



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS CON ESTAMPADO
MIXTO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO, PARROQUIA CALDERÓN, AÑO 2018.**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera**

AUTOR: VALIENTE TOAQUIZA JOSÉ ALEX

TUTOR: ING. ARMANDO ANALUISA

Quito, Junio 2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

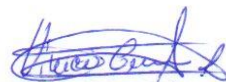
Quito, 18 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de titulación del Sr. (Srta): VALIENTE TOAQUIZA JOSE ALEX, de la carrera de Administración Bancaria y Financiera, cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS CON ESTAMPADO MIXTO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERON, 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.



ING. ARMANDO ANALUISA

Tutor del Proyecto



ING. HENRY CERÓN

Lector del proyecto



DR. PATRICIO GUANOPATIN

Director de Escuela (E)



MSC. GEOVANNI URBINA

Coordinador Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBÍ
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambí (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambí Oe2-36 y Bracamoros. Telf: 2249994

Declaratoria

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



José Alex Valiente Toaquiza

CC 172598295-1

Licencia de uso no comercial

Yo, José Alex Valiente Toaquiza portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1725982951 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS CON ESTAMPADO MIXTO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERON, AÑO 2018” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



FIRMA
NOMBRE

José Alex Valiente Toaquiza

CEDULA

CC 172598295-1

Quito, a los 22 de marzo del 2018

Agradecimiento

Agradezco a mis padres por la dedicación y el amor que ellos me han demostrado en el transcurso de mi vida, a mi madre por su apoyo incondicional, por ayudarme hacer una persona con valores y darme ánimos en cada momento de mi vida; tanto en los buenos y malos momentos, que se han presentado, agradezco a Dios por bendecirme en mi camino hacia del éxito, otorgándome la sabiduría y salud para cumplir con mis objetivos; le agradezco de todo corazón en especial a mi esposa y a mi querida hija quienes han sido mi inspiración a seguir adelante ya que gracias a ustedes estoy donde estoy.

Agradezco también a todas las autoridades del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, quienes me abrieron las puertas para seguir estudiando y así poder culminar mis estudios y poderme graduar y ser una persona de bien.

Dedicatoria

Dedico este trabajo a mis padres, a mi esposa, a mi hija y mis hermanos; porque con el apoyo de ellos salí adelante para lograr mis triunfos y objetivos planteados en mi vida, cuyos objetivos los pude complementar con la adecuada guía de mis maestros, quienes han sabido estar en los buenos y malos momentos de mi vida y sobre todo por guiarme para realizar este trabajo de titulación.

Esforzándome a pesar de las dificultades a terminar el presente proyecto, la cual refleja mi esmero por realizarlo y así poder cumplir con una etapa más en mi vida.

Índice General

Declaratoria.....	i
Licencia de uso no comercial.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Índice General.....	v
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras.....	xiii
Índice de Anexos	xiv
Resumen ejecutivo	xv
Abstract.....	xvii
CAPÍTULO I	1
1. Introducción	1
1.1 Justificación	1
1.2 Antecedentes	2
CAPÍTULO II	5
2. Análisis Situacional	5
2.1 Ambiente Externo	5
2.1.1 Factor Económico	5
2.1.1.01 Inflación.....	5
2.1.1.02 Inflación por Ciudades.....	6
2.1.1.03 Producto Interno Bruto (PIB).....	7
2.1.1.04 Producto Interno Bruto Sectorial	8
2.1.1.05 Tasa de Interés	10
2.1.1.05.01 Tasa Activa	10
2.1.1.05.02 Tasa Pasiva	11
2.1.1.06 Tasa de Riesgo País	11
2.1.2 Factor Social	12
2.1.2.01 Población Económicamente Activa	13
2.1.2.02 Empleo	14
2.1.2.03 Desempleo	15
2.1.2.04 Subempleo	16
2.1.3 Factor Legal	17
2.1.3.01 Permisos.....	17
2.1.3.01.01 Registro Único de Contribuyentes (RUC)	17
2.1.3.01.02 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).....	18

2.1.3.01.03 Patente.....	18
2.1.3.01.04 Permiso de Bomberos	19
2.1.4 Factor Tecnológico	19
2.2 Entorno Local	20
2.2.1 Clientes	20
2.2.2 Proveedores.....	21
2.2.3 Competidores	21
2.3 Análisis FODA	21
2.4 Propuesta Estratégica	23
2.4.1 Misión	23
2.4.2 Visión.....	23
2.4.3 Objetivos	23
2.4.3.01 Objetivo General.....	23
2.4.3.02 Objetivos Específicos	24
2.4.4 Principios y/o Valores.....	24
2.4.5 Gestión Administrativa	24
2.4.5.01 Organigrama	25
2.4.5.02 Manual de Funciones	26
2.4.6 Gestión Operativa	26
2.4.6.01 Organigrama	27
2.4.6.02 Manual de Funciones	27
2.4.7 Gestión Comercial	28
2.4.7.01 Organigrama	29
2.4.7.02 Manual de Funciones	29
2.4.7.03 Marketing MIX	29
CAPÍTULO III.....	33
3. Estudio de Mercado	33
3.1 Análisis del consumidor.....	33
3.1.1 Determinación de la Población y Muestra	33
3.1.1.01 Población	33
3.1.1.02 Muestra	34
3.1.2 Técnicas de Obtención de la Información.....	35
3.1.2.01 Encuesta	35
3.1.2.02 Entrevista	35
3.1.2.03 Observación	35
3.1.3 Análisis de la Información	36
3.2 Demanda	44

3.2.1 Demanda Histórica	44
3.2.2 Demanda Actual	44
3.2.3 Demanda Proyectada	45
3.3 Oferta	45
3.3.1 Oferta Histórica.....	45
3.3.2 Oferta Actual.....	46
3.3.3 Oferta Proyectada	46
3.4 Productos sustitutos	46
3.5 Balance Oferta-Demanda.....	47
3.5.1 Balance Actual.....	47
3.5.2 Balance Proyectado.....	47
CAPÍTULO IV	49
4. Estudio técnico.....	49
4.1 Tamaño del proyecto	49
4.1.1 Capacidad Instalada	49
4.1.2 Capacidad Utilizada	49
4.2 Localización.....	50
4.2.1 Macro – Localización	50
4.2.2 Micro – Localización.....	50
4.2.3 Localización Óptima.....	51
4.3 Ingeniería del Producto.....	53
4.3.1 Definición del Bien y Servicio.....	53
4.3.1.01 Bien.....	53
4.3.1.02 Servicio	53
4.3.1.03 Producto	53
4.3.2 Distribución de la Planta.....	54
4.3.3 Proceso Productivo	56
4.3.4 Maquinaria y Equipos	57
CAPÍTULO V	58
5. Estudio Financiero	58
5.1 Ingresos.....	58
5.1.1 Ingresos operacionales.....	58
5.1.2 Ingresos no operacionales	58
5.2 Costos	58
5.2.1 Costo Directo	59
5.2.1.01 Materia Prima	59
5.2.1.02 Mano de Obra	61

5.2.2 Costo Indirecto.....	61
5.2.3 Gasto Administrativo.....	63
5.2.4 Gasto de Ventas	64
5.2.5 Gastos Financieros	64
5.2.6 Costos Fijos y Variables	65
5.3 Inversiones	66
5.3.1 Inversión Fija	66
5.3.2 Activos Fijos.....	66
5.3.3 Activos Nominales (Diferidos).....	67
5.3.4 Capital de Trabajo.....	67
5.3.5 Fuentes de Financiamiento	68
5.3.6 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización).....	69
5.3.7 Depreciaciones (tabla de depreciación)	71
5.3.8 Estado de Situación Inicial	71
5.3.9 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años).....	72
5.3.10 Flujo de Caja.....	73
5.3.11 Balance General Proyectado.....	74
5.4 Evaluación financiera	75
5.4.1 Tasa de Descuento	75
5.4.2 Valor Actual Neto (VAN).....	77
5.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	78
5.4.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	78
5.4.5 Relación Costo Beneficio (RBC).....	79
5.4.6 Punto de Equilibrio	79
5.4.7 Análisis de Índices Financieros	81
CAPÍTULO VI	84
6. Análisis de Impactos	84
6.1 Impacto Ambiental	85
6.2 Impacto Económico	86
6.3 Impacto Productivo.....	87
6.4 Impacto Social	89
6.5 Impacto General.....	90
CAPÍTULO VII	91
7. Conclusiones y Recomendaciones.....	91
7.1 Conclusiones.....	91
7.2 Recomendaciones	92
Anexos	94

Bibliografía	101
--------------------	-----

Índice de Tablas

Tabla 1 Tasa de inflación anual	5
Tabla 2 Tasa de inflación de ciudades principales.....	6
Tabla 3 PIB (Producto Interno Bruto)	7
Tabla 4 Aportación por sector al PIB	9
Tabla 5 Tasa de interés activa de Ecuador.....	10
Tabla 6 Tasa interés pasiva de Ecuador.....	11
Tabla 7 Variación de Riesgo País de Ecuador	12
Tabla 8 PEA (Población Económicamente Activa).....	13
Tabla 9 Tasa de empleo del Ecuador	14
Tabla 10 Tasa de desempleo de Ecuador.....	15
Tabla 11 Tasa de subempleo de Ecuador.....	16
Tabla 12 Variables de clientes	20
Tabla 13 Clientes del proyecto	20
Tabla 14 Proveedores de insumos locales	21
Tabla 15 Competencia directa e indirecta.....	21
Tabla 16 Oportunidades del proyecto	22
Tabla 17 Amenazas del proyecto.....	22
Tabla 18 Manual de Gerente General	26
Tabla 19 Manual Contador externo	26
Tabla 20 Manual del Diseñador.....	27
Tabla 21 Manual Operador 1	28
Tabla 22 Manual Operador 2	28
Tabla 23 Manual del cajero/vendedor.....	29
Tabla 24 Población segmentada	33
Tabla 25 Consumo de prendas de vestir	36
Tabla 26 Frecuencia de compra	37
Tabla 27 Frecuencia de uso por tallas.....	38
Tabla 28 Gasto promedio en prendas.....	39
Tabla 29 Satisfacción del cliente	40
Tabla 30 Aceptación del producto	41
Tabla 31 Medios de información publicitaria.....	42
Tabla 32 Lugar de adquisición.....	43
Tabla 33 Aceptación del proyecto	44
Tabla 34 Frecuencia de compra en prendas	44
Tabla 35 Promedio de gasto por prenda	44

Tabla 36 Demanda proyectada.....	45
Tabla 37 Oferta actual.....	46
Tabla 38 Oferta proyectada.....	46
Tabla 39 Demanda insatisfecha actual.....	47
Tabla 40 Demanda insatisfecha proyectada.....	48
Tabla 41 Capacidad instalada	49
Tabla 42 Capacidad optima	49
Tabla 43 Matriz de ponderación de factores.....	52
Tabla 44 Código de cercanía	54
Tabla 45 Razón de cercanía	54
Tabla 46 Distribución de planta.....	55
Tabla 47 Maquinaria y equipos.....	57
Tabla 48 Materia prima talla “S”	59
Tabla 49 Materia prima talla “M”	60
Tabla 50 Materia prima talla “L”	60
Tabla 51 Materia prima talla “XL”	60
Tabla 52 Mano de obra directa	61
Tabla 53 Costo indirecto talla “S”	61
Tabla 54 Costo indirecto talla “M”	61
Tabla 55 Costo indirecto talla “L”	62
Tabla 56 Costo indirecto talla “XL”	62
Tabla 57 Resumen general de costos utilizados	62
Tabla 58 Precio y utilidad bruta unitaria talla “S”	62
Tabla 59 Precio y utilidad bruta unitaria talla “M”	63
Tabla 60 Precio y utilidad bruta unitaria talla “L”	63
Tabla 61 Precio y utilidad bruta unitaria talla “XL”	63
Tabla 62 Proyección de gastos administrativos	63
Tabla 63 Gasto de ventas proyectado	64
Tabla 64 Comparación de entidades financieras.....	65
Tabla 65 Costos fijos	65
Tabla 66 Activos fijos.....	66
Tabla 67 Activos Nominales.....	67
Tabla 68 Capital de trabajo.....	68
Tabla 69 Financiamiento	68
Tabla 70 Condiciones de endeudamiento	69
Tabla 71 Método Alemán	70

Tabla 72 Depreciación de activos fijos.....	71
Tabla 73 Estado de Situación Inicial	72
Tabla 74 Estado de Resultado Proyectado.....	73
Tabla 75 Flujo de caja.....	74
Tabla 76 Balance General Proyectado.....	75
Tabla 77 Tasa de descuento TMAR.....	76
Tabla 78 Resumen de flujos.....	77
Tabla 79 Descripción de punto de equilibrio	80
Tabla 80 Punto de equilibrio.....	80
Tabla 81 Índices financieros	82
Tabla 82 Significado de impactos.....	84
Tabla 83 Matriz impactos ambientales	85
Tabla 84 Matriz impactos económicos	86
Tabla 85 Matriz impactos productivos	88
Tabla 86 Matriz impactos sociales.....	89
Tabla 87 Matriz general de impactos.....	90

Índice de Figuras

Figura 1 Inflación.....	6
Figura 2 Inflación de la ciudad de Quito	7
Figura 3 Producto Interno Bruto de Ecuador	8
Figura 4 Aportación por sector al PIB	9
Figura 5 Tasa riesgo país	12
Figura 6 PEA (Población Económicamente Activa).....	13
Figura 7 Tasa de empleo del Ecuador.....	14
Figura 8 Tasa de desempleo de Ecuador.....	15
Figura 9 Tasa de subempleo de Ecuador	16
Figura 10 Organigrama del área administrativa.....	25
Figura 11 Organigrama del área operativa.....	27
Figura 12 Organigrama del área comercial.....	29
Figura 13 Consumo de prendas de vestir.....	36
Figura 14 Frecuencia de compra.....	37
Figura 15 Porcentaje de tallas según su uso.....	38
Figura 16 Gasto promedio en prendas	39
Figura 17 Satisfacción del cliente	40
Figura 18 Aceptación del producto.....	41
Figura 19 Medios de información publicitaria.....	42
Figura 20 Lugar de adquisición	43
Figura 21 Mapa de Calderón	50
Figura 22 Parroquia de Calderón	51
Figura 23 Localización óptima	52
Figura 24 Matriz SLP	54
Figura 25 Distribución de la planta.....	55
Figura 26 Flujograma del proceso productivo	56
Figura 27 Punto de equilibrio	80

Índice de Anexos

ANEXO 1: LA ENCUESTA	95
ANEXO 2: LINEAMIENTOS Y FICHAS DE CONTROL	96
ANEXO 3: TABLA DE AMORTIZACIÓN FRANCESA.	99

Resumen ejecutivo

El presente trabajo es un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa, en el sector de Calderón, la cual se dedicará a la elaboración de prendas con estampado y bordado, combinando estas dos técnicas se busca innovar los métodos convencionales de impresión de gráficos en ropa.

El primer capítulo del presente trabajo, se trata de la indagación previa de cada una de las técnicas en la que se basará el proyecto, donde el bordado y el estampado que hoy en día son aprovechadas para imprimir imágenes, justificando así el por qué su uso.

En la segunda parte del trabajo se realizó una investigación de los diferentes factores como estudio de indicadores macroeconómicos (inflación, PIB, riesgo país) y microeconómicos como (tasa de interés pasiva y activa, empleo, desempleo, entre otros.) los cuales determinaran en qué ambiente económico se va realizar la implementación del proyecto.

Para definir la viabilidad del presente proyecto se realizó un estudio de mercado donde se utilizó como técnica de obtención de información a la encuesta, la cual según la fórmula aplicada de la muestra se encuestaron a 382 personas y con ello dieron a conocer que existe demanda insatisfecha que la competencia no está satisfaciendo en su totalidad y el bien que se va a implementar tiene la aceptación para realizar los estudios preliminares para su implementación.

Una vez que se ha obtenido la información requerida, se procede a realizar un estudio técnico para determinar los factores internos de la organización para un adecuado funcionamiento como la macro y micro localización del proyecto, el tamaño y distribución de la planta, la maquinaria y equipos que se utilizarán.

Por consiguiente se realizó la proyección de la oferta y demanda, la determinación de los costos operativos y los gastos del área administrativa, ventas y producción donde una vez obtenido los datos, se realizó el estudio financiero llegando a determinar la aplicación del proyecto.

Para desarrollar el presente proyecto, de acuerdo al estudio que se realizará será necesario una inversión estimada de \$ 19.814,68; cuya obtención de financiamiento se espera obtenerla mediante préstamo a entidades financieras indagadas, con ella se deberá determinar cuál de ellas ofrece una tasa baja de interés.

Los resultados que se obtuvieron durante el análisis del presente proyecto han permitido comprobar que el proyecto es factible y viable, ya que todos los indicadores antes ya mencionados demuestran los beneficios que proyectaría el proyecto.

Abstract

The present work is a feasibility study for the implementation of a microenterprise, in the sector of Calderón, which will be dedicated to the production of garments with embossing and embroidery, combining these two techniques it seeks to innovate the conventional methods of printing graphics in clothes.

The first chapter of this work, is about the preliminary investigation of each of the techniques on which the project will be based, where embroidery and embossing are used today to print images, thus justifying why their use.

In the second part of the work, an investigation of the different factors was carried out, such as the study of macroeconomic indicators (inflation, GDP, country risk) and microeconomic indicators (passive and active interest rate, employment, unemployment, among others.) Which determined in what economic environment will the implementation of the project be?

To define the viability of the present project, a market study was carried out where the survey was used as a technique to obtain information, which according to the formula applied to the sample, surveyed 382 people and thus revealed that there is an unmet demand that the competition is not satisfying in its entirety and the good that is going to be implemented has the acceptance to carry out the preliminary studies for its implementation.

Once the required information has been obtained, a technical study is carried out to determine the internal factors of the organization for adequate functioning such as the macro and micro location of the project, the size and distribution of the plant, the machinery and equipment that will be used.

Therefore, the projection of supply and demand, the determination of operating costs and the expenses of the administrative, sales and production areas where, once

the data was obtained, the financial study was carried out, determining the application of the project.

To develop the present project, according to the study that will be carried out, an estimated investment of \$ 19,814.68 will be necessary; whose financing is expected to be obtained by means of a loan to investigated financial entities, with which it will be necessary to determine which of them offers a low interest rate.

The results obtained during the analysis of this project have shown that the project is feasible and viable, since all the indicators mentioned above show the benefits that the project would project.

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.1 Justificación

El diseñar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la fabricación y comercialización de prendas con estampado mixto, ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia Calderón, busca ser un emprendimiento que sea sustentable el cual permita el desarrollo económico de quien lo realiza utilizando los conocimientos adquiridos en la carrera.

Actualmente, la poca innovación en la prendas actuales con estampado, la falta de oferta laborales, los bajos estándares de calidad en la prendas de vestir fabricados internamente, los altos precios de ciertas prendas y sobre todo la lejanía a su ubicación geográfica para adquirir una prenda, son eventos que relacionados unos con otros han generado que el cliente no obtenga una completa satisfacción, que la comunidad no tenga un sustento económico fijo, el cliente o consumidor adquiera productos importados y le de preferencias a los mismos y el consumidor tenga que movilizarse a otras partes del Distrito para adquirirlo.

Con lo mencionado anteriormente, el presente proyecto tiene pertinencia ya que se pretende que el cliente obtenga una completa satisfacción al adquirir una prenda, que la comunidad cuente con una plaza de trabajo de forma directa, para que el

cliente adquiera productos de producción nacional y el consumidor no tenga la necesidad de movilizarse a otras partes del distrito.

El proyecto será basado en el estampado en camisetas de todo tipo de tela la cual como fondo solo se utilizará el estampado, sus delineaciones y otros detalle finales que contribuyan al terminado se las realizará con bordado, así creando una combinación mixta entre el estampado y bordado.

1.2 Antecedentes

“Se conoce como serigrafía a la técnica de impresión que consiste en reproducir imágenes sobre cualquier material mediante la transferencia de una tinta través de una malla tensada” (Pérez & Merino, 2014).

Se podría establecer al estampado como una división de la serigrafía, ya que no solo existe este tipo de mecanismo en impresión de gráficos, sino hasta el momento se han establecido algunas entre ellas como son la impresión en metales, madera, etiquetas, cristalería y como el estampado textil en camisetas y/o en prendas de vestir.

Según Pérez & Merino (2014) “Es habitual que el concepto de estampado se utilice en referencia a un tejido que tiene dibujos estampados a fuego o en frío. Puede decirse, en ese caso, que el tejido es estampado o tiene un estampado”.

“Normalmente se usa una plancha grabada y entintada sobre un papel húmedo a través de un tórculo o prensa” (Leal, 2014).

La estampación como proceso puede ser utilizado en dos tipos de maquinaria sean estas de temperatura frías o calientes, a la que se les denominará estampadoras con

características en forma de plancha en donde su mecanismo de utilización es regular su temperatura y el tiempo, de acuerdo al tipo de prenda en la que se vaya a estampar el gráfico.

Dice Leal (2014) “Puede considerarse como una técnica que combina arte, ingeniería, y tecnología de teñido para producir imágenes que solamente existían en la imaginación del diseñador textil. El estampado textil puede ser considerado como un teñido localizado”.

En base a esta técnica se tratará de buscar innovación entre la estampación y el bordado los cuales se hará una fusión entre ambos tipos de técnicas que son de fácil utilización entre los diferentes tipos de prendas que el consumidor pueda tener mayor acogida.

Pantalones, vestidos o faldas suelen ser algunas de las prendas que pueden llevar cualquiera de esos mencionados tipos de estampado. No obstante, el artículo que más habitualmente apuesta por aquellos es la camiseta. Y es que ella, además de los mencionados prints que ahora imperan, es frecuente que apueste por llevar frases famosas, personajes del cine y de la televisión (Pérez & Merino, 2014).

La combinación que el bordado tenga con el estampado es por su ventaja ya que puede realizarse en diferentes tipos de texturas, grosores y por su gran gama de colores combinables con el estampado.

Menciona Space (2013) “El bordado es el arte de decorar tela o cuero, con diseños en hilo, hecho con una aguja. Lentejuelas, apliques y otros adornos se pueden incorporar en el bordado”.

Hoy en día se cuenta con máquinas computarizadas que realizan el trabajo de bordado de manera automática y rápida en donde impregnar un gráfico en la tela es fácil, obviamente pasando el gráfico por un proceso en un programa de diseño especializado en este tipo de trabajo, como se mencionó anteriormente lo que se busca es la combinación de estas dos técnicas tan antiguas como la humanidad, para poder contar con una innovación en el terminado de la prenda que hoy en día no es común ver.

Como señala Space (2013) “En la industria del software empezaron a fabricar programas destinados a la creación de diseños de bordados por computadora. Los objetivos originales de estos programas, permitieron construir un sistema único e innovador”.

“El bordado es por definición una labor de costura decorativa hecha sobre telas (o diversos materiales) tramados con agujas y utilizando distintos tipos de hilos o cuentas de variadas texturas, grosores y colores” (Horten, 2012).

Una vez investigadas cada una de las técnicas tanto en estampado y bordado, con su uso se busca implementarlos en las prendas de vestir convencionales con nuevos diseños, combinaciones para que la calidad de las técnicas mencionadas sean de excelencia al público.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

2.1 Ambiente Externo

2.1.1 Factor Económico

El entorno económico consiste en factores económicos que afectan el poder de compra del consumidor y sus patrones de gastos. Los mercadólogos deben poner mucha atención en las principales tendencias y patrones de gastos del consumidor tanto en su mercado interno como en los mercados mundiales (Kotler & Asmstrong, 2013, pág. 76).

2.1.1.01 Inflación

Baca (2007) Señala que “La inflación se define como el incremento sostenido en el nivel general de los precios en una economía, medida ponderada y agregada del aumento de precios la canasta básica de una economía” (Pág. 265).

Tabla 1 Tasa de inflación anual

Mes	Año	Porcentaje
octubre	2012	4.94%
octubre	2013	2.04%
octubre	2014	3.98%
octubre	2015	3.48%
octubre	2016	1.31%
octubre	2017	-0.09%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: José Valiente

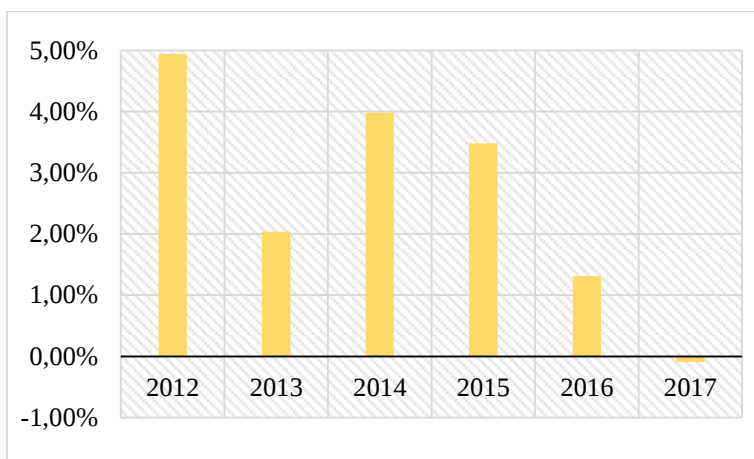


Figura 1 Inflación

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: José Valiente

Como se observa en la figura los datos registrados por la tasa de la inflación, se nota que la tasa disminuye desde octubre del 2016 un 1.4% al octubre del presente año dando como consecuencia una deflación, donde el poder adquisitivo aumenta generando que los precios disminuyan, situación negativa por lo que el proyecto al generar sus productos disminuyan su precio y se llegue a vender al costo donde no se generará rentabilidad o beneficio suficiente para la empresa.

2.1.1.02 Inflación por Ciudades

La inflación por ciudades es la percepción del aumento de los precios en una economía local o de una ciudad.

Tabla 2 Tasa de inflación de ciudades principales

Mes	Año	Quito	Cuenca	Guayaquil
octubre	2012	5,17%	3,77%	4,47%
octubre	2013	2,14%	3,93%	1,88%
octubre	2014	4,10%	2,80%	4,49%
octubre	2015	3,01%	4,01%	3,33%
octubre	2016	1,30%	2,22%	1,44%
octubre	2017	-0,13%	-0,33%	-0,20%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: José Valiente

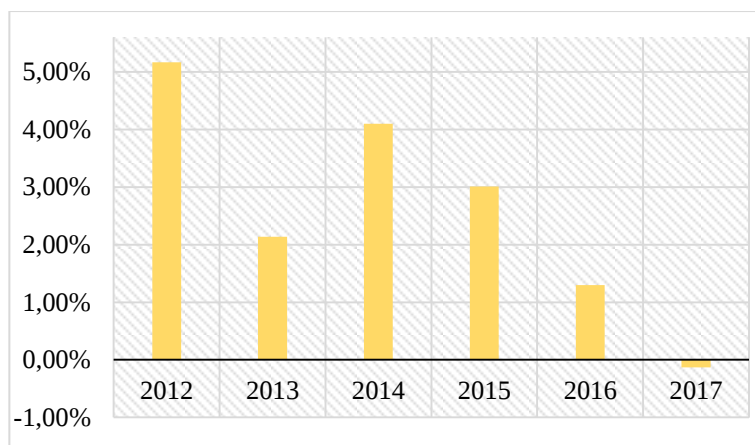


Figura 2 Inflación de la ciudad de Quito
 Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: José Valiente

La tasa de la inflación en la ciudad de Quito no es ajena a la situación de la deflación registrada en el país, como se puede notar a octubre del 2016 hasta octubre del presente año se registra una disminución del 1.43%, esto puede ser provocado por la alta oferta de productos que generan la disminución de los precios y la poca demanda que existente a dichos productos generando que el comerciante o productor lleguen a liquidar sus productos con precios inferiores a los que la empresa debió haber facturado.

2.1.1.03 Producto Interno Bruto (PIB)

Dice Berumen (2015) “El PIB es el valor de mercado de todos los bienes y servicios producidos en una economía a lo largo de un período de tiempo determinado” (Pág. 228).

Tabla 3 PIB (Producto Interno Bruto)

Mes	Año	PIB millones de dólares	Variación
octubre	2012	35290	4,88%
octubre	2013	67293	4,97%
octubre	2014	70243	4,38%
octubre	2015	70354	0,16%
octubre	2016	69321	-1,47%
octubre	2017	71609	3.30%

Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: José Valiente

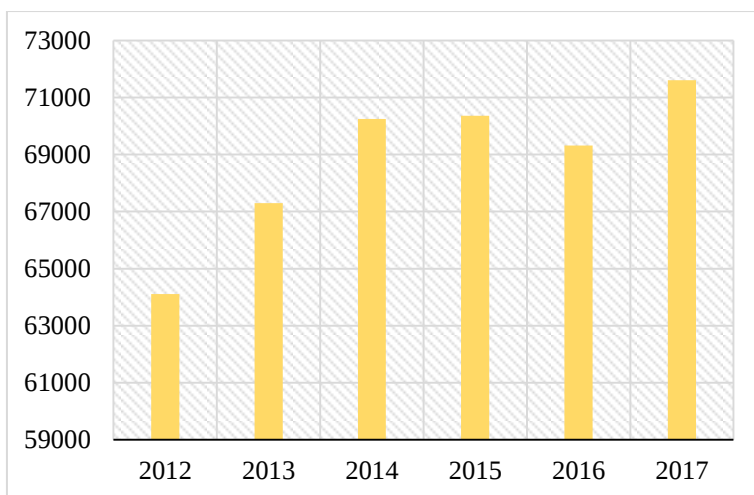


Figura 3 Producto Interno Bruto de Ecuador
 Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
 Elaborado por: José Valiente

De acuerdo a lo datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador, se puede observar que hasta el segundo trimestre del 2017 se refleja una recuperación del 4.77% lo que genera un crecimiento económico comercial ya que el PIB es el valor de bienes o servicios fabricados que tienen en el mercado de un país, este indicador es positivo para el proyecto porque refleja la actividad consumista generando mayor ingresos, utilidades, crecimiento corporativo y esto en cadena positiva a todas los demás sectores.

2.1.1.04 Producto Interno Bruto Sectorial

El PIB sectorial, es la valoración de los productos o servicios que se producen en una economía, los cuales se registrará según al sector a donde pertenezcan dichos productos o bienes.

Tabla 4 Aportación por sector al PIB

Sector	Porcentaje
Agricultura	0.07%
Acuicultura y pesca de camarón	0.16%
Pesca (excepto camarón)	-0.05%
Petróleo y minas	0.04%
Refinación de Petróleo	11.50%
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	0.09%
Suministro de electricidad y agua	0.13%
Construcción	-0.15%
Comercio	0.12%
Alojamiento y servicios de comida	0.05%
Transporte	0.08%
Correo y Comunicaciones	0.09%
Actividades de servicios financieros	0.22%
Actividades profesionales, técnicas y adm.	0.22%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	0.13%
Administración pública, defensa	0.21%
Servicio doméstico	-0.01%
Otros Servicios (3)	0.07%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: José Valiente

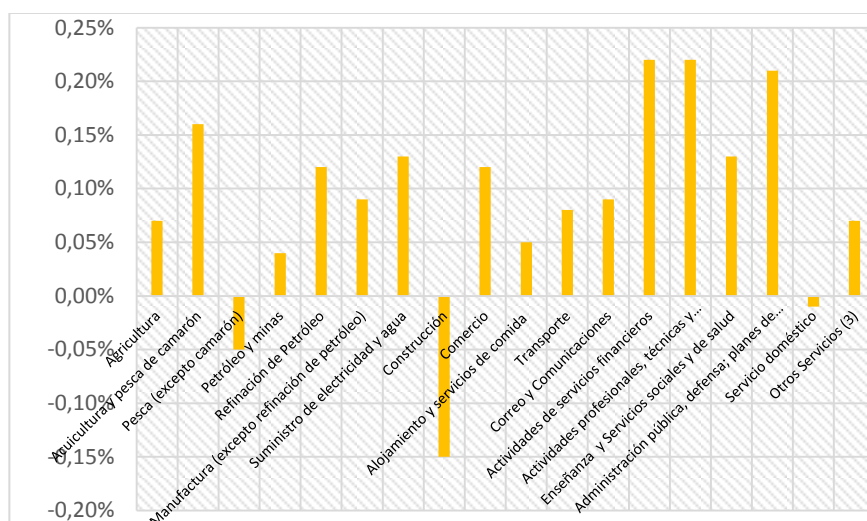


Figura 4 Aportación por sector al PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: José Valiente

De acuerdo a la figura 4 se nota que el sector comercial, al que pertenece el presente proyecto es un PIB del 0.12% , porcentaje dentro de la aportación que tiene dicho sector es positivo ya que este dato refleja la actividad que se está generando al realizar el comercio de los productos elaborados por el presente proyecto.

2.1.1.05 Tasa de Interés

La definición de la tasa de interés puede elaborarse desde dos puntos de vista: De quien la recibe y de quien la pagó. Para el prestamista, la tasa de interés es la compensación que recibe por permitirle a otro utilizar su dinero; para el emisor o deudor, es el precio que tiene que pagar por utilizar el dinero de otro (García, 2014, pág. 19).

2.1.1.05.01 Tasa Activa

Es la tasa que los bancos cobran a los usuarios de los diferentes tipos de crédito (por ejemplo, la tasa de una tarjeta de crédito, la tasa de intereses que cobre un banco por un préstamo para comprar una casa, un automóvil, etcétera) (Rodríguez, Pierdant, & Rodríguez, 2014, pág.96).

Tabla 5 Tasa de interés activa de Ecuador

Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% Anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% Anual
Productivo Corporativo	7.34	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.84	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.41	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	7.95	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.79	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.84	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.05	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.65	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.50	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.48	Educativo	9.50
Inmobiliario	10.57	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	27.55	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple	24.66	Microcrédito de Acumulación Simple	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.96	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.16	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaborado por: José Valiente

El presente proyecto al pertenecer a la catalogación de una microempresa pequeña necesitará para el inicio de actividades una aportación de capital cuyo modo de financiamiento se lo realizará mediante las instituciones financieras, por lo que se

deberá tomar en cuenta la tasa de interés manejadas por dichas entidades, a
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS CON ESTAMPADO MIXTO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERÓN, AÑO 2018.

noviembre del 2017 se registra una tasa activa referencial para microcréditos minorista del 27.55% y una tasa activa máxima del 30.5% anuales, datos que se deberán tomar en cuenta al tramitar el crédito ya que de ello dependerá el tiempo y la capacidad de pago del mismo.

2.1.1.05.02 Tasa Pasiva

De acuerdo con Rodríguez, Pierdant, & Rodríguez (2014) “Es la tasa de interés que los bancos pagan a los ahorradores e inversionistas” (Pág. 96).

Tabla 6 Tasa interés pasiva de Ecuador

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.42	Plazo 121-180	4.85
Plazo 61-90	3.90	Plazo 181-360	5.37
Plazo 91-120	4.86	Plazo 361 y más	6.97

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: José Valiente

La tasa pasiva, se tomará en cuenta para los ahorros destinados a depósitos a plazo que se realice por parte de la empresa, para la cual se optará dejar los ahorros con plazo mayor a los 361 días ya que se maneja para dicho plazo una tasa pasiva efectiva referencial del 6.97% anuales siendo esta la mayor tasa que se puede generar para dichos ahorros.

2.1.1.06 Tasa de Riesgo País

Así, el riesgo país puede definirse (en un *sentido amplio*) haciendo referencia al riesgo que aparece cuando se opera en o con un determinado país, incluso exportando y/o importando. Se refiere a posibles consecuencias negativas, sobre el valor de los activos situados en ese país o los derechos sobre residentes en el mismo, resultantes de alteraciones en las estructuras políticas, económicas y sociales del país en cuestión (Beraza, Gilsanz Ahumada, Hoyos, Peña, Ibáñez, & San Martín, 2015, pág. 241).

Tabla 7 Variación de Riesgo País de Ecuador

Mes	Año	Puntos	Variación
diciembre	2016	647	6,47
enero	2017	590	5,90
febrero	2017	572	5,72
marzo	2017	666	6,66
abril	2017	667	6,67
mayo	2017	694	6,94
junio	2017	706	7,06
julio	2017	673	6,73
agosto	2017	643	6,43
septiembre	2017	606	6,06
octubre	2017	563	5,63
noviembre	2017	552	5,52

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaborado por: José Valiente

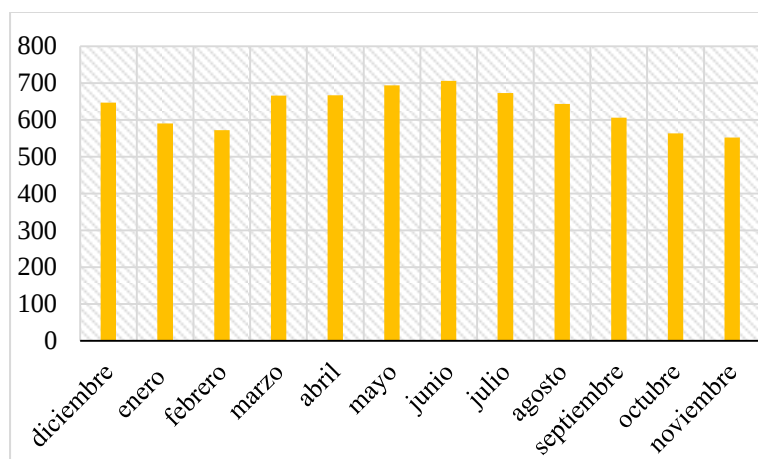


Figura 5 Tasa riesgo país
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaborado por: José Valiente

Como se observa en la figura el Riesgo País a noviembre del 2017 es de 552 puntos con referencia a los anteriores meses es la más baja hasta ahora registrada, esto para el presente proyecto es positivo ya que es un indicador que genera confianza de realizar las actividades económicas por su asociación de estabilidad económica del país y por la recuperación del dinero invertido en dicho proyecto.

2.1.2 Factor Social

Factores sociales, se relacionan con la adaptación del proyecto al ambiente y a la comunidad. Estos factores son poco atendidos, pero no menos importantes. En

específico, se refiere al nivel general de los servicios sociales con que cuenta una comunidad, como escuela (y su nivel), hospitales, centros recreativos, facilidades culturales y de capacitación de empleados y otros (Baca, 2010, pág. 87).

2.1.2.01 Población Económicamente Activa

Como Quezada (2011) indica: “La población económicamente activa es, conjunto de personas de más de 15 años de edad que está en condiciones de trabajar y por ello reciben salario” (Pág. 416).

Tabla 8 PEA (Población Económicamente Activa)

Mes	Año	P.E.A.
diciembre	2012	6.701.014
diciembre	2013	6.952.986
diciembre	2014	7.194.521
diciembre	2015	7.498.528
diciembre	2016	7.874.021
octubre	2017	8.084.382

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: José Valiente

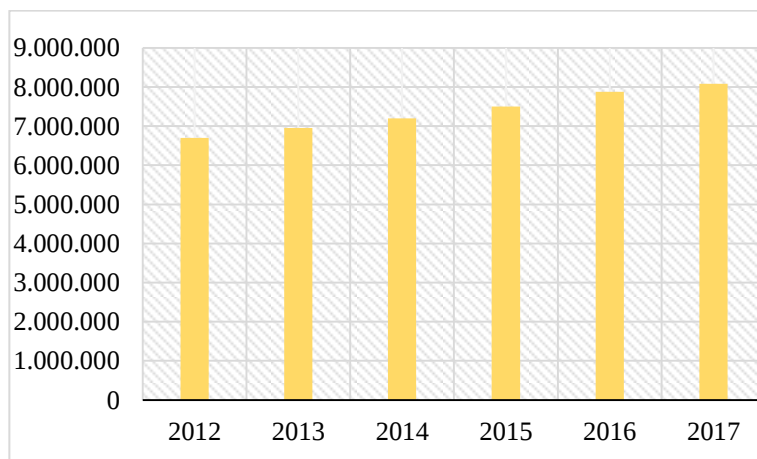


Figura 6 PEA (Población Económicamente Activa)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: José Valiente

Como se puede observar en la figura 5 el PEA, a octubre del 2017 registra un crecimiento del 2.7% en comparación a diciembre del año anterior. Siendo este un indicador positivo y beneficioso para el presente proyecto ya que como se citó anteriormente son donde las personas mayores a 15 años trabajan y por aquello

perciben un salario, por ende son el sector a las que va destinado el proyecto de fabricación de prendas con estampado mixto ya que de ello dependerá la adquisición del producto mencionado anteriormente siendo este un indicador favorable al presente proyecto.

2.1.2.02 Empleo

Dice Blanchard, Amighini, & Giavazzi (2012) “el empleo es el número de personas que tienen trabajo” (Pág. 25).

Tabla 9 Tasa de empleo del Ecuador

Mes	Año	Empleo	Porcentaje
diciembre	2012	6424840	95,88%
diciembre	2013	6664241	95,85%
diciembre	2014	6921107	96,20%
diciembre	2015	7140636	95,23%
diciembre	2016	7463579	94,79%
octubre	2017	7728968	95,60%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: José Valiente

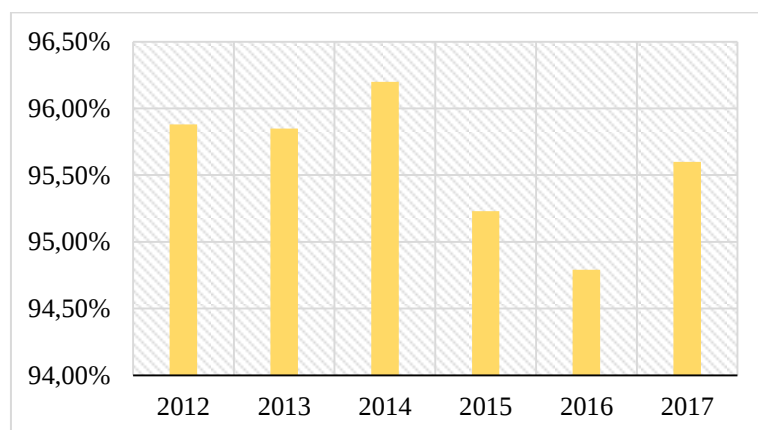


Figura 7 Tasa de empleo del Ecuador
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: José Valiente

Como se puede observar en la figura 6, el empleo tiene un crecimiento en octubre del presente año del 0.81% con relación a diciembre del año anterior, esto es un aspecto positivo ya que mientras la población tenga una fuente de ingreso fijo se

tendrá una mejor oportunidad de implementar el proyecto a las personas de este sector.

2.1.2.03 Desempleo

Como lo hace notar Blanchard, Amighini, & Giavazzi (2012) “El desempleo es el número de personas que no tienen empleo pero están buscando uno” (Pág. 25).

Tabla 10 Tasa de desempleo de Ecuador

Mes	Año	Desempleo	Porcentaje
diciembre	2012	276174	4,12%
diciembre	2013	288745	4,15%
diciembre	2014	273414	3,80%
diciembre	2015	357892	4,77%
diciembre	2016	410441	5,21%
octubre	2017	355414	4,40%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: José Valiente

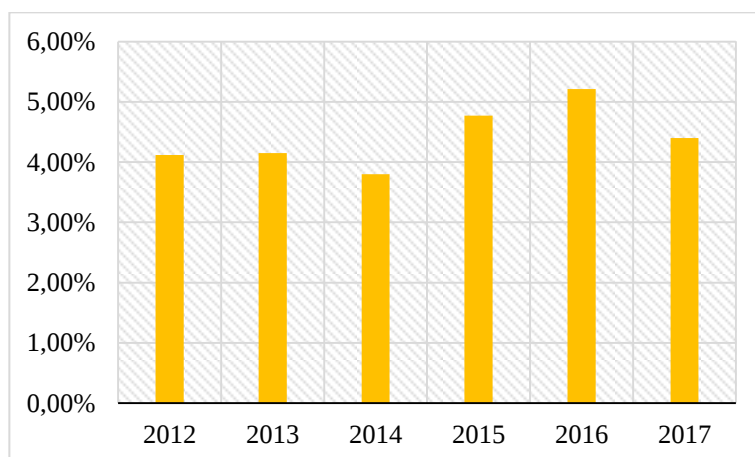


Figura 8 Tasa de desempleo de Ecuador

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)
Elaborado por: José Valiente

La tasa de desempleo registrados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) a octubre del 2017 se registró una disminución del 0.81% la cual se podría decir que es positiva en comparación a diciembre del año anterior, pero al haber un grupo de personas desempleadas para el presente proyecto no es beneficioso ya que a este grupo determinado no tendrá la capacidad económica para llegar a adquirir el producto que se va a implementar.

2.1.2.04 Subempleo

Da a conocer Krugman & Wells (2007) “Las estadísticas sobre empleo tampoco contemplan el “subempleo” aquellos trabajadores que ganan menos de lo que ganarían en una época de expansión debido a que cobran salarios más bajos o a que han visto reducida su jornada laboral” (Pág.156).

Tabla 11 Tasa de subempleo de Ecuador

Mes	Año	Subempleo	Porcentaje
diciembre	2012	603890	9,01%
diciembre	2013	809269	11,64%
diciembre	2014	925774	12,87%
diciembre	2015	1050646	14,01%
diciembre	2016	1564825	19,87%
octubre	2017	1726030	21,35%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo
Elaborado por: José Valiente

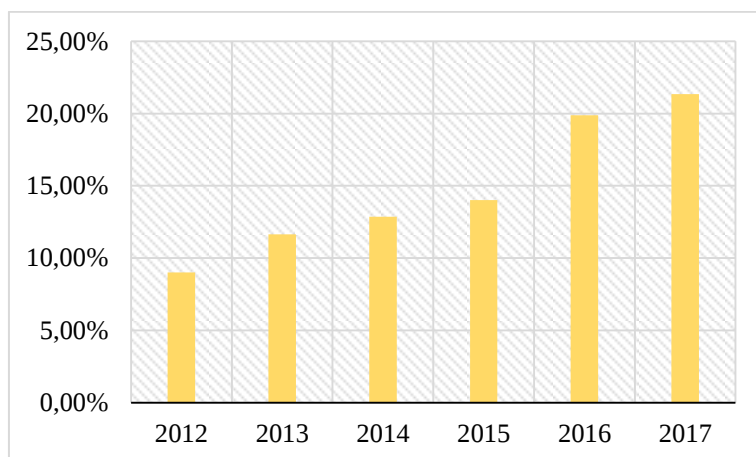


Figura 9 Tasa de subempleo de Ecuador

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: José Valiente

Como se observa en la figura 7 la tasa de subempleo ascendió con respecto al anterior año un 1.48% , siendo este un indicador negativo para el presente proyecto ya que el grupo de personas que se encuentran dentro de este indicador son personas que tienen trabajo pero su salario es inferior a lo que se debería percibir, su objetivo será priorizar gastos de mayor necesidad como alimentación, vivienda, salud, educación y por último vestimenta optando por comprar prendas de muy bajos

precios e incluso de mala calidad contrario a los que se ofrece con el presente proyecto.

2.1.3 Factor Legal

Una de las decisiones esenciales que todas las empresas deben tomar es seleccionar una forma legal de organización. Esta decisión tiene implicaciones financieras muy importantes porque la manera como una empresa se organiza legalmente influye en los riesgos que deberían superar los accionistas de la firma, al tiempo que determina su forma de recaudar dinero y como se gravara sus utilidades. Las tres formas legales más comunes de la organización empresarial son la *propiedad unipersonal*, la *sociedad* y la *corporación* (Gitman & Zutter, 2012, pág. 4).

2.1.3.01 Permisos

No hay que olvidar que un proyecto, por más rentable que sea, antes de ponerse en marcha debe incorporarse y acatar las disposiciones jurídicas vigentes. Desde la primera actividad al poner en marcha un proyecto, que es la constitución legal de la empresa, la ley dicta los tipos de sociedad permitidos, su funcionamiento, sus restricciones, dentro de las cuales la más importante es la forma y el monto de participación extranjera en la empresa (Baca, 2010, pág. 103).

2.1.3.01.01 Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Dado a las características del proyecto el mismo se constituirá como PNCC (Persona Natural Obligada a llevar Contabilidad). Los requisitos en este caso son:

- Original y copia de la cédula o pasaporte y visa o credencial de refugiado.
- Copia planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- Copia contrato o factura de arrendamiento.

- Certificado de domicilio otorgado por la Junta Parroquial más cercana.

Al momento de abrir el RUC se establece la razón social y nombre comercial, estos son:

Razón Social: Valiente Toaquiza José Alex

Nombre Comercial: Confecciones & Estampados mixtos “Valiente”

2.1.3.01.02 Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)

Los requisitos para obtención de la Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas LUAE son:

- Formulario de solicitud LUAE.
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística.
- Copia de RUC
- Copia de cedula de representante legal.
- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal.

2.1.3.01.03 Patente

Los requisitos para la obtención de la Patente en la Administración Zonal de Calderón son:

- Formulario de inscripción (descargar de: www.quito.gob.ec), firmado por el contribuyente o representante legal en caso de sociedades.
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación de la última elección del contribuyente o del representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- Copia de RUC

- Copia del Nombramiento del Representante Legal vigente en caso de persona jurídica.
- Copia del RUC del contador
- Acuerdo de Responsabilidad y Uso de Medios Electrónicos.
- Original y Copia o copia certificada del documento que sustente la creación de la Sociedad de acuerdo al tipo de sociedad.
- Copia de una planilla de servicio básico donde ejecuta la actividad económica o contrato de arrendamiento legalizado.

2.1.3.01.04 Permiso de Bomberos

Requisitos para el trámite de permiso de funcionamiento de bomberos:

- Formulario de solicitud de inspección (este formulario se compra en la tesorería de las oficinas del CBQ).
- Informe favorable de inspección.
- Copia de patente municipal.

2.1.4 Factor Tecnológico

Así mismo, a partir de la década de los ochenta, el factor tecnológico ha pasado a ser un factor estratégico el cual permite que la empresa mejore su posición competitiva, pues su ausencia produce una grave insuficiencia para generar innovaciones en productos y procesos (Rodríguez, 2012 , pág. 336).

Para el funcionamiento del presente proyecto si se llegará a necesitar de tecnología para la fabricación de la prenda y el terminado, no necesariamente debe ser tecnología de punta porque incurriría de una gran inversión para obtenerla y favorablemente hoy en día la tecnología que se necesitará para el proyecto si se la

encuentra en el mercado nacional evitando así comprarlo en el exterior e incurrir en gastos de nacionalización, aduanas y otros que podrían encarecer el producto elaborado.

2.2 Entorno Local

2.2.1 Clientes

“Los clientes de un sector industrial están integrados por todas aquellas personas o empresas que son compradores directas del producto que comercializa el sector” (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 103).

Realizada la respectiva indagación se realizó un listado de las variables que se tomaran en cuenta para el proyecto:

Tabla 12 Variables de clientes

Variable	Respuesta
edad	18 a 65 años
Genero	Todas
nivel de ingresos	medio – medio alto y alto
clase social	medio-alto
ocasión uso	frecuente-irregular y especial

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Se realizó a continuación una lista de los clientes directos del producto:

Tabla 13 Clientes del proyecto

Cliente	Dirección	Teléfono	Contacto
Modas siglo XXI	Av. Carapungo y Cacha	2045132	María Guacho
Ropa Camila & Camila	9 de Agosto y Paredes	2045172	Camila Laso
Boutique Louren	Av. Carapungo y Quitus	2035324	Lorena Pérez
Almacen de Ropa Juana	Av. Carapungo y Guardera	2046856	Juana Simbaña
Clothes “tu estilo”	9 de Agosto y Quitus	2036485	Julián Tensaba

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

2.2.2 Proveedores

Describe Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer (2014) “Los proveedores son todas las empresas que cubren las necesidades de materia prima, maquinaria, personal, etc., que tiene el sector industrial” (Pág. 103).

Una vez realizada la respectiva investigación, se realizó a continuación un listado de los proveedores que se tomarán en cuenta para el desarrollo del proyecto:

Tabla 14 Proveedores de insumos locales

Proveedor	Insumos	Teléfono	Contacto
Intela	telas	2822338	Guillermo Velasco
Coat Cadena S.A.	hilos de coser y bordar	2802020	Pilar Cortes Gil
Cortyvis S.A.	telas	2820355	María Solórzano
Textinel Cia. Ltda.	suministros de confección	2591587	Juan Pérez
Kohinor	sistema contable	2246946	Ing. Ramiro Mora

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

2.2.3 Competidores

Indica Gómez (2017) que: “Se le considera competidor de nuestro producto o servicio aquel que satisface una necesidad similar a la nuestra” (Pág.44).

Una vez realizada la respectiva investigación se realizó a continuación un listado de los competidores que se tomarán en cuenta para el desarrollo del proyecto:

Tabla 15 Competencia directa e indirecta

Competidor
Rodríguez Confecciones
Digital bordados R y B
Royal tex S.A.
Comercial Etatex C.A.
Intermediaria de ventas Súper Bahía Subahi S.A.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

2.3 Análisis FODA

A continuación un listado de las oportunidades que se presentan actualmente:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS CON ESTAMPADO MIXTO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERÓN, AÑO 2018.

Tabla 16 Oportunidades del proyecto

Oportunidades
Mercado actualmente mal atendido
Competencia débil
Necesidad del producto
Fácil acceso de insumos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Al analizar la tabla 16, se observan que las oportunidades encontradas de un mercado mal atendido; una competencia débil, se deben a la falta de capacitación en atención al cliente y una correcta planificación en la competencia; al igual la necesidad del producto y el fácil acceso de insumos, son oportunidades a las cuales se deberá tomar en cuenta y mejorarlas para aprovechar el beneficio de cada una de ellas.

A continuación un listado de las amenazas que se presentan actualmente:

Tabla 17 Amenazas del proyecto

Amenazas
Competencia antiética
Aumento de precios de insumos
Tendencias desfavorables en el mercado
Cambios de políticas gubernamentales

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Al analizar la tabla 17 de las amenazas, se visualiza que de las 4 del listado realizado, 3 son amenazas variables aumento de precios de insumos, tendencias desfavorables en el mercado y cambios de políticas gubernamentales siendo estas negativas o en el mejor de los casos hasta positivas, pero se tomaron en cuenta ya que al ser amenazas que tienden a depender de otros factores crean un ambiente de incertidumbre, y la amenaza restante que es la competencia antiética se debe a que por la falta de regularización de autoridades con respecto a la patente de los productos se pueda copiar y plagiar diseños, ideas que en si afectarían al proyecto.

2.4 Propuesta Estratégica

Los planes estratégicos indican las líneas de acción fundamentales, así como el tiempo y los plazos de la planificación. En ellos se prevé el control y coordinación de las actividades, se asignan responsabilidades y recursos, en su caso, y se formulan las propuestas globales (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 222).

2.4.1 Misión

Ser la microempresa líder a nivel nacional que tenga la mejor innovación en el terminado en prendas de vestir con estampado y bordado mixto.

2.4.2 Visión

Llegar a ser para el año 2022 la empresa líder a nivel local en la fabricación de prendas de vestir con estampado y bordado mixto, siendo reconocidos por la calidad y servicio al cliente.

2.4.3 Objetivos

2.4.3.01 Objetivo General

Obtener la confianza del cliente en general para llegar a ser pioneros de fabricación de prendas de vestir con estampado y bordado mixto, disminuyendo el costo de venta para así aumentar la adquisición del mismo y generar la rentabilidad planificada del proyecto.

2.4.3.02 Objetivos Específicos

- Realizar estudios de mercado constantes que permitan medir las tendencias de consumo de los clientes, para tomar las medidas adecuadas de promoción del producto.
- Mantener buenas relaciones con los proveedores de servicios como de materias primas para obtener materias e insumos de primera calidad.
- Buscar la fidelización de los clientes mediante la buena atención sea este personal o con otros medios de comunicación para la satisfacción del cliente.

2.4.4 Principios y/o Valores

- Equidad
- Responsabilidad
- Bondad
- Integridad
- Solidaridad
- Tolerancia
- Honestidad
- Respeto

2.4.5 Gestión Administrativa

Esta función ejerce el control de la empresa a través del manejo de documentación. En algunas empresas existe un departamento denominado Departamento Administrativo o de Administración, en otras esta función puede ser llevada a cabo por distintos departamentos, como son el Departamento de Personal (que se encargaría del manejo de la documentación relacionada con el personal de la empresa), o el Departamento de Contabilidad (que se encargaría del

manejo de documentación contable y económica(Ena, Delgado, & Ena, 2008, pág. 4).

La importancia de la gestión administrativa se da por el simple hecho de que es el departamento cabecilla encargado de realizar todo con lo que respecta a contratos, compras a proveedores, llevar la contabilidad, realizar los pagos, gestionar el contrato de personal entre otros, que prácticamente sería el departamento que manejará y gestionará todas la documentación para que el proyecto se pueda llevar a cabo.

2.4.5.01 Organigrama

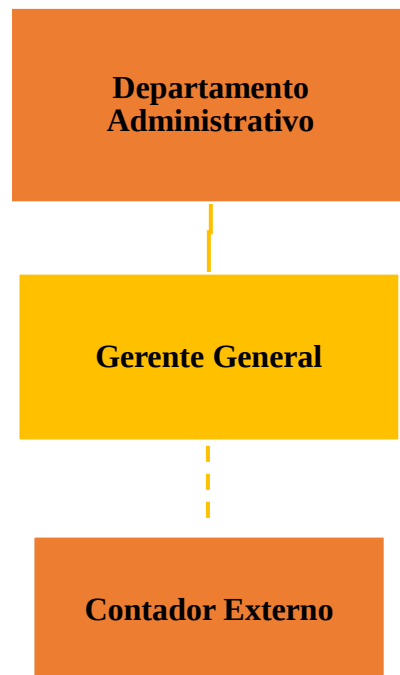


Figura 10 Organigrama del área administrativa

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

2.4.5.02 Manual de Funciones

Tabla 18 Manual de Gerente General

Cargo: Gerente General
Requisitos:
• Título profesional Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera. • Experiencia mínima de 1 año. • Edad mínima 22 años. • Conocimientos en Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint) e internet. • Ser una persona con liderazgo, comunicativo, pro activo, responsable, organizado.
Funciones:
• Será el encargado y jefe del área administrativa de la empresa. • Optimizará el manejo óptimo de los recursos disponibles de la organización. • Gestionará la parte legal para el buen funcionamiento de la empresa. • Fomentar en el área laboral principios y valores acordes al cumplimiento de los objetivos. • Realizar informes periódicos sobre la situación económica y financiera de la empresa y tomar las medidas adecuadas para el bienestar de la misma. • Supervisará que las áreas operativa y comercial cumplan con sus labores y funciones. • Mantener buenas relaciones comerciales con los diferentes proveedores de materia prima.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Tabla 19 Manual Contador externo

Cargo: Contador Externo
Requisitos:
• Título universitario en Ingeniería en contabilidad. • Experiencia mínima de 3 años en adelante. • Tener conocimientos actualizados en tributación, declaraciones, finanzas y nóminas. • Edad mínima 26 años. • Experiencia mínima de al menos 2 años. • Conocimientos en Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint) e internet. • Ser una persona honesta, pro activo, responsable, laborioso, ahorrativo y respetuoso.
Funciones:
• Será el encargado de realizar las declaraciones mensuales de los impuestos del SRI. • Presentar mensualmente los estados financieros de la empresa al Gerente General. • Apoyar al Gerente General con la elaboración de información económica de la empresa. • Generar el pago de los impuestos SRI y el pago de planillas del IESS. • Llevar la contabilidad general de la empresa. • Realizar los roles pago del personal.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

2.4.6 Gestión Operativa

Según Martínez & Milla (2005) la define “Los procesos de gestión operativa son aquellos procesos primarios por los cuales las empresas producen sus productos y servicios y los entregan a los clientes” (Pág. 280).

La importancia de la Gestión Operativa se da ya que ella es la encargada de que el giro de negocio de una organización sea posible, gestionando la compra de materia prima e insumos necesarios para elaboración del producto, y también se encargará de gestionar toda la parte logística necesaria para que el consumidor pueda adquirir el producto a implementarse.

2.4.6.01 Organigrama

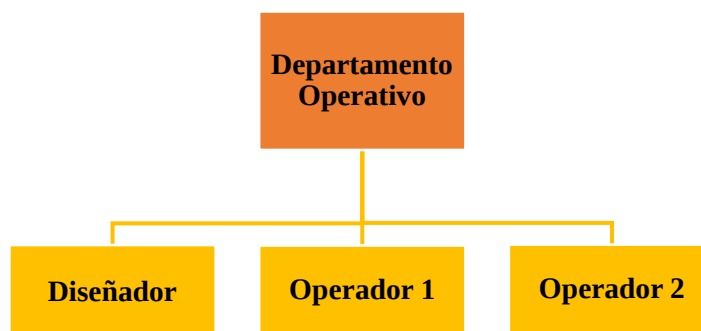


Figura 11 Organigrama del área operativa
 Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: José Valiente

2.4.6.02 Manual de Funciones

Tabla 20 Manual del Diseñador

Cargo: Diseñador
Requisitos:
• Edad mínima de 22 años. • Título tecnológico o universitario en manejo de empresas y/o parecidos. • Manejar programas de diseño de puntadas(Pe-desing Next, Wilcom y otros) • Manejar programas de diseño para estampados(Coreldraw, Illustrator y otros) • Conocimientos en Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint) e internet. • Experiencia mínima de 1 año laboral.
Funciones:
• Ser el encargado de realizar los diseños para las máquinas de estampados y bordados. • Gestionar la recepción y entregas de los pedidos de diseños. • Solicitar materia prima e insumos para la fabricación del producto al área administrativa.

Fuente: Investigación propia
 Elaborado por: José Valiente

Tabla 21 Manual Operador 1

Cargo: Operador 1
Requisitos:
• Edad mínima de 22 años. • Ser bachiller. • Ser eficiente, pro activo, poli funcional, respetuoso, honesto. • Conocimientos en costura y confección. • Experiencia mínima de 1 año laboral. • Manejar máquinas de coser (recta, overlock, recubridora, elasticadora).
Funciones:
• Ser la persona encargada de elaborar la prenda de vestir solicitada. • Solicitar los materiales para la confección del producto al diseñador. • Realizar la confección de las prendas con el uso de las máquinas de coser.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 22 Manual Operador 2

Cargo: Operador 2
Requisitos:
• Edad mínima de 22 años. • Ser bachiller. • Ser eficiente, pro activo, poli funcional, respetuoso, honesto. • Conocimientos en manejo de maquinaria de bordar y estampado. • Experiencia mínima de 1 año laboral. • Manejar máquinas de bordar y estampado.
Funciones:
• Ser la persona encargada de operar la máquina de bordar y estampados. • Ser la persona encargada de elaborar la prenda de vestir solicitada. • Solicitar los materiales de bordado y estampación del producto al diseñador.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

2.4.7 Gestión Comercial

Desde el punto de vista de Ena, Delgado, & Ena (2008) “Esta función comprende todas las actividades necesarias para llevar el producto desde el almacén de la empresa hasta el cliente. Se encargaría de todo lo relacionado con el producto, la fijación de precios, la distribución y la publicidad” (Pág.4).

La importancia de la área comercial de una empresa se da porque en ella se gestionará mecanismos de marketing, publicidad, sondeo de precios, estudios del comportamiento del consumidor entre otros ligados a la venta del producto elaborado, este departamento y con los demás ya mencionados anteriormente

trabajarán de forma conjunta para que el giro de negocio del proyecto sean viables a la obtención de rentabilidad y cumplimiento de los objetivos.

2.4.7.01 Organigrama

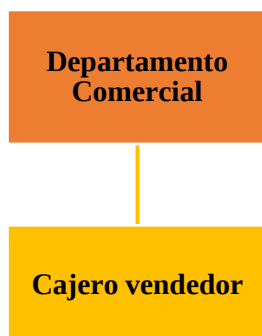


Figura 12 Organigrama del área comercial

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

2.4.7.02 Manual de Funciones

Tabla 23 Manual del cajero/vendedor

Cargo: Cajero vendedor
Requisitos:
• Edad mínima de 22 años. • Ser bachiller. • Ser eficiente, pro activo, poli funcional, respetuoso, honesto. • Conocimientos en ventas. • Experiencia mínima de 1 año laboral. • Manejo de programas de facturación. • Conocimientos en Microsoft office (Word, Excel, PowerPoint) e internet.
Funciones:
• Realizar la atención personal a clientes finales. • Atender el local (abrir y cerrar el almacén). • Realizar la facturación y cobranza de la venta realizada. • Realizar los depósitos de las ventas generadas.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

2.4.7.03 Marketing MIX

• Producto

Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan

empaques, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del

vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 221).

El producto a elaborarse se lo realizará en prendas de vestir de todo tipo de tela, en la cual se usará como fondo la técnica del estampado y las delineaciones; otros detalles finales que contribuyan al terminado se las realizarán en conjunto con la técnica del bordado, así creando una combinación mixta entre el estampado y el bordado.



Slogan: “El placer de vestirse”

- **Precio**

Algunas dificultades de la asignación del *precio* surgen por la confusión sobre su significado, aun cuando el concepto es fácil de definir en términos usuales.

Sencillamente, el precio es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto. Recuerde que la *utilidad* es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 221).

- **Precio sombra**

El precio sombra de un producto, es el sondeo de precios realizado a nivel de la competencia para así ubicar un precio; que el mercado está dispuesto a pagar por dicho producto con las mismas características.

- **Precio costeo más margen de utilidad**

Este tipo de precio se podrá obtener en base a datos que la empresa maneja, es decir, se calcula el costo del bien producido y a este costo se le añadirá un porcentaje o margen de utilidad que la empresa vea necesario querer ganar para obtener la rentabilidad esperada.

- **Promoción**

En la opinión de Stanton, Etzel, & Walker (2007): “Reconociendo que es importante y variada, definimos la promoción como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo” (Pág.506).

Las estrategias de comercialización que se utilizará para la promoción o propaganda del producto elaborado serán:

- **Redes Sociales**

Entre las Redes Sociales conocidas; facebook hoy en día ocupa el primer lugar del ranking mundial, por tal motivo facebook al ser un medio de comunicación social también es un medio de una gran propagación sean estos anuncios, información, y otros. En donde si el uso es el adecuado llegará a ser una herramienta esencial para que el producto sea conocido de manera rápida e incluso solicitada a través de este gran medio.

- **Material POP**

Los materiales POP disponibles para la propagación adecuada del producto elaborado son varios; al ser estos materiales cuya disponibilidad son favorables para su adquisición y por su ventaja de repartirlos con facilidad. Entre las herramientas

clásicas de publicidad se disponen de volantes, trípticos, letreros, bolígrafos, llaveros entre otros más que se pudieran utilizar.

- **Plaza**

La propiedad de un producto se tiene que transferir de alguna manera del individuo u organización que lo elabora al consumidor que lo necesita y lo compra. Los bienes también tienen que ser transportados físicamente desde donde se producen hasta donde se necesitan (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 402).

Como se entiende en el anterior contexto, la plaza que el proyecto ocupará será en la Parroquia de Calderón, utilizando el canal de distribución directa al cliente y también el canal de distribución con un intermediario para llegar al cliente final.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

3.1 Análisis del consumidor

Argumenta Rivas & Ildefonso (2013) que “Comprender el comportamiento del consumidor constituye la base para las actividades de marketing y parece impensable plantear cualquier decisión comercial sin previamente establecer algunas hipótesis relativas al consumidor” (Pág. 32).

3.1.1 Determinación de la Población y Muestra

3.1.1.01 Población

Según Naresh (2004) menciona que “Es el total de todos los elementos que comparten algún conjunto de características comunes y que comprenden el universo del propósito del problema de investigación de mercados” (Pág. 314).

Tabla 24 Población segmentada

Segmento	Habitantes
Ecuador	16776977
Sierra	7504942
Pichincha	3059971
Quito	2644145
Calderón	152731
Segmentación	116452

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: José Valiente

3.1.1.02 Muestra

Manifiesta Rivera & López (2012) “Una muestra es la parte representativa de la población que interesa, a partir de la cual se obtiene la información, con el propósito de obtener resultados válidos también para la población” (Pág. 199).

Para la determinación de la muestra se usará la fórmula para muestra finita ya que la población a la que se pretende llegar es finita.

Fórmula para la obtención de la muestra finita:

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

Dónde:

N= Población segmentada

P= Probabilidad de éxito (0.5)

Q= Probabilidad de fracaso (0.5)

e= Error estimado (0.05)

Z= Probabilidad del nivel de confianza (1.96)

Se reemplazan los datos obtenidos y se obtiene:

$$n = \frac{1.96^2 * 116452 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(116452 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{111840.50}{292.09}$$

$$n = 382 \text{ Encuestas}$$

3.1.2 Técnicas de Obtención de la Información

3.1.2.01 Encuesta

Expresa Rivera & López (2012) que “La encuesta o cuestionario es una herramienta para obtener información a través de las respuestas que brindan los entrevistados a las preguntas elegidas por el entrevistador” (Pág. 206).

3.1.2.02 Entrevista

Las entrevistas de persona a persona o a profundidad son más flexibles que las telefónicas o las realizadas a través del correo postal, porque los entrevistadores pueden sondear más a fondo si una respuesta queda incompleta. De ordinario se puede obtener más información con las entrevistas de persona a persona que por otros métodos de encuesta (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 190).

3.1.2.03 Observación

Describe Stanton, Etzel, & Walker (2007) “El método de observación consiste en que el acopio de datos se lleva a cabo mediante observación de las acciones de una persona. En la investigación por observación no hay interacción directa con los sujetos que se estudian” (Pág. 187).

La técnica que se utilizará para la obtención de la información del presente proyecto, será la encuesta; ya que este es un mecanismo mucho más acertado para obtener la información deseada mediante las preguntas establecidas en el mismo, para lo cual en el ANEXO 1 se hallará el modelo de la encuesta.

3.1.3 Análisis de la Información

1.- ¿Usa usted prendas de vestir con estampado?

Tabla 25 Consumo de prendas de vestir

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
SI	294	76,96%
NO	88	23,04%
total	382	100,00%

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: José Valiente

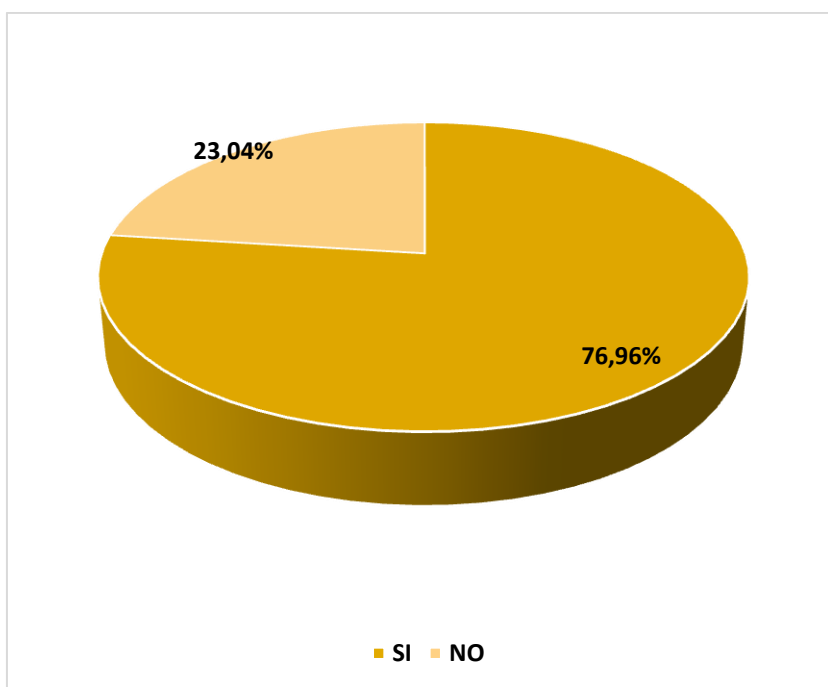


Figura 13 Consumo de prendas de vestir

Fuente: Estudio de mercado
Elaborador por: José Valiente

Como se visualiza en la figura 12, de la muestra seleccionada el 76.96% asevera usar prendas de vestir con estampado y tan solo un 23,04 % sostienen que no usa el tipo de prendas antes ya mencionado dando como resultado positivo que el proyecto puede tener buena acogida en esta parte del segmento.

2.- ¿Con qué frecuencia compra usted prendas de vestir?

Tabla 26 Frecuencia de compra

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Mensual	28	9,52%
cada 3 meses	52	17,69%
cada 6 meses	123	41,84%
cada año	91	30,95%
total	294	100,00%
N/A	88	-
Total	382	-

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: José Valiente

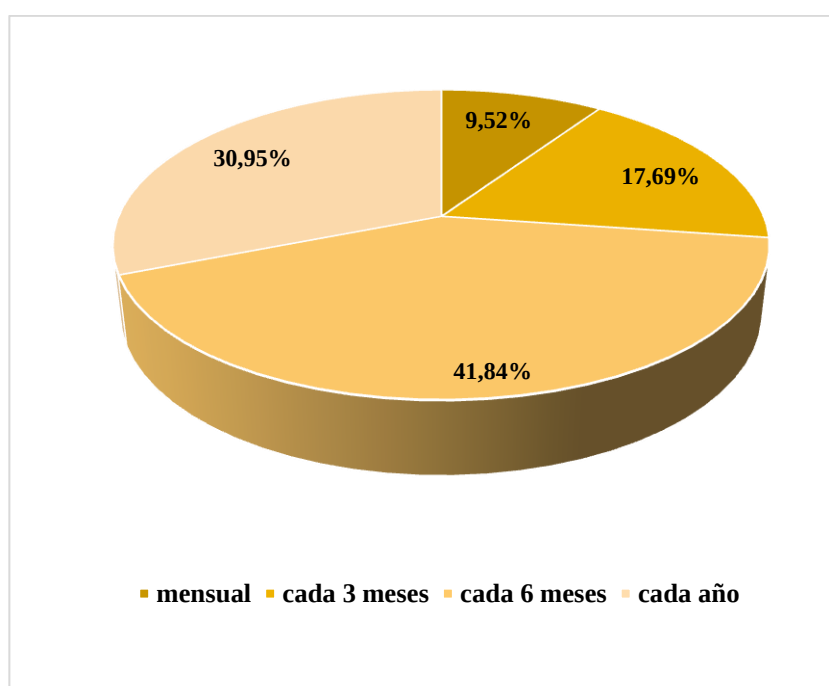


Figura 14 Frecuencia de compra

Fuente: Estudio de mercado

Elaborador por: José Valiente

Como se observa en la figura 13, la frecuencia de compra de mayor inclinación es cada 6 meses, seguido por la compra en cada año, cada 3 meses y por último la compra mensual con porcentajes del 41.84%, 30.95%, 17.69% y 9.52% respectivamente, cuyos datos obtenidos podrían ayudar a establecer el rango de frecuencia de compra.

3.- ¿Cuál es la talla de su preferencia?

Tabla 27 Frecuencia de uso por tallas

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
S	33	11%
M	50	17%
L	100	34%
XL	111	38%
TOTAL	294	100%
N/A	88	-
TOTAL	382	-

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: José Valiente

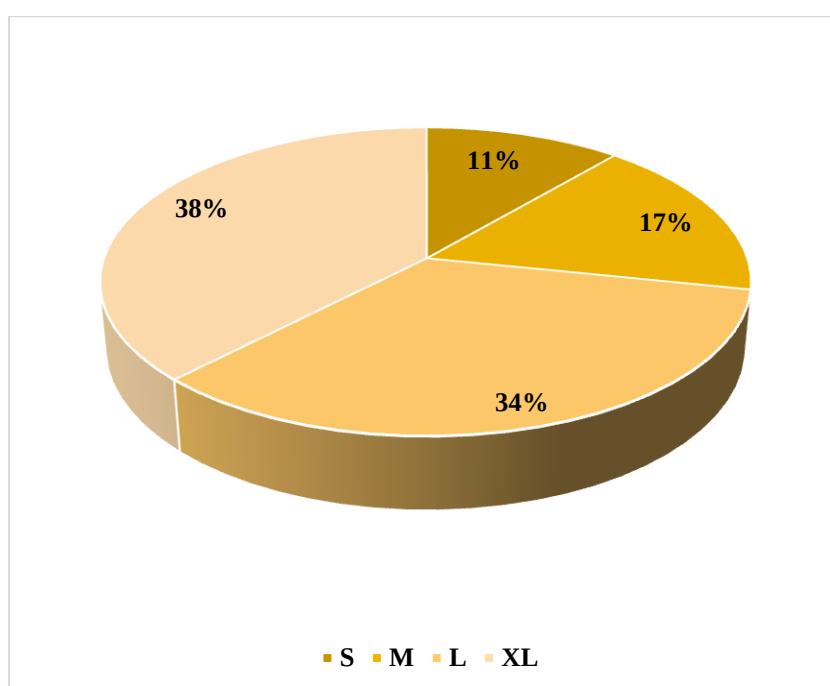


Figura 15 Porcentaje de tallas según su uso

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: José Valiente

Como se puede observar la talla con más acogida por los encuestados es las tallas

XL y por segundo lugar es L, tercero la talla M y por último la talla S, con

porcentajes del 38%, 34%, 17%, y 11% respectivamente, esta información que se

obtuvo es muy importante para la implementación del proyecto.

4.- ¿En promedio cuánto gasta en prendas de vestir?

Tabla 28 Gasto promedio en prendas

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
20 a 40 \$	130	44,22%
40 a 60 \$	98	33,33%
60 a 80 \$	42	14,29%
80 a 100 \$	24	8,16%
Total	294	100,00%
N/A	88	-
Total	382	-

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: José Valiente

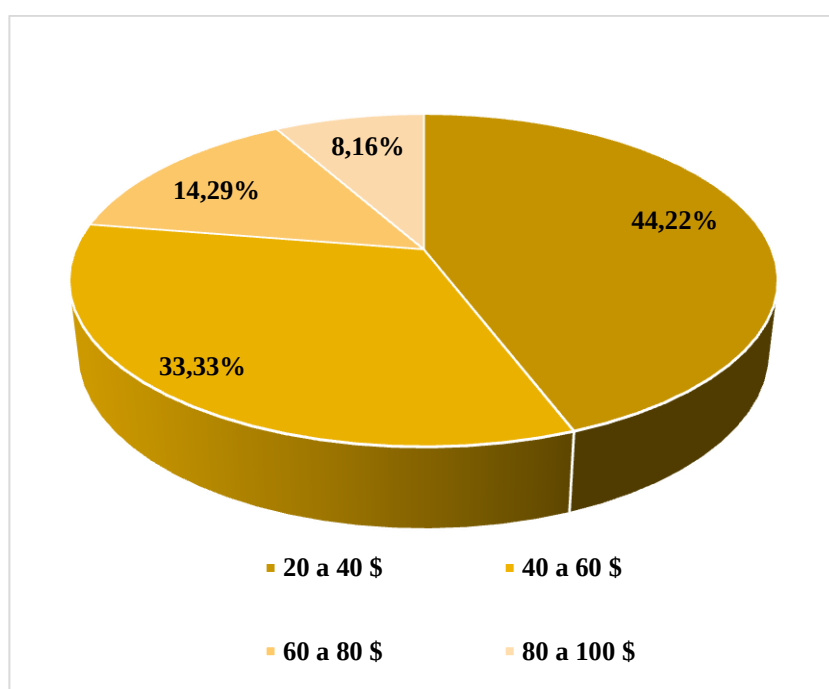


Figura 16 Gasto promedio en prendas

Fuente: Estudio de mercado

Elaborador por: José Valiente

Se puede observar en la figura 14 que la respuesta que optaron los encuestados en el promedio de cuánto se gasta en prendas de vestir con mayor aceptación fue la alternativa de 20 a 40 \$ siendo un total de 130 encuestados los cuales representan el 44.22%, seguidos por 40 a 60 \$ representando el 33.33%, 60 a 80\$ con un 14.29% y por ultimo de 80 a 100% siendo tan solo 8.16% de los encuestados.

5.- ¿Está usted satisfecho con las prendas de vestir que ofrece el mercado?

Tabla 29 Satisfacción del cliente

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
SI	89	30,27%
NO	205	69,73%
total	294	100%
N/A	88	-
total	382	-

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: José Valiente

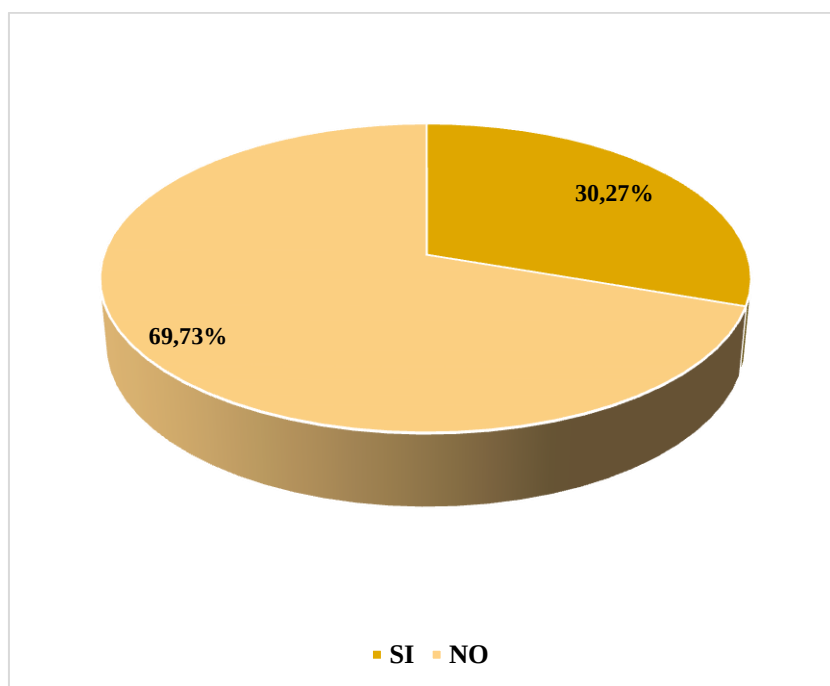


Figura 17 Satisfacción del cliente

Fuente: Estudio de mercado

Elaborador por: José Valiente

Se puede apreciar en la figura 15 que la satisfacción del cliente según los datos obtenidos de los encuestados, un 69.73% indican que se encuentran totalmente insatisfechos en las prendas de vestir existentes en el mercado segmento al que el proyecto será dirigido y un 30.27% señalan que se encuentran satisfechos con lo que ofrece el mercado.

6.- ¿Estaría usted dispuesto a comprar prendas de vestir con estampado mixto (bordado y estampado)?

Tabla 30 Aceptación del producto

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
SI	324	84,82%
NO	58	15,18%
Total	382	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: José Valiente

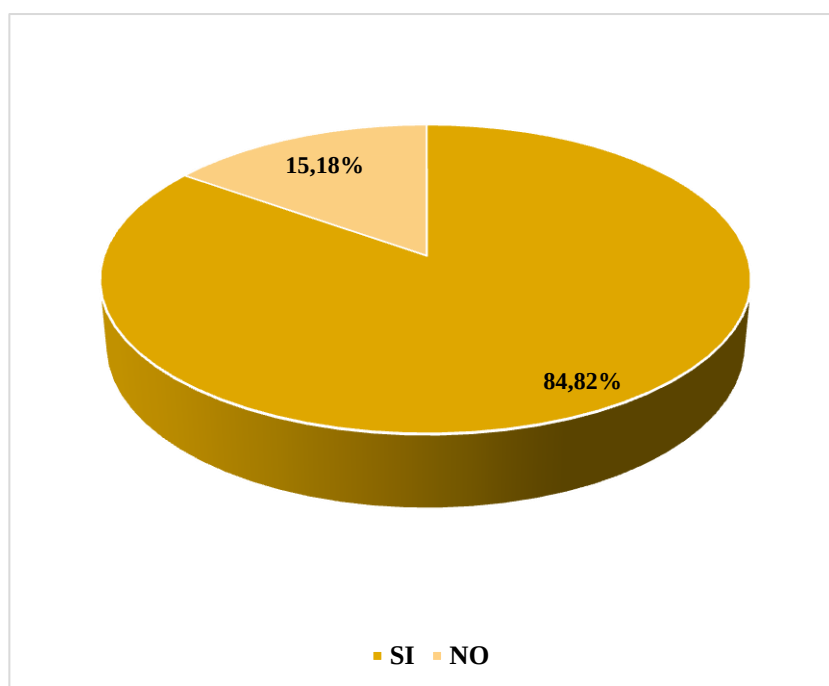


Figura 18 Aceptación del producto

Fuente: Estudio de mercado

Elaborador por: José Valiente

Como se puede observar en la figura 16, datan que un 84.82% estarían dispuestos a comprar prendas de vestir con estampado mixto lo que es un indicador positivo al proyecto en curso ya que cuenta con un porcentaje alto de aceptar el nuevo producto contra un 15.18% que no estaría dispuesto a comprarlo.

7.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?

Tabla 31 Medios de información publicitaria

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
E-mail	92	28,40%
Televisión	74	22,84%
Volantes	67	20,68%
Anuncios	91	28,09%
Total	324	100%
N/A	58	-
Total	382	-

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: José Valiente

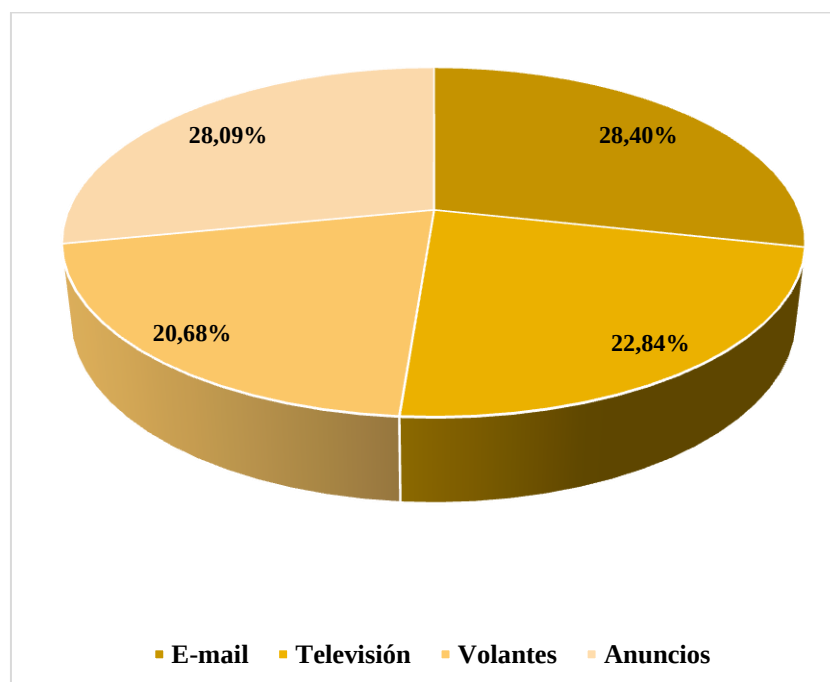


Figura 19 Medios de información publicitaria

Fuente: Estudio de mercado

Elaborador por: José Valiente

Al observar la figura 17 según los encuestados, los medios más opcionados para recibir información sobre el producto que se comercializará son los e-mail y los anuncios con 28.40% y 28.09% respectivamente y dejando como tercero y cuarto opciones a la televisión con 22.84% y volantes con 20.68% datos que se tomarán en cuenta al momento de realizar publicidad.

8.- ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

Tabla 32 Lugar de adquisición

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Internet	92	28,40%
Tienda	198	61,11%
Otros lugares	21	6,48%
Otros(especifique)	13	4,01%
TOTAL	324	100%
N/A	58	-
TOTAL	382	-

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: José Valiente

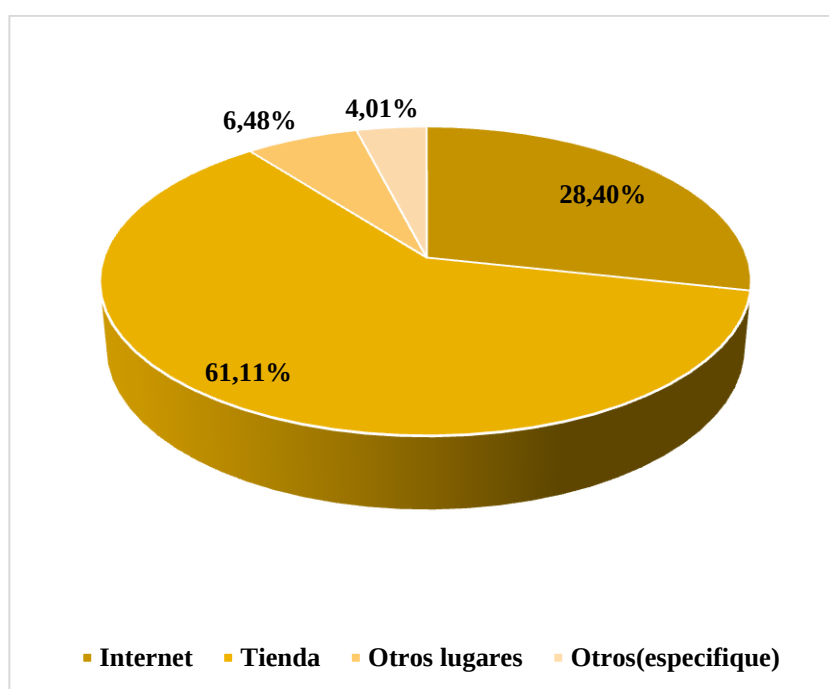


Figura 20 Lugar de adquisición

Fuente: Estudio de mercado

Elaborador por: José Valiente

Se visualiza en la figura 18, con respecto a la pregunta 7 en donde se solicita de qué manera los encuestados podrían adquirir el producto y la opción con mayor porcentaje de aceptación fue el de una tienda con un 61.11% y siguiéndola las compras a través de internet o mejor conocidas compras online con un 28.40%, esto indica que los encuestados se sienten más seguros de adquirir un producto al ver un establecimiento físico el cual da mayor confiabilidad hacia el producto a ofrecerse.

3.2 Demanda

Enfatiza Robles & Robles (2003) “La demanda es una cuantificación de los deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del consumidor y por los estímulos del marketing de nuestra firma y de la competencia” (Pág. 118).

3.2.1 Demanda Histórica

“Implica conocer cómo se va a comportar la demanda en el futuro teniendo en cuenta tanto demanda actual como la pasada” (Baena, 2011, pág. 28).

Como el producto es nuevo no se cuentan aún con datos de la demanda histórica o datos históricos para realizar un análisis.

3.2.2 Demanda Actual

Se sabe que la demanda actual es la necesidad del bien o servicio que el cliente requiere del producto en el presente.

Tabla 33 Aceptación del proyecto

Detalle	Datos
población total	116452
muestra según formula apropiada	382
porcentaje de aceptación producto/servicio	85%
aceptación del proyecto	98771

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: José Valiente

Tabla 34 Frecuencia de compra en prendas

Detalle	Datos
aceptación del proyecto	98770,81
porcentaje de mayor frecuencia	0,418367
tiempo de frecuencia	2
frecuencia de compra	82645

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: José Valiente

Tabla 35 Promedio de gasto por prenda

Detalle	Datos
frecuencia de compra	82645
gasto promedio	30

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: José Valiente

3.2.3 Demanda Proyectada

La demanda proyectada es realizar una proyección de la demanda según los datos obtenidos que el producto tiene de la demanda actual en donde se utilizó una tasa de crecimiento poblacional proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) esto servirá pa-ra poder tener datos a futuro.

Tabla 36 Demanda proyectada

Periodo	Demanda actual "Q"	G	Demanda proyectada "Q"
2018	82645	1,066	88100
2019	88100	1,066	93914
2020	93914	1,066	100112
2021	100112	1,066	106720
2022	106720	1,066	113763
2023	113763	1,066	121272

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: José Valiente

3.3 Oferta

Sostiene Robles & Robles (2003) que: “Es la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado a un precio determinado. La oferta está representada por los vendedores (empresarios y comerciantes)” (Pág. 103).

3.3.1 Oferta Histórica

La oferta histórica es la información que se tiene de las ventas realizadas del bien o servicio al estar en el mercado, las cuales los datos de la oferta histórica servirán para poder proyectar a futuro.

No es posible contar aún con datos de la oferta histórica o datos históricos del producto para realizar un análisis por que el producto es nuevo en el mercado..

3.3.2 Oferta Actual

Como se tiene conocimiento, la oferta actual es la capacidad para producir un bien o servicio; donde cuyo objetivo es de satisfacer a la demanda actual del producto.

Tabla 37 Oferta actual

Oferta actual	Datos
demanda actual	82645
porcentaje de aceptación competencia	70%
oferta actual "Q"	57627

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: José Valiente

3.3.3 Oferta Proyectada

La oferta proyectada es realizar una proyección a futuro a partir de los datos obtenidos de la oferta actual que el producto tiene, esto servirá para tener en conocimiento que capacidad de producción se debería tener a largo plazo.

Tabla 38 Oferta proyectada

Periodo	Demanda actual	Aceptación	Oferta proyectada "Q"
2019	88100	70%	61430
2020	93914	70%	65484
2021	100112	70%	69806
2022	106720	70%	74413
2023	113763	70%	79325

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: José Valiente

3.4 Productos sustitutos

“Aunque cada bien es único, existe *sustitutos* para él, es decir, otros bienes pueden ser utilizados en su lugar” (Parkin, 2010, pág. 59).

- Camisetas
- Busos
- Sacos
- Pantalones

- Pantalonetas
- Camisas
- Dividis
- Camisones
- Chompas mangas largas
- Chalecos mangas cortas

3.5 Balance Oferta-Demanda

Los consumidores y las empresas no operan de manera aislada en los mercados, al contrario, diariamente se producen múltiples interacciones entre ellos. Cuando los mercados no se encuentran regulados por algún tipo de control y funcionan libremente, la interacción entre compradores y vendedores dará lugar a una situación de equilibrio de mercado (Cue & Quintana, 2014, pág. 75).

3.5.1 Balance Actual

Tabla 39 Demanda insatisfecha actual

Periodo	Demanda actual	Oferta actual	Demanda insatisfecha actual
2018	82645	57627	25018

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: José Valiente

3.5.2 Balance Proyectado

La demanda insatisfecha, es el segmento de la población en donde los consumidores del bien o servicio no se encuentran satisfechos; por las características que pueden tener ciertos productos a ofertarse y por ende son a las personas o segmento a las que el proyecto deberá dirigirse.

Tabla 40 Demanda insatisfecha proyectada

Periodo	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha "Q"
2019	88100	61430	26670
2020	93914	65484	28430
2021	100112	69806	30306
2022	106720	74413	32306
2023	113763	79325	34439

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: José Valiente

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico

4.1 Tamaño del proyecto

4.1.1 Capacidad Instalada

“Es el conjunto de recursos productivos de que dispone la empresa y que pueden ser utilizados para producir. Estos recursos pueden ser naturales, instalaciones, líneas de producción de la misma o diferente tecnología, conocimiento, permisos, y licencias, etc.” (Vargas, 2006, pág. 657).

Tabla 41 Capacidad instalada

Detalle	S	M	L	XL	Total
capacidad diaria	2	3	4	4	13
capacidad semanal	10	13	22	22	66
capacidad mensual	39	51	88	88	266
capacidad anual	469	607	1055	1060	3191

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

4.1.2 Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada, es una parte de los recursos disponibles ocupados para producir o también es una parte de la capacidad instalada para obtener el producto.

Tabla 42 Capacidad optima

Detalle	S	M	L	XL	Total
capacidad diaria	2	3	4	4	13
capacidad semanal	10	13	22	22	66
capacidad mensual	39	51	88	88	266
capacidad anual	469	607	1055	1060	3191

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

4.2 Localización

4.2.1 Macro – Localización

Considera Hamilton & Pezo (2005) “Es la selección preliminar de la región o zona más adecuada, evaluándola presencia de los atractivos necesarios para la instalación del proyecto” (Pág. 83).



Figura 21 Mapa de Calderón
Fuente: Google maps
Elaborado por: José Valiente

4.2.2 Micro – Localización

“Es la selección específica del punto o terreno dentro de la región que representa las mejores ventajas” (Hamilton & Pezo, 2005, pág.83).

La microempresa estará ubicada en la Provincia de Pichincha en el Norte del Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia de Calderón.



Figura 22 Parroquia de Calderón
Fuente: Google maps
Elaborador por: José Valiente

4.2.3 Localización Óptima

La localización óptima del proyecto es contar con factores externos necesarios y favorables para que el giro de negocio del bien o servicio no tenga ninguna dificultad al producirlos y comercializarlos, tales factores como abastecimientos de materia prima, cercanía al consumidor, la cercanía de la competencia, entre otros.

Para la localización óptima se han determinado dos posibles alternativas, estas son:

Alternativa 1: Ave. Carapungo Oe5-53 y José Miguel Guarderas

Alternativa 2: Quitus y 9 de agosto esq.

Para la selección se utilizará la matriz de ponderación de factores:

Tabla 43 Matriz de ponderación de factores

Factores	Peso	Alternativa 1		Alternativa 2	
		Calif.	Ponderación	Calif.	Ponderación
cercanía con los proveedores	0,15	5	0,75	3	0,45
cercanía con los clientes	0,05	5	0,25	4	0,2
servicios básicos	0,1	5	0,5	5	0,5
transporte	0,1	4	0,4	4	0,4
vías de acceso	0,05	3	0,15	5	0,25
afluencia de gente	0,1	5	0,5	4	0,4
seguridad	0,1	3	0,3	3	0,3
arriendo	0,25	4	1	5	1,25
zona comercial	0,1	5	0,5	3	0,3
Total	1		4,35		4,05

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Como se puede evidenciar en la tabla anterior la mejor ubicación es la alternativa 1, es decir, Ave. Carapungo Oe5-53 y José Miguel Guarderas. Esta ubicación cuenta con un área total de 216 metros cuadrados.



Figura 23 Localización óptima
Fuente: Google maps
Elaborado por: José Valiente

4.3 Ingeniería del Producto

4.3.1 Definición del Bien y Servicio

4.3.1.01 Bien

El bien es aquel que es producido y llega de alguna manera a ser tangible al consumidor o cliente y aquello pasa por un proceso de transformación desde la materia prima (cuero, papel, telas entre otros) a producto final.

4.3.1.02 Servicio

Un servicio es aquel que no es tangible en su físico como un bien sino que satisface de alguna manera al cliente o consumidor, el mismo al igual que un bien pasa por un proceso de transformación (comida rápida, call center, limpieza entre otros) en donde su producto final es el que atrae al consumidor.

4.3.1.03 Producto

El producto a elaborarse se lo realizará en prendas de vestir de todo tipo de tela las cuales pasarán por el proceso de transformación la cual consiste en el recorte de la tela en plantillas de acuerdo a la prenda a requerirse, luego pasar a la confección de la misma en la cual se usará las diferentes maquinas industriales tales como la recta, overlock, recubridora y otros.

Al terminar el proceso de confección pasará ya a la máquina de estampado donde la forma de utilizar esta técnica seria como fondo la técnica del estampado y las delineaciones u otros detalles finales que contribuyan al terminado se las realizará en conjunto con la técnica del bordado esto se lo incluirá al final de la confección de la prenda, así creando una combinación mixta entre el estampado y el bordado las cuales darán el toque innovador a la prendas convencionales ya vistas.

4.3.2 Distribución de la Planta

Para la determinación de la distribución adecuada de la planta se empleará el método de la Matriz SLP.

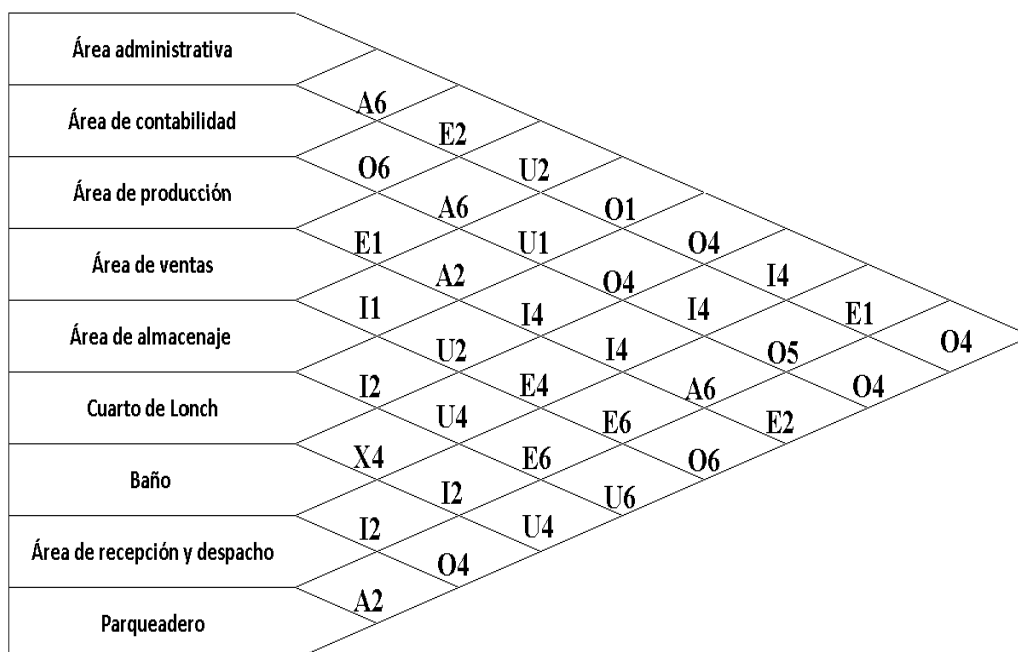


Figura 24 Matriz SLP

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Para la creación de la matriz SLP se siguen las siguientes simbologías:

Tabla 44 Código de cercanía

Código	Significado
A	absolutamente muy necesario
E	especialmente necesario
I	importante
O	ordinario
U	sin importancia
X	indeseable
XX	muy indeseable

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 45 Razón de cercanía

Código	Significado
1	informativo
2	conveniencia
3	seguridad
4	higiene
5	ruido
6	proceso

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Una vez terminada la matriz se presenta el plano general de la planta:

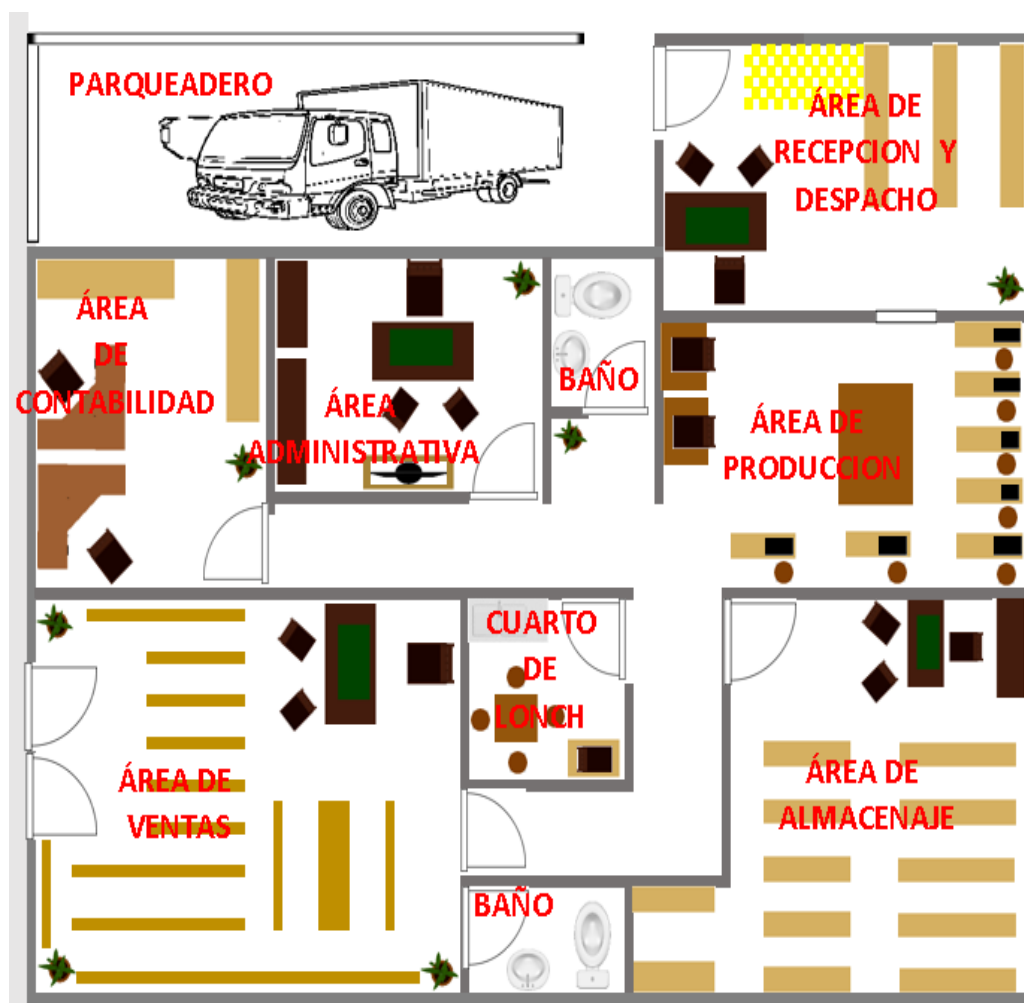


Figura 25 Distribución de la planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Las medidas de cada área que conforman la planta se describe a continuación en la tabla 46:

Tabla 46 Distribución de planta

Detalle de planta	Medidas	Totales
Área administrativa	3m x 3m	9m ²
Área de contabilidad	4,5m x 3,5m	15,75m ²
Área de producción	7m x 5,5m	38,5m ²
Área de ventas	5,5m x 4,5m	24,75m ²
Área de almacenaje	7m x 6m	42m ²
Cuarto de Lonch	2,5m x 2,5m	6,5m ²
Baño	1,5m x 2m + 1,5m x 2,5m	12,75m ²
Área de recepción y despacho	4,5m x 3,5m	15m ²
Parqueadero	5,5m x 5m	27,5m ²
Total		191,75m²

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

4.3.3 Proceso Productivo

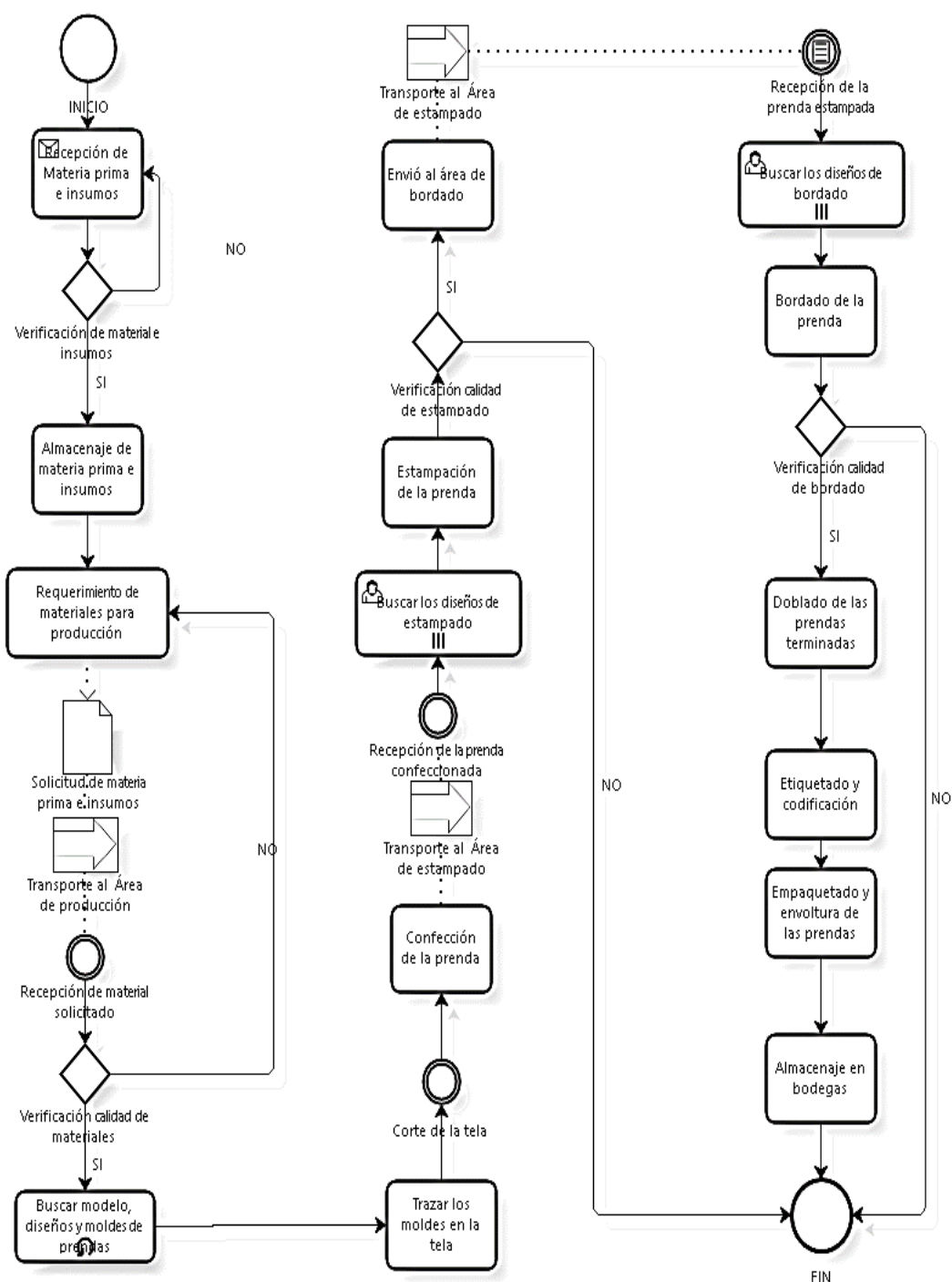


Figura 26 Flujograma del proceso productivo

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Para asegurar que la calidad del proceso productivo sea el adecuado y sea el más eficiente al momento de realizar cada proceso se ha creado ciertos lineamientos y fichas de control, los cuales se indican en el ANEXO 2.

4.3.4 Maquinaria y Equipos

Las máquinas y equipos son herramientas necesarias en el proceso productivo de una organización ya que de ellas dependerá la transformación de la materia prima al producto deseado por el consumidor o planteado en el presente proyecto.

Tabla 47 Maquinaria y equipos

Ítem	Descripción	Cantidad (Q)
Recta semipesado industrial	Maquinaria	2
Overlock 5 hilos industrial	Maquinaria	2
Recubridora 5 hilos industrial	Maquinaria	1
Cortadora circular 4"	Maquinaria	2
Bordadora 6 agujas	Maquinaria	1
Estampadora industria IShentai	Maquinaria	1
Computadores Intel I7,	Equipo de computación	4
impresoras Epson	Equipo de computación	1
impresoras matricial	Equipo de computación	1
datafast	Equipo de computación	1
pistola de barras	Equipo de computación	1
escritorio	Muebles y enseres	4
silla gerencial	Muebles y enseres	4
sillas ergonómicas	Muebles y enseres	4
mesa para corte	Muebles y enseres	1
mesa de cocina	Muebles y enseres	1
archivadores	Muebles y enseres	3
estanterías	Muebles y enseres	10
sillas	Muebles y enseres	8
teléfonos Panasonic	Equipo de oficina	5
exhibidores de ropa	Muebles y enseres	13

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

5.1 Ingresos

5.1.1 Ingresos operacionales

Los ingresos son la conversión financiera de la venta de bienes y servicios de la empresa que constituye la principal fuente de generación de utilidades y son la razón de análisis y proyección por parte del financiero y los comerciales de la empresa (Malagón, Galán, & Pontón, 2006, pág.483).

5.1.2 Ingresos no operacionales

Igualmente existen otros ingresos denominados no operacionales que se generan como consecuencia de otras actividades realizadas por la empresa tales como el manejo de portafolio de inversión en títulos cuyos rendimientos se traducen en intereses, descuentos y comisiones generalmente periódicos (Malagón, Galán, & Pontón, 2006, pág.483).

5.2 Costos

El costo hace referencia al conjunto de erogaciones incurridas para producir un bien o prestar un servicio. Son aquellos susceptibles de ser inventariados, como es la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos necesarios para fabricar un artículo (Arredondo, 2015, pág. 8).

5.2.1 Costo Directo

Menciona Arata (2009) que: “Por lo tanto, son costos directos de un producto, aquellos costos en que se incurre en forma exclusiva y específica para obtener y vender únicamente ese producto determinado” (Pág. 63).

5.2.1.01 Materia Prima

“Las materias primas y los materiales son artículos que se transforman para elaborar bienes de consumo u otros artículos que se convertirán en productos terminados o en componentes de productos de una entidad manufacturera” (Moreno, 2014, pág. 109).

A continuación se detallan la utilización de materia prima según la talla de cada una de las prendas que se van a producir:

Tabla 48 Materia prima talla “S”

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
Tela	metros	5,56
hilos de coser	metros	0,42
hilos de bordar Sylko	metros	0,75
pelon	hoja	0,02
bobina multifilamento para bordar Sylko	carrete	0,19
tinta amarilla	unidad	0,09
tinta azul	unidad	0,09
tinta roja	unidad	0,09
tinta blanco	unidad	0,09
tinta negro	unidad	0,09
papel tranfer	unidad	1,80
Total materia prima producto talla S		9,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 49 Materia prima talla “M”

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
Tela	metros	5,94
hilos de coser	metros	0,47
hilos de bordar Sylko	metros	0,80
pelon	hoja	0,02
bobina multifilamento para bordar Sylko	carrete	0,19
tinta amarilla	unidad	0,09
tinta azul	unidad	0,09
tinta roja	unidad	0,09
tinta blanco	unidad	0,09
tinta negro	unidad	0,09
papel tranfer	unidad	1,80
Total materia prima producto talla M		9,68

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 50 Materia prima talla “L”

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
Tela	metros	6,27
hilos de coser	metros	0,52
hilos de bordar Sylko	metros	0,85
pelon	hoja	0,03
bobina multifilamento para bordar Sylko	carrete	0,19
tinta amarilla	unidad	0,09
tinta azul	unidad	0,09
tinta roja	unidad	0,09
tinta blanco	unidad	0,09
tinta negro	unidad	0,09
papel tranfer	unidad	1,80
Total materia prima producto talla L		10,12

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 51 Materia prima talla “XL”

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
Tela	metros	6,65
hilos de coser	metros	0,56
hilos de bordar Sylko	metros	0,89
pelon	hoja	0,03
bobina multifilamento para bordar Sylko	carrete	0,02
tinta amarilla	unidad	0,09
tinta azul	unidad	0,09
tinta roja	unidad	0,09
tinta blanco	unidad	0,09
tinta negro	unidad	0,09
papel tranfer	unidad	1,80
Total materia prima producto talla XL		10,42

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

5.2.1.02 Mano de Obra

Según Pérez & Carballo (2015) dice que: “Que participa físicamente en el proceso de producción o la prestación del servicio, es decir, la que ejecuta los procesos correspondientes personalmente o a través de equipos” (Pág. 96)

Tabla 52 Mano de obra directa

Producto	Minuto	Min x hora	Proporción	Costo unitario
S	55,08	60	0,92	1,52
M	64,58	60	1,08	1,79
L	74,25	60	1,24	2,05
XL	82,08	60	1,37	2,27

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

5.2.2 Costo Indirecto

Sostiene Horngren, Datar & Foster (2007) que: “Los costos indirectos de fabricación son todos los costos de fabricación que se relacionan con el objeto del costo (productos en proceso y después productos terminados), pero que no pueden rastrearse en ese objeto del costo en forma económicamente factible” (Pág. 37).

Tabla 53 Costo indirecto talla “S”

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
LUZ	kilovatio/hora	0,0062
agua	cm cúbicos	0,0025
lubricantes	kit	0,0017
material de limpieza y aseo	kit	0,0033
etiqueta	unidad	0,0200
empaque	unidad	0,0500
Total CIF talla S		0,08

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 54 Costo indirecto talla “M”

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
LUZ	kilovatio/hora	0,0100
agua	cm cúbicos	0,0038
lubricantes	kit	0,0026
material de limpieza y aseo	kit	0,0051
etiqueta	unidad	0,0200
empaque	unidad	0,0500
Total CIF talla M		0,09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 55 Costo indirecto talla “L”

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
LUZ	kilovatio/hora	0,0192
agua	cm cúbicos	0,0077
lubricantes	kit	0,0051
material de limpieza y aseo	kit	0,0102
etiqueta	unidad	0,0200
empaque	unidad	0,0500
Total CIF talla L		0,11

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Tabla 56 Costo indirecto talla “XL”

Ítem	Unidad medida	Costo unitario
LUZ	kilovatio/hora	0,0214
agua	cm cúbicos	0,0086
lubricantes	kit	0,0057
material de limpieza y aseo	kit	0,0114
etiqueta	unidad	0,0500
empaque	unidad	0,0200
Total CIF talla XL		0,12

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

A continuación se detallan un resumen de costos utilizados para las prendas:

Tabla 57 Resumen general de costos utilizados

Elemento	Talla S	Talla M	Talla L	Talla XL
materia prima	9,20	9,68	10,12	10,42
mano de obra directa	1,52	1,79	2,05	2,27
CIF	0,08	0,09	0,11	0,12
Total	10,81	11,55	12,28	12,80

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Finalmente según los costos utilizados para elaborar las prendas, se establecen los precios unitarios y su porcentaje de utilidad bruta unitaria.

Tabla 58 Precio y utilidad bruta unitaria talla “S”

Descripción	Valores	Porcentaje
precio unitario	16,00	100%
costos unitario	10,81	68%
utilidad bruta unitaria	5,19	32%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Tabla 59 Precio y utilidad bruta unitaria talla “M”

Descripción	Valores	Porcentaje
precio unitario	18,00	100%
costos unitario	11,55	64%
utilidad bruta unitaria	6,45	36%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 60 Precio y utilidad bruta unitaria talla “L”

Descripción	Valores	Porcentaje
precio unitario	20,00	100%
costos unitario	12,28	61%
utilidad bruta unitaria	7,71	39%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 61 Precio y utilidad bruta unitaria talla “XL”

Descripción	Valores	Porcentaje
precio unitario	22,00	100%
costos unitario	12,80	58%
utilidad bruta unitaria	9,19	42%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

5.2.3 Gasto Administrativo

Son aquellos gastos que provienen de la parte administrativa de la empresa, donde se toman en cuenta las remuneraciones, suministros de oficina, servicios básicos, entre otros que son utilizados por el área administrativa.

Tabla 62 Proyección de gastos administrativos

Periodo	Gasto administrativo anual
2019	15136,14
2020	15982,62
2021	16615,99
2022	17256,21
2023	17903,44

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Para realizar la proyección de los gastos administrativos se tomaron en cuenta los siguientes rubros que a continuación se detallan:

- Arriendo
- Servicios básicos

- Suministros de oficina
- Sueldo del administrador más beneficios sociales
- Sueldo del contador

5.2.4 Gasto de Ventas

Son los gastos que se realizan para comercializar sea un bien o servicio y el cual abarcan material POP, publicidad entre otros adicionales que promuevan las ventas.

Tabla 63 Gasto de ventas proyectado

Periodo	Gasto de ventas anual
2019	6848,11
2020	7436,31
2021	7626,58
2022	7816,84
2023	8007,11

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Para realizar la proyección de los gastos de ventas se tomaron en cuenta los siguientes rubros que a continuación se detallan:

- Sueldo del vendedor / cobrador más beneficios sociales
- Publicidad (Volantes, gigantografía, merchandising)

5.2.5 Gastos Financieros

Menciona Baca (2010) que: “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo” (Pág. 143).

Se realizó la indagación previa de diferentes entidades financieras para así poder determinar el mejor costo financiero, a continuación se presenta una tabla comparativa de los mismos:

Tabla 64 Comparación de entidades financieras

Institución financiera	Tasas de interés
banco Internacional	26,92%
banco Pichincha	26,91%
banco Produbanco	25,34%
cooperativa Atuntaqui	22,00%
cooperativa 29 de octubre	21,00%
banco del Pacifico	27,29%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Luego de visualizar la tabla comparativa de las instituciones financieras, se selecciona la Cooperativa de Ahorro y Crédito “29 de Octubre”, la cual brinda una tasa de interés del 21% que en comparación con las investigadas es la más baja.

5.2.6 Costos Fijos y Variables

- **Costos fijos**

“Se denomina así a aquellos costos que permanecen constantes, o casi fijos, en diferentes niveles de producción y ventas, y dentro de ciertos límites de capacidad y tiempo” (Baena, 2014, pág. 312).

Tabla 65 Costos fijos

Costo fijo	Valores
gasto administrativo	15136,14
gasto ventas	6305,11
Total costo fijo	21441,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

- **Costos variables**

Menciona Baena (2014) que: “Son aquellos costos donde el total varía en proporción directa con los cambios en el volumen; es decir, que partiendo de los costos fijos (capacidad instalada), por el incremento en cualquier nivel de producción, se consideran costos variables” (Pág. 313).

5.3 Inversiones

5.3.1 Inversión Fija

Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa y se adquieren para utilizarse durante su vida útil; son entre otras : los terrenos para la construcción de instalaciones, o explotaciones agrícolas, o ganaderas o mineras; las construcciones civiles como edificios industriales o administrativos; las vías de accesos internas, bodegas, parqueaderos, cerramientos, maquinaria, equipo y herramientas; vehículos; muebles, etc.”(Miranda, 2005, pág. 177).

5.3.2 Activos Fijos

Da a conocer Fernández (2007) que: “Los activos fijos muestran los bienes que utiliza la empresa para producir o llevar a cabo sus actividades, como, por ejemplo: mobiliario, equipo, maquinaria, edificios, etc.” (Pág.120).

Tabla 66 Activos fijos

Activos	Costo total
maquinarias	9384,59
equipos oficina	3385,00
equipos computo	2152,00
Total activos fijos	14921,59

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Los activos fijos utilizados en el presente proyecto actualmente tienen un total de \$ 14921,59, estos al ser bienes que se utilizan para la elaboración del producto conlleva que esto tiendan a disminuir su valor de adquisición o mejor dicho se deprecian por su uso conforme pase el tiempo.

5.3.3 Activos Nominales (Diferidos)

Los activos diferidos, a pesar de estar clasificados como un activo, no son otra cosa que unos gastos ya pagados pero aun no utilizados, cuyo objetivo es no afectar la información financiera de la empresa en los periodos en los que aún no se han utilizado esos gastos (Mendoza & Ortiz, 2016, pág.338).

Tabla 67 Activos Nominales

Activos	Valor
gasto constitución	200,00
Total activos nominales	200,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Los activos nominales utilizados en el presente proyecto son de \$ 200,00 el cual es un valor de los gastos de constitución del proyecto los cuales va a ser generados para iniciar actividades (trámites, notarios y registradores), cuyo monto se lo va amortizar a 5.

5.3.4 Capital de Trabajo

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; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en la primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa (Baca, 2010, pág. 145).

Tabla 68 Capital de trabajo

Detalle	Valor
costo de producción	35115,00
gasto administrativo	15136,14
gasto de ventas	6848,11
capital de trabajo anual	57099,25
días del año	365,00
capital de trabajo diario	156,44
días de desfase	30,00
Total capital de trabajo	4693,09

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Para el cálculo del Capital de Trabajo del proyecto se utilizó el método de días de desfase en cual consiste en calcular la inversión en Capital de Trabajo que debe financiarse desde que inicia la adquisición de los insumos hasta que se recupere el monto invertido y el cual se destinará al siguiente periodo productivo.

5.3.5 Fuentes de Financiamiento

La empresa al iniciar operaciones o en el transcurso de sus actividades sean estos para producir bienes o servicios, podría llegar a solicitar de un capital y para ello cuenta con varias fuente de financiamiento y así obtener un préstamo para cubrir sus necesidades económicas.

Tabla 69 Financiamiento

Fuentes	Aporte	% Participación
recursos propios	11814,68	60%
deuda	8000,00	40%
Total	19814,68	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Para el financiamiento del presente proyecto, se recurrirá a un endeudamiento con instituciones financieras del 40% de la inversión requerida; y de un 60% de recursos propios siendo este último, el aporte más alto para el financiamiento que requiere el proyecto esto como ventaja conlleva que las decisiones que se tomen sean independientes.

5.3.6 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

- **Método alemán**

“Este sistema se caracteriza principalmente por el pago de intereses anticipados al principio del periodo correspondiente a tipo de interés prepagable (i), mientras que las cuotas de amortización siguen siendo pos pagables” (García, 2008, pág. 131).

- **Método francés**

En este método la cuota o anualidad permanecen constantes durante todo el periodo. Sin embargo, mientras que la parte de la cuota que corresponde a los intereses es decreciente en el tiempo, la parte de la cuota que corresponde a la amortización del capital es creciente (Casanovas & Bertrán, 2013, pág.116).

Para seleccionar la metodología de amortización de la deuda, se presenta a continuación una tabla de las condiciones iniciales de la transacción:

Tabla 70 Condiciones de endeudamiento

Descripción	Valores
capital	8000,00
plazo	60
Tasa	21%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Una vez definido las condiciones de la deuda se escoge el método de amortización alemán el cual es ideal para el préstamo, por sus cuotas decrecientes y por el pago de intereses menor al que se pagaría con el método francés:

Tabla 71 Método Alemán

Periodo	Saldo inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo final
0					8000,00
1	8000,00	140,00	273,33	133,33	7866,67
2	7866,67	137,67	271,00	133,33	7733,33
3	7733,33	135,33	268,67	133,33	7600,00
4	7600,00	133,00	266,33	133,33	7466,67
5	7466,67	130,67	264,00	133,33	7333,33
6	7333,33	128,33	261,67	133,33	7200,00
7	7200,00	126,00	259,33	133,33	7066,67
8	7066,67	123,67	257,00	133,33	6933,33
9	6933,33	121,33	254,67	133,33	6800,00
10	6800,00	119,00	252,33	133,33	6666,67
11	6666,67	116,67	250,00	133,33	6533,33
12	6533,33	114,33	247,67	133,33	6400,00
13	6400,00	112,00	245,33	133,33	6266,67
14	6266,67	109,67	243,00	133,33	6133,33
15	6133,33	107,33	240,67	133,33	6000,00
16	6000,00	105,00	238,33	133,33	5866,67
17	5866,67	102,67	236,00	133,33	5733,33
18	5733,33	100,33	233,67	133,33	5600,00
19	5600,00	98,00	231,33	133,33	5466,67
20	5466,67	95,67	229,00	133,33	5333,33
21	5333,33	93,33	226,67	133,33	5200,00
22	5200,00	91,00	224,33	133,33	5066,67
23	5066,67	88,67	222,00	133,33	4933,33
24	4933,33	86,33	219,67	133,33	4800,00
25	4800,00	84,00	217,33	133,33	4666,67
26	4666,67	81,67	215,00	133,33	4533,33
27	4533,33	79,33	212,67	133,33	4400,00
28	4400,00	77,00	210,33	133,33	4266,67
29	4266,67	74,67	208,00	133,33	4133,33
30	4133,33	72,33	205,67	133,33	4000,00
31	4000,00	70,00	203,33	133,33	3866,67
32	3866,67	67,67	201,00	133,33	3733,33
33	3733,33	65,33	198,67	133,33	3600,00
34	3600,00	63,00	196,33	133,33	3466,67
35	3466,67	60,67	194,00	133,33	3333,33
36	3333,33	58,33	191,67	133,33	3200,00
37	3200,00	56,00	189,33	133,33	3066,67
38	3066,67	53,67	187,00	133,33	2933,33
39	2933,33	51,33	184,67	133,33	2800,00
40	2800,00	49,00	182,33	133,33	2666,67
41	2666,67	46,67	180,00	133,33	2533,33
42	2533,33	44,33	177,67	133,33	2400,00
43	2400,00	42,00	175,33	133,33	2266,67
44	2266,67	39,67	173,00	133,33	2133,33
45	2133,33	37,33	170,67	133,33	2000,00
46	2000,00	35,00	168,33	133,33	1866,67
47	1866,67	32,67	166,00	133,33	1733,33
48	1733,33	30,33	163,67	133,33	1600,00
49	1600,00	28,00	161,33	133,33	1466,67
50	1466,67	25,67	159,00	133,33	1333,33
51	1333,33	23,33	156,67	133,33	1200,00
52	1200,00	21,00	154,33	133,33	1066,67
53	1066,67	18,67	152,00	133,33	933,33
54	933,33	16,33	149,67	133,33	800,00
55	800,00	14,00	147,33	133,33	666,67
56	666,67	11,67	145,00	133,33	533,33
57	533,33	9,33	142,67	133,33	400,00
58	400,00	7,00	140,33	133,33	266,67

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS CON ESTAMPADO MIXTO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERÓN, AÑO 2018.

59	266,67	4,67	138,00	133,33	133,33
60	133,33	2,33	135,67	133,33	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Para realizar una comparativa entre las metodologías de amortización se presenta el método Francés en el ANEXO 3.

5.3.7 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Se refiere a una disminución en el tiempo del valor de los activos de una empresa. Esta disminución de su valor afecta tanto el valor de mercado del bien, como el valor para el propietario. Entre las principales causas se encuentran deterioro y obsolescencia (Fernández, 2007, Pág.120).

Tabla 72 Depreciación de activos fijos

Activos	Costo total	2019	2020	2021	2022	2023	Valor libros
maquinarias	9384,59	938,46	938,46	938,46	938,46	938,46	4692,30
equipos oficina	3385,00	338,50	338,50	338,50	338,50	338,50	1692,50
equipos computo	2152,00	717,33	717,33	717,33	0,00	0,00	0,00
Total activos fijos	14921,59	1994,29	1994,29	1994,29	1276,96	1276,96	6384,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Para la depreciación de maquinarias, equipos de oficina y equipos de cómputo se utilizó la metodología de la depreciación de línea recta la cual consiste en que la depreciación disminuirá su valor en libros del activo linealmente con el tiempo porque así en cada año.

5.3.8 Estado de Situación Inicial

El estado de situación inicial es un documento contable donde quedaran registrados los activos, pasivos y patrimonios de una empresa que inicia sus operaciones sean estos para producir bienes o servicios.

Tabla 73 Estado de Situación Inicial

Empresa “Valiente”		
Estado de Situación Inicial		
Cuenta		2018
Activos		-
(+) Caja		4693,09
(=) Total Activos Corrientes		4693,09
(+) Maquinaria		9384,59
(-) Depreciación Acumulada Maquinaria		0,00
(+) Equipos de Oficina		3385,00
(-) Depreciación Acumulada Equipos Oficina		0,00
(+) Equipos de Computo		2152,00
(-) Depreciación Acumulada Equipos Computo		0,00
(=) Total Activos Fijos		14921,59
(+) Activo Diferidos		200,00
(-) Amortización Acumulada Activos Diferidos		0,00
(=) Total Activos Diferidos		200,00
(=) Total Activos		19814,68
Pasivos		-
Deuda Bancaria		8000,00
(=) Total Pasivo		8000,00
Patrimonio		-
(+) Capital		11814,68
(+) Utilidad Retenida		0,00
(=) Total Patrimonio		11814,68
(=) Total Pasivo + Patrimonio		19814,68

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

En la anterior tabla 64 se visualiza el estado de situación inicial, el cual data información de cada una de las cuentas con sus respectivos valores al momento de iniciar las operaciones contables y productivas del negocio como las cuentas de caja, maquinaria, equipos de oficina, equipos de cómputo con su respectivas depreciaciones también se observan el gasto constitución y su amortización, los pasivos y el patrimonio.

5.3.9 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

Junto con el balance general y el estado de flujo de efectivo (con origen y aplicación de recursos), el estado de resultado es una de las tres declaraciones financieras o contables básicas en toda empresa. Como su nombre lo indica, es una tabla diseñada para considerar tanto los ingresos como los costos en que ha

incurrido una empresa en determinado periodo, (por lo general un año), y que al final mostrara el resultado contable del negocio: si los ingresos esto significara perdida (Baca, 2015, pág.257).

Tabla 74 Estado de Resultado Proyectado

Empresa “Valiente”						
Estado de Resultado Proyectado						
	Cuenta	2019	2020	2021	2022	2023
(+)	Ventas	63747,72	66536,62	69447,52	72485,77	75656,95
(-)	Costo de Producción	35115,00	36651,24	38254,70	39928,30	41675,12
(=)	Utilidad Bruta	28632,72	29885,37	31192,82	32557,48	33981,83
(-)	Gasto Administrativo	15136,14	15982,62	16615,99	17256,21	17903,44
(-)	Gasto de Ventas	6848,11	7436,31	7626,58	7816,84	8007,11
(-)	Depreciación	1994,29	1994,29	1994,29	1276,96	1276,96
(-)	Amortización	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
(=)	Utilidad Operativa	4614,18	4432,15	4915,96	6167,47	6754,32
(-)	Gasto Interés	1526,00	1190,00	854,00	518,00	182,00
(=)	Utilidad antes Part. Trabajadores	3088,18	3242,15	4061,96	5649,47	6572,32
(-)	Impuestos	463,23	486,32	609,29	847,42	985,85
(=)	Utilidad Neta	2624,95	2755,83	3452,67	4802,05	5586,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Como se visualiza en la tabla 65, el estado de resultado proyectado brinda datos futuros de 5 años proyectados de las utilidades netas que va a brindar el presente proyecto de elaboración de prendas.

5.3.10 Flujo de Caja

En cuanto al Flujo de Caja total, se define como el Flujo de Caja que se obtendría de la empresa, después de satisfacer los impuestos sobre el beneficio, si la empresa no tuviera deuda financiera. Nos referimos concretamente a la diferencia entre entradas y salidas de dinero que se producen en la empresa (Fabregat, 2009, pág. 14).

Tabla 75 Flujo de caja

Empresa “Valiente”							
Estado de Flujo de Efectivo Proyectado							
Cuenta	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
(+) Utilidad Operativa	0,00	4614,18	4432,15	4915,96	6167,47	6754,32	
(+) Depreciaciones	0,00	1994,29	1994,29	1994,29	1276,96	1276,96	
(+) Amortizaciones	0,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	
(+) Impuestos	0,00	463,23	486,32	609,29	847,42	985,85	
(=) Flujo Efectivo Operativo	0,00	6185,25	5980,12	6340,96	6637,00	7085,43	
(+) Inversión Activos Fijos	-14921,59	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(+) Recuperación Activos Fijos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	9457,72	
(=) Total Gastos de Capital	-14921,59	0,00	0,00	0,00	0,00	9457,72	
(+) Capital de Trabajo	-4693,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(+) Recuperación de Capital de Trabajo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	4693,09	
(=) Total Capital de Trabajo	-4693,09	0,00	0,00	0,00	0,00	4693,09	
(=) Flujo de Caja del Proyecto	-19814,68	6185,25	5980,12	6340,96	6637,00	21236,24	
(+) Préstamo	8000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
(+) Gasto Intereses	0,00	1526,00	1190,00	854,00	518,00	182,00	
(+) Devolución de Capital	0,00	1600,00	1600,00	1600,00	1600,00	1600,00	
(=) Flujo de Caja del Inversionista	-11814,68	3059,25	3190,12	3886,96	4519,00	19454,24	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Se puede observar en la tabla 66, el Flujo de Caja en donde se está proyectando 5 años y el cual indica la fluctuación de dinero que se va a obtener en el transcurso de los años, también se visualiza el Flujo de Caja del proyecto sin endeudamiento y el Flujo de Caja con la deuda el cual son montos menores ya que se pagan intereses y la devolución de capital.

5.3.11 Balance General Proyectado

Indica Mendoza (2004) que: “Un balance general proyectado corresponde a la presentación de los activos, pasivos y patrimonio estimados al final de un periodo presupuestado. Este balance se elabora de la misma forma que un balance general con base en resultados históricos o reales” (Pág. 202).

Tabla 76 Balance General Proyectado

Empresa "Valiente"							
Balance General Proyectado							
Cuenta	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Activos	-	-	-	-	-	-	
(+) Caja	4693,09	7752,33	10942,45	14829,41	19348,42	38802,65	
(=) Total Activos Corrientes	4693,09	7752,33	10942,45	14829,41	19348,42	38802,65	
(+) Maquinaria	9384,59	9384,59	9384,59	9384,59	9384,59	9384,59	
(-) Depreciación Acumulada Maquinaria	0,00	938,46	1876,92	2815,38	3753,84	4692,30	
(+) Equipos de Oficina	3385,00	3385,00	3385,00	3385,00	3385,00	3385,00	
(-) Depreciación Acumulada Equipos Oficina	0,00	338,50	677,00	1015,50	1354,00	1692,50	
(+) Equipos de Computo	2152,00	2152,00	2152,00	2152,00	0,00	0,00	
(-) Depreciación Acumulada Equipos Computo	0,00	717,33	1434,67	2152,00	0,00	0,00	
(=) Total Activos Fijos	14921,59	12927,30	10933,01	8938,71	7661,75	6384,80	
(+) Activos Diferidos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	
(-) Amortización Acumulada Activos Diferidos	0,00	40,00	80,00	120,00	160,00	200,00	
(=) Total Activos Diferidos	200,00	160,00	120,00	80,00	40,00	0,00	
(=) Total Activos	19814,68	20839,63	21995,46	23848,12	27050,17	45187,45	
Pasivos	-	-	-	-	-	-	
(+) Deuda Bancaria	8000,00	6400,00	4800,00	3200,00	1600,00	0,00	
(=) Total Pasivo	8000,00	6400,00	4800,00	3200,00	1600,00	0,00	
Patrimonio	-	-	-	-	-	-	
(+) Capital	11814,68	11814,68	11814,68	11814,68	11814,68	25965,49	
(+) Utilidad Retenida	0,00	2624,95	5380,78	8833,45	13635,49	19221,96	
(=) Total Patrimonio	11814,68	14439,63	17195,46	20648,12	25450,17	45187,45	
(=) Total Pasivo+Patrimonio	19814,68	20839,63	21995,46	23848,12	27050,17	45187,45	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

5.4 Evaluación financiera

5.4.1 Tasa de Descuento

La tasa de descuento es la tasa anualizada de rentabilidad exigida por un inversor para el nivel de riesgo asociado con cualquier inversión. El nivel mínimo de la tasa de descuento debería reflejar el coste de oportunidad de una inversión con el mismo riesgo. Dicha tasa se basa generalmente en el coste de capital medio ponderado de compañías en negocios similares para reflejar el nivel de riesgo

relativo (la variabilidad) de los flujos de caja del proyecto (Fabregat, 2009, pág. 34).

TMAR

La TMAR (tasa mínima de aceptación de rendimiento), también se la denomina como costo de capital, al invertir el proyectista tendrá en mente obtener una ganancia muy aparte del capital financiado a este mínimo margen se la conoce como TMAR la cual es la tasa que los inversores esperan recuperar del proyecto.

WACC

Es conocido como Costo Medio Ponderado de Capital esta tasa pondera todos los costos generados por la obtención del capital sean estos por fuentes de financiamiento por instituciones bancarias o por aporte de capital de los inversores, esta tasa representa lo que cuesta obtener préstamos.

Una vez obtenido conocimiento de los dos tipos de tasa de descuento, se opta por utilizar la tasa de descuento TMAR (Tasa Mínima de Aceptación de Rendimiento) por que se espera ganancias aparte del capital financiado, a continuación se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 77 Tasa de descuento TMAR

Indicador	Porcentaje
inflación promedio anual	2,61%
tasa de riesgo país	5,52%
prima de riesgo	7,00%
Total tasa de descuento	15,13%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Para calcular los indicadores de aceptación del proyecto se presenta la tabla de resumen con los flujos que se van a evaluar:

Tabla 78 Resumen de flujos

Año	Periodo	Flujo	Flujo descontado	Acumulado
0	2018	-19814,68	-19814,68	-19814,68
1	2019	6185,25	5372,40	-14442,28
2	2020	5980,12	4511,62	-9930,65
3	2021	6340,96	4155,18	-5775,48
4	2022	6637,00	3777,62	-1997,86
5	2023	21236,24	10498,69	8500,83

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

5.4.2 Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador de evaluación permite conocer el valor del dinero actual (hoy) que va a recibir el proyecto en el futuro, a una tasa de interés (tasa de actualización o descuento) y un periodo determinado (horizonte de evaluación), a fin de comparar este valor con la inversión inicial (Hamilton & Pezo, 2005, pág.172).

$$VAN = \sum \frac{FLUJO DE EFECTIVO}{(1 + TMAR)^n} + (INVERSIÓN)$$

$$VAN = \frac{6185,25}{(1 + 0,1513)^1} + \frac{5980,12}{(1 + 0,1513)^2} + \frac{6340,96}{(1 + 0,1513)^3} + \frac{6637,00}{(1 + 0,1513)^4} + \frac{21236,24}{(1 + 0,1513)^5} + (-19814,68)$$

$$VAN = \frac{6185,25}{1,15} + \frac{5980,12}{1,33} + \frac{6340,96}{1,53} + \frac{6637,00}{1,76} + \frac{21236,24}{2,02} + (-19814,68)$$

$$VAN = 5372,41 + 4511,62 + 4155,18 + 3777,62 + 10498,69 + (-19814,68)$$

$$VAN = 28315,51 + (-19814,68)$$

$$VAN = 8500,83$$

Al aplicar la fórmula del VAN se pudo determinar y demostrar que el presente proyecto podrá generar efectivo haciéndolo viable, ya que se obtiene un VAN de \$ 8500,83.

5.4.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Menciona Fernández (2007) que: “La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos” (Pág. 132)

$$\text{TIR} = \text{VAN} = 0$$

$$0 = \frac{6185,25}{(1 + \text{TIR})^1} + \frac{5980,12}{(1 + \text{TIR})^2} + \frac{6340,96}{(1 + \text{TIR})^3} + \frac{6637,00}{(1 + \text{TIR})^4} + \frac{21236,24}{(1 + \text{TIR})^5} + (-19814,68)$$

$$\text{TIR} = 28,72\%$$

Al aplicar la fórmula de la VAN (Tasa Interna de Retorno) se pudo determinar y demostrar que el presente proyecto tendrá un porcentaje de 28,72%, el cual significa que se obtendrá un porcentaje de recuperación de la inversión.

5.4.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Junto a los métodos del VAN y de la TIR, que son los más utilizados para evaluar la rentabilidad de los proyectos de inversión, otro método también utilizado es el método del periodo de recuperación o pay-back, orientado a medir la liquidez, por lo que más que un método de selección debe ser utilizado como método complementario de exclusión (Eslava, 2013, pág. 41).

$$\text{PRI} = \text{AÑO ULTIMO FLUJO ACUMULADO } (-) + \frac{[\text{ULTIMO FLUJO ACUMULADO } (-)]}{\text{SIGUIENTE FLUJO DESCONTADO}}$$

$$\text{PRI} = 4 + \frac{1998,00}{10499,00}$$

$$\text{PRI} = 4 + 0,19$$

$$\text{PRI} = 4,19$$

El periodo de recuperación es el tiempo que se estima recuperar la inversión realizada para el proyecto aplicada una vez la formula se obtiene que el tiempo es 4,19 esto quiere decir, 4 años, 2 meses y 9 días.

5.4.5 Relación Costo Beneficio (RBC)

Es un método donde se analizan los costos que percuten un proyecto con respecto a sus beneficios al implementarlo, se relacionan los ingresos y egresos para poder determinar cuál es el beneficio por cada capital invertido.

$$R^{B/C} = \sum \frac{FLUJO DE EFECTIVO}{(1 + TMAR)^n} \div (INVERSIÓN)$$

$$R^{B/C} = \frac{6185,25}{(1 + 0,1513)^1} + \frac{5980,12}{(1 + 0,1513)^2} + \frac{6340,96}{(1 + 0,1513)^3} + \frac{6637,00}{(1 + 0,1513)^4} + \frac{21236,24}{(1 + 0,1513)^5} \div (19814,68)$$

$$R^{B/C} = \frac{6185,25}{1,15} + \frac{5980,12}{1,33} + \frac{6340,96}{1,53} + \frac{6637,00}{1,76} + \frac{21236,24}{2,02} \div (19814,68)$$

$$R^{B/C} = 5372,41 + 4511,62 + 4155,18 + 3777,62 + 10498,69 \div (19814,68)$$

$$R^{B/C} = 28315,51 \div (19814,68)$$

$$R^{B/C} = 1,43$$

Al aplicar la fórmula de Relación Costo Beneficio (RBC) se pudo determinar y demostrar que el presente proyecto tendrá un beneficio con relación al costo de cada dólar invertido de 1,43 con un beneficio de 0.43 centavos de dólar.

5.4.6 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es definido como las unidades físicas o monetarias requeridas en la producción, comercialización o prestación del servicio, sin que la empresa presente utilidades o genere perdidas. Es decir, las ventas igualan el nivel de los costos totales; en resumen, es el punto donde la utilidad operacional es igual a cero (Baena, 2014, pág. 314).

Tabla 79 Descripción de punto de equilibrio

Detalle	Talla XL	Talla L	Talla M	Talla S	Total
cantidades a vender	1212,58	1084,94	542,47	351,01	3191,00
porcentaje	0,38	0,34	0,17	0,11	1
precio de venta	22,00	20,00	18,00	16,00	-
costo unitario	12,80	12,28	11,55	10,81	-
margen de contribución	9,19	7,71	6,45	5,19	-
costos fijos	21441,2478				
margen de contribución porcentual	3,49	2,62	1,10	0,57	7,78
punto de equilibrio global	2754,5104				
punto de equilibrio específico	1047	937	468	303	2755

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Tabla 80 Punto de equilibrio

Cantidades	Ingreso total	Costo variable total	Costos fijos	Costos totales	Utilidad
10	199,77	121,93	21441,25	21563,18	-21363,41
789	15762,13	9620,51	21441,25	31061,76	-15299,63
1675	33462,06	20423,78	21441,25	41865,02	-8402,96
2050	40953,57	24996,26	21441,25	46437,51	-5483,94
2605	52040,99	31763,54	21441,25	53204,79	-1163,80
2755	55027,82	33586,57	21441,25	55027,82	0,00
2907	58074,15	35445,92	21441,25	56887,17	1186,99
5300	105879,95	64624,48	21441,25	86065,73	19814,22
5900	117866,36	71940,46	21441,25	93381,71	24484,65
6666	133169,01	81280,53	21441,25	102721,78	30447,23
8000	159818,79	97546,39	21441,25	118987,64	40831,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

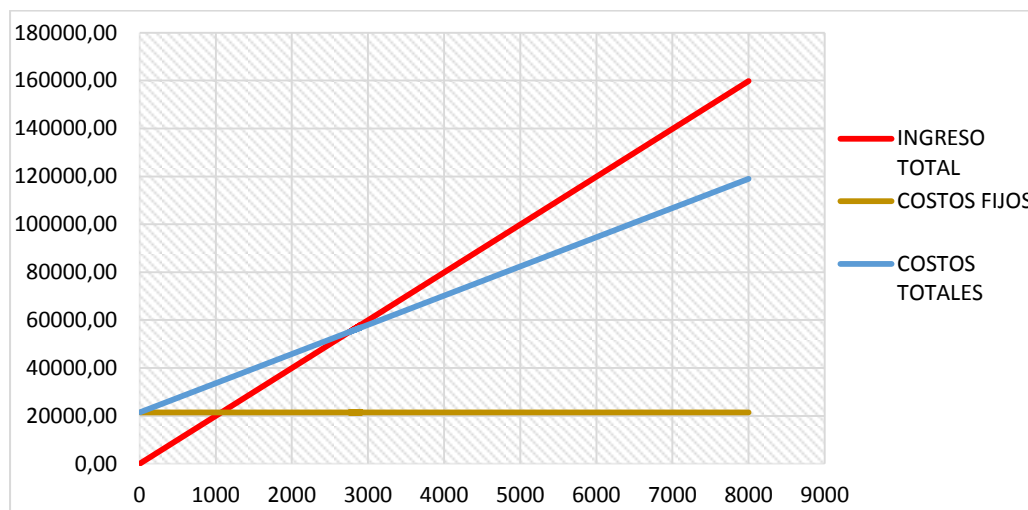


Figura 27 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Para obtener el punto de equilibrio del proyecto será necesario producir 2755 unidades para que no generar pérdidas ni ganancias, en el caso de que se llegase a producir 2605 unidades se presentaría una pérdida de \$ 1163.80 y si se llegase a

producir en el mejor de los casos 2907 unidades se obtendría utilidad de \$1186.99 en el periodo.

5.4.7 Análisis de Índices Financieros

- **ROA**

“El margen de utilidades por la rotación del activo total recibe el nombre de ecuación de Du Pont; nos da la tasa de rendimiento sobre el activo (ROA)” (Ehrhardt & Brigham, 2006, pág. 129).

- **ROE**

El desempeño corporativo también se ha medido tradicionalmente con una razón llamada *rendimiento del capital (ROE)*. El ROE se define como la utilidad neta (el ultimo reglón del estado de resultados de la compañía) dividida entre el valor en libros del capital de los accionistas (el ultimo reglón del balance general de la empresa) (Bodie & Merton, pág. 77).

- **Margen Bruto.**

“El margen bruto, también llamado utilidad bruta, es el excedente de las ventas por arriba del costo de los bienes vendidos” (Horngren, Sundem & Stratton, 2006, pág. 62).

- **Margen Operativo.**

Es aquella que mide la rentabilidad de la empresa y se obtiene de la relación de ingresos menos los gastos operacionales para sus ventas, en si es el margen antes de descontar intereses, impuestos entre otros y su medición es en porcentajes midiendo el beneficio por cada unidad monetaria.

- **Margen Neto.**

Esta mide el porcentaje de utilidad neta que está quedando a los propietarios por cada unidad monetaria, esta es el resultado después de deducir los gastos como son impuestos sobre la renta.

- **Relación pasivo activo**

Este indicador es la que mide que proporción de la empresa se encuentra financiada con recursos de terceros (endeudamiento) y se acostumbra medirla con porcentajes.

- **Relación patrimonio activo**

La relación del patrimonio y el activo determinan cuantas unidades monetarias invertidas provenientes de recursos de terceros (endeudamiento) están endeudado por cada unidad monetaria prevista por el inversionista.

Tabla 81 Índices financieros

Índices financieros	2018	2019	2020	2021	2022	2023
relación pasivo activo	40,37%	30,71%	21,82%	13,42%	5,91%	0,00%
relación patrimonio activo	59,63%	69,29%	78,18%	86,58%	94,09%	100,00%
margen bruto	N/A	44,92%	44,92%	44,92%	44,92%	44,92%
margen operativo	N/A	6,66%	7,08%	8,51%	8,93%	8,93%
margen neto	N/A	4,14%	4,97%	6,62%	7,38%	7,38%
ROE	N/A	22,22%	23,33%	29,22%	40,64%	21,51%
ROA	N/A	12,60%	12,53%	14,48%	17,75%	12,36%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Una vez realizado el cálculo de los indicadores financieros se puede interpretar cada uno de ellos de la siguiente manera:

- En la relación de pasivo activo se puede observar en la tabla, que del 100% de total de los activos el 40.37% es financiado con deuda, esto quiere decir, es la proporción del activo que se encuentra financiado por terceros.

- Para la relación patrimonio activo se visualiza que del 100% total del activos se encuentran comprometidos el 59.63%, esto quiere decir, que la proporción del activo que se encuentra financiado por los acreedores.
- Por cada dólar que la empresa vende le quedan aproximadamente 0,45 centavos de utilidad bruta para cubrir sus gastos operacionales.
- Por cada dólar que la empresa vende le quedan aproximadamente 0,07 centavos de utilidad operativa para cubrir sus gastos financieros.
- Por cada dólar que la empresa vende le quedan aproximadamente 0,04 centavos de utilidad neta para distribuir a los propietarios del proyecto.
- La rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) es del 22,22%; para determinar si es aceptable se lo debe comparar con un costo de oportunidad (tasa pasiva del banco), en este sentido, el ROE al ser mayor que el costo de oportunidad la rentabilidad es aceptable.
- La rentabilidad sobre el activo (ROA) es del 12,60% esto indica que por cada dólar que se invierte en activos se genera un rendimiento de aproximadamente 0,13 centavos.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

Analizar los impactos que generará el proyecto, es de fundamental relevancia ya que con ello se podría obtener los datos que pueden ser positivos o negativos al momento de producir sea este el bien o servicio, o la implementación de los mismos para lo cual se deberá analizar cada indicador que se crea que va a afectar al proyecto.

Los impactos que se analizarán en el presente proyecto son:

- Impacto ambiental
- Impacto económico
- Impacto productivo
- Impacto social

Para medir los impactos se utilizarán matrices con los siguientes niveles de calificación:

Tabla 82 Significado de impactos

Calificación	Significado
-3	impacto negativo alto
-2	impacto negativo medio
-1	impacto negativo bajo
0	impacto nulo
1	impacto positivo bajo
2	impacto positivo medio
3	impacto positivo alto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

6.1 Impacto Ambiental

El termino impacto se aplica a la alteración que introduce una actividad humana en su “entorno”, interpretada en término de “salud y bienestar humano” o, más genéricamente, de calidad de vida de la población; por entorno se entiende la parte del medio ambiente (en termino de espacio y de factores) afectada por la actividad o, más ampliamente, que interacciona con ella (Gómez & Gómez, 2013, pág. 155).

Tabla 83 Matriz impactos ambientales

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Disminución de la flora y fauna					x			1
Contaminación con desechos solidos			x					-1
Manejo de desechos							x	3
Consumo de recursos energéticos			x					-1
Contaminación auditiva			x					-1
Contaminación visual			x					-1
Generación de problemas de salud					x			1
Total	0	0	-4	0	2	0	3	1

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Fórmula empleada para la obtención del impacto:

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL GENERAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{1}{7}$$

$$\text{PROMEDIO} = 0,14 = 0$$

La calificación que se obtuvo al implementar y evaluar los impactos ambientales dio como resultado un promedio del 0,14 siendo equivalente a cero, por lo tanto el impacto ambiental generado por el proyecto es de nulo.

Como se observa en la matriz de impactos ambientales el proyecto llegará a generar impactos negativos como son la contaminación con desecho sólidos al realizar los procesos de corte de tela, en el bordado por conos de hilos ya

consumidos en su totalidad y en el estampado por el papel transfer utilizado, se generará también el consumo de recursos energéticos tales como agua, luz, entre otros, ya que para las actividades diarias sean estas de producción, ventas y administrativos se requerirá utilizarlos, además se tiene como impactos negativos la contaminación auditiva por el manejo de maquinaria ruidosa e incluso contaminación visual por el tipo de publicidad que se emplearían. Como aspecto positivos, el proyecto no influirá en la disminución de la flora y fauna directamente ya que la materia prima a utilizarse será fabricada de fibras artificiales evitando así disminuir la flora y fauna, el manejo de desechos es un impacto positivo alto ya que se recurrirá con la adecuada capacitación, talleres de información e incluso con programas de reciclaje para el adecuado manejo de los desechos, como impacto positivo bajo la generación de problemas de salud ya que de igual manera se recurrirá a programas donde se enseñará al personal las adecuadas posturas ergonómicas y se brindarán diferentes implementos de seguridad.

6.2 Impacto Económico

Los impactos económicos, son aquellos factores o indicadores que afectan al crecimiento económico del proyecto a implementarse; ya que este permitirá realizar el análisis respetivo sobre cuanto aportaría económicamente producir el bien o servicio en la zona, país o entorno donde se realizase el mismo.

Tabla 84 Matriz impactos económicos

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Aumento de la recaudación de impuestos					x			1
Ganancias a los inversionistas						x		2
Aumento turístico de la zona						x		2
Potencial de reinversión					x			1
Potencial de crecimiento						x		2
Exportar					x			1
Total	0	0	0	0	3	6	0	9

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: José Valiente

Fórmula empleada para la obtención del impacto:

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL GENERAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{9}{6}$$

$$\text{PROMEDIO} = 1,50 = 2$$

La calificación que se obtuvo al implementar y evaluar los impactos económicos dio como resultado un promedio del 1,50 siendo equivalente a dos, por lo tanto el impacto económico generado por el proyecto es positivo medio.

En la tabla 75 de la matriz de impactos económicos se observa que el proyecto tendrá un impacto positivo en el aumento de la recaudación de impuestos ya que existe varias tasa o tarifas sean en el ámbito tributario o municipal como pago de patentes, LUAE entre otros para el correcto funcionamiento operativo de la microempresa, ganancias a los inversionistas por las ventas positivas que se esperan obtener con la comercialización del producto, aumento turístico de la zona por la alta afluencia de individuos o consumidores al sector donde se desarrollase el proyecto, potencial de reinversión por los indicadores financieros positivos que se prevén obtener como también de crecimiento e incluso para exportar el producto, estos aspectos benefician al entorno en donde se desarrollará el proyecto.

6.3 Impacto Productivo

Los impactos productivos son aquellos factores o indicadores que afectan al proyecto a implementarse ya que este permitirá realizar el análisis respetivo sobre cuanto aportaría en el progreso o desarrollo al producir el bien o servicio en la zona, país o entorno donde se realizase el mismo.

Tabla 85 Matriz impactos productivos

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
uso de materia prima local						x		2
uso de materia prima extranjera				x				0
aporte a PIB sectorial							x	3
uso de tecnología					x			1
aporte a la matriz productiva						x		2
dinamización de la economía					x			1
Total	0	0	0	0	2	4	3	9

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Fórmula empleada para la obtención del impacto:

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL GENERAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{9}{6}$$

$$\text{PROMEDIO} = 1,50 = 2$$

La calificación que se obtuvo al implementar y evaluar los impactos productivo, dio como resultado un promedio del 1,50; siendo equivalente a dos, lo que el impacto económico generado por el proyecto es de impacto positivo medio.

Se visualiza en la tabla 76, que en los impactos productivos del proyecto tendrá impactos positivos en el uso de materia prima local por el consumo de productos elaborados a nivel nacional y no extranjero generando dinamización del sector productor; aporte al PIB sectorial por la comercialización y venta del producto a elaborarse en el presente proyecto, el uso de la tecnología que actualmente se encuentra en el mercado será una herramienta a nivel de producción por su ayuda en la elaboración de diseños; aporte a la matriz productiva por la dinamización de la economía y manteniendo como impacto nulo el de uso de materia prima extranjera, ya que no se la necesitará en el nivel productivo.

6.4 Impacto Social

Los impactos sociales son aquellos factores o indicadores que afectan al proyecto a implementarse ya que este permitirá realizar el análisis respectivo sobre cuanto aportaría en la cultura, costumbres de la población o incluso en sus hábitos de consumo al producir el bien o servicio en la zona, país o entorno donde se realizase el mismo.

Tabla 86 Matriz impactos sociales

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
generación de empleo					x			1
empleo estable / ingreso fijo					x			1
cambios en hábitos de consumo	x							-3
responsabilidad social						x		2
pago de impuestos			x					-1
Total	-3	0	-1	0	2	2	0	0

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Fórmula empleada para la obtención del impacto:

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL GENERAL}}{\text{NUMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{1}{5}$$

$$\text{PROMEDIO} = 0,20 = 0$$

La calificación que se obtuvo al implementar y evaluar los impactos ambientales dio como resultado un promedio del 0,20 siendo equivalente a cero, lo que el impacto ambiental generado por el proyecto es de impacto nulo.

Se puede visualizar en la matriz de la tabla 77, como uno de los aspectos negativos para el proyecto es el cambio en el hábito de consumo ya que es una factor variable por los diferentes gustos personales del consumidor, otro factor que se tiene como aspecto negativo es el pago de impuestos esto por las políticas

gubernamentales que se pueden tomar como unas de ellas el pago del anticipo a la
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS CON ESTAMPADO MIXTO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERÓN, AÑO 2018.

renta como aspectos o impactos positivos que generará el proyecto será la de generación de empleo siendo este el inicio a un sueldo o ingreso fijo para el empleado o colaborador permitiendo que tenga una conexión directa con la responsabilidad social con el entorno donde se incluyen aquellos que tengan relación directa o indirecta con el proyecto.

6.5 Impacto General

Realizado el análisis de cada impacto que generará el proyecto se obtiene siguiente matriz general:

Tabla 87 Matriz general de impactos

Indicadores	Calificaciones							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
impacto ambiental				x				0
impacto económico						x		2
impacto productivo						x		2
impacto social				x				0
Total	0	0	0	0	0	4	0	4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: José Valiente

Fórmula empleada para la obtención del impacto general:

$$\text{PROMEDIO} = \frac{\text{TOTAL GENERAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$\text{PROMEDIO} = \frac{4}{4}$$

$$\text{PROMEDIO} = 1,00 = 1$$

Como se observa en la tabla 79 de acuerdo a la Matriz General, el impacto ambiental y el impacto social que generará el proyecto tiene como calificación de impacto nulo y el impacto económico al igual que el impacto productivo tienen como calificación de positivo medio, se debe llevar a cabo el proyecto desde el punto de vista de impacto.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1 Conclusiones

Se determinó que la planificación previa ante un determinado proyecto para elaborar productos sean de bienes o servicios, es de fundamental relevancia; ya que con ello se podrá contar con datos que en el futuro se controlarán, como cambios en el hábito de consumo, políticas en contra de promover a las microempresas entre otros que sin ninguna planificación no se podrán controlar.

El producto que se va a introducir en el mercado, tiene la ventaja de ser un producto nuevo con características innovadoras que el consumidor; según el estudio de mercado realizado mediante la encuesta se tiene la expectativa se satisfacer su necesidad, ya que el consumidor desea conocer nuevas técnicas aplicadas en las prendas de vestir locales, ya que se puede notar que el mercado se encuentra abarrotado de este tipo de técnicas, siendo nula la diferencia entre dichos productos que tienen similares características.

Para determinar el precio, se realizó una ingeniería del producto en donde se pudo cubrir los costos de producción y gastos generados por la actividad económica; en conjunto con el estudio de mercado se estableció el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto a implementarse.

7.2 Recomendaciones

La competitividad de la microempresa dependerá de si misma, por lo que se recomienda para la implementación del proyecto, tener capacitaciones constantes sobre las diversas formas de clasificación de los desechos sólidos, capacitaciones en las actualizaciones de diseños y modas en las tendencias que al consumidor hoy en día le atrae.

Para realizar el presente proyecto será necesario indagar más opciones de fuentes de financiamiento, averiguando tasas de interés más bajas que permita disminuir los intereses del préstamo o mejor aún buscar fuentes mediante socios buscando tratar de pagar intereses pero con un mutuo acuerdo el cual no afecte ni al negocio y al socio.

Se recomienda indagar y determinar nuevos métodos para las ventas y de producción, ya que la innovación es el camino para seguir creciendo sea de manera económica como a nivel de planta, técnicas que sean llamativas para los consumidores como la rapidez en las compras efectuadas mediante internet y local, disponer de stock mínimos en cada talla, .

Se recomienda tratar de implementar un mecanismo de facilidad de pago mediante crédito directo a sus clientes previamente cumpliendo con requisitos básicos de documentación, pagando una tasa mínima de interés por dicho financiamiento mucho más baja a las ya existente en el sector comercial, otorgándoles el crédito directo con un tiempo de máximo de 6 meses y dependiendo del monto que el cliente desee comprar con este mecanismo de pago.

Al tratarse de un producto elaborado por un proceso productivo en donde a corto y largo plazo se puede tener afectaciones a la salud de quienes están laborando en la organización; se recomienda realizar chequeos periódicos de salud o exámenes

preventivos de ser posible realizarlo cada año, para que de alguna manera se puedan prevenir algunas de las afectaciones conocidas tales como, enfermedades pulmonares por la inhalación de fibras; malas posturas e incluso disminuciones de la vista por el tiempo que se esté al frente del computador, existen hoy en día clínicas de salud que ofrecen este tipo programas de seguridad industrial y salud ocupacional; los cuales se recomienda buscar un convenio favorable a los intereses de la organización.

Anexos

ANEXO 1: LA ENCUESTA

Buenos días/tardes,

La presente encuesta ha sido diseñada para el lanzamiento de un nuevo producto al mercado y la información proporcionada por usted será de uso exclusivamente académico. Gracias.

1.- ¿Usa usted prendas de vestir con estampado?

SI ☐ NO ☐

*Si usted contesto NO favor diríjase a la pregunta 5

2.- ¿Con qué frecuencia compra usted prendas de vestir?

Semanal ☐ Mensual ☐ Cada 6 meses ☐ Cada año ☐

3.- ¿Qué talla utiliza en sus prendas de vestir?

XL ☐ L ☐ M ☐ S ☐

4.- ¿En promedio cuánto gasta en prendas de vestir?

20 a 40 \$ ☐ 40 a 60 \$ ☐ 60 a 80 \$ ☐ 80 a 100 \$ ☐

5.- ¿Está usted satisfecho con las prendas de vestir que ofrece el mercado?

SI ☐ NO ☐

6.- ¿Estaría usted dispuesto a comprar prendas de vestir con estampado mixto (bordado y estampado)?

SI ☐ NO ☐

*Si usted contesto NO , favor ya no responda las siguientes preguntas

7.- ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el producto?

E-mail ☐ Televisión ☐ Volantes ☐ Anuncios ☐

8.- ¿En qué lugar o lugares le gustaría poder comprar este producto?

Internet ☐ Tienda ☐ [Otros lugares] ☐ Otro (por favor, especifique) ☐ _____

Muchas gracias por su amabilidad y por el tiempo dedicado a contestar esta encuesta.

ANEXO 2: LINEAMIENTOS Y FICHAS DE CONTROL

➤ Recepción de materia prima



RECEPCION DE MATERIA PRIMA

FECHA : _____

S 001001-00000001

PROVEEDOR: _____

FACTURA: _____

BODEGA DE INGRESO: _____

DETALLE DE MATERIA PRIMA RECIBIDA

CODIGO	CANT.	UNIDAD	DESCRIPCION	ESTADO		
				BUENO	REGULAR	MALO

OBSERVACIONES: _____

RESPONSABLE
RECEPCION

RECIBI
CONFORME

➤ Transporte de materia prima





➤ **Proceso de Cortado a etiquetado**



➤ **Kardex**



ARTICULO:		REFERENCIA:	
LOCALIZACION:	UNIDAD:	MINIMO:	MAXIMO:
PROVEEDORES:			

[illegible]

ANEXO 3: TABLA DE AMORTIZACIÓN FRANCESA.

Periodo	Saldo inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo final
0					8000,00
1	8000,00	140,00	216,43	76,43	7923,57
2	7923,57	138,66	216,43	77,76	7845,81
3	7845,81	137,30	216,43	79,13	7766,68
4	7766,68	135,92	216,43	80,51	7686,17
5	7686,17	134,51	216,43	81,92	7604,25
6	7604,25	133,07	216,43	83,35	7520,90
7	7520,90	131,62	216,43	84,81	7436,09
8	7436,09	130,13	216,43	86,30	7349,80
9	7349,80	128,62	216,43	87,81	7261,99
10	7261,99	127,08	216,43	89,34	7172,65
11	7172,65	125,52	216,43	90,91	7081,74
12	7081,74	123,93	216,43	92,50	6989,25
13	6989,25	122,31	216,43	94,12	6895,13
14	6895,13	120,66	216,43	95,76	6799,37
15	6799,37	118,99	216,43	97,44	6701,93
16	6701,93	117,28	216,43	99,14	6602,79
17	6602,79	115,55	216,43	100,88	6501,91
18	6501,91	113,78	216,43	102,64	6399,27
19	6399,27	111,99	216,43	104,44	6294,83
20	6294,83	110,16	216,43	106,27	6188,56
21	6188,56	108,30	216,43	108,13	6080,43
22	6080,43	106,41	216,43	110,02	5970,41
23	5970,41	104,48	216,43	111,94	5858,47
24	5858,47	102,52	216,43	113,90	5744,57
25	5744,57	100,53	216,43	115,90	5628,67
26	5628,67	98,50	216,43	117,93	5510,74
27	5510,74	96,44	216,43	119,99	5390,75
28	5390,75	94,34	216,43	122,09	5268,67
29	5268,67	92,20	216,43	124,23	5144,44
30	5144,44	90,03	216,43	126,40	5018,04
31	5018,04	87,82	216,43	128,61	4889,43
32	4889,43	85,57	216,43	130,86	4758,57
33	4758,57	83,27	216,43	133,15	4625,42
34	4625,42	80,94	216,43	135,48	4489,93
35	4489,93	78,57	216,43	137,85	4352,08
36	4352,08	76,16	216,43	140,27	4211,82

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS CON ESTAMPADO MIXTO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERÓN, AÑO 2018.

37	4211,82	73,71	216,43	142,72	4069,10
38	4069,10	71,21	216,43	145,22	3923,88
39	3923,88	68,67	216,43	147,76	3776,12
40	3776,12	66,08	216,43	150,34	3625,77
41	3625,77	63,45	216,43	152,98	3472,80
42	3472,80	60,77	216,43	155,65	3317,15
43	3317,15	58,05	216,43	158,38	3158,77
44	3158,77	55,28	216,43	161,15	2997,62
45	2997,62	52,46	216,43	163,97	2833,65
46	2833,65	49,59	216,43	166,84	2666,81
47	2666,81	46,67	216,43	169,76	2497,06
48	2497,06	43,70	216,43	172,73	2324,33
49	2324,33	40,68	216,43	175,75	2148,58
50	2148,58	37,60	216,43	178,83	1969,75
51	1969,75	34,47	216,43	181,96	1787,79
52	1787,79	31,29	216,43	185,14	1602,65
53	1602,65	28,05	216,43	188,38	1414,27
54	1414,27	24,75	216,43	191,68	1222,59
55	1222,59	21,40	216,43	195,03	1027,56
56	1027,56	17,98	216,43	198,44	829,12
57	829,12	14,51	216,43	201,92	627,20
58	627,20	10,98	216,43	205,45	421,75
59	421,75	7,38	216,43	209,05	212,70
60	212,70	3,72	216,43	212,70	0,00

Bibliografía

- Pérez, J., & Merino, M. (2014). *Definición de estampado*. Recuperado el 12 de noviembre del 2017, de DEFINICION.DE: <https://definicion.de/estampado/>
- Leal, E. (2014). *Arte del estampado*. Recuperado el 12 de noviembre del 2017, de ERIK LEAL: <https://erikleal1.weebly.com/taller-de-redaccion-periodistica/-arte-del-estampado>
- Horten, M. (2012). *Breve historia del bordado*. Recuperado el 12 de noviembre del 2017, de LAS PALABRAS DEL SILENCIO: <http://mar-palabrasilencio.blogspot.com/2012/12/breve-historia-del-bordado.html>
- Space, M. (2013). *Bordado computarizado*. Recuperado el 12 de noviembre del 2017, de BORDADO COMPUTARIZADO: <http://bordadocomputariza.blogspot.com/>
- Kotler, P., & Asmstrong, G. (2013,pág. 76). *Fundamentos de marketing*.(11ava Edición.). México: Pearson Educación.
- Baca, G. (2007, pág. 265). *Fundamentos de ingeniería económica*. (4ta Edición). México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Berumen, A. (2015, pág. 228). *Lecciones de economía para no economistas* (2da Edición.). Madrid: Esic Business & Marketing School
- García, V. (2014, pág. 19). *Introducción a las finanzas* (1era Edición.). México: Grupo Editorial Patria.
- Rodríguez, J., Pierdant, A., & Rodríguez, E. (2014, pág. 96). *Matemáticas Financieras 1* (1era Edición). México: Grupo Editorial Patria.
- Beraza, A., Gilsanz, A., Ahumada, R., Hoyos, J., Peña, M., Ibáñez, F., & San Martín, N. (2015, pág. 241). *Gestión de Entidades Financieras* (1era Edición.). Madrid: Esic Business & Marketing School.
- Quezada, A. (2011, pág. 416). *Diccionario de historia y geografía de Chile* (2da Edición.). Santiago de Chile: RIL Editores.
- Blanchard, O., Amighini, A., & Giavazzi, F. (2012, pág. 25). *Macroeconomía* (5ta Edición.). Madrid: Pearson Educación.
- Krugman, P., & Wells, R. (2007, pág. 156). *MACROECONOMÍA Introducción a la economía* (1era Edición.). Barcelona: Editorial Reverté.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012, pág. 4). *Principios de la administración financiera* (12va Edición.). México: Pearson Educación.
- Baca, G. (2010, pág. 103). *Evaluación de proyectos* (6ta Edición.). México: McGraw Hill Education.
- Rodríguez, J. (2012, pág. 336). *Administración de pequeñas y medianas empresas* (6ta Edición.). México: Cengage Learning Editores.
- Iborra, M., Dasí, Á., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014, pág. 103). *FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS Concepto y habilidades directivas* (2da Edición.). Madrid: Thonsom Editores Paraninfo, S.A.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS CON ESTAMPADO MIXTO, UBICADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PARROQUIA CALDERÓN, AÑO 2018.

- Gómez, B. (2017, pág. 44). *Fundamentos de la publicidad* (1era Edición.). Madrid: Esic Business & Marketing School.
- Iborra, M., Dasí, Á., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014, pág. 222). *FUNDAMENTOS DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS Concepto y habilidades directivas* (2da Edición.). Madrid: Thonsom Editores Paraninfo, S.A.
- Ena, B., Delgado, S., & Ena, T. (2008, pág. 4). *Gestión administrativa de personal* (2da Edición.). Madrid: Thonsom Editores Paraninfo, S.A.
- Martínez, D., & Milla, A. (2005, pág. 280). *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral* (1era Edición.). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Ena, B., Delgado, S., & Ena, T. (2008, pág. 4). *Gestión administrativa de personal* (2da Edición.). Madrid: Thonsom Editores Paraninfo, S.A.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007, pág. 221). *Fundamentos de marketing* (14ava Edición.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007, pág. 506). *Fundamentos de marketing* (14ava Edición.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007, pág. 402). *Fundamentos de marketing* (14ava Edición.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Rivas, J., & Ildefonso, E. (2013, pág. 32). *COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Decisiones y estrategia de marketing* (7ma Edición.). Madrid: Esic Business & Marketing School.
- Naresh, M. (2004, pág. 314). *Investigación de mercados* (4ta Edición.). México: Pearson Educación.
- Rivera, J., & López, M. (2012, pág. 199). *DIRECCION DE MARKETING Fundamentos y aplicaciones* (3era Edición.). Madrid: Esic Business & Marketing School.
- Rivera, J., & López, M. (2012, pág. 206). *DIRECCION DE MARKETING Fundamentos y aplicaciones* (3era Edición.). Madrid: Esic Business & Marketing School.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007, pág. 190). *Fundamentos de marketing* (14ava Edición.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007, pág. 187). *Fundamentos de marketing* (14ava Edición.). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Robles, J., & Robles, W. (2003, pág. 118). *Elementos de la economía* (4ta Edición.). Quito: Gráficas Carolina.
- Baena, V. (2011, pág. 28). *FUNDAMENTOS DE MARKETING Entorno, consumidor, estrategia e investigación comercial* (1era Edición.). Barcelona: Editorial UOC.
- Robles, J., & Robles, W. (2003, pág. 103). *Elementos de la economía* (4ta Edición.). Quito: Gráficas Carolina.

- Parkin, M. (2010, pág. 59). *MICROECONOMIA Versión para Latinoamérica* (9na Edición.). México: Pearson Educación.
- Cue, A., & Quintana, L. (2014, pág. 75). *Fundamentos de Economía* (1era Edición.). México: Grupo Editorial Patria.
- Vargas, G. (2006, pág. 657). *INTRODUCCION A LA TEORIA ECONOMICA Un enfoque latinoamericano* (2da Edición.). México: Pearson Educación.
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2005, pág. 83) *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados* (1era Edición.). Bogotá: Convenio Andres Bello.
- Malagón, G., Galán, R., & Pontón, L. (2006, pág. 483). *Garantía de calidad en salud* (2da Edición.). Bogotá: Editorial Medica Internacional
- Malagón, G., Galán, R., & Pontón, L. (2006, pág. 483). *Garantía de calidad en salud* (2da Edición.). Bogotá: Editorial Medica Internacional
- Baena, D. (2014, pág. 314). *Análisis financiero enfoque y proyecciones* (2da Edición.). Bogotá: Ecoe Ediciones
- Baena, D. (2014, pág. 312). *Análisis financiero enfoque y proyecciones* (2da Edición.). Bogotá: Ecoe Ediciones
- Baena, D. (2014, pág. 313). *Análisis financiero enfoque y proyecciones* (2da Edición.). Bogotá: Ecoe Ediciones
- Arredondo, M. (2015, pág. 8). *Contabilidad y análisis de costos* (2da Edición.). México: Grupo Editorial Patria.
- Baca, G. (2010, pág. 143). *Evaluación de proyectos* (6ta Edición.). México: McGraw Hill Education.
- Baca, G. (2010, pág. 145). *Evaluación de proyectos* (6ta Edición.). México: McGraw Hill Education.
- Espinoza, F. (2007, pág. 132). *Los proyectos de inversión* (1era Edición.). Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Espinoza, F. (2007, pág. 120). *Los proyectos de inversión* (1era Edición.). Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Mendoza, C., & Ortiz, O. (2016, pág. 338) *Contabilidad financiera para contaduría y administración* (1era Edición.). Barranquilla: ECOE Ediciones.
- Horngren, C., Datar, S., & Foster, G. (2007, pág. 37) *CONTABILIDAD DE COSTOS un enfoque gerencial* (12ava Edición.). México: Pearson Educación Editorial.
- Arata, A. (2009, pág. 63) *Ingeniería y gestión de la confiabilidad operacional en plantas industriales* (1era Edición.). Madrid: RIL Santiago.
- Peréz, J., & Carballo, V. (2015, pág. 96) *La gestión financiera de la empresa* (1era Edición.). Madrid: Esic Business & Marketing School.

- Moreno, J. (2014, pág. 109) *Contabilidad de la estructura financiera de la empresa* (4ta Edición.). México: Grupo Editorial Patria.
- Mendoza, C. (2004, pág. 202) *Presupuesto para empresas de manufactura* (1era Edición.). Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Fabregat, J. (2009, pág. 34) *VALORACIÓN DE EMPRESAS Bases conceptuales y aplicaciones prácticas* (1era Edición.). Barcelona: Profit Editorial.
- Fabregat, J. (2009, pág. 14) *VALORACIÓN DE EMPRESAS Bases conceptuales y aplicaciones prácticas* (1era Edición.). Barcelona: Profit Editorial.
- Miranda, J. (2005, pág. 177) *GESTIÓN DE PROYECTOS Evaluación financiera económica social ambiental* (5ta Edición.). Bogotá: MM Editores.
- Baca, G. (2015, pág. 257) *Proyecto de sistema de información* (1era Edición.). México: Grupo Editorial Patria.
- Eslava, J. (2013, pág. 41) *LA RENTABILIDAD Análisis de costes y resultados* (1era Edición.). Madrid: Esic Business & Marketing School.
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2005, pág. 172) *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados* (1era Edición.). Bogotá: Convenio Andres Bello.
- García, P. (2018, pág. 131) *Financiación internacional* (1era Edición.). Madrid: Thomson Editores Spain Parainfo.
- Casanovas, M., & Bertrán, J. (2013, pág. 116) *FINANCIACIÓN DE LA EMPRESA Como optimizar las desiciones de financiación para crear valor* (1era Edición.). Barcelona: Profit Editorial
- Ehrhardt, M., & Brigham, E. (2006, pág. 129) *Finanzas corporativas* (2da Edición.). México: Cengage Learning Latinoamérica
- Bodie, Z., & Merton, R. (2003, pág. 77) *Finanzas* (1era Edición.). México: Pearson Educación Editorial.
- Horngren, C., Sundem, G., & Stratton W. (2006, pág. 62) *Contabilidad administrativa* (13ava Edición.). México: Pearson Educación Editorial.
- Gómez, D., & Gómez, M. (2013, pág. 155) *Evaluación de impacto ambiental* (3era Edición.). Madrid: Ediciones Mundiprensa.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELAS DE 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) **VALIENTE TOAQUIZA JOSÉ ALEX**, portador de la cédula de identidad N° 1725982951, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 16 de abril del 2018



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
03 MAY 2018

Sra. Mariela Balseca
CAJA VISTO FINANCIERO



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
CONSEJO DE CARRERA

Ing. Angélica Aldaz
Adm. Bancaria y Financiera
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



BIBLIOTECA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
Ing. William Parra
BIBLIOTECA

COORDINACIÓN PRÁCTICAS

03 MAY 2018
"CORDILLERA"
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
9,53 PDS
Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
03 MAY 2018
Dr. Patricio Guanopatin
DIRECTOR DE CARRERA
VICERRECTORADO ACADÉMICO



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
Ing. Cristina Chuqui
SECRETARÍA ACADÉMICA

Urkund Analysis Result

Analysed Document: JOSE ALEX VALIENTE TOAQUIZA.pdf (D37080854)
Submitted: 3/29/2018 7:07:00 PM
Submitted By: valyente94@hotmail.es
Significance: 8 %

Sources included in the report:

elizabeth gualavisi tutillo.pdf (D37047201)
FORMATO PARA URK... ANDREA TORRES.pdf (D37021914)
Laura Estefanía Flores Flores.docx (D37054795)
Proyecto Joffre Perez.pdf (D30286716)
ADRIANA ELIZABETH MOPOSITA ROJANO.pdf (D30301134)
TESIS.pdf (D37024363)

Instances where selected sources appear:

24


ING. ARMANDO ANALUISA
Tutor del Proyecto