD y valor FOB de bienes de capital, en promedio mensual alcanzó USD 427 millones entre junio de 2017 y junio de 2018. La participación porcentual de los grupos que conforman estas mercancías fue: bienes de capital para la industria 69.1% (USD 295), bienes de capital - equipos de transporte 28% (USD 119.4); y, bienes de capital para la agricultura 3%.(USD 12.6).

Como se puede observar en la figura el índice ha ido decreciendo porcentualmente con el pasar del tiempo debido a que las personas no registran trabajos estables y por ende tienden a ahorrar dinero para cualquier emergencia y así generan drásticas reducciones en las importaciones y exportaciones.

2.02.05 Riesgo País

Riesgo País, hace referencia a la probabilidad de que un país, emisor de deuda, sea incapaz responder a sus compromisos de pago de deuda, en capital e intereses, en los términos acordados. En tal sentido se pueden mencionar tres fuentes de las que proviene el riesgo de incumplimiento de una obligación: Riesgo Soberano, Riesgo de Transferencia y Riesgo Genérico. (Coemercio, 2017)

Tabla 4 Riesgo País

Fecha	Riesgo país
Jul-2016	877
Jul-2017	673
Jul-2018	627

Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Margarita Molina*

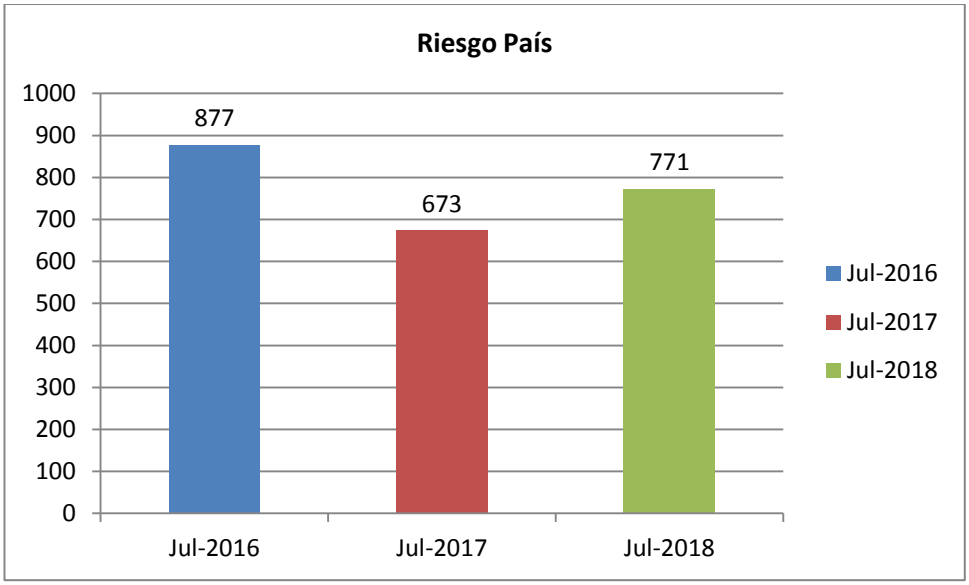


Figura 4 Riesgo país
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por: *Margarita Molina*

Análisis

El Riesgo País es uno de los índices más importante porque el permite ver las variaciones de la economía ecuatoriana y en el periodo diciembre 2015 tiene un valor acumulado de 1252 con una variación del 12.52% al contrario en el 2016 hasta julio tiene un valor acumulado de 877 con una variación del 7,43% y julio del año 2017 con un valor acumulado 673 con una variación de 5,47% existiendo un crecimiento esto representa una amenaza debido a que las encuestas a los empresarios no tienen una clara idea de hacia dónde va dirigida la actividad comercial

2.01.06 Tasa De Interés

Es el porcentaje que se aplica al capital, para obtener el interés. Generalmente hace referencia a un lapso de tiempo. (Wikipedia, Tasa de Interes, 2016)

2.02.07 Tasa Interés Activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito (comercial, consumo, vivienda y microcrédito). Son activas porque son recursos a favor de la banca. (Banco Central del Ecuador, 2017)

Tabla 5 Tasa de Interés activas 2017

Tasa Referencial		**Tasa 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
Producto PYMES	11,49	Producto 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	16,8	Consumo Ordinario	17,3
Consumo Prioritario	16,58	Consumo Prioritario	17,3
Educativo	9,5	Educativo	9,5
Inmobiliario	10,61	Inmobiliario	11,33
Vivienda de interés publico	4,98	Vivienda de interés publico	4,99
Microcrédito Minorista	27,92	Microcrédito Minorista	30,5
Microcrédito de acumulación simple	25,02	Microcrédito de acumulación simple	27,5
Microcrédito de acumulación ampliada	21,42	Microcrédito de acumulación ampliada	25,5
Inversión Publica	8,22	Inversión Publica	9,33

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis:

Al comenzar a implementar una microempresa tendría que adquirir un financiamiento y seria mediante una taza activa del producto PYMES que está al 11.83% esto es una desventaja competitiva debido a que en los países cercanos presentan tasas más bajas, esta sería una desventaja para poner en marcha el proyecto

2.02.08 Tasa Pasiva

La tasa pasiva o de captación, es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. (BCE, 2017)

Tabla 6 Tasa Pasiva 2017

Tasas Referenciales	**% anual**	**Tasas referenciales**	**% anual**
Depósito a plazo	4,82	Depósito de Ahorros	1,16
Depósitos Monetarios	0,65	Depósito de tarjeta Habientes	1,25
Operaciones de Reporto	0,1		
Tasa 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	5,6
Plazo 91-120	4,84	Plazo 361 y mas	7,21

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis:

La tasa de interés pasiva de igual manera se encuentra regida por el Banco Central del Ecuador al igual que la tasa activa, la diferencia entre las dos es el tipo de medición que mantienen debido a que la tasa pasiva se enfoca en el cálculo al realizar una inversión a corto o largo plazo o depósitos a la vista en cuentas de ahorro o corrientes, el monto que se maneja en lo que va del año para depósitos a plazo es de 4.82% y para depósitos de ahorros un monto de 1.16%, que los mismos pueden ser pagados de distintas maneras a convenir con el cliente.

2.03 Factor Social

Los factores socioculturales recogen el conjunto de variables de naturaleza social, cultural que afectan a las empresas de un país. Incluye factores de corte demográfico, como la evolución de las pirámides de la población, las tasas de natalidad y mortalidad y la evolución de la emigración e inmigración, también los cambios sociales, nivel educativo, estilos de trabajo y de vida. (expertos, 2017)

2.03.01 Crecimiento Poblacional

El crecimiento poblacional se refiere al aumento en el número de personas establecidas en una zona por unidad de tiempo para su cálculo. Cuando mencionamos el término crecimiento demográfico podemos estar hablando de cualquier tipo de especie, sin embargo, comúnmente nos referimos a los seres humanos. (Taringa, 2017)

Tabla 7 Tabla Del Crecimiento Poblacional De Quito Y Del Sector Donde Pertenece El Proyecto.

POBLACIÓN ESTIMADA CENSOS								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Quito	2319,671	2365,973	2412,427	2458,9	2505,344	2551,721	2597,989	2645,532
Carcelén	157,114	160,862	164,020	167,180	170,338	173,491	176,37	179,775

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis:

Según los datos de INEC El Crecimiento Poblacional de la parroquia de Carcelén ha ido incrementando en el transcurso de los años, teniendo un total de 179,775 personas que habitan en esta parroquia, según el Censo 2010, por lo tanto es una oportunidad de intensidad media ya que hay un incremento de la población por lo que para el proyecto es beneficioso.

2.03.02 Tasa De Desempleo

Indica que (Krugman, Wells, & Olney, 2008, pág. 358);"La tasa de desempleo es el número de personas desempleadas respecto a la población activa expresado en porcentaje" Situación en la que una persona con actitud y disposición para trabajar no es capaz de encontrar ocupación profesional retribuida a pleno rendimiento, ya sea porque no encuentra ningún trabajo, sea porque solo encuentra uno por jornada inferior a la que desea (y puede) llevar a cabo.

Tabla 8 Indicadores De Pobreza

Tasa de desempleo de Quito

Año	Tasa de Desempleo
Jul-2016	7,8%
Jul-2017	5,1%
Jul-2018	6,1%

***Fuente: Banco** Central del Ecuador*
***Elaborado por**: Margarita Molina*

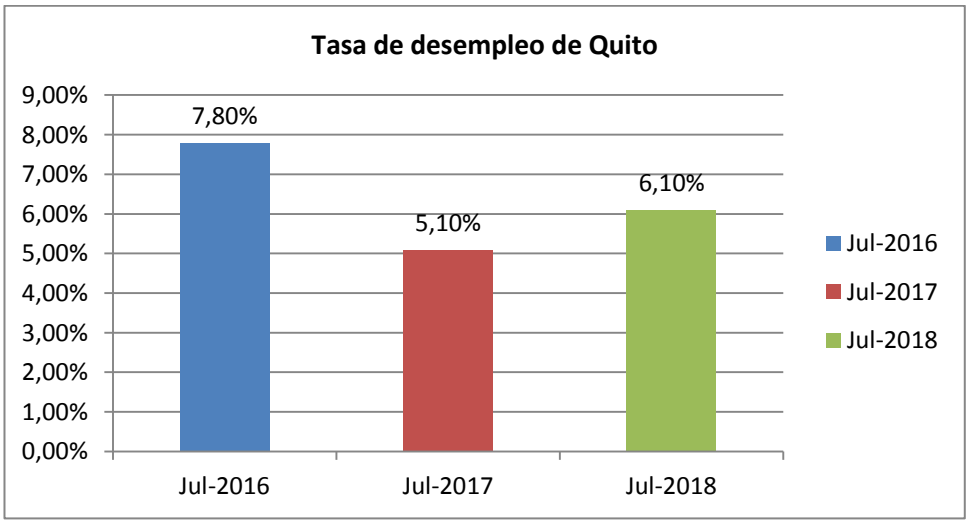


Figura 5. Tasa de desempleo de Quito
***Fuente:** Banco Central del Ecuador*
***Elaborado por:** Margarita Molina*

Análisis:

La tasa de desempleo es la medición de las personas de una cierta población de habitantes que de una u otra forma no cuentan con un trabajo fijo, en lo que se puede validar correspondiente a la tasa de desempleo de Quito, se puede evidenciar que en el año 2017 existió un porcentaje 9,1% de tasa de desempleo.

2.03.03 Pea (Población Económicamente Activa)

Según (INEC, 2016, pág. 7):"Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora a la semana de referencia o aunque no trabajaron tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)"

Tabla 9. Población Económicamente Activa

Población Económicamente Activa (PEA)	
PEA 2016	**PEA 2017**
94,30%	93,16%

Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*
Elaborado por*: Margarita Molina*

Tabla 10 Población por edades

EDADES	POBLACION	PORCENTAJE
10 - 14	268.106	10,95%
15 - 19	260.388	10,63%
20 - 24	259.206	10,59%
25 - 29	252.547	10,31%
30 - 34	239.955	9,80%
35 - 39	221.509	9,05%
40 - 44	195.109	7,97%
45 - 49	169.248	6,91%
50 - 54	147.419	6,02%
55 - 59	124.187	5,07%
60 - 64	98.914	4,04%
65 - 69	75.588	3,09%
70 - 74	55.485	2,27%
75 - 79	38.039	1,55%
80 y más	42.725	1,74%

Fuente: *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*
Elaborado por*: Margarita Molina*

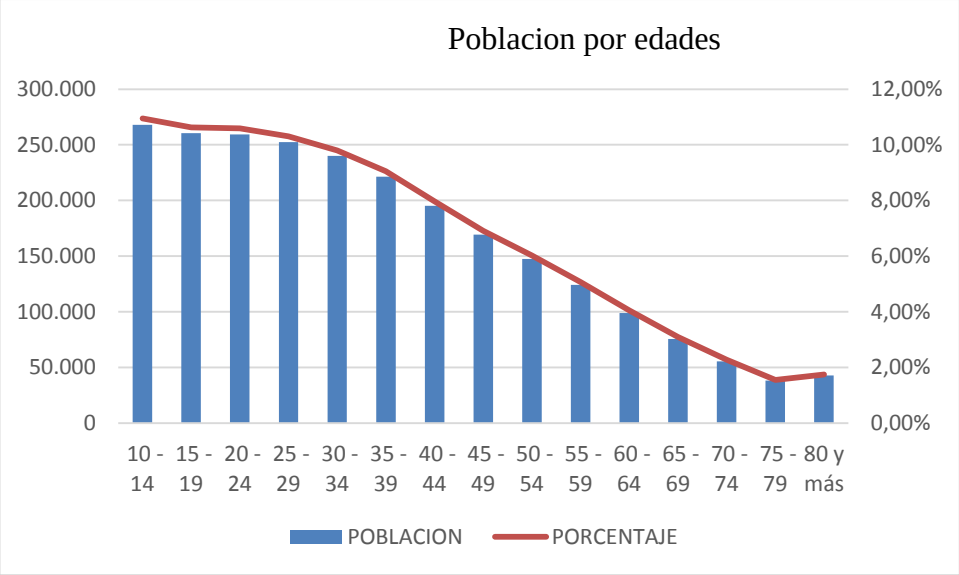


Figura 6. Población por Edades
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis:

En el Ecuador el PEA es del 94.30% este porcentaje significa que hay un alto porcentaje de población activamente económica corresponde a la fuerza laboral de un país, esto es una oportunidad de intensidad alta para la empresa ubicando a las personas que consumirán el producto dentro de los 20 y 65 años teniendo un total de 1.783.682 quienes son personas activamente activas ya que al desarrollar el proyecto está enfocado al consumidor y este será un índice para el crecimiento de la empresa.

2.04 Factor Legal

Con respecto a (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 97):" Los factores legales recogen el conjunto de factores que nos permiten definir el sistema instituacional de una nación determinada. Es decir, las normas que rigen las relaciones economicas, juridicas y sociales entre los diferentes participantes"

2.04.01 Requisitos para Constituirse como Persona Natural

RUC Registro Único de Contribuyente

- ✓ Original y Copia de la cédula de ciudadanía
- ✓ Original y copia de la papeleta de votación
- ✓ Planilla de servicios básicos

Certificado del Cuerpo de Bomberos

- ✓ Solicitud de Inspección al Local
- ✓ Informe de la Inspección
- ✓ RUC

Patente Municipal

- ✓ Original y copia del certificado emitido por los Bomberos
- ✓ RUC
- ✓ Llenar el formulario de Patente del Comerciante
- ✓ Copia de cedula y papeleta de votación del propietario del local

Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas

- ✓ Formulario único de solicitud del LUAE
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Cedula y papeleta de votación actualizados propietario

2.05 Factor Tecnológico

El autor indica (Cejas, 2006, pág. 53): "El factor Tecnológico pueden disminuir las barreras a las entradas, reducir los niveles mínimos de producción eficiente, e influir en decisiones de tercerización"

El Factor Tecnológico para el proyecto es una gran ventaja ya que necesitaría utilizar tecnología de punta como la maquinaria industrial que optimiza recursos de esta manera ofrecer un producto con excelente calidad y poder reducir costos.

2.06. Entorno Local

Según (Vazquez, 2005, pág. 58): "El entorno local consistiría en haber puesto en manifiesto la relación entre territorio e innovación a través de las empresas, lo que permite argumentar que el desarrollo tiene un carácter territorial"

2.06.01 Clientes

Se les conoce también como compradores, son personas o empresas que adquieren los bienes o servicios que ofrece la organización, se consideran en algunas empresas como la variable más importante ya que sin ellos no habría ventas.

2.06.02 Clientes Internos

Los clientes internos serán los encargados de cumplir con la misión y visión de la empresa antes propuesta entre ellos están todos los empleados que la conforman la micro empresa y serán un personal altamente capacitado en cada uno de las áreas encomendadas.

2.06.03 Clientes Externos

Los clientes externos serán las personas con un micro mercado que acudan a la empresa a adquirir el producto que saldrá al mercado y podrán distribuirlo.

Los clientes externos son las personas fundamentales para que la empresa tenga crecimiento es por tal razón que siempre hay que tratarlos bien a los clientes internos darles siempre una buena posición para que ofrezcan un buen servicio y de esta manera obtener cliente satisfecho ya que cliente satisfecho traen más clientes a la empresa y de esta manera lograr posición en el mercado

2.06.04 Proveedores

Los proveedores son aquellas empresas que proporcionan o abastece de recursos necesarios para lo producción de bienes o prestación de servicios que genera otro ente.

Tabla 11 Proveedores

Proveedor	Dirección	Teléfonos	Material/Producto
Textiles los Andes	Polonia N31-39 Y Vancouver	2 - 254 - 8501	Telas; Tela: nueva capo, resorte, gabardina, nesoltex.
Lafayette	Calle San Camilo 1 Viteri Lote 2 Y San Alfonso Esquina (Panamericana Norte Km. 14 1/2) Sector Calderón	2 - 282 - 9116	Telas para Confección en varios diseños Tela: tropicol, escocesa
Portofino Textil	Mejéa 950 Y General Mires	2 - 295 - 1926	Telas lycra Algodón y Nylon

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por*: Margarita Molina*

Análisis:

Los proveedores son los que facilitan la materia prima pero siempre deben buscar proveedores que ofrezcan calidad y que los productos tengan una garantía que son de buena calidad y una de las estrategias con los proveedores seria pagándoles en el menor tiempo posible para así obtener beneficios de precios al contado.

2.06.05 Competidores

Se refiere a todas aquellas empresas dedicadas la fabricación y comercialización de bienes y servicios siendo su público objetivo el mismo de nuestra empresa.

Tabla 12 Competidores Directos

	Establecimiento	Producto	**Teléfono**
ALBOMODA Collection	Albomoda	Lugo N24-370 y Av La Coruña	2 - 254 – 0929
Glamour	Glamour	Pedregal N35-167 Y Pasaje A	2 - 243 – 5575
Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos	Centro Comercial de Mayoristas y Negocios Andinos	Av. Maldonado 10385 Y Quémiag Km.4 1/2	2 - 268 – 2547

***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita Molina*

Tabla 13. Competidores Indirectos

Establecimiento	Producto
Pat Primo Ecuador Comercializadora S.A.	Prendas de vestir con diseños exclusivos
Uniformes Rila Cía. LTDA.	Prendas de vestir con modelo y diseños a su elección.

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Margarita Molina

Análisis

Los competidores es una AMENAZA de intensidad media ya que siempre deben-estar pendientes tomando diferentes estrategias para que el producto tenga un ingreso al mercado con un valor agregado e innovador para el gusto de los clientes. Una ventaja que tendrá el proyecto es que tengo un buen conocimiento del producto y proveedores con un menor costo en una misma calidad

2.07 Análisis FODA

El análisis de FODA es un instrumento de planificación estratégica que puede utilizarse para identificar y evaluar fortalezas y debilidades de la organización (factores internos), así como las oportunidades y amenazas (factores externos)

Tabla 14. Matriz FODA

	ANALISIS ESTRATEGICO F.O.D.A. DE LA EMPRESA	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Posibilidad de Incursionar eficazmente en el mercado con nuevos diseños exclusivos en prendas de vestir Aternativa a nuevos clientes contar con materia prima de calidad y a costos bajos. Expansion a nivel nacional formar una empresa constituida	LA SUBIDA DE ARANCELES E IMPUESTOS PARA LA IMPORTACION DE MAQUINARIAS NECESARIAS PARA LA TEXTILERIA COMPENTENCIOA EN EL MISMO SECTOR CON LOS MISMOS PRODUCTOS A MENOR PRECIO BAJA VENTA DE NUESTROS PRODUCTOS CON CONSECUENCIA DE ALMACENAR MUCHO ESTOCK EN BODEGA.
	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA FA
FORTALEZAS	Alternativa de expansion de productos. VENTA CON GARANTIA DEL PRODUCTO DE CALIDAD OFRECIDO AL MAYORISTA MAQUINARIA DE ULTIMA TECNOLOGIA Variedad en el diseño exclusivo en calidad y buen servicio. Posibilidad de Cumplir con sus obligaciones a corto plazo.	Apertura de nuevas sucursales a nivel nacional Innovacion de nuevos diseños Exclusivos Fidelizacion de clientes sastifechos. reconocimiento en el mercado Posesionamiento en el mercado.	Crear planes de produccion que sastifagan las necesidades periodicas de la demanda. Propiciar la Expansión de la variedad de diseños exclusivos con costos bajos.
DEBILIDADES	EL ALTO COSTO DEMANTENIMIENTO DE TANTO DE ESPACIO COMO MAQUINARIA LA FALTA DE EXPERIENCIA EN EL AMBITO EMPRESARIAL DE TEXTILERIA PERSONAL IRRESPONSABLE Y POCO COMPROMETIDO CON LA EMPRESA	PROMOCIONAR NUEVO ESTILO DE PRENDAS DE VESTIR A BAJO COSTO PARA PODER LLEGAR LA CONSUMIDOR CON FACILIDAD CAPACITACIONES PARA PODER NEGOCIAR CON NUVOS CLIENTES Y QUEDAR SATISFECHOS. CAPITANDOLAS, DANDOLES BONOS O INCENTIVOS PARA QUE INCREMENTEN LA PRODUCCION	BUSCAR UNA EMPRESA NACIONAL QUE BRINDE LA MISMA MAQUINARIA IMPORTANDA PERO CON MANO DE OBRA DEL PROPIO PAIS OFERTAR PRODUCTOS O PROMOCIONES MENSUALES DE ALGUNOS PRODUCTOS MAS VENDIDOS MULTANDO O DEJAR DE DAR INCENTIVOS CADA VEZ QUE SUCEDA ALGUN PROBLEMA EN LA EMPRESA POR CAUSAS DE LOS TRABAJADORES

Fuente: Investigación Propia
Elaborado: Margarita Molina

2.08 Propuesta Estratégica

La propuesta estratégica conduce a la definición y evaluación de decisiones claves a nivel funcional. Finalmente, las estrategias contienen las respuestas que surgen del análisis previo orientadas a la acción, que surgen del análisis previo".

- Conocer sus debilidades y fortalezas
- Tener el reconocimientos de la marca dentro de los clientes y su fidelización
- Ofrecer prendar con altos niveles de calidad
- Ventas del producto por páginas del internet
- Investigar proveedores que ofrezcan materia prima con calidad a precios compatible al mercado.

2.08.01 Misión

La misión expresa la razón de ser de la empresa y objetivo primordial. Constituye la auténtica, y es aconsejable que está redactada explícitamente; en el desarrollo de la actividad empresarial conviene tener en claro desde el principio todos los aspectos que componen la misión.

Tabla 15 Formulación De La Misión

Principios	
Calidad	Tener prendas con altas normas de calidad
Compromiso	Realizar el producto con responsabilidad, esmero y en el tiempo acordado
Valores	
Responsabilidad	Tener la capacidad razonable y crítica ante acontecimientos que pudieran
Honestidad	Poseer una ética profesional en cada momento
Respeto	Ser respetuosa con los clientes, proveedores y personas que colaboran la empresa
Lealtad	Comprometerse con la empresa al 100% para tener crecimiento profesional
Confiabilidad	Ofrecer a los clientes, proveedores y personal confianza para creer en el servicio de la empresa

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado Por*: Margarita Molina*

Tabla 16 Elementos para definir la Misión

ELEMENTOS PARA DEFINIR LA MISION	
Quienes somos	Una empresa fabricante y comercializadora
Qué necesidad satisfacemos	Creación de prendas de vestir con diseños exclusivos
Propósito	Ser una empresa con moda, estilo propio e innovadores.
Características del Servicio	Prendas con garantía y rentabilidad al cliente
Valores	Responsabilidad, Lealtad, Puntualidad y Honestidad

Fuente*: Investigación Propia*
Elaborado Por*: Margarita Molina*

Somos una empresa que fabrica y comercializa prendas de vestir con diseños exclusivos que satisfacen la necesidad específica de los clientes y en el mercado competitivo, con moda y estilo, innovadores dirigidos al comercio y consumidor final garantizar la calidad de ~~los~~ productos y rentabilidad a los clientes. Brindando así con responsabilidad puntualidad y honestidad el producto ofertado.

2.08.02 Visión

La visión tiene dos ingredientes fundamentales: uno es la mirada hacia el futuro, el otro es un componente de propósitos principios y valores; muestra la dirección hacia la cual debe apuntar la acción, la encaminada, la motivadora. Como mínimo la visión debería ser imaginable, creíble, viable, deseable.

2.08.03 Formulación De La Visión

Tabla 17 Formulación de la Visión

Principios	
Trabajo en Equipo	Tener buenas relaciones con todo el personal
Calidad	Ofrecer prendas con altas normas de calidad
Valores	
Responsabilidad	Perseverancia y Obligación en la actividad que realizamos
Competitividad	Brindar a los clientes el mejor producto atendiendo a sus pedidos de una manera rápida pero asegurando la calidad de tal manera que se sientan confiados con nuestro producto
Respeto	Comprometerse a dar respeto a los clientes, proveedores y el personal.
Lealtad	Tener el compromiso ante la empresa
Confiabilidad	Ofrecer a los clientes, proveedores y personal confianza para creer en el servicio de la empresa

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Margarita Molina

Tabla 18 Elementos para definir la Visión

ELEMENTOS PARA DEFINIR LA VISION	
Marca	Llegar a posesionar en el mercado competitivo
Mercado de la Empresa	Ser líder en el centro histórico y a nivel nacional
Propósito	Ser una empresa con moda, estilo propio e innovadores.
Productos o Servicios	Tener una amplio catálogo de modelos
Valores	Responsabilidad, Lealtad, Puntualidad y Honestidad

Fuente: Investigación Propia
Elaborado Por: Margarita Molina

2.09 Objetivos

Enunciado que orienta en forma global el diseño de un proyecto (programa o plan) y se formula en términos de cambios esperados en la situación general de la población o grupo afectado positiva o negativamente.

2.09.01 Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad para implantar una microempresa, cuya actividad será ofrecer elaboración y comercialización de prendas de vestir con diseños exclusivos, la misma que se ubicará en la Parroquia de Carcelén. A fin de satisfacer necesidades económicas del sector

2.09.02 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos indican lo que se pretende lograr en cada una de las etapas de investigación, implicando así un mayor nivel de concreción temporal, temática y estratégica.

- Diseñar un estudio técnico que permita determinar la capacidad del servicio, así como su localización y requerimientos necesarios para su funcionamiento.
- Realizar una investigación de mercado para identificar la demanda potencial y la demanda insatisfecha para el presente proyecto
- Realizar un estudio financiero para determinar la viabilidad económica.

2.09.03Principios O Valores

Son el conjunto de valores, creencias y normas que regulan la vida de una organización. Ellos definen aspectos que son importantes para la organización y que deben ser compartidos por todos. Por tanto, constituyen la norma de vida corporativa y el soporte de la misión y la visión.

Principios:

- Trabajo en equipo: Contribuir con ideas y dar soluciones en conjunto para dar cumplimiento a las actividades diarias,
- Calidad en el servicio: Mediante el cumplimiento de los compromisos adquiridos con el cliente y garantizando los diseños por nuestros confeccionistas.
- Innovación: Mediante la actualización continua de los confeccionistas y la tecnología utilizada para los diseños, así como los procesos operativos.

- Cuidado del medio Ambiente: Mantener la práctica de la recolección de chatarra para la conservación y mejora del medio ambiente

Valores

Se entiende por valores de la empresa las creencias compartidas acerca de cómo deben ser las cosas en la organización y como se debe actuar. Su función básica es la de servir de guía en todas las conductas que suceden, ya se la forma de concebir el liderazgo, de delimitar lo que está bien y lo que está mal, y sobre todo como guía en la toma de decisiones.

- Responsabilidad: Cumplimiento Verídico eficiente y oportuno de nuestras obligaciones tanto internas como externas encomendadas por el cliente, la empresa y uno mismo
- Respeto a las normas, y al cumplimiento de las actividades de la empresa, así como a las diferencias que tiene cada persona brindando un trato cordial tanto a compañeros de trabajo como a clientes.
- Honestidad Actuar de manera justa en cualquier situación dentro y fuera de la empresa, realizando los procesos de forma transparente.
- Puntualidad: Característica esencial de la empresa en el cumplimento de la entrega del equipo o servicio requerido.

2.10 Gestión Administrativa

La gestión administrativa permite alcanzar los objetivos planteados mediante el adecuado uso de los recursos, basado en la planeación, organización dirección y control.

2.10.01 Planificación

Representa el inicio y la base del proceso administrativo, determina que quiere ser la empresa, donde se va a establecer, cuando va iniciar sus operaciones y como lo va a lograr.

La planificación en la empresa seria a diario para poder ir concordando con el trabajo diario y de esta manera entregar a tiempo los pedidos y definir los procedimientos que se llevaran a cabo. (Chiabenato, 2017)

2.10.02 Organización

Es la estructura de la organización donde intervienen elementos fundamentales para la asignación de funciones y delimitación de responsabilidades mediante los cargos, con el fin del logro de los objetivos. (Chiabenato, 2017)

2.10.03 Organigrama Estructural

Un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. ... Los organigramas pueden incluir los nombres de las personas que dirigen cada departamento o división de la entidad, para explicar las relaciones jerárquicas y competencias vigentes (Chiabenato, 2017)

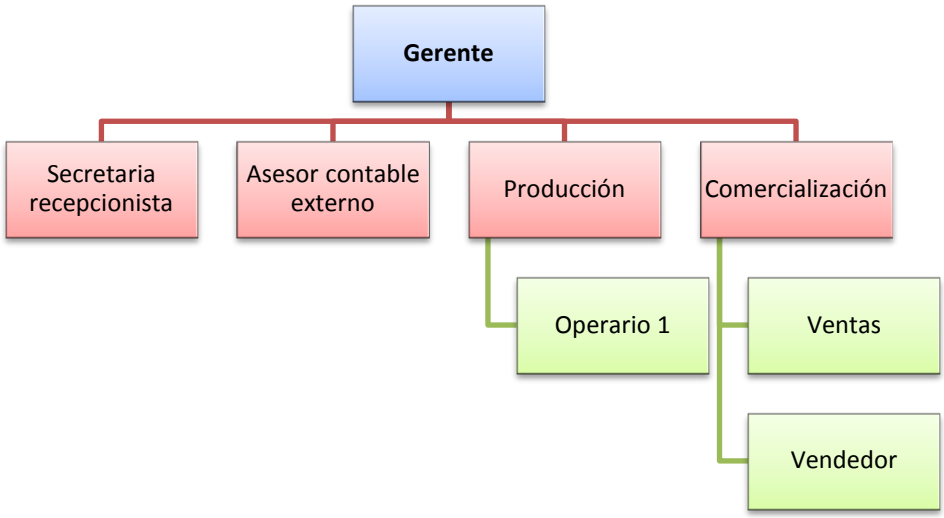


Figura 7 Organigrama Estructural
Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado Por: *Margarita Molina*

2.10.04 Perfil de Puesto y Funciones

Es un documento oficial de la Empresa en el que se definen las funciones, dependencia y relaciones de los puestos directivos, acompañando a la representación gráfica de la Estructura (Organigrama). Su objetivo principal consiste en estructurar los niveles de dirección de la Empresa y así proporcionar una guía práctica al personal, informándole acerca de la naturaleza de su trabajo y de su situación, a fin de conseguir la mayor eficacia posible en su funcionamiento.

Tabla 19 Perfil del Puesto Administrador

PERFIL DE PUESTO

NOMBRE DEL PUESTO	**SUELDO**
Gerente	600
FUNCIONES GENERALES	
El Propietario será el encargado de la empresa se dedicara a guiar a la empresa de una forma responsable con las políticas establecidas en ellas	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
Planificar, Organizar y controlar a la empresa	
Tener los documentos al día de la empresa	
Realizar inventarios periódicamente	
Controlar a los empleados en el cumplimiento de sus funciones	
Comprar la materia prima	
Hacer pago a los proveedores y empleados	
REQUERIMIENTOS ACADEMICO	
Tecnología Administración de Empresas	
REQUISTOS DE EXPERIENCIA	
Dos (2) años de experiencia en cargos similares	

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Margarita Molina*

Tabla 20. Perfil del Puesto Asesor Contable Externo

PERFIL DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	**SUELDO**
Asesor contable externo	500
FUNCIONES GENERALES	
Es la persona encargada de analizar la situación financiera en la que se encuentra la empresa antes de tomar una decisión determinada.	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
Declaraciones de impuestos SRI.	
Contabilidad tributaria	
Pagos a IESS	
Cálculos de sueldos	
Control de estados financieros	
Hacer pago a los proveedores	
REQUERIMIENTOS ACADEMICO	
Tecnología en Contabilidad	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	
Dos (2) años de experiencia en cargos similares	

***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por**: Margarita Molina*

Tabla 21 Perfil del Puesto Secretaria Recepcionista

PERFIL DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	**SUELDO**
SECRETARIA / RECEPCIÓN	390
FUNCIONES GENERALES	
Es la persona que se encarga de receptar y enviar la información de la empresa al administrador, proveedores y a los clientes.	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
Ingreso del personal	
Proporcionar información a los clientes	
Mantener citas programadas	
Realizar facturación	
Recibir y enviar documentos	
REQUERIMIENTOS ACADÉMICO Bachiller	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	
Dos (2) años en cargos similares	

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Margarita Molina*

Tabla 22 Perfil del Puesto Operadores

PERFIL DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	**SUELDO**
OPERADOR	450
FUNCIONES GENERALES	
Las personas encargadas del área productiva de la microempresa que realizarán la confección de las camisetas y el diseño de sublimado de la misma.	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
• Control de insumos	Almacenamiento de mercadería
• Control de calidad	Corte y confección
• Elaboración de productos	Mantenimiento de bodega
NUMERO DE PERSONAS EN EL CARGO	DOS (2) PERSONAS
REQUISITOS ACADEMICOS BACHILLER	
REQUISTOS DE EXPERIENCIA	
1 años en cargos similares	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Margarita Molina

Tabla 23 Perfil del Puesto Vendedor

PERFIL DE PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO	SUELDO
ASESOR COMERCIAL	390
FUNCIONES GENERALES	
La persona encargada asesorar a los clientes sobre el producto que ofrece la microempresa y satisfacer la necesidad del mismo.	
VENTAS DEL PRODUCTO	
FUNCIONES ESPECIFICAS	
Dar información del producto	
Atención al cliente según la necesidad	
Realizar las ventas	
Brindar un buen servicio al cliente	
Control de clientes	
REQUERIMIENTOS ACADÉMICO	
Bachiller	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	
1 años en cargos similares	

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por*: Margarita Molina*

2.10.05 Dirección

La dirección trata como administrar la empresa dentro de un entorno siempre cambiante, poniendo énfasis no solo en las oportunidades y amenazas del sector industrial, sino también en las fortalezas de las empresas sopesando así las dificultades que tiene y tratando fundamentalmente de tener un comportamiento evolutivo respecto al contexto que la rodea. (Wikipedia, Investigacion libre, 2016)

La dirección de la empresa estará a cargo del Gerente ya que él direccionar a los trabajadores con valores y profesionalismo los encaminara para que la empresa tenga una buena marcha, sea aceptada en el mercado competitivo y así lograr los objetivos.

2.10.06 Controlar

El control puede definirse como un proceso mediante el cual se lleva a cabo un seguimiento de las actividades de las empresas con el objeto de comprobar que se realiza según lo planificado y corregir cualquier desviación relevante que se produzca

El control se lo realiza periódicamente de esta manera coordinar con la planificación se lleve a cabo de la mejor manera poder corregir los errores que se presenten

Tabla 24 Ficha de Control de calidad

Ficha de Control de Calidad				
Fecha de Reporte	**Responsable**	**Modelo**	**Talla**	**Observaciones**

Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por: *Margarita Molina*

2.11 Gestión Operativa

La gestión operativa se debe ocupar de la administración eficiente de los recursos necesarios para la producción y la prestación de servicios, lo que convierte a esta función empresarial en el pilar básico para la consecución de la competitividad empresarial, ya que una gestión eficiente e integrada de todas las operaciones de la empresa tiene un reflejo.

2.11.01 Flujograma De Procesos O De Servicios

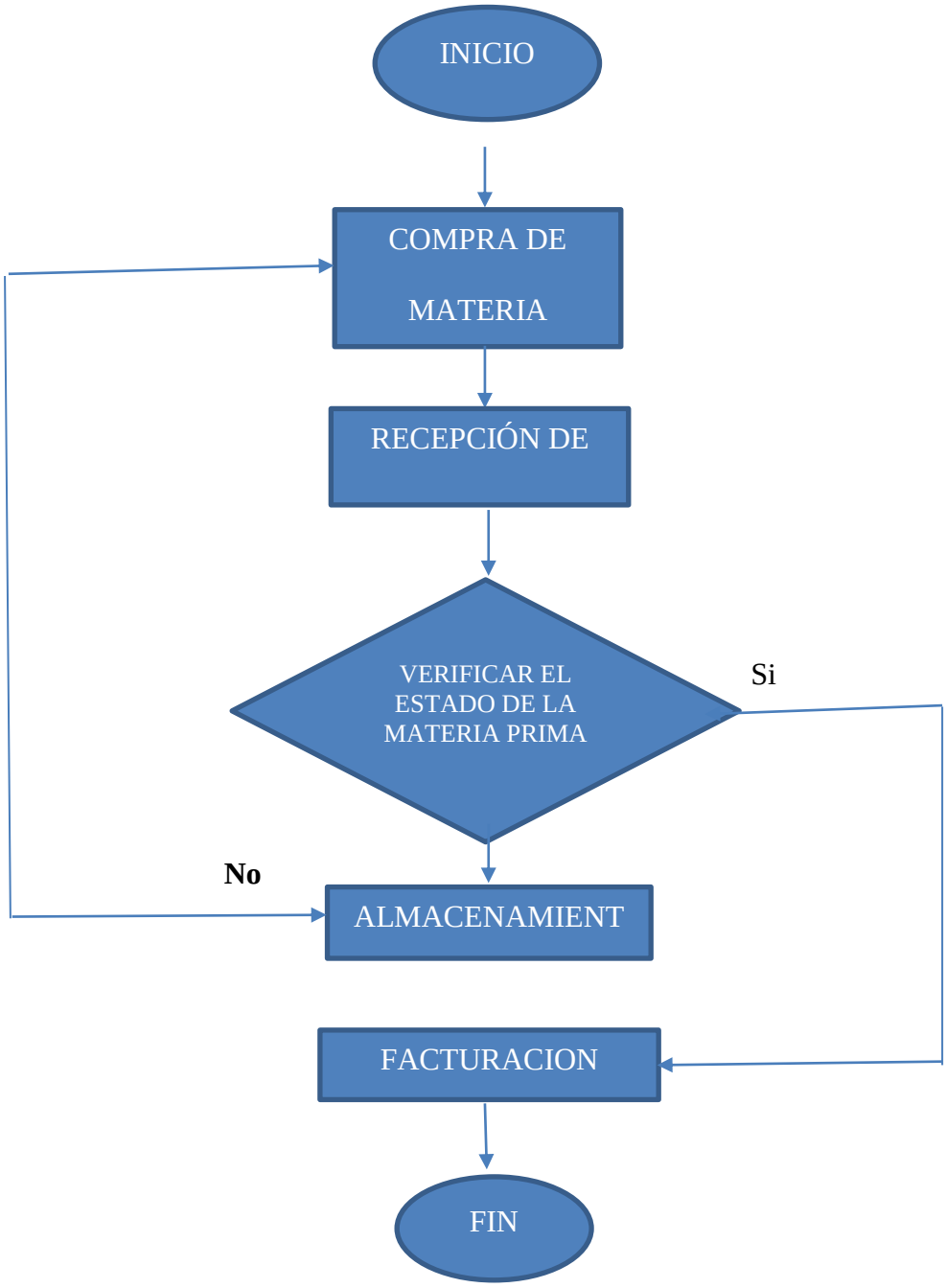


Figura 8 Flujorama de Procesos
***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

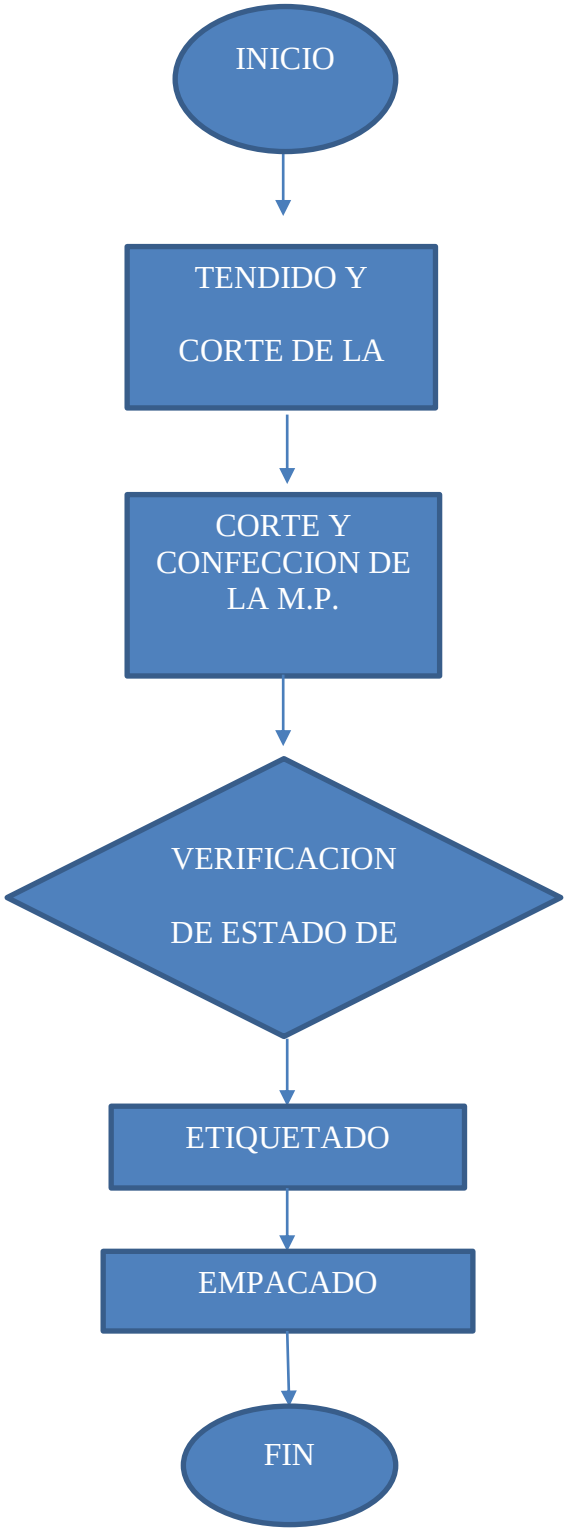


Figura 9 Diagrama de Servicios
***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

Figura 10 flujo grama De Procesos O De Servicios
***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita Molina*

2.12 Gestión Comercial

"La gestión comercial de la empresa se centra en los consumidores y en las capacidades de reacción del mercado respecto a los acontecimientos externos ante las actuaciones de marketing de la empresa" (Banco Central del Ecuador, 2017)

2.12.01 Producto

"El producto es todo aquello que se ofrece en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que es capaz de satisfacer una necesidad o deseo"

La tela que es la materia prima es seleccionada con el proveedor por su calidad y garantía este cuenta con un proceso textil garantizado y antialérgico para satisfacer al consumidor de esta manera poder confeccionar las camisetas con altas normas de calidad. (Banco Central del Ecuador, 2017)

Figura 11 Producto
***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por**: Margarita Molina*

2.12.02 Precio

El precio puede definirse como la cantidad de dinero (también cabe la posibilidad de utilizar productos y servicios) que el comprador intercambia por productos y/o servicios recibidos del vendedor". (Banco Central del Ecuador, 2017)

El precio será de acuerdo a la mano de obra y materia prima también el monto de prendas que se entregue y de acuerdo a esto se dará un valor que se encuentre en el mercado accesible al bolsillo del consumidor.

2.12.03 Plaza

La plaza nos lleva a pensarlo como el lugar de encuentro de los compradores y vendedores, y de negocios completos (intercambio de bienes físicos y pago en moneda) en un momento determinado" (Wikipedia, Investigacion libre, 2016)

La plaza seria en el sector de Carcelén Industrial que se encuentra en las calles, Av. Galo Plaza Lasso y Avenida Antonio José de Sucre, este sería el lugar del taller y también funcionaria el almacén,

2.12.04 Promoción

Es un elemento fundamental del mix de marketing el cual consiste en aplicar diversas técnicas de comunicación, con el fin de incentivar al cliente en la compra o adquisición del producto o servicio. (Wikipedia, Investigacion libre, 2016)

2.12.05 Logotipo

Figura 12. Logotipo
***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por**: Margarita Molina*

Significado De Los Colores:

Rosa: inocencia, amor, entrega y generosidad.

Rojo: éxito, actitud y fuerza.

Azul: tranquilidad, seguridad y protección

Morado: sabiduría, creatividad, independencia, dignidad y serenidad

Negro: Elegancia y objetividad

Café: Transmite vibras positivas.

Blanco: paz, pureza y confort

Slogan:

"No hago moda, soy moda"

2.12.06 Papelería Corporativa

Figura 13 Papelería Corporativa
Fuente: *Investigación Propia*
Elaborado por*: Margarita Molina*

2.12.07 Material P.O.P

Figura 14 Material P.O.P
***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por**: Margarita Molin*

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3. 01. Estudio de mercado

El estudio de mercado permite ejecutar acciones para analizar el precio, la oferta y la demanda. El objetivo del estudio de mercado es determinar la aceptación de un bien o servicio en un lugar determinado y lograr de esta manera una visión clara del producto que se desea introducir en el mercado, así como también se podrá hacer una aproximación sobre los potenciales clientes del servicio que se desea ofrecer.

3.02 01. Análisis del consumidor

El análisis del consumidor tiene como finalidad, analizar la conducta del cliente, sus necesidades, gustos, preferencias. Tomando en cuenta que la conducta es considera como un conjunto de actividades elementales, tanto mentales como físicas, que de alguna forma inducen a la elección y posteriormente a la compra de un producto o marca.

El análisis del consumidor es muy importante, ya que este permite tomar mejores decisiones y diseñar estrategias que permitan atender y satisfacer las necesidades del consumidor.

3.02.02. Determinaciones de la población y muestra.

El objetivo de determinar la población y la muestra es lograr identificar las características de la población a la cual va dirigido un producto o servicio y de esta manera lograr determinar la factibilidad del negocio.

3.02.03 Población

Es la porción finita de la población objetivo a la que realmente se tiene acceso y de la cual se extrae una muestra representativa. El tamaño de la población accesible depende del tiempo y de los recursos del investigador.

(Fred, David 2013), indica una serie de recomendaciones con respecto a la delimitación de la población, que son:

La población objetivo debe quedar delimitada con claridad y precisión en el problema de investigación e interrogante) y en el objetivo general del estudio.

Posibles compradores

La ciudad de Quito es uno de los 10 cantones de la provincia de Pichincha, localizada en la región sierra del país.

3.02.04 Segmentación de mercado.

La segmentación de mercado tiene como finalidad dividir el mercado en grupos con características y necesidades similares a fin de ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivos. La segmentación de mercado permite optimizar los recursos y utilizar eficientemente los esfuerzos del marketing. Roberto Espinosa (2013).

GEOGRÁFICAS	País: Ecuador
	Región: Sierra
	Provincia: Pichincha
	Sector: Norte del Distrito Metropolitano de Quito
DEMOGRÁFIA	Edad: 12 a 40 años
	Género: Masculino y femenino

Elaborado por: Luzmila Margarita Molina Mendoza

POBLACIÓN		2017
QUITO		2743623
Carcelén		183575
PEA	93,16%	171018,47
Edad 18-40	47,72%	81610,0139

3.02.05 Muestra

La muestra hace referencia a un conjunto de un determinado grupo de individuos a la cual se la determina como población. La muestra es una herramienta que se utiliza para determinar qué cantidad será utilizada para realizar un estudio determinado. Una muestra representativa contiene las características más importantes de la población determinada.

El estudio de factibilidad para la implementación de una Microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de prendas de vestir con diseños personalizados para personas entre los 12 y 40 años de edad, la misma que está ubicada en la Parroquia de Carcelén Industrial del Distrito Metropolitano de Quito.

La muestra de este estudio se ha obtenido de los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, a través de un estudio de campo – aplicación de una

encuesta a personas de 12 y 40 años de edad tanto de sexo femenino como masculino.

Fórmula para la obtención de la muestra

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

Dónde:

n = El tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población o universo

E = Error máximo admisible 5%

P = Probabilidad de éxito 50%

q = Probabilidad de fracaso 50%

z = Distribución normal en estadística cuando el NC = 95%, valor obtenido mediante niveles de confianza, es un valor constante que equivale al 1.96 (cómo más usual)

Total, de encuestas 320 personas

3.02.06 Técnicas de obtención de información

En el estudio de mercado se utilizó diferentes técnicas de información tales como la encuesta estadística, esta técnica es conocida como el máximo exponente en la investigación. El objetivo es reflejar a través de una muestra estadística representativa la realidad social o económica que sustenta a un mercado concreto (Muñiz, s.f.)

El objetivo de la encuesta estadística es dar a conocer resultados relevantes que determinen si la investigación de mercado es positiva o negativa y cuáles son sus potenciales clientes.

3.02.07 Encuesta

La encuesta es una herramienta que consta de un cuestionario de varias preguntas, las mismas que son elaboradas en base a las variables de la investigación. La encuesta posee un alto grado de confiabilidad ya que los resultados revelan con exactitud el comportamiento de segmento estudiado.

En el presente estudio la encuesta fue de mucha utilidad, puesto que permitió obtener información actual sobre el estudio de factibilidad para la implementación de una Microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de prendas de vestir con diseños personalizados para personas entre los 12 y 40 años de edad, la misma que está ubicada en la Parroquia de Carcelén Industrial del Distrito Metropolitano de Quito.

OBJETIVO

La presente investigación permite recopilar información para un estudio factibilidad hacia la creación de una microempresa de prendas de vestir exclusivas con diseño único en el Sector de Carcelén.

Código: _____

Instrucciones: Lea detenidamente y marque con una **X** u ordene de la escala del 1 al 5 según su criterio.

Género: ☐ Masculino ☐ Femenino:

1. **¿Con qué frecuencia compras ropa?**

☐ Una vez por semana ☐ Cada tres meses

☐ Una vez cada mes ☐ cada seis meses

2. **¿En qué lugar realizas la compra de tus prendas de vestir?**

☐ Ferias ☐ Tiendas de ropa nacional

☐ Tiendas de ropas usadas ☐ Tienda de ropa importada

☐ Otras_____

3. **Ordene del 1 al 5 (siendo 1 muy importante y 5 no tan importantes) según su preferencia en las prensas que te gusten.**

☐ Pantalones ☐ Faldas

☐ Vestidos ☐ Blusas

☐ Ropa Interior ☐ _____

4. ¿Reflejas tu estado de ánimo en la ropa que usas casa día?

☐ Si ☐ No

5. ¿Qué color sueles usar en tus prensas de vestir?

☐ Negro ☐ Azul

☐ Rosado ☐ Rojo

☐ Blanco ☐ Otros _____

6. ¿Por qué medio te gustaría que se publique prendas de vestir personalizadas?

☐ Redes Sociales

☐ Páginas web

☐ Catálogos

7. ¿Sueles leer catálogos de moda para seguir tendencia?

☐ Si ☐ No

8. ¿Te gustaría recibir notificaciones de modelos nuevos y únicos?

☐ Si ☐ No

9. ¿Cuánto gasta habitualmente en tus compras?

☐ 100 a 200 ☐ 201 a 300

☐ 301 a 400 ☐ 401 a 500

10. ¿Te gustaría una empresa que fabrique prendas de vestir personalizadas?

☐ Si ☐ No

¡Gracias por su Colaboración!

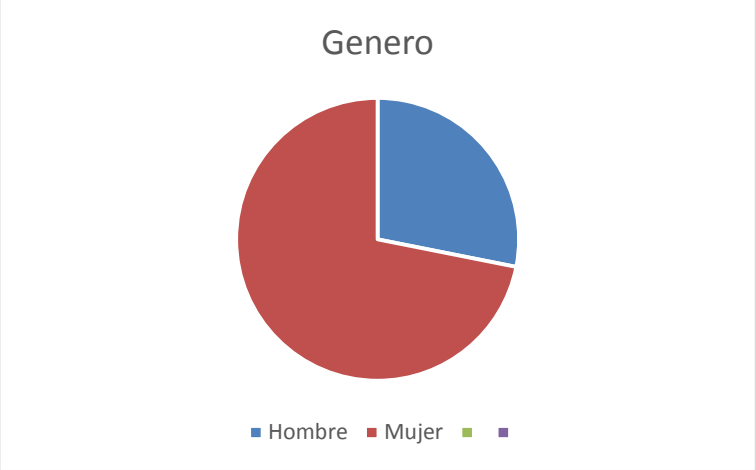
3.02.08 Tabulación encuesta

Genero

Tabla 25 Genero

Masculino	Femenino	Total
90	230	320

Elaborado por: Margarita Molina



Análisis

En la primera pregunta se encuentra que el género mayoritario es la mujer, unas 230 mujeres están más interesadas en las prendas de vestir únicas y personalizadas y con siendo una gran mayoría con respecto a 90 hombres.

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia compras ropa?

Tabla 26 Pregunta 1

	Mujeres	Hombres	Total	Porcentaje
Una vez por semana	50 personas	4 personas	54	17%
Una vez cada mes	130 personas	6 personas	136	43%
Cada tres meses	35 personas	30 personas	65	20%
Cada seis meses	15 personas	50 personas	65	20%
			320	100%

Elaborado por: Margarita Molina

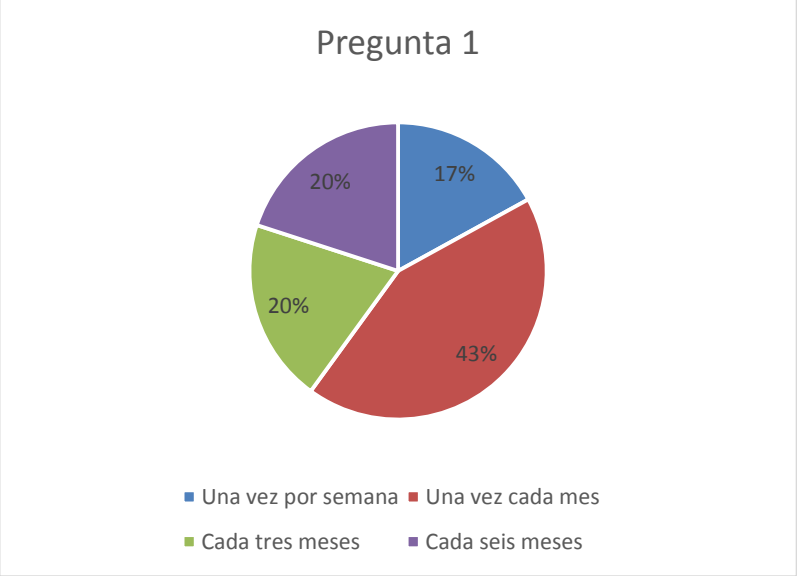


Figura 15 Pregunta 1

***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

Análisis

Los porcentajes de mujeres a hombres son totalmente diferentes ya que la mujer compra cada mes mientras que el hombre tarda seis meses para adquirir una prenda de vestir.

Pregunta 2. ¿En qué lugar realiza las compras de tus prendas de vestir?

Tabla 27 Pregunta 2

	Mujeres	Hombres	Total	Porcentaje
Ferias	60	25	85	27%
Tiendas de ropa usadas	0	0	0	0%
Tiendas de ropa nacional	90	10	100	31%
Tiendas de ropa importada	30	5	35	11
Otras	50	50	100	31%
			320	100

Elaborado por: Margarita Molina

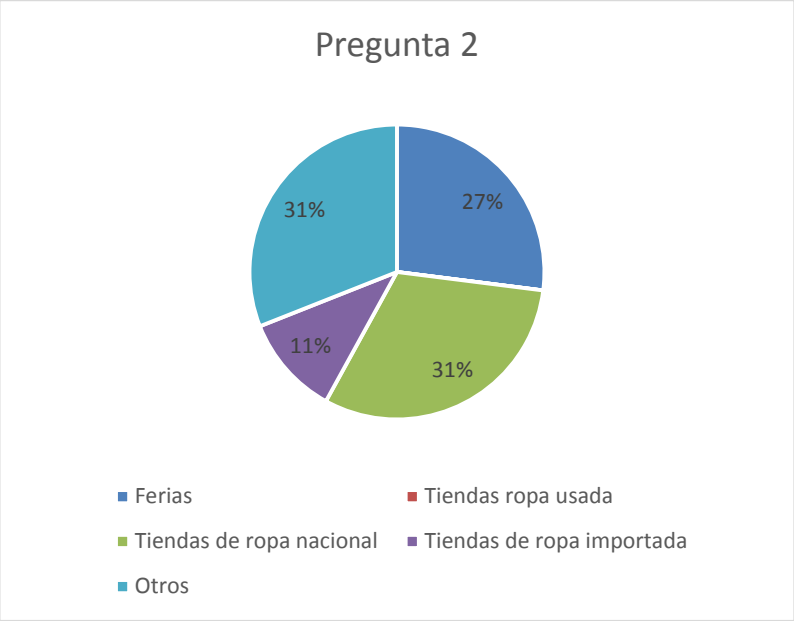


Figura 16 Pregunta 2

***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

Análisis

El 31% de las mujeres compra ropa nacional mientras que los hombres prefiere comprar en centros comerciales y ferias.

Pregunta 3. Ordene del 1 al 5 según su preferencia en las prendas de más le gusten

Tabla 28 Pregunta 3

	Mujeres	Hombres	Total	Porcentaje
Pantalones	30	40	70	22%
Vestidos	20		20	6%
Ropa interior	70	15	85	27%
Faldas	10		10	3%
Blusas / Camisas	90	15	105	33%
Otros: Abrigos Chaquetas	10	20	30	9%

Elaborado por: Margarita Molina

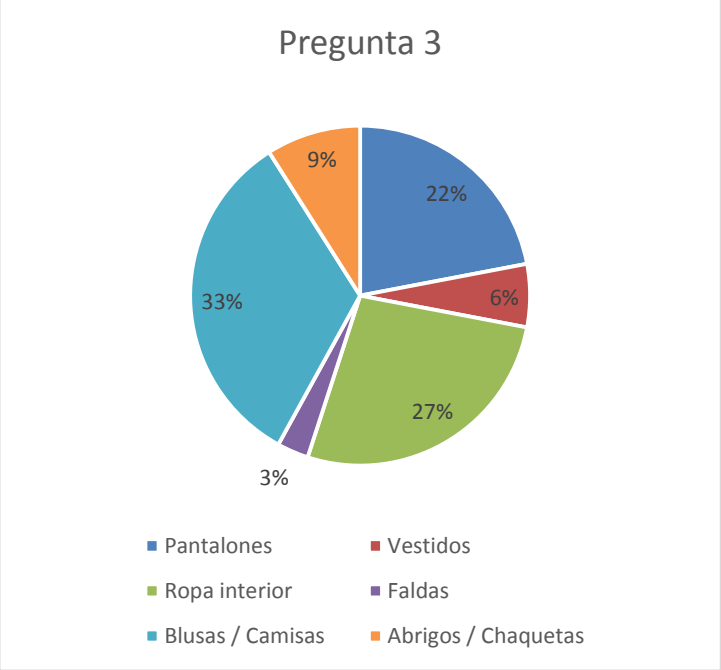


Figura 17 Pregunta 3

***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

Análisis

Las mujeres prefieren comprar blusas en un33% mientras que el hombre prefiere comprar pantalones.

Pregunta 4. ¿Reflejas tu estado de ánimo en la ropa que usas cada día?

Tabla 29 Pregunta 4

	Mujer	Hombre	Total	Porcentaje
Si	180	5	185	58
No	50	85	135	42

Elaborado por: Margarita Molina

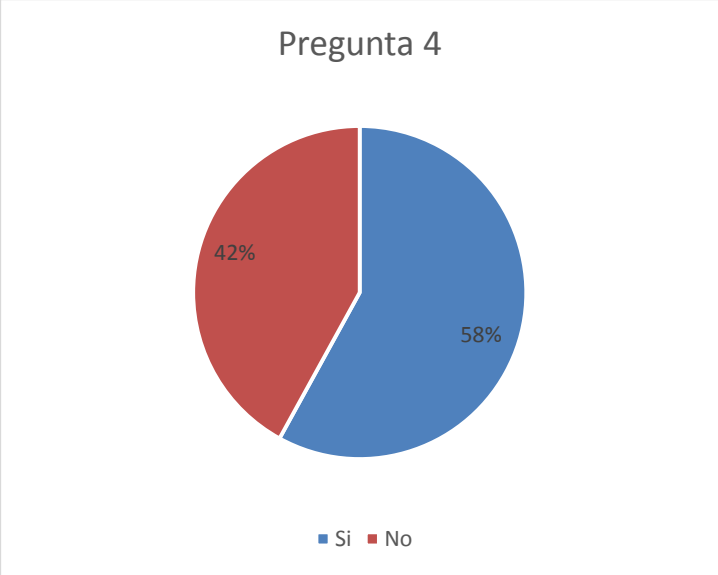


Figura 18 Pregunta 4
***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

Análisis

Dentro de esta pregunta se puede establecer que las mujeres sienten que expresan mucho con las prendas de vestir, los caballeros no tiene tanta emoción en exhibir los ánimos en las prendas de vestir.

Pregunta 5. ¿Qué Color sueles usar en tus prensas de vestir?

Tabla 30 Pregunta 5

	Mujer	Hombre	Total	Porcentaje
Negro	80	40	120	38%
Rosado	15	5	20	6%
Blanco	70	10	80	25%
Azul	10	10	20	6%
Rojo	40	15	55	17%
Otros	15	10	25	8%

Elaborado por: Margarita Molina

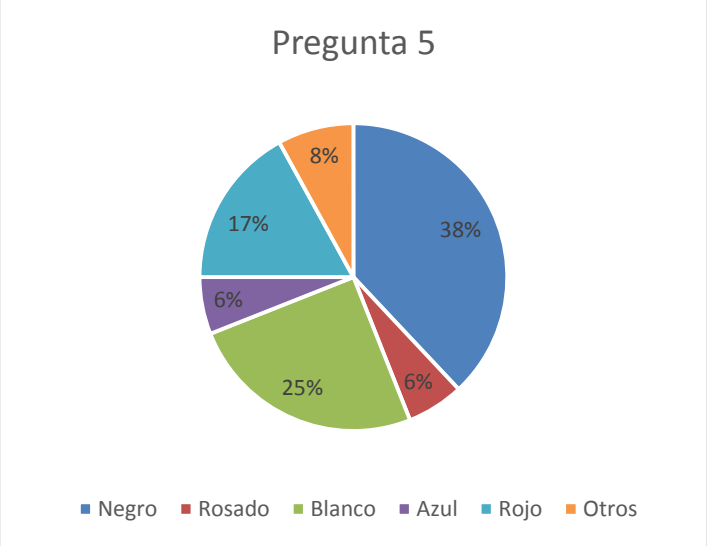


Figura 19 Pregunta 5

***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

Análisis

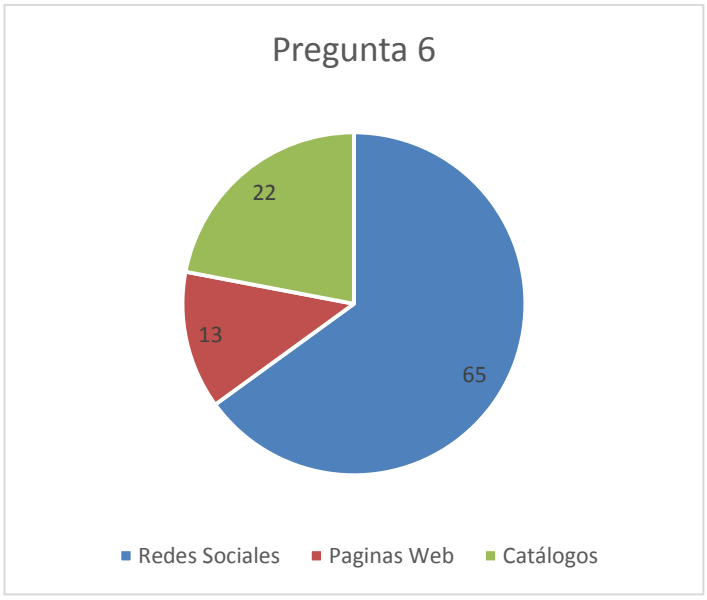
El color más utilizado tanto en hombres como en mujeres es el negro siendo el porcentaje más alto comparado a los demás colores llegando el blanco a las mujeres también llegar hacer utilizado en gran cantidad y el que menos utilizan son colores neutros.

Pregunta 6 ¿Por qué medio te gustaría que se publique prendas de vestir personalizadas?

Tabla 31 Pregunta 6

	Mujer	Hombre	Total	Porcentajes
Redes Sociales	150	60	210	65%
Páginas Web	20	20	40	13%
Catálogos	60	10	70	22%

Elaborado por: Margarita Molina



Análisis

La nueva tecnología se está apoderando del mercado y esta no es la excepción como los resultados indican la gran mayoría de interesados en redes sociales que como los años pasados era un catálogo el más importante.

Pregunta 7. ¿Sueles leer catálogos de moda para seguir tendencia?

Tabla 32 Pregunta 7

	Mujer	Hombre	Total	Porcentaje
Si	200	10	210	66%
No	30	80	110	34%

Elaborado por: Margarita Molina

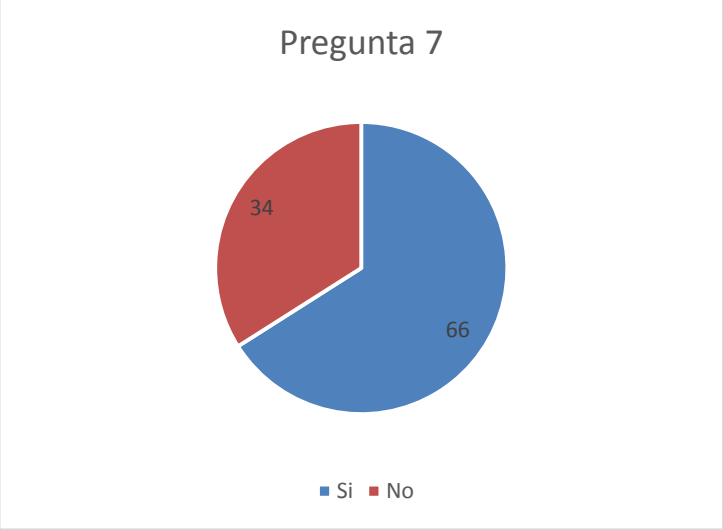


Figura 20 Pregunta 6

***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

Análisis

Como se puede apreciar en este análisis las mujeres son el gran porcentaje para seguir una tendencia como el hombre, la mujer está más pendiente de la moda porque le interesa algo nuevo único y atractivo mientras que el hombre no es tanto para tendencia ni moda.

Pregunta 8 ¿Te gustaría recibir notificaciones de modelos nuevos y únicos?

Tabla 33 Pregunta 8

	Mujer	Hombre	Total	Porcentaje
Si	210	10	220	69%
No	20	80	100	31%

Elaborado por: Margarita Molina

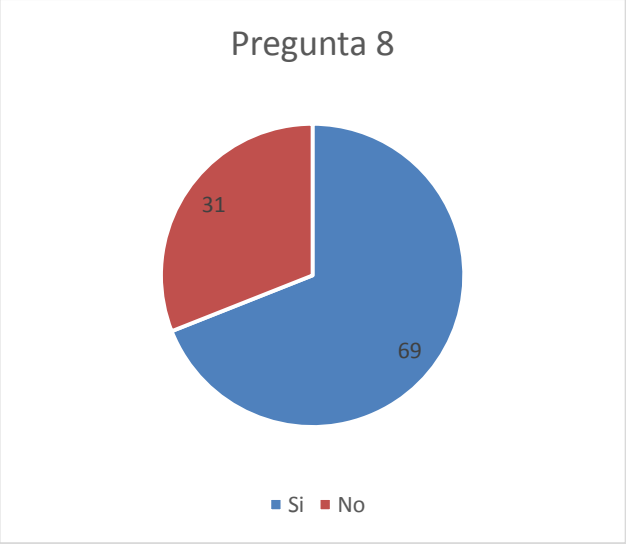


Figura 21 Pregunta 8

***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

Análisis

La grafica nos enseña que la mujer es mas pendiente de la moda con un porcentaje elevado que le gusta estar pendiente de la ultima moda a contrario de los hombres que no les gusta estar involucrados en tendencia y moda.

Pregunta 9 ¿Cuánto gasta habitualmente en sus compras?

Tabla 34 Pregunta 9

	Mujer	Hombre	Total	Porcentaje
100 a 200	170	75	245	77%
201 a 300	50	10	60	19%
301 a 400	5	5	10	3%
401 a 500	5		5	2%

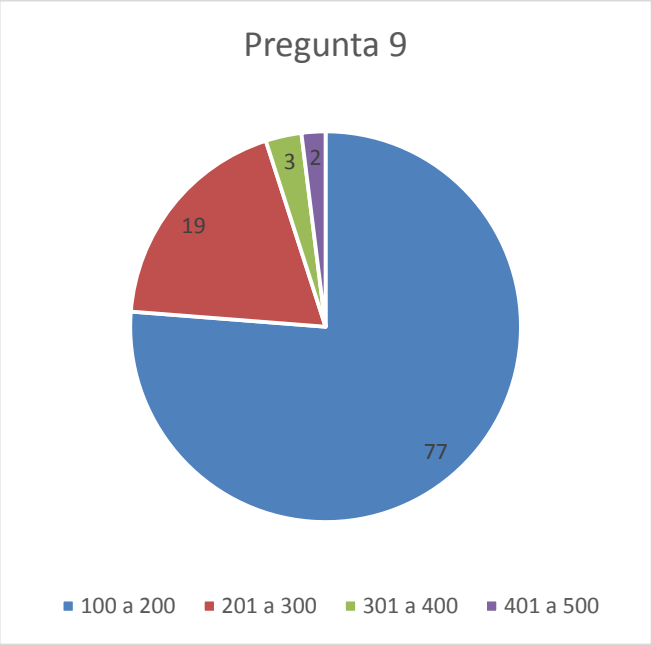


Figura 22 Pregunta 9

***Fuente**: Investigación Propia*
***Elaborado por:** Margarita*

Análisis

El análisis nos indica que el porcentaje más alto tanto de mujeres como de hombres no se llegan a gastar más 200 dólares el cual nos indica que nosotros debemos hacer prendas de vestir con buena calidad a precios cómodos para el consumidor.

Pregunta 10 ¿Te gustaría una empresa que fabrique prendas de vestir personalizadas?

Tabla 35 Pregunta 10

	Mujer	Hombre	Total	Porcentaje
Si	190	10	200	62%
NO	40	80	120	38%

Elaborado por: Margarita Molina

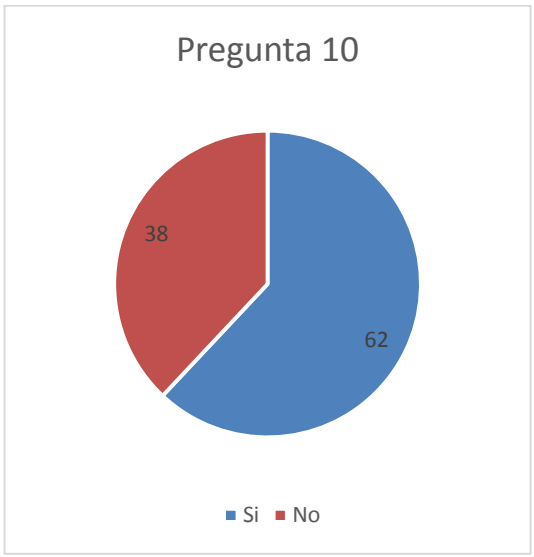


Figura 23 Pregunta 10

Análisis

La última pregunta nos muestra que la mujer está más interesada en que haya un sitio de prendas de vestir únicas mientras tanto que el hombre tiene un porcentaje minino de interesarle algo único y novedoso.

Tabla 36 Demanda Actual

NO.	DETALLE	PORCENTAJE	1449491	
	Población	100%	81.610,01	
	Total Encuestas	No.	320	
	Porcentaje mayor de aceptación	Pregunta No. 10	62,00%	
	Porcentaje mayor de frecuencia	Pregunta No. 1	43,00%	

Tabla 37 Demanda Proyectada

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
AÑOS	**DEMANDA ACTUAL**	**TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL**	**DEMANDA PROYECTADA**
2017	10.527.691,25	1	10.527.691,25
2018	10.527.691,25	1,015	10.685.606,62
2019	10.685.606,62	1,015	10.845.890,72
2020	10.845.890,72	1,015	11.008.579,08
2021	11.008.579,08	1,015	11.173.707,76
2022	11.173.707,76	1,015	11.341.313,38
2023	11.341.313,38	1,015	11.511.433,08
2024	11.511.433,08	1,015	11.684.104,58
2025	11.684.104,58	2,015	23.543.470,73
2026	23.543.470,73	3,015	70.983.564,24

Tabla 38 Resultado de las encuestas

RESULTADOS DE LA ENCUESTA		
ACEPTACION		
Población * Porcentaje de Aceptación mayor	=	Aceptación de personas
81610,01 * 0,62	=	50598,2062
FRECUENCIA		
Aceptación * Porcentaje de Frecuencia * tiempo	=	Frecuencia de Compra
81610,01 * 0,43 * 12	=	261.086,74
PRECIO PROMEDIO		
Rango de precios / 4	=	Precio Promedio
, ($100+200+300+400+500) / 5	=	300,00

CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL		
Frecuencia de compra * Precio promedio aceptado	=	Aceptación de personas
421107,65 * $ 300	=	10.527.691,25

Tabla 39 Oferta

OFERTA ACTUAL				
Años	Demanda	Porcentaje de la competencia	PREGUNTA	Oferta
2017	10.527.691,25	31,00%	No. 2	3.263.584,29

Tabla 40 Proyección de la Oferta

PROYECCIÓN DE LA OFERTA			
Años	**Demanda Proyectada**	**Crecimiento Empresarial**	**Oferta Proyectada**
2017	3.263.584,29	1,16	3.785.757,77
2018	3.785.757,77	1,16	4.391.479,02
2019	4.391.479,02	1,16	5.094.115,66
2020	5.094.115,66	1,16	5.909.174,17
2021	5.909.174,17	1,16	6.854.642,03
2020	6.854.642,03	1,16	7.951.384,76
2021	7.951.384,76	1,16	9.223.606,32
2022	9.223.606,32	1,16	10.699.383,33

Tabla 41 Balance de la demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	BALANCE O DEMANDA INSATISFECHA
2018	11.173.707,76	5.909.174,17	5.264.533,60
2019	11.341.313,38	6.854.642,03	4.486.671,35
2020	11.511.433,08	7.951.384,76	3.560.048,32
2021	11.684.104,58	9.223.606,32	2.460.498,26
2022	23.543.470,73	10.699.383,33	12.844.087,40

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico

De acuerdo a Vaca Urbina, evaluación de proyectos (2001), el estudio técnico puede subdivirse a su vez en cuatro partes, que son determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

El estudio técnico tiene como finalidad realizar un análisis de la empresa, tal como la localización, las instalaciones, la competencia etc. lo cual será de mucha utilidad para que la empresa pueda lograr su óptimo desarrollo., hace referencia al estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal. (Baca, 2010)

Por lo tanto, el estudio técnico permite verificar la posibilidad de la comercialización del producto que se pretende comercializar. Además, permite verificar la factibilidad técnica del proyecto. Este análisis permite identificar los equipos, la maquinaria, la materia prima y las instalaciones necesarias para que el proyecto pueda llevarse a cabo.

4.01 Tamaño del proyecto

Si se ha estimado con cierta certeza la vida útil de los equipos por utilizar y el crecimiento de la demanda, el tamaño óptimo del proyecto será aquel que permita

mantener al mínimo los costos locales durante la vida útil estimada. (Baca, 2010, pág. 52)

En lo que respecta a la microempresa de comercialización de prendas de vestir cuenta con instalaciones propias la misma que consta de 2 pisos cada uno 150 m^2, en el primer piso estará ubicado el almacén y en la segunda planta estará el taller, lo cual será de mucha ventaja para la microempresa ya que esto generará un mayor rendimiento, eficiencia y optimización de los recursos.

La capacidad de la microempresa permitirá atender a futuros clientes pues estará designado para la comercialización de artículos y productos con prendas de vestir de para lo cual es importante señalar que las estrategias aplicadas permitirán la permanencia en el mercado y su desarrollo como nuevo negocio.

4.01.01. Capacidad instalada

Según Mejía Cañas (2013) define a la capacidad instalada como la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse.

La capacidad instalada se refiere al espacio o tamaño de la microempresa, la misma que está distribuida en dos pisos, en el primer piso está el almacén y en el segundo piso se encuentra el taller con todas las máquinas y área de revisión de calidad y planchado de las prendas de vestir, listas para ser llevadas al almacén para su comercialización.

Tabla 42 Capacidad Instalada

Actividad	Tiempo de operación	Capacidad de maquinaria	Frecuencia por días	Número de obreros	Tiempo
Selección de modelos	1		3	1	1 vez a la semana
Cortada	2	3	10	1	1 vez a la semana
Costureras	5	3	4	3	Todos los días
Planchada y supervisión de calidad	1	2	2	1	Todos los días
Entrega al almacén	1	2	2	1	1 vez a la semana

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Margarita Molina

Capacidad de diseño

Es la producción máxima de un proceso el cual fue diseñado para los productos actuales

Producción real

La producción real se basa en el total de productos realizados con las herramientas adecuadas.

Capacidad Efectiva

Es la capacidad que las compañías esperan lograr dado la mezcla de productos.

Utilización

Es la capacidad del diseño que se ha alcanzado con la maquinaria adecuada

Eficiencia

Porcentaje el cual nos indica la capacidad de diseño que se obtiene con la utilización y eficiencia de los procesos de producción.

5 días

8 horas

360 productos diarios/7200 mensuales

4.02.02. Capacidad óptima

La capacidad óptima es el tamaño de un proyecto en su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. (Baca, 2010, pág. 59)

Esta capacidad permite conocer que la microempresa se encuentra en buenas condiciones para la confección de prendas de vestir, ya que cuenta con instalaciones adecuadas que permiten contar con un desarrollo óptimo de las actividades demás de contar con personal altamente capacitado, que permita lograr un muy desarrollo de la microempresa.

Otra ventaja para el desarrollo óptimo de la microempresa es que está ubicada en la ciudad de Quito, ya que pese al crecimiento de la ciudad y a la gran competencia existente, existen lugares donde la demanda es fuerte y se necesita satisfacer la necesidad de los habitantes de ciertos sectores de la capital, en especial de los dedicados a la producción de artículos personalizados.

Tabla N. 42 Distribución de la Planta

Áreas	Medidas	Total
Recepción	2m x 2m.	4 m2
Área de Producción	6m x 5m	30m2
Área de bodega	6m. x 5m.	30m2
Área de comercialización	6m. x 5m.	30m2
Baño	2m. x 2m.	4 m2
Seguridad	2m x 2m	4 m2
Total		102m2

Fuente: Investigador
Elaborado por: Margarita Molina

4.03 Localización

Según Soto Calderón (2015) señala el estudio de localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizaciones, con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario.

La localización de la empresa es un factor muy importante para obtener los resultados esperados en un negocio, ya que de esto depende los costos de operación y de inversión, la facilidad con la que se puede entregar o recibir la mercadería, la materia prima y los productos terminados, los costos de mano de obra, etc.

En el caso de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de prendas de vestir con diseños personalizados para personas entre los 12 y 40 años de edad , la misma que está ubicada en la Parroquia de Carcelén Industrial del Distrito Metropolitano de Quito. El sector que se ha escogido para el estudio del proyecto por muchas razones, pero la más importante el crecimiento de población y el crecimiento comercial de los últimos años en este sector se han desarrollado de manera efectiva

4.03 Macro

Macro localización, tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico. (Rivera, 2012, pág. 1)

4.03.01 Macro localización

Juan de Dios (2012) define a la macro localización como un estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa

para el desarrollo del proyecto, detallando las características más importantes de la localización.

La macro localización tiene como finalidad determinar la ubicación más ventajosa para la empresa, así como también se analizan las características físicas e indicadores socioeconómicos.

Macro localización de la microempresa de prendas de prendas de vestir

País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Sector	Norte del Distrito Metropolitano de Quito
Parroquia	Carcelén

Elaborado por: Margarita Molina

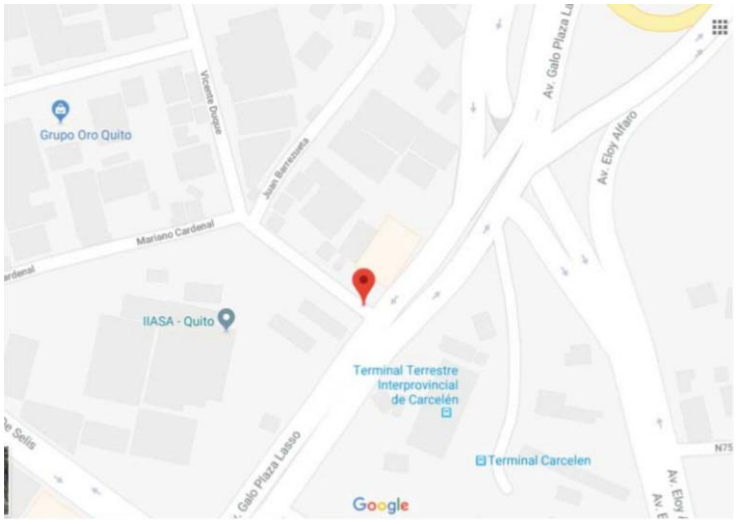


Figura 24 Ubicación de la microempresa
Fuente: *Google*
Elaborado por*: Margarita Molina*

Micro – Localización

La microempresa estará ubicada en el sector norte de la ciudad de Quito, parroquia Carcelén Sector Carcelén industrial.

4.03.02 Localización Óptima

Consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas localizaciones con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario. (Montalvo, 2015, pág. 1)

UBICACIÓN ALTERNATIVAS	
A	Carcelén
B	Carcelén Bajo
C	Ponciano Alto

Tabla 43 Localizacion Optima

Factores de Localización	Ponderación del Factor	Puntaje del Factor para cada localización					
		CARCELEN		**CARCELEN BAJO**		**PONCIANO ALTO**	
		calificación	Resultado	calificación	Resultado	calificación	Resultado
Transporte	15	4	60	3	45	4	60
Servicios Básicos	15	4	60	3	45	4	60
Cercanía del mercado	15	4	60	4	60	3	45
Factores ambientales	20	4	80	4	80	4	80
Mano de Obra	20	3	60	3	60	3	60
Infraestructura	15	4	60	3	45	4	60
Total	100	23	380	20	335	22	365

La localización optima según el factor de localización es Carcelén el que cumple con más servicios para una buena estrategia de consumo para producir un excelente ingreso y a la vez resulte el mínimo consumo por realizar las prendas de

vestir ya que consta con todos los servicios básicos necesarios, transporte y cercanía a la empresa

4.04. Ingeniería del Producto

Para Baca (2011), la ingeniería de proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipos y maquinaria.

La ingeniería del proyecto se refiere al diseño y desarrollo de productos desde la concepción inicial hasta su comercialización, lo cual implica una continua toma de decisiones por parte de los directivos, con la finalidad de perfeccionar al producto de manera continua, tomando en cuenta las necesidades de la población, los costes, estrategias de comercialización y la calidad de los productos.

Por lo tanto, la ingeniería de productos se refiere al proceso de fabricación que se debe seguir para elaborar un bien o servicio, para ello es necesario identificar la maquinaria a utilizar para desarrollar el proceso productivo efectivo y eficiente.

4.04.01. Definición de un Bien y Servicio

Las personas de una sociedad adquieren en el mercado distintos bienes y servicios con el objetivo de satisfacer sus necesidades. (Bienes y servicios, 2015)

Tomando en cuenta que la microempresa se dedica a la elaboración y comercialización de prendas de vestir con diseños personalizados para personas de entre los 12 y 40 años de edad, brinda a sus clientes ropa de calidad a precios accesibles para todos habitantes de la Ciudad de Quito, tanto del sector Norte como del Centro y Sur de Quito.

Las prendas de vestir están confeccionadas tomando en cuenta la diversidad de los quiteños y porque no decirlo de todo el país, es decir que las prendas de vestir están confeccionadas tomando en cuenta las medidas tanto para personas delgadas como para aquellas gorditas, altas o bajitas. La finalidad de confeccionar estos diseños es porque en muchas ocasiones las grandes empresas confeccionan ropa en tallas únicas, es decir que no toman en cuenta la realidad y la diversidad de las personas que habitan en el Ecuador. Por esta razón la empresa confecciona prendas de vestir en todas las tallas desde los 12 años hasta los 40 años de edad.

4.04.02. Distribución de la planta

Para (Baca, 2010), una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptable y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

La microempresa se dedica a la elaboración y comercialización de prendas de vestir con diseños personalizados para personas de entre los 12 y 40 años de edad, Está distribuida en dos plantas. En la primera planta se encuentra el almacén de prendas de vestir y en la segunda planta se encuentra el taller donde se confeccionan las prendas de vestir para luego sacarlas a la venta.

La microempresa está distribuida de esta manera con la finalidad de brindar comodidad al personal que labora en la microempresa, igualmente se ha pensado en la organización de las máquinas, el área de corte, planchado y control de calidad para posteriormente llevar al almacén las prendas de vestir para que estas sean comercializadas.

El almacén está distribuido de la siguiente manera:

Matriz SLP (Systematic Layout Planning)

Esta metodología conocida como SLP por sus siglas en inglés, ha sido la más aceptada y la más comúnmente utilizada para la resolución de problemas de distribución en planta a partir de criterios cualitativos, aunque fue concebida para el diseño de todo tipo de distribuciones en planta independientemente de su naturaleza. (Pérez Gosende, 2008, pág. 2)

Tabla N. 43 Código de cercanía

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

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por: *Margarita Molina*

Tabla N. 44 Codigo de Razones

CÓDIGO DE CERCANÍA	
Código	**Descripción**
1	Por proceso
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por: *Margarita Molina*

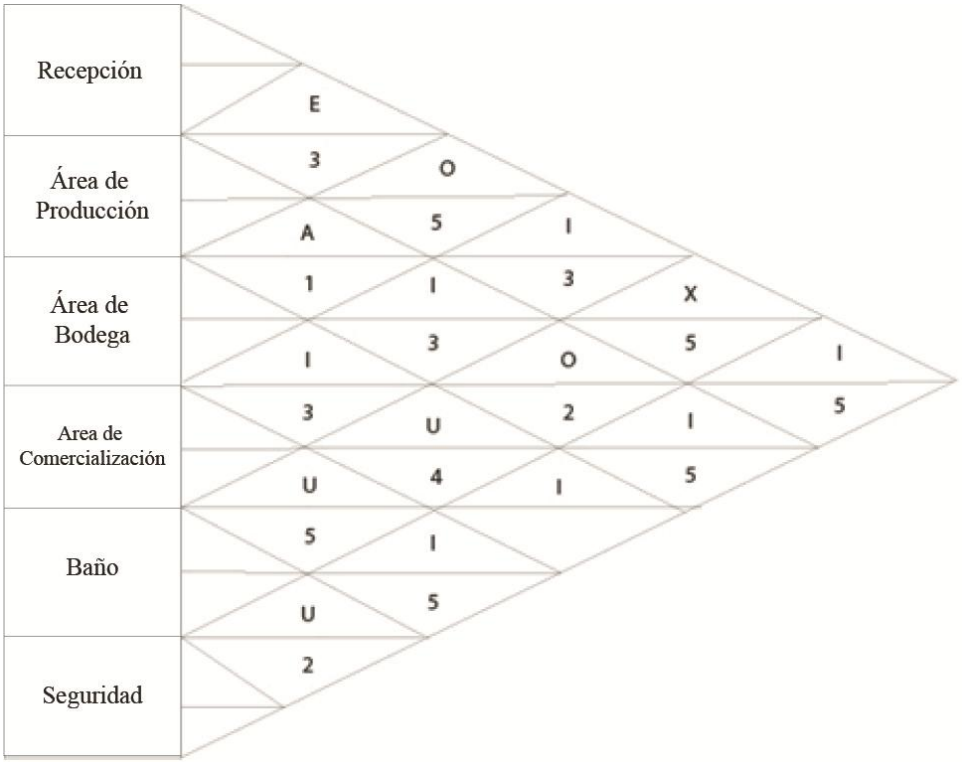


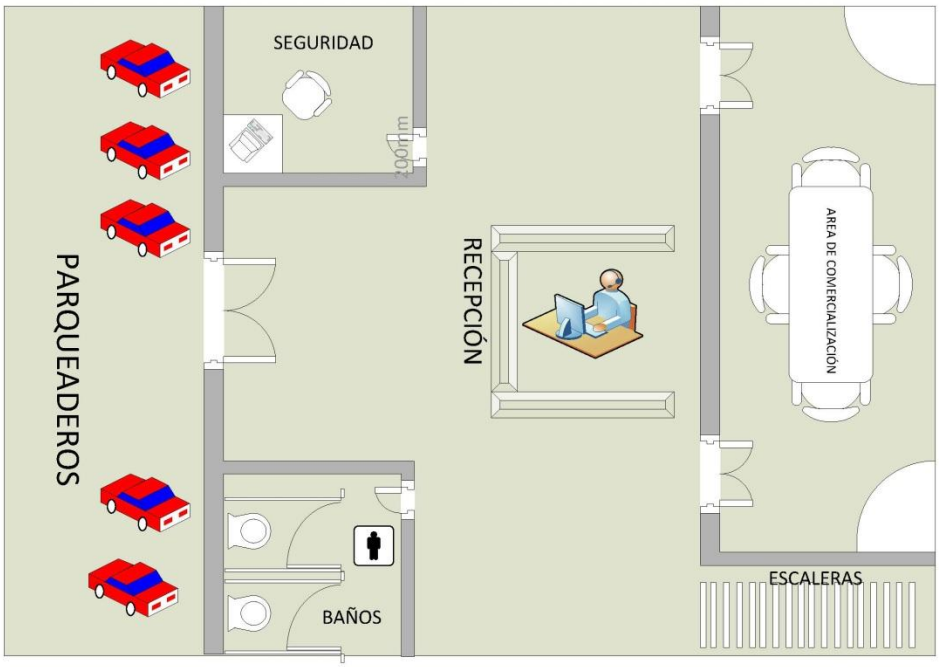
Figura 25 Matriz triangular

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por: *Margarita Molina*

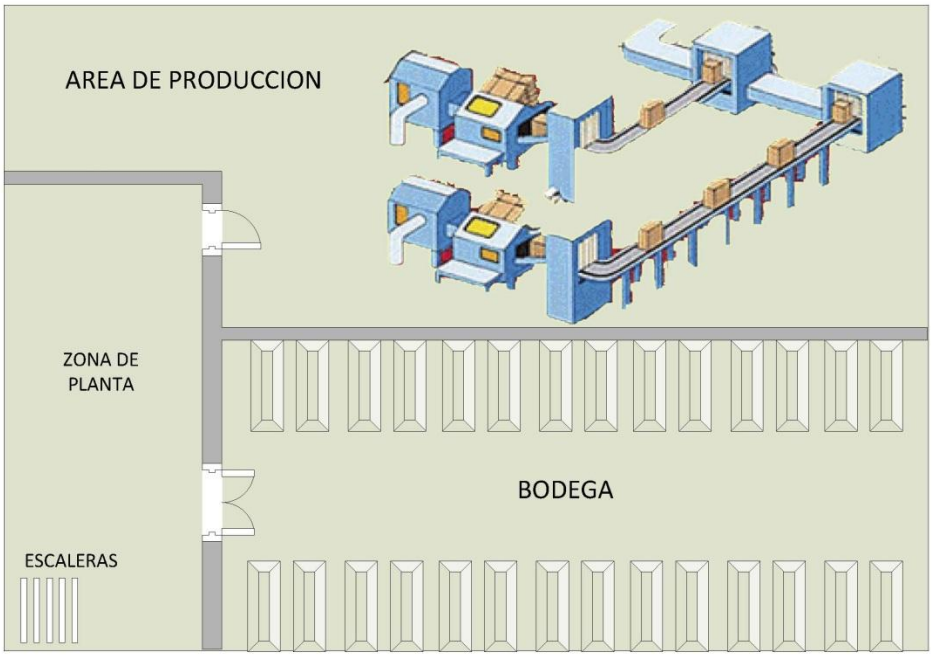
Los planos de planta son dibujos a escala que muestran la relación entre habitaciones, espacios y características físicas vistos desde arriba. Ofrecen una forma de visualizar cómo se moverán las personas por el espacio. (Lucidchart, 2018, p. 1)

Los planos de planta facilitan verificar si el espacio es apropiado para su finalidad prevista, analizar cualquier problema potencial y rediseñar antes de avanzar hacia etapas de planificación y construcción más elaboradas. También puede ser divertido experimentar con diferentes alternativas de diseño y flujos de circulación, que muestran cómo se mueve la gente por el espacio

Primera Planta



Segunda Planta



Área de tienda. Se encuentran los estantes con las prendas de vestir, 2 vestidores, y la caja registradora.

Área Administrativa: Se encuentra la oficina del gerente propietario, quién se encarga de la administración de la microempresa.

Área de Bodega. En la bodega de microempresa se encuentran las prendas de vestir que próximamente saldrán a la venta.

4.04.03. Maquinaria

En este punto se determina en gran medida todos y cada uno de los recursos materiales, equipos, y todo aquello sea de utilidad para el funcionamiento de la microempresa.

4.04.04 Maquinaria Y Equipos

Maquinarias y equipos con la que contara la empresa para desarrollar su proceso productivo dando así un producto de calidad.

Tabla 44 Costos

COSTOS				
Descripción	**Nº**	**Costo**	**Costo**	**Total**
Maquinaria y Equipos				
Máquina overlot	4	$ 5.000,00	$25.000,00	
Transportador	1	$ 1200,00	$1.200,00	
Maquinas de coser	10	$ 1.400,00	$14.000,00	
Maquinas de corte	5	$ 700.00	$3500.00	
sublimandoras	5	$ 1000,00	$ 5000,00	
Total Maquinaria y Equipo				$48.700,00

COSTOS				
Descripción	**Nº**	**Costo**	**Costo**	**Total**
Muebles y Enseres				
Mesa de trabajo	2	$ 50,00	$ 100,00	
Sillas	4	$ 20,00	$ 80,00	
Archivador	1	$ 70,00	$ 70,00	
Total Muebles y enseres				$ 250,00
Equipo de computación				
Computadora	1	$ 1.200,00	$1.200,00	
Impresora	1	$ 200,00	$ 200,00	
Total Equipo de				$1.650,00
Equipo de oficina				
Calculadora	2	$ 18,00	$ 36,00	
Grapadora	1	$ 3,00	$ 3,00	

Perforadora	1	$ 3,50	$ 3,50	
Total Equipo de oficina				$ 58,50
Total Activos				$50.659,00

Descripción del proceso productivo

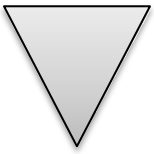
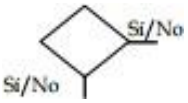
Tabla 45 Proceso Productivo

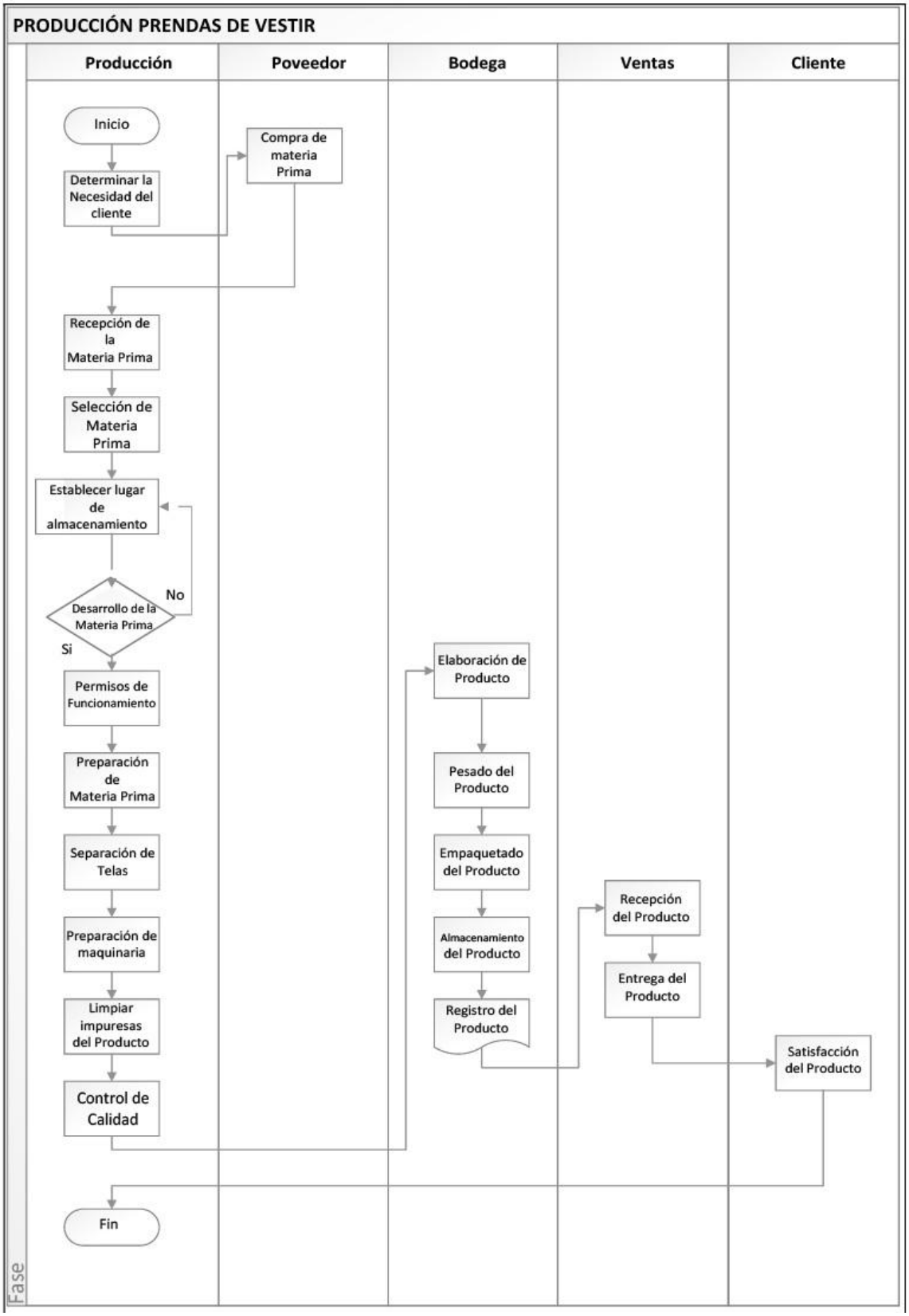
Operación	Detalle
1	Se recibe la materia prima de acuerdo a las características solicitadas al fabricante
2	Se controla que las especificaciones sean las acordadas
3	Una vez aceptada la materia prima, se clasifica según las características y la finalidad de la tela
4	Se dibujan los moldes, aprovechando al máximo el espacio disponible
5	Se recorta las piezas y se las clasifica
6	Se realiza la costura de cada una de las piezas, según el tipo de prendas de vestir
7	Se realiza el control de calidad, revisando detenidamente el estado de las costuras, sobrantes y los botones
8	Se plancha
9	Se coloca en un empaque apropiado y se etiqueta

Fuente: Empresa

Elaborado por: Autora

4.3.1 Proceso Productivo

Símbolo	Significado	¿Para qué se utiliza?
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo
	Operación / Actividad	Símbolo de proceso, representa la realización de una operación o actividad relativas a un
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entra, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Datos	Indica la salida y entrada de datos.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información dentro de un archivo.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varios caminos alternativos.
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas operaciones.
	Conector	Conector dentro de página. Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.
	Conector de página	Representa la continuidad del diagrama en otra página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente en la que continua el diagrama de flujo.


PRODUCCIÓN PRENDAS DE VESTIR
Producción
Poveedor
Bodega
Ventas
Cliente
Inicio
Determinar la Necesidad del cliente
Compra de materia Prima
Recepción de la Materia Prima
Selección de Materia Prima
Establecer lugar de almacenamiento
Desarrollo de la Materia Prima
No
Si
Permisos de Funcionamiento
Preparación de Materia Prima
Separación de Telas
Preparación de maquinaria
Limpiar impuresas del Producto
Control de Calidad
Elaboración de Producto
Pesado del Producto
Empaquetado del Producto
Almacenamiento del Producto
Registro del Producto
Recepción del Producto
Entrega del Producto
Satisfacción del Producto
Fin
Fase

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyectos, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidad de materia prima necesaria y cantidad de desechos del proceso, cantidad de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, ahora deberán aparecer en forma de inversiones y gastos. (Baca Urbina, evaluación de proyectos, 2001, pág. 138)

El estudio financiero es importante por lo que permite establecer la factibilidad y rentabilidad en el lapso del tiempo establecido, tomando en cuenta la inversión que va a realizar, ingreso y gastos que se van a dar en el proyecto.

5.01 Ingresos Operacionales

Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico.

Para establecer los Ingresos Operacionales se procede a realizar la descripción de los Costos y el porcentaje de utilidad deseada.

Tabla 46 Calculo de Ingresos Operacionales

	TOTAL	BLUSA	Costo Unit.	FALDAS	Costo Unit.	VESTIDOS	Costo Unit.	PANTALONES	Costo Unit.
Materia Prima Directa		187.5		181.25		268		252.5	
Mano de obra directa		73.19		146.39		263.50		219.58	
Costos Indirectos de Fabrica	1,005.50	104.74		209.48		377.06		314.22	
Total Costos Producción		365.43	7.31	537.12	10.74	908.56	18.17	786.30	15.73
Costos de Distribución	1,538.00	384.5		384.5		384.5		384.5	
Costo Total		749.93		921.62		1,293.06		1,170.80	
Costo Unitario		15.00		18.43		25.86		23.42	
% Utilidad		0.70		0.70		0.70		0.70	
P.V.P.		25.50		31.34		43.96		39.81	
Ventas Mensuales (Unidades)		50		50		50		50	
Ingresos Mensuales		1,274.89		1,566.75		2,198.21		1,990.36	
Ingresos Anuales		15,298.66		18,801.01		26,378.49		23,884.37	

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

Luego de la determinación del precio de venta al público se establece la proyección en el tiempo de duración del proyecto en 5 años, tomando como influencia la tasa de crecimiento poblacional

Tabla 47 Ingresos Operacionales Proyectados

AÑOS	VENTA ANUAL	Tasa de Crecimiento del Sector 1.56%	Ingresos Proyectados
2018	84,362.53	1.0156	85,678.58
2019	85,678.58	1.0156	87,015.17
2020	87,015.17	1.0156	88,372.61
2021	88,372.61	1.0156	89,751.22
2022	89,751.22	1.0156	91,151.34
2023	91,151.34	1.0156	92,573.30

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis:

Como se puede observar las proyección de los ingresos se realiza con una tasa de crecimiento del 1.56%

5.02 Costos

Según Baca Urbina, "Costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad)". (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 139)

Los costos son importantes para la actividad económica que se realiza, debido a que es el cálculo monetario que representa la producción del producto que es en este caso son Prendas de Vestir

5.02.01 Costo Directo

Son aquellos que pueden identificarse directamente con un objeto de costos, sin necesidad de ningún tipo de reparto. Los costos directos se derivan de la existencia de aquello cuyo costo se trata de determinar, sea un producto, un servicio, una actividad. (contabilidad.com.py, 2006, pág. 1)

Los costos directos son imprescindibles por lo que son los costos que va a generar dicho proyecto y es fundamental para la generación de rentabilidad, por lo cual se debe tomar buenas decisiones con el fin de determinar el costo del producto como tal.

Tabla 48 Costos Directos

CONCEPTOS	Valor Mensual	Valor Anual
Mano de Obra Directa	767.31	9,207.71
Materia Prima Directa	889.25	10,671.00
Total		19,878.71

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

El personal de la producción genera un costo directo debido a que va a estar relacionado principalmente con la producción.

El rol de pagos es necesario y fundamental para determinar los pagos que se realizara al personal de la empresa, tomando en cuenta las deducciones y provisiones que dicho empleado va a tener y de esa manera establecer como un sustento de pagos legales que se realizaran al personal.

5.02.02 Costos Indirectos

Son aquellos costos cuya identificación con un objeto de costos específico es muy difícil, o no vale la pena realizarla. Para imputar los costos indirectos a los distintos departamentos, productos o actividades, es necesario,

normalmente, recurrir a algún tipo de mecanismo de asignación, distribución o reparto. (contabilidad.com.py, 2006, pág. 1)

Los costos indirectos son aquellos que afectan al costo del proceso productivo por lo cual se considera para el costo de producción.

Tabla 49 Pago de servicios de agua

DETALLES	T. MENSUAL	T.ANUAL
Agua	10.00	120.00
Luz	80.00	960.00
Teléfono	10.00	120.00
TOTAL	100.00	1200.00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

Tabla 50 Mano de Obra indirecta

N°	NOMBRE	CARGO	INGRESOS
			SUELDO
			A
3	Miguel Andrade	Tecnico Maquinaria	500,00
4	Esteban Paredes	Guardia seguridad	500,00
			1000,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

Los costos indirectos de fabricación se relacionan con la producción y son parte esencial para la misma y este resultado también será incluido en el precio del producto en su costo de producción, observando si el proyecto es rentable

5.02.03 Gastos Administrativos

Como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no sólo significan los sueldos del gerente o director general y de los

contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina. (Baca Urbina, evaluación de proyectos, 2001, pág. 142)

Los gastos administrativos son aquellos que están directamente relacionados con la organización y el control y administración de la empresa.

Tabla 51 Gastos Administrativos

N°	NOMBRE	CARGO	INGRESOS
			SUELDO
			A
5	Margarita Molina	Gerente	700,00
6	Jorge Perez	Contador	450,00
7	Katherine Alban	Secretaria	388,00
			1538,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

El personal de la administración genera un gasto administrativo debido a que va a estar relacionado principalmente con la organización y el control de la empresa. El rol de pagos es necesario y fundamental para determinar los pagos que se realizara al personal de la empresa, tomando en cuenta las deducciones y provisiones que dicho empleado va a tener y de esa manera establecer como un sustento de pagos legales que se realizaran al personal

5.02.03 Gasto de Ventas

En ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, págs. 142,143)

Los gastos de ventas son los gastos incrementales de las ventas que se va a realizar en dicho proyecto, en el cual va incluido el gasto del personal de ventas.

Tabla 52 Gastos de ventas

GASTO DE VENTAS	
PUBLICIDAD	1500

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

5.03.05 Gastos Financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 143)

Los costos financieros son aquellos que surgen o se originan de recursos ajenos a la empresa que necesita especialmente para el funcionamiento y desenvolvimiento de la parte operativa de la organización.

5.02.06 Costos Fijos y Variables (Producción)

Los costos fijos son aquellos que no intervienen directamente con el proceso de producción de la "Papa Chola", y en cambio los costos variables tienen que ver con el proceso de producción de la organización, ya que ambos costos son parte de la empresa como tal

Los costos variables dependen netamente de la producción como la materia prima y la mano de obra, los costos fijos son tomados del capital de trabajo.

Son de total importancia para observar cuales son los gastos permanentes y los que pueden variar

Tabla 53 Costos Fijos y Variables

DESCRIPCIÓN	Año Actual 2018	Tasa de Crecimiento 1.56%	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
COSTOS VARIABLES							
Mano de Obra Directa	9,207.71	1.0156	9,351.35	9,497.23	9,645.38	9,795.85	9,948.67
Materia Prima Directa	10,671.00	1.0156	10,837.47	11,006.53	11,178.23	11,352.61	11,529.72
Mano de Obra Indirecta	9,919.64	1.0156	10,074.39	10,231.55	10,391.16	10,553.26	10,717.89
Costos Indirectos de Fabricación	1,200.00	1.0156	1,218.72	1,237.73	1,257.04	1,276.65	1,296.57
Total Costos variables	**30,998.35**		**31,481.92**	**31,973.04**	**32,471.82**	**32,978.38**	**33,492.84**
COSTOS FIJOS							
Gastos Administrativos	15,282.89	1.0156	15,521.31	15,763.44	16,009.35	16,259.09	16,512.74
Gastos de Venta	1,500.00	1.0156	1,523.40	1,547.17	1,571.30	1,595.81	1,620.71
Depreciación	3,899.31	1.0156	3,960.14	4,021.92	4,084.66	4,148.38	4,213.09
Gasto Interés	2,059.09		743.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Costos Fijos	**22,741.29**		**21,747.84**	**21,332.52**	**21,665.31**	**22,003.29**	22,346.54
TOTAL	**53,739.64**		**53,229.76**	**53,305.56**	**54,137.13**	**54,981.67**	**55,839.38**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

5.03 Inversiones

Según (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 143), "La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo". Las inversiones son sencillamente el monto de dinero que la organización dispone ya sea por parte de terceros o propios con el fin de poder generar un incremento en el producto de las ganancias que genere el proyecto como tal.

5.03.01 Activos Fijos

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante). (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 143)

Los activos fijos son bienes que la organización posee y por lo cual no pueden convertirse en líquido a corto plazo y que principalmente no están a la venta debidamente que son necesarias para el funcionamiento de la empresa.

5.03.02 Activos Nominales (diferidos)

Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 143)

Los activos diferidos son aquellos gastos por anticipo que la organización genera, y por lo cual no son recuperables.

5.03.03 Capital de trabajo

Capital de trabajo desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 145)

El capital de trabajo es principalmente la inversión inicial y se lo realiza una sola vez, debido a que es con el dinero que va a empezar la empresa y se lo calcula no más de tres meses y se debe definir qué es lo que necesita la organización.

5.03.04 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Se llama Fondo de Maniobra al exceso de capitales permanentes respecto a los bienes de uso; es la resta entre el Patrimonio Neto y el Activo Fijo. Si es positivo, disponemos de capital para financiar la necesidad de capital de trabajo. (Cohen, pág. 4)

Las fuentes de financiamiento y uso de fondos son principalmente los recursos propios que la organización va a tener para emprender el negocio y los recursos que van hacer financiados por parte de terceras personas, ya sean estas una entidad bancaria u otro tipo de entidad.

Tabla 54 Inversiones

Concepto	Uso de fondos	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIDOS
Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	43,700.00	0.00	43,700.00
Muebles y Enseres	250.00	0.00	250.00
Equipo de Computación	1,400.00	1,400.00	0.00
Equipo de Oficina	42.50	0.00	42.50
Total Activos Fijos	**45,392.50**	**1,400.00**	**43,992.50**
Activos Diferidos			
Gastos de Constitución	400.00	400.00	
Total Activos Diferidos	**400.00**	**400.00**	**0.00**
Capital de Trabajo			
Costos de Producción	2,583.20	2,583.20	
Gasto Administrativo	1,273.57	1,273.57	
Gastos de Venta	125.00	125.00	
Total Capital de Trabajo	**3,981.77**	**3,981.77**	**0.00**
Total Inversión	**49,774.27**	**5,781.77**	**43,992.50**
Participación	**100%**	**12%**	**88%**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

5.03.05 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

La amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que, por ejemplo, si se ha comprado una marca comercial, ésta, con el uso del tiempo, no baja de precio o se deprecia, por lo que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 144)

La tabla de amortización es importante al momento de realizar un financiamiento debido que ayuda a identificar y a estableces el calendario de pagos en el transcurso del plazo acordado por parte del prestatario y la entidad.

Tabla 55 Amortizaciones de Financiamiento

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversión	:	100%	17,671.99	
Cap. Propio	:	37%	6,455.59	
Financiamiento	:	63%	11,216.40	
Plazo	:		24	MESES
Interés	:		10%	0.42%
Pagos	:		MENSUAL	

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	11,216.40	0.00	0.00	0.00	11,216.40
1	11,216.40	46.74	492.08	445.34	10,771.06
2	10,771.06	44.88	492.08	447.20	10,323.86
3	10,323.86	43.02	492.08	449.06	9,874.79
4	9,874.79	41.14	492.08	450.93	9,423.86
5	9,423.86	39.27	492.08	452.81	8,971.05
6	8,971.05	37.38	492.08	454.70	8,516.35
7	8,516.35	35.48	492.08	456.59	8,059.75
8	8,059.75	33.58	492.08	458.50	7,601.26
9	7,601.26	31.67	492.08	460.41	7,140.85
10	7,140.85	29.75	492.08	462.33	6,678.52
11	6,678.52	27.83	492.08	464.25	6,214.27

12	6,214.27	25.89	492.08	466.19	5,748.09
13	5,748.09	23.95	492.08	468.13	5,279.96
14	5,279.96	22.00	492.08	470.08	4,809.88
15	4,809.88	20.04	492.08	472.04	4,337.84
16	4,337.84	18.07	492.08	474.00	3,863.83
17	3,863.83	16.10	492.08	475.98	3,387.85
18	3,387.85	14.12	492.08	477.96	2,909.89
19	2,909.89	12.12	492.08	479.95	2,429.94
20	2,429.94	10.12	492.08	481.95	1,947.98
21	1,947.98	8.12	492.08	483.96	1,464.02
22	1,464.02	6.10	492.08	485.98	978.04
23	978.04	4.08	492.08	488.00	490.04
24	490.04	2.04	492.08	490.04	0.00

5.03.06 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Según (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 144), "El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian". Las depreciaciones se refieren a la disminución de bien material o ya sea también inmaterial durante el periodo de vida útil, por lo que se tiene en cuenta el desgaste del uso del material, el transcurso del tiempo y la vejez como tal.

Tabla 56 Depreciaciones

Descripción	Año 0	Vida Util	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR RESIDUAL
Año 0	38.700,00	10	3.483,00	3.483,00	3.483,00	3.483,00	3.483,00	17.415,00	3.483,00
-5050	250,00	10	22,50	22,50	22,50	22,50	22,50	112,50	22,50
-765	42,50	10	38,25	38,25	38,25	38,25	38,25	191,25	38,25
-24,50	1.600,00	3	355,56	355,56	355,56	0,00	0,00	1.066,68	355,56
TOTAL	**40.592,50**		**3.899,31**	**3.899,31**	**3.899,31**	**3.543,75**	**3.543,75**	**18.785,43**	**3.899,31**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

5.03.07 Estado de Situación Inicial

Los balances tienen como objetivo principal determinar anualmente cuál se considera que es el valor real de la empresa en ese momento. Aquí surge el problema de la revaluación de activos. En muchos países se ha generalizado la práctica de revaluar los activos de acuerdo con la inflación del año anterior, lo cual ayuda a tener un valor más real de la empresa año con año. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 156)

El estado de situación inicial en sí, es un informe financiero que refleja la situación del patrimonio de la organización en un momento establecido, por lo general es con lo que la empresa empieza, debido a que establece valores, bienes y derechos, también deudas y obligaciones.

Tabla 57 Estado de Situación Inicial

JOJANDER
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL
AL 31 DE DICIEMBRE 2018

ACTIVOS		
Activo Corriente		**3,981.77**
Bancos	3,981.77	
Activo no Corriente		**45,792.50**
Maquinaria y Equipo	43,700.00	
Muebles y Enceres	250.00	
Equipo de Computación	1,400.00	
Equipo de Oficina	42.50	
Gasto de Constitución	400.00	
TOTAL ACTIVOS		**49,774.27**
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		**43,992.50**
Préstamo Bancario por pagar	43,992.50	
PATRIMONIO		**5,781.77**
Capital	5,781.77	
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO		**49,774.27**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

5.03.08 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son,en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 150)

El estado de resultados es un reporte financiero el cual me indica detalladamente cuales son los ingresos y gastos de la organización, por lo cual indica las pérdidas o ganancias que ha generado la empresa durante el periodo de tiempo establecido.

Tabla 58 Estado de Resultados Proyectado

	Descripción	2019	2020	2021	2022	2023
	VENTAS	87,015.17	88,372.61	89,751.22	91,151.34	92,573.30
(-)	Costo de Producción	31,481.92	31,973.04	32,471.82	32,978.38	33,492.84
(=)	Utilidad Bruta en Ventas	55,533.25	56,399.57	57,279.40	58,172.96	59,080.46
(-)	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	15,282.89	15,521.31	15,763.44	16,009.35	16,259.09
	Gastos de Ventas	1,500.00	1,523.40	1,547.17	1,571.30	1,595.81
	Gastos Financieras	2,059.09	743.00	0.00	0.00	0.00
(=)	Utilidad Operacional	36,691.26	38,611.86	39,968.80	40,592.31	41,225.55
(+)	Otros Ingresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(-)	Otros Egresos	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
(=)	Utilidad A.P.E.I.	36,691.26	37,083.86	37,480.66	37,881.70	38,287.04
(-)	15 % Participación Laboral	5,503.69	5,562.58	5,622.10	5,682.26	6,091.93
(=)	Utilidad Antes de I.R.	31,187.57	31,521.28	31,858.56	32,199.45	32,195.11
(-)	25% Impuesto a la Renta	7,796.89	7,880.32	7,964.64	8,049.86	8,048.78
(=)	Utilidad Neta	23,390.68	23,640.96	23,893.92	24,149.58	24,146.33
(+)	Depreciaciones	3,899.31	3,899.31	3,899.31	3,899.30	3,899.31
(+)	Amortizaciones	80	80	80	80	80
(=)	**EXCEDENTE OPERACIONAL**	**27,369.99**	**27,620.27**	**27,873.23**	**28,128.88**	**28,125.64**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

5.03.09 Flujo de Caja

Según (Cohen, pág. 1), "El Flujo de Caja o Cash Flow, como comúnmente se lo denomina -aún en países de habla hispana-, se puede calcular para cualquier rango temporal: diario, semanal, mensual, anual. Denominaremos "período" a este lapso de tiempo fijo".

El flujo de caja es un informe financiero en el cual permite detallar los flujos de ingresos y egresos que tiene la empresa en un periodo determinado, y es importante debido a que nos permite conocer de forma rápida la liquidez de la empresa.

Tabla 59 Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	-49,774.27					
Excedente Operacional		27,369.99	27,620.27	27,873.23	28,128.88	28,125.64
FLUJOS DE EFECTIVO	**-49,774.27**	**27,369.99**	**27,620.27**	**27,873.23**	**28,128.88**	**28,125.64**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

5.04 Evaluación Financiera

5.04.01 Tasa de Descuento

La tasa de descuento también se le llama a veces la tasa de interés, pero funciona de manera inversa a la operación que se suele realizar con la tasa de interés. Las tasas de interés se utilizan para determinar el valor futuro de una inversión realizada en el presente. (Reid, 2009, pág. 1)

La tasa de descuenta es importante en la actividad económica de la empresa debido a que nos permite establecer el valor en moneda presente, ya esto sea del dinero pagado o recibido en algún momento fututo para la organización.

Tabla 60 Tasa de Descuento

Cálculo de la TMAR	
Concepto	**Porcentaje**
Tasa Pasiva	4.82
(+) Tasa Activa	11.83
TMAR	**16.65**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

5.04.02 VAN

La definición del valor presente neto ya tiene sentido. Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 182)

El Van como tal es un indicador financiero que no ayuda a determinar el grado de viabilidad del proyecto como tal, midiendo los flujos futuros de ingresos y egresos y descontar la inversión.

Tabla 61: VAN

TMAR	16.65%					
Valor presente	23,463.34	20,298.24	17,560.35	15,191.95	13,022.03	**89,535.91**
Inversión	-49,774.27					
Valor presente neto	**39,761.64**					

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis:

El VAN es mayor a cero, que permite ver que el proyecto es viable con un valor de $39.761.64

5.04.03 TIR

Según (Baca Urbina, evaluación de proyectos, 2010, pág. 184), "Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial". La TIR es importante debido a que permite viabilizar el proyecto como tal desde la parte financiera para apreciar el valor actual neto.

Tabla 62 TIR

Tasa interna de retorno	47.67%

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis:

El resultado de la TIR es de 47.67% lo cual determina que el proyecto es rentable, de acuerdo a los criterios de decisión.

5.04.04 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial. (Conexiónesan, 2017, pág. 1)

Tabla 63 Periodo de Recuperación de la Inversión

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-49,774.27	-49,774.27	1.00	-49,774.27	-49,774.27
1	27,369.99	-22,404.28	0.86	23,538.19	-26,236.08
2	27,620.27	5,215.99	0.73	20,162.80	-6,073.28
3	27,873.23	33,089.22	0.63	17,560.13	11,486.85
4	28,128.88	61,218.11	0.54	15,189.60	26,676.45
5	28,125.64	89,343.75	0.46	12,937.80	39,614.25

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

Tabla 64 Periodo de Recuperación a Valores

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	27,620.27	5,215.99
1 mes	2,301.69	7,517.68
2 mes	2,301.69	9,819.37
3 mes	2,301.69	12,121.06
4 mes	2,301.69	14,422.75
5 mes	2,301.69	16,724.44
6 mes	2,301.69	19,026.13
7 mes	2,301.69	21,327.82
8 mes	2,301.69	23,629.51
9 mes	2,301.69	25,931.20
10 mes	2,301.69	28,232.88
11 mes	2,301.69	30,534.57
12 mes	2,301.69	32,836.26

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

El periodo de recuperación es 2 años 1 mes, que permite establecer el plazo de tiempo que requiere en si los flujos de efectivo para recuperar sus costos o inversión inicial como tal del proyecto.

5.04.05 Relación Costo Beneficio (RBC)

Según (PYMESFUTURO, 2010, pág. 1), "La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto". La relación costo beneficio me permite identificar y determinar la conveniencia del proyecto tomando mis ingresos actualizados sobre mis costos totales, y de esta manera ver si me puede generar una rentabilidad.

Tabla 65 Relación Costo Beneficio

Sumatoria de Flujos Actualizados	89,388.52
Inversión	49,774.27
Relación Costo /Beneficio	**1.80**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Margarita Molina

Análisis:

La relación costo/beneficio del proyecto es por cada dólar que se invierte se obtiene una ganancia de $1.80 lo cual favorece al proyecto.

5.04.06 Punto de Equilibrio

Según (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 148), "El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables". El punto de equilibrio me permite identificar el nivel de ventas necesario para poder cubrir los costos totales de la organización, y de esa manera no perder ni ganar

Tabla 66 Punto de Equilibrio Blusas

PUNTO DE EQUILIBRIO						
P.E. =	CF / p - Cvu					
Costos Fijos:						
Gastos Administrativos	15.282,89					
Gastos de Ventas	1.500,00					
Gasto Financiero	2.190,41					
TOTAL COSTO FIJO	**18.973,30**					
Precio de Venta unitario	**22,50**					
Costo Variable Unitario	**7,31**					
P.E. =	CF / p - Cvu	=	18.973,30 / 15,1893417	=	**1.249**	**Unidades**
P.E. =	1.249	**X**	22,50	=	**28.102,72**	**Ventas**

Fuente: *Google*
Elaborado por*: Margarita Molina*

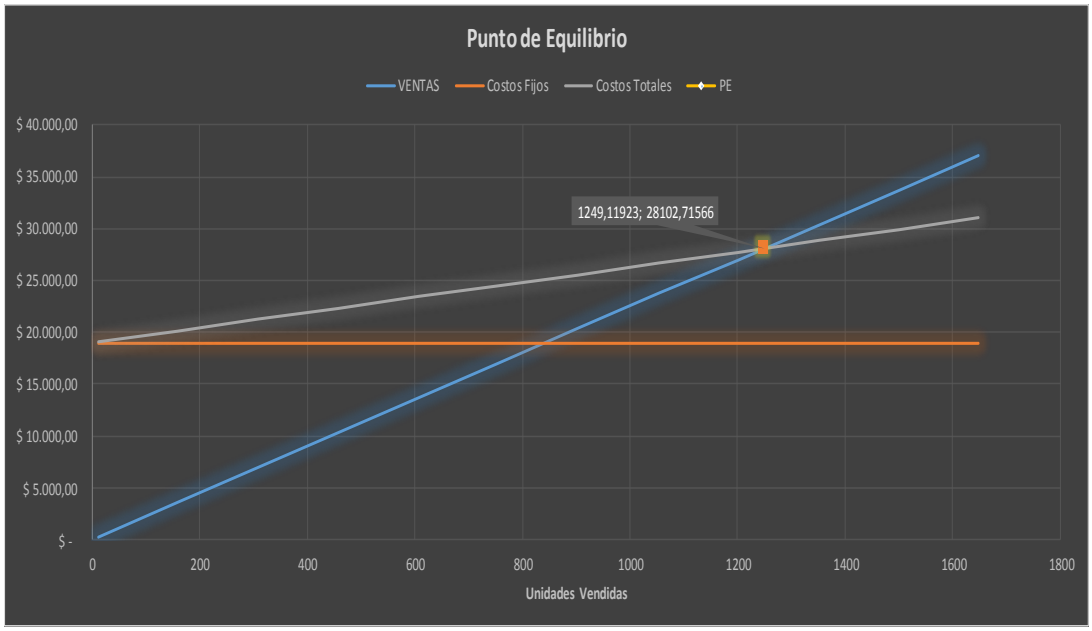


Figura 26 Punto de equilibrio blusas
Fuente: *EstudioFinanciero*
Elaborado por*: Margarita Molina*

Tabla 67 Punto de Equilibrio Faldas

Unidades	10
Incremento por unidad	149
precio por unidad	27,65
Costo variable	10,74
Costos fijos	18.973,30

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por*: Margarita Molina*

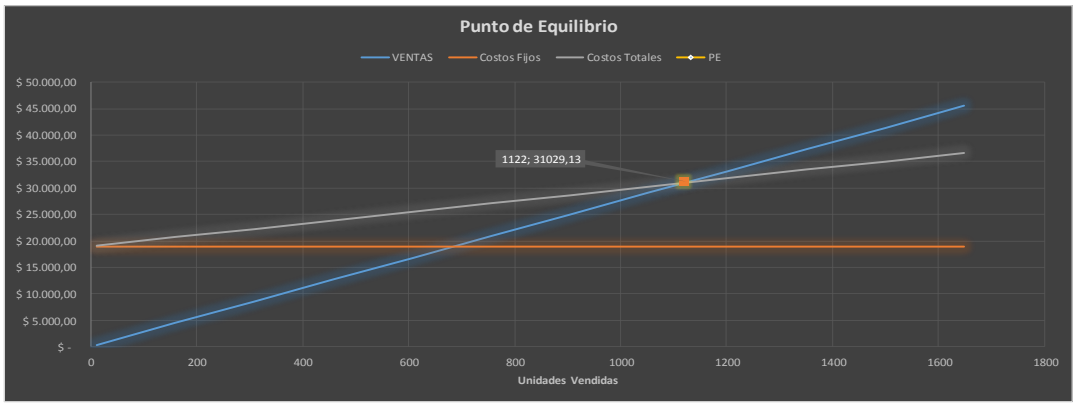


Figura 27 Punto de equilibrio faldas
Fuente: *Estudio Financiero*
Elaborado por*: Margarita Molina*

Tabla 68 Punto de equilibrio vestidos

Unidades	10
Incremento por unidad	149
precio por unidad	38,79
Costo variable	18,17
Costos fijos	18.973,30

Fuente: *Estudio Financiero*
Elaborado por*: Margarita Molina*

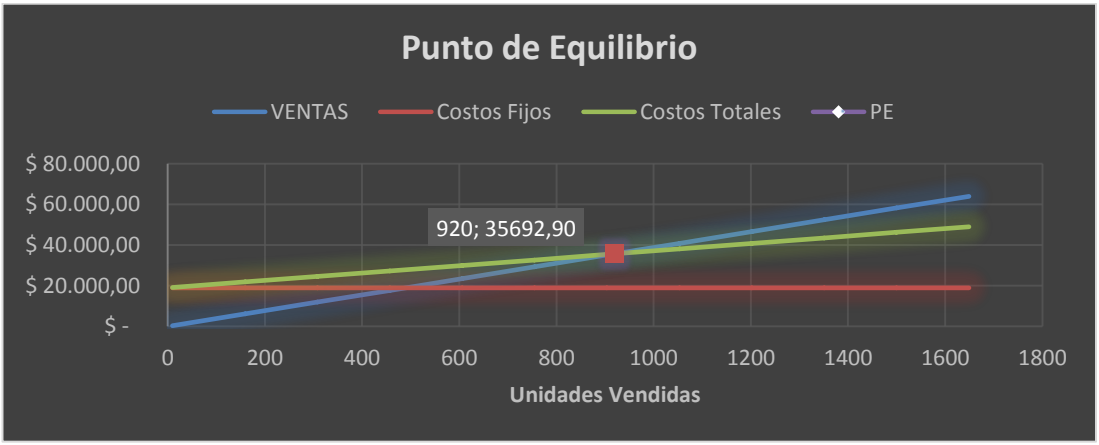


Figura 28 Punto de Equilibrio vestidos
Fuente: *Estudio Financiero*
Elaborado por*: Margarita Molina*
Tabla 69 Punto de Equilibrio Pantalones

Unidades	10
Incremento por unidad	149
precio por unidad	35,12
Costo variable	15,73
Costos fijos	18.973,30

Fuente: *Estudio Financiero*
Elaborado por*: Margarita Molina*

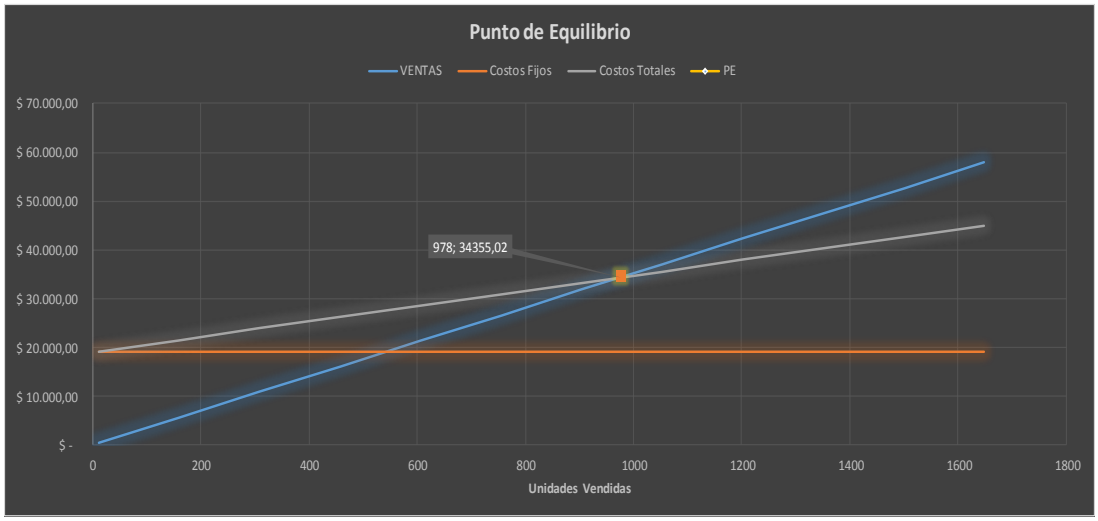


Figura 29 Punto de Equilibrio Pantalones
Fuente: *Google*
Elaborado por*: Margarita Molina*

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos. (Hernández Cabrera, 2005, pág. 1)

5.04.07.01 Razones de Actividad o de Gerencia

Miden la efectividad de la actividad empresarial. Las razones de actividad a calcular son: Rotación del Activo Fijo y Activo Total

5.04.07.01.01 Rotación del Activo Fijo

ROTACIÓN DEL ACTIVO FIJO

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{85{,}678.58}{45{,}392.50}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = 1.89$$

Análisis:

La rotación del Activo Fijo del proyecto es 1.89 indica que la microempresa está generando ingresos equivalentes a 1.89 veces es decir 1 vez a la inversión.

5.04.07.01.02 Rotación del Activo Fijo

ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{85{,}678.58}{49{,}774.27}$$

$$\text{Rotación del Activo Total} = 1.72$$

Análisis:

Indica que el proyecto genera 1 vez la inversión del Activo Total

5.04.07.02. Razones de Rentabilidad

Miden la capacidad de la microempresa para generar utilidades a partir de los recursos disponibles.

5.04.07.02.01 Margen de Utilidad Neta

Margen de Utilidad Neta

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

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{27{,}369.99}{85{,}678.58}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 0.32$$

Análisis:

El 32% del Margen de utilidad Neta les queda a los propietarios de la microempresa.

5.04.07.02.02 Rendimientos sobre Activos ROA

ROA

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

$$\text{ROA} = \frac{27{,}369.99}{49{,}774.27}$$

$$\text{ROA} = 0.55$$

Análisis:

El rendimiento que obtiene la microempresa sobre los activos es del 55%, el activo genera una rentabilidad para el desarrollo de la misma.

5.04.07.02.03 Rendimientos sobre Patrimonio o Capital Contable

ROE

ROE

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

$$ROE = \frac{27{,}369.99}{5{,}781.77}$$

$$ROE = 4.73$$

5.04.07.02.04 Rendimientos sobre la Inversión ROI

ROI

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

$$ROI = \frac{27{,}369.99}{49{,}774.27}$$

$$ROI = 0.55$$

Análisis:

La Rentabilidad sobre la Inversión es del 55% lo cual indica que las líneas de productos son rentables.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de impactos

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental que este tipo de emprendimiento va a tener sobre el medio ambiente es mínimo si se siguen algunas pautas como la separación de residuos para su posterior reciclaje o el intercambio por materias primas que generen menor contaminación ambiental

El impacto ambiental, como en cualquier actividad va a ser en gran medida por la capacidad y la responsabilidad que los colaboradores tengan para realizar cambios significativos en su nivel de consumo, y sus costumbres en el reciclaje y la protección del medio ambiente.

6.02. Impacto Económico

La microempresa tiene la capacidad de contribuir al desarrollo, al acelerar la generación de empleos y al incrementar el ingreso familiar. Tiene la ventaja de aprovechar los recursos internos que existen en las áreas rurales y en los pequeños centros urbanos. (La microempresa, unidad económica para el desarrollo, 2017)

La existencia de un conjunto prácticamente ilimitado de necesidades materiales, en combinación con la escasez de satisfactores, ha despertado el ingenio de muchos microempresarios para convertir en oportunidad de progreso personal y

social estas carencias. La economía estudia precisamente las relaciones entre la escasez de satisfactores y la infinita cantidad de necesidades materiales.

6.03 Impacto Productivo

Las empresas juegan hoy un rol esencial como socias del desarrollo sostenible. Apartadas durante mucho tiempo del ámbito de la cooperación, la importancia esta microempresa se basa en el desarrollo sostenible, sobre todo, en su capacidad de dar trabajo a una gran proporción de los trabajadores pertenecientes a los sectores más vulnerables de la sociedad, como son las mujeres, los jóvenes o las personas de hogares desfavorecidos.

Las microempresas y pymes son responsables de una generación de empleo e ingresos importantes en todo el mundo y uno de los principales activos para la reducción de la pobreza y el fomento del desarrollo

6.04 Impacto Social

En acceso al trabajo decente es un antídoto contra la persistencia de exclusión social en la economía mundial. El crecimiento sostenido de las empresas es esencial para la creación de empleo. La OIT trabaja para generar empleo decente y sostenible en todo tipo de empresas, con especial atención a las pequeñas empresas y aquellas de base comunitaria, y para apoyar la modernización de las microempresas en el sector informal, un área en la cual se genera la mayor parte de los nuevos trabajos en el mundo. (Organización Mundial del Trabajo, 2018)

En este caso el impacto sería la creación directa de puestos de trabajo asociados a la creación y venta de prendas de vestir que ayudaría al desarrollo de los hogares de la zona.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- A través del estudio del análisis situacional se determinó las oportunidades y amenazas que se debe tomar en cuenta para el funcionamiento de la empresa, como una de nuestras oportunidades tenemos al cliente debido que es el factor principal para que el negocio obtenga ingresos, y una amenaza que presenta el proyecto es la competencia debido a que hoy en día ofrecen productos de la misma calidad a precios más bajos siendo así factores relevantes para la
- En el estudio de mercado una vez determinada la segmentación de mercado, se realizó una encuesta de 10 preguntas las cuales arrojaron resultados positivos, como una de las preguntas fue si desean un producto único personalizado, el 70,93% de las personas encuestadas si estarían dispuestos a acoger el producto siendo así favorable para la empresa, también se analizó cual sería la oferta y demanda frente a la competencia y productos sustitutos.
- En el estudio financiero se determinó si el proyecto era factible o no teniendo como resultados positivos para la empresa, la misma que permitió conocer el periodo de recuperación de la inversión del proyecto, teniendo en cuenta que la inversión se recuperara en 3 años, 5 meses y 4 días, tomando en cuenta que una parte de mi inversión fue financiado por una entidad Financiera quien ayudo a cubrir mi capital inicial. Los índices financieros ayudaron a

determinar que por cada dólar invertido en el proyecto se obtenía una ganancia, así teniendo una rentabilidad para la empresa.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda hacer uso del manual de imagen corporativa que está en el capítulo II para llevar el nombre correcto y el hacer uso correcto del mismo, evitando así que exista alteraciones en algún tipo de documento utilizando el nombre comercial de la empresa.
- Se recomienda analizar las distintas alternativas de financiamiento a través de las distintas entidades financieras, con la finalidad de obtener un préstamo bancario con un interés no muy alto, y sobre toda que la entidad sea confiable para evitar algún tipo de fraude.
- Se recomienda hacer uso de los valores y compromiso que posee la empresa para que no exista ningún tipo de violencia dentro de la empresa por parte de sus empleados, como también para que exista una atención al cliente excelente y no exista ningún tipo de queja sobre el comportamiento mal del empleado sino al contrario que exista un trabajo en equipo.

Bibliografía

Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos.* México: Mc Graw Hill.

Banco Central del Ecuador. (Diciembre de 2017). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 18 de noviembre de 2017, de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201611.pdf

BCE. (2017). *Banco Central del Ecuador.* Recuperado el 18 de 01 de 2018, de BCE: http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl

Bienes y servicios. (2015). *Bienes y servicios*. Obtenido de http://www.economia.ws/bienes-y-servicios.php

Cejas, O. (2006). *Direccion Estrategica.* Nobuko-Buenos Aires.

Chiabenato, I. (5 de 10 de 2017). *Administracion en los nuevos tiempos*. Recuperado el 18 de 01 de 2018, de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APRENDIZAJE/Administracion%20de%20los%20recursos%20humanos(%20lect%202)%20CHIAVENATO.pdf

Coemercio, E. (12 de 5 de 2017). *Ecuador Riesgo Pais*. Recuperado el 18 de 01 de 2018, de http://www.elcomercio.com/opinion/editorial/riesgo-pais-standardpoors-calificacion-ecuador.html

expertos, M. p. (5 de 10 de 2017). *Factor Social*. Recuperado el 18 de 01 de 2018, de https://roygrillo.wordpress.com/2011/06/03/el-factor-social/

gestiopolis. (2 de 10 de 2016). *Ambiente Externo*. Recuperado el 18 de 01 de 2018, de https://www.gestiopolis.com/el-ambiente-externo-de-las-organizaciones/

Iborra, M., Dasí, A., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas* (segunda ed.). MADRID: Ediciones Paraninfo S.A. Recuperado el 28 de Noviembre de 2016

INEC. (1 de Marzo de 2016). *Ecuador en Cifras*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2016, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf

INEC. (0CTUBRE de 2016). *Inflacion Mensual*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionOctubre2016/ipc_Presentacion_IPC_octubre_16.pdf

Informe de la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2012). *Informe de la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.*

Krugman, P., Wells, R., & Olney, M. (2008). *Fundamento de Economia.* Barcelona: Reverté S.A. Recuperado el 22 de noviembre de 2016, de https://books.google.com/books?id=MF8sETKKD7EC&pg=PA359&dq=que+es+el+desempleo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiOsJ2tl73QAhVJJCYKHQKxAl0Q6AEIUTAJ#v=onepage&q=que%20es%20el%20desempleo&f=false

La microempresa, unidad económica para el desarrollo. (2017). *La microempresa, unidad económica para el desarrollo*. Obtenido de http://www.members.tripod.com/aromaticas/Empresa.htm

Mejía Cañas, C. A. (2013). *EL CONCEPTO DE LA CAPACIDAD INSTALADA*. Obtenido de http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf

Organización Mundial del Trabajo. (2018). *Pequeñas empresas*. Obtenido de https://www.ilo.org/global/topics/employment-promotion/small-enterprises/lang--es/index.htm

pyme.lavoztx. (12 de 10 de 2015). *La voz*. Recuperado el 18 de 01 de 2018, de https://pyme.lavoztx.com/un-anlisis-situacional-de-un-plan-estratgico-de-marketing-4354.html

Soto Calderón, O. (2015). *Formulación y Evaluación de Proyectos.*

Taringa. (2 de 10 de 2017). *Factor Post*. Recuperado el 18 de 01 de 2018, de https://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/16915380/Factores-economicos.html

Vazquez, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo.* España: Antoni Bosch. Recuperado el 30 de Noviembre de 2016

Wikipedia. (5 de 10 de 2016). *Investigacion libre*. Recuperado el 18 de 01 de 2018, de https://es.wikipedia.org/wiki/Promoci%C3%B3n_(mercadotecnia)

Wikipedia. (5 de 10 de 2016). *Tasa de Interes*. Recuperado el 18 de 01 de 2018, de https://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s

Wikipedia. (6 de 10 de 2017). *Discucion PIB*. Recuperado el 18 de 1 de 2018, de https://es.wikipedia.org/wiki/Producto_interno_bruto

ANEXOS

Flayers

Jojander
Fashion
Colección
2019
Te Ofrecemos
Gran Variedad
de Prendas de
Vestir
HASTA
50 %
DSCTO
Damas
Blusas
Jeans
Faldas
Vestidos
Niños
Fashion
Av. Galo Plaza Lasso y Av. Antonio Jose de Sucre
0993386025
jojande_0507@outlook.com

Moldes

Corte

Costura

Costurera

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document:	Tesis Margarita Molina final.docx (D43345680)
Submitted:	10/31/2018 10:57:00 PM
Submitted By:	angymoreno127@gmail.com
Significance:	6 %

Sources included in the report:

QUISHPE GARZON TAMIA GISELLA.doc (D19406682)
CHAMORRO CHAMORRO MAYRA ALEJANDRA.docx (D30299564)
Tesis Diana Arellano.docx (D30340878)
Chanchicocha CElvis F.docx (D3C287670)
Proyecto Mermelada Pitahaya y Frutilla 1-7 TERMINADO CON APA. final 4 2 de mayo.docx (D19687960)
CAPITULOS DE 1 AL 7.docx (D22520939)

Instances where selected sources appear:

59

TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **MOLINA MENDOZA LUZMILA MARGARITA,** portador de la cédula de identidad Nº 0802486027, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 26 de Noviembre del 2018

Srta. Marlela Balseca
CAJA

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES

Ing. Francisco Salazar
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Ing. María Fernanda Burga
DIRECTOR DE CARRERA

Ing. William Parra
BIBLIOTECA

Sra. Cristina Chiluiza
SECRETARIA ACADÉMICA