



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON
TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL
PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE
QUITO, AÑO 2017

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

Autora: Pilacuán Hernández Jessica Patricia

Tutor: Ing. Romo Daisy

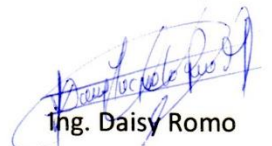
Quito, Octubre 2017



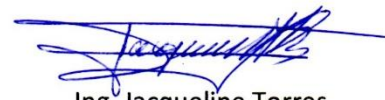
ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **PILACUAN HERNANDEZ JESSICA PATRICIA** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



Ing. Daisy Romo
Tutor del Proyecto



Ing. Jacqueline Torres
Lector del Proyecto



Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación



Adm. Bancaria y Financiera
Ing. Fernando Buitrón
Director de Escuela

Matriz:
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

Campus 1:
Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649

Campus 2:
Bracamoros N15-163 y
Yacuambi (esq.)
Telf.: 2262041

Campus 3:
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

Campus 4:
Yacuambi
Oe2-36 y
Bracamoros

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017

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.



Jessica Patricia Pilacuan Hernández

1722724406

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo Jessica Patricia Pilacúan Hernández portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1722724406 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. 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 **CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA



NOMBRE

Jessica Patricia Pilacúan Hernández

CÉDULA

1722724406

Quito, a los 22 de septiembre del 2017

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Jessica Patricia Pilacúan Hernández alumna de la Escuela de Administración de Empresas, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"



Jessica Patricia Pilacúan Hernández

1722724406

AGRADECIMIENTO

Este trabajo es producto de mucho sacrificio y agradezco en primer lugar a Dios quien guía mi camino cuando estoy a punto de desvanecer.

A mis padres Patricia Hernández y Marco Pilacúan ya que gracias a su apoyo económico y moral he podido sobresalir y culminar con éxito mi tecnología.

A mis hijos Jordan y Anthony mis motores para enfrentar las adversidades y ser para ellos una madre ejemplo a seguir.

A las personas que caminaron con migo en este trayecto y me extendieron la mano mi más sincero agradecimiento para ustedes porque su apoyo fue valioso y reconfortante en mi vida.

Al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por brindarme momentos de felicidad y permitirme cumplir uno de mis objetivos.

A mi tutora Ing. Daisy Romo quien supo guiarme y quien siempre me extendió una mano y con sus consejos no me dejó que me diera por vencida.

A mis maestros por compartir sus conocimientos y su amistad.

Gracias Dios por darme la oportunidad de compartir este logro con mis seres queridos.

DEDICATORIA

Esta titulación le dedico primeramente a Dios por permitirme
llegar a culminar mi carrera tecnológica.

A mis padres: Patricia Hernández y Marco Pilacuán por saber aconsejarme
y brindarme su apoyo incondicional.

A mis hijos Jordan y Anthony porque cada sacrificio, cada logro,
cada sueño cumplido es por ellos y para ellos.

A mis familiares y mi ser amado que siempre estuvieron con su voz de aliento
para no darme por vencida y culminar en el trayecto.

RESUMEN EJECUTIVO

Cather´z es una microempresa que se dedica a la elaboración y comercialización de uniformes deportivos internos con tela resplandeciente, la cual será ubicada en la parroquia Comité del Pueblo del Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

La microempresa Cather´z llegará a sus consumidores con prendas deportivas novedosas y aptas para toda la ciudadanía, con productos de calidad, diseños personalizados y esto se lo realiza mediante la utilización de recursos financieros y tecnológicos, además de la aplicación de procesos de producción donde se controla la calidad del producto para la obtención de una buena rentabilidad en la microempresa.

Se realizó el estudio financiero dando como resultado, que el proyecto será rentable y esto se lo determinó al calcular la TIR dando como resultado 28% la cual representa que el proyecto será viable.

Los resultados financieros lograron tener una proyección positiva ya que se estima un buen nivel de utilidad, ya que su inversión obtendrá ganancias desde en el primer año, no en gran cantidad ya que se tiene un financiamiento en la Cooperativa Alianza del Valle, el cual será saldada la deuda en el segundo año, sin embargo a partir del tercer año se estima ya una ganancia más amplia.

ABSTRACT

Cather'z is a microenterprise dedicated to the elaboration and commercialization of internal sports uniforms with resplendent fabric, which will be located in the parish of the People's Committee of the Northern Sector of the Metropolitan District of Quito.

The microenterprise Cather'z will reach consumers with innovative sportswear suitable for all citizens, with quality products, customized designs and this is done through the use of financial and technological resources, in addition to the application of production processes where the quality of the product is controlled to obtain a good profitability in the microenterprise.

The financial study was carried out giving as a result, that the project will be profitable and this was determined when calculating the IRR resulting in 28% which represents that the project will be viable.

The financial results achieved a positive projection since it is estimated a good level of profit, since its investment will obtain profits from the first year, not in large amount since there is a financing in the Cooperative Alianza del Valle, which will be the debt settled in the second year, but from the third year onwards, a broader gain is already estimated.

Índice

DECLARATORIA.....	3
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	4
CESIÓN DE DERECHOS	5
AGRADECIMIENTO	6
DEDICATORIA	7
RESUMEN EJECUTIVO	8
ABSTRACT	9
Índice.....	10
CAPÍTULO I.....	19
1. INTRODUCCIÓN	19
1.01 Justificación.....	19
1.02 Antecedentes	21
CAPÍTULO II	24
2. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	24
2.01 AMBIENTE EXTERNO	24
2.01.01 Factor Económico	25
2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB).....	26
2.01.01.02 Inflación	27
2.01.01.03 Tasa de Interés Activa.....	29
2.01.01.04 Riesgo País	30
2.01.01.05 Balanza Comercial	32
2.01.02 Factor Social.....	33
2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)	34
2.01.02.02 Empleo	35
2.01.03 Factor Legal	37
2.01.03.01 Ruc (Registro Único de Contribuyentes).....	37
2.01.03.02 La LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas).....	39
2.01.03.03 Permiso de Bomberos	41
2.01.04 Factor Tecnológico.....	41
2.01.04.01 Internet	42
2.02 ENTORNO LOCAL	42
2.01.01 Clientes.....	42

2.01.02 Proveedores	43
2.01.03 Competidores	44
2.03 MATRIZ FODA	45
2.04. PROPUESTA ESTRATÉGICA	46
2.04.01 Misión	46
2.04.02 Visión	47
2.04.03 Objetivos	48
2.04.03.01 Objetivo General	49
2.04.03.02 Objetivos Específicos	49
2.04.04 Principios y/o Valores	49
2.04.04.01 Principios	49
2.04.04.02 Valores	51
2.05 GESTIÓN ADMINISTRATIVA	52
2.05.01 Planificación	53
2.05.01.01 Diagrama de Gantt	53
2.05.02 Organización	54
2.05.02.01 Organigrama	54
2.05.02.02 Manual de Funciones	55
2.05.03 Dirección	60
2.05.04 Control	60
2.06 GESTIÓN OPERATIVA	61
2.07 GESTIÓN COMERCIAL	62
2.07.01 Marketing Mix (las 4 P)	63
2.07.01.01 Producto	64
2.07.01.01.01 Descripción del producto	64
2.07.01.02 Precio	64
2.07.01.03 Plaza	65
2.07.01.04 Promoción	66
2.07.01.05 Estrategias	67
2.07.01.06 Manual de Imagen Corporativa	68
2.07.01.07 Logotipo y Slogan	70
2.07.01.07.01 Definición de Colores del logotipo de la Microempresa Cather´z	71
2.07.01.08 Tarjetas de Presentación	71
2.07.01.09 Tríptico	72
2.07.01.10 Flyers	74

2.07.01.11 Hoja Membretada.....	74
2.07.01.12 Calendario	76
2.07.01.13 Página Social	77
2.07.01.14 Página Web	77
CAPÍTULO III.....	78
3. ESTUDIO DE MERCADO	78
3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	78
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	78
3.01.01.01 Población.....	79
3.01.01.01.01 Segmentación de Mercado	79
3.01.01.02 Muestra.....	80
3.01.01.02.01 Componentes.....	80
3.01.01.02.02 Fórmula Población Infinita	80
3.01.01.02.03 Cálculo de la muestra	80
3.01.02 Técnicas de Obtención de Información.....	81
3.01.02.01 Encuesta	81
3.01.02.02 Formato de la Encuesta	82
3.01.03 Análisis de la Información	84
3.01.03.01 Análisis Demográfico.....	84
3.01.03.02 Análisis de Preguntas	86
3.01.04 Determinación de las preguntas básicas para la Demanda y Oferta ...	101
3.01.04.01 Consumo Aparente.....	101
3.01.04.02 Frecuencia de Consumo	101
3.01.04.03 Aceptación del Precio	101
3.01.04.04 Aceptación del Producto	101
3.01.04.05 Preferencia de Marca.....	101
3.02 DEMANDA	102
3.02.01 Demanda Actual.....	102
3.02.02 Demanda Proyectada.....	102
3.02.03 Demanda Histórica.....	103
3.03 OFERTA	104
3.03.01 Oferta Actual.....	104
3.03.02 Oferta Proyectada.....	104
3.03.03 Oferta Histórica	105
3.04 BALANCE OFERTA – DEMANDA.....	106
3.04.01 Balance Actual	106

3.04.02 Balance Proyectado	106
CAPÍTULO IV	107
4. ESTUDIO TÉCNICO	107
4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO	107
4.01.01 Capacidad Instalada	108
4.01.02 Capacidad Óptima	108
4.02 LOCALIZACIÓN	109
4.02.01 Macro – localización	109
4.02.02 Micro - localización	110
4.02.03 Localización Óptima	111
4.03 INGENIERÍA DEL PROYECTO	113
4.03.01 Definición de bien y servicio	113
4.03.02 Distribución de la Planta	114
4.03.02.01 Matriz SLP (Systematic Layout Planning – Planificación Sistemática del Diseño)	115
4.03.02.02 Distribución de la Planta	118
4.03.03 Proceso Productivo	118
4.03.03.01 Simbología	119
4.03.03.02 Diagrama de Flujo Funcional	120
4.03.03.02.01 Recepción de Materia Prima	121
4.03.03.02.02 Almacenamiento	121
4.03.03.02.03 Trazado y Corte	122
4.03.03.02.04 Confección y control de calidad	122
4.03.03.02.05 Empaque	122
4.03.03.02.06 Almacenamiento del producto terminado	122
4.03.03.02.07 Venta y Exhibición del producto	122
4.03.04 Maquinaria y Herramientas	123
4.03.05 Equipos	124
4.03.06 Proveedores Maquinaria y Equipos	125
CAPÍTULO V	126
5. ESTUDIO FINANCIERO	126
5.01 INGRESOS	126
5.01.01 Ingresos Operacionales	126
5.01.02 No Operacionales	128
5.02 COSTOS	128
5.02.01 Costos Directos	128

5.02.01.01 Materia Prima Directa (MPD).....	130
5.02.01.02 Mano de Obra Directa.....	131
5.02.02 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	132
5.02.03 Costos de Producción.....	134
5.02.04 Gastos Administrativos	135
5.02.05 Gasto de Venta	136
5.02.06 Gastos Financieros	137
5.02.07 Costos Fijos y Variables	138
5.02.07.01 Costos Fijos.....	138
5.02.07.02 Costos Variables.....	139
5.03 INVERSIONES	139
5.03.01 Inversión Fija	140
5.03.02 Activos Fijos	140
5.03.03 Activos Nominales (diferidos)	141
5.03.04 Capital de Trabajo	141
5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos	142
5.03.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)	144
5.03.05 Depreciaciones	146
5.03.06 Estado de Situación Inicial.....	147
5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)	148
5.04 EVALUACIÓN	151
5.04.01 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o Tasa de descuento.....	151
5.04.02 VAN (Valor Actual Neto).....	152
5.04.02.01 Cálculo del VAN.....	153
5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)	153
5.04.03.01 Comprobación de la TIR.....	154
5.04.04 PRI (Período de Recuperación de la Inversión)	155
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)	155
5.04.06 Punto de equilibrio	156
5.04.07 Análisis de índices financieros.....	163
5.04.07.01 Índice de Solidez	163
5.04.07.02 Índice de Endeudamiento	164
5.04.07.03 Índice de Rentabilidad sobre ventas.....	164
5.04.07.04 ROA (Rendimiento sobre los Activos)	165
5.04.07.05 ROE (Rendimiento sobre el capital.)	166
5.04.07.06 ROI (Retorno de Inversión)	166

CAPÍTULO VI.....	168
6.01 IMPACTO AMBIENTAL	168
6.02 IMPACTO ECONÓMICO	168
6.03 IMPACTO PRODUCTIVO	169
6.04 IMPACTO SOCIAL	169
CAPÍTULO VII	170
7.01 CONCLUSIONES	170
7.02 RECOMENDACIONES	171
Bibliografía	172
Anexos	184

Índice de Tablas

Tabla 1 Producto Interno Bruto	26
Tabla 2 Inflación	28
Tabla 3 Tasa de Interés Activa.....	29
Tabla 4 Riesgo País	31
Tabla 5 Balanza Comercial	32
Tabla 6 Población Económicamente Activa (P.E.A.)	34
Tabla 7 Empleo y Porcentaje Anual.....	36
Tabla 8 Clientes.....	43
Tabla 9 Proveedores	44
Tabla 10 Competidores	45
Tabla 11 Matriz FODA	46
Tabla 12 Diagrama de Gantt	54
Tabla 13 Manual de Funciones del Gerente General	57
Tabla 14 Manual de Funciones de Ventas	58
Tabla 15 Manual de Funciones Operario	59
Tabla 16 Cadena de Valor Microempresa Cather´z	62
Tabla 17 Segmentación de Mercado	79
Tabla 18 Género.....	84
Tabla 19 Edad	85
Tabla 20 Consumo Aparente.....	86
Tabla 21 Frecuencia de Consumo	88
Tabla 22 Diseño	89
Tabla 23 Influencia de Decisión	90
Tabla 24 Preferencia de Marca	92
Tabla 25 Lugares de Compra	93
Tabla 26 Aceptación del Precio	95
Tabla 27 Publicidad.....	96
Tabla 28 Medios de Comunicación	98
Tabla 29 Aceptación del Producto	99
Tabla 30 Demanda Actual.....	102
Tabla 31 Demanda Proyectada.....	103
Tabla 32 Demanda Histórica.....	103
Tabla 33 Oferta Actual.....	104
Tabla 34 Oferta Proyectada.....	105
Tabla 35 Oferta Histórica.....	105
Tabla 36 Balance Actual	106
Tabla 37 Balance Proyectado.....	106
Tabla 38 Capacidad Óptima.....	108
Tabla 39 Macro - Localización	109
Tabla 40 Método Cualitativo por Puntos	112
Tabla 41 Simbología Método SLP	116
Tabla 42 Código de Razones del Método SLP	116

Tabla 43 Simbología ANSI.....	119
Tabla 44 Maquinaria y Herramientas.....	123
Tabla 45 Equipos.....	124
Tabla 46 Proveedores Maquinaria y Equipos	125
Tabla 47 Ingresos Operacionales	127
Tabla 48 Ingresos Operacionales proyectados.....	127
Tabla 49 Materia Prima por unidad	130
Tabla 50 Mano de Obra Directa.....	131
Tabla 51 Costo por minuto de Mano de Obra Directa.....	131
Tabla 52 Costo por producto de Mano de Obra Directa	132
Tabla 53 Costos Indirectos de Fabricación	133
Tabla 54 Costos Indirectos de Fabricación de cada producto.....	133
Tabla 55 Costos de Producción por unidad.....	134
Tabla 56 Porcentaje de Utilidad de cada producto.....	135
Tabla 57 Gastos Administrativos	136
Tabla 58 Gasto de Ventas	137
Tabla 59 Gasto Financiero	138
Tabla 60 Costos Fijos.....	139
Tabla 61 Activos Fijos	140
Tabla 62 Activos Nominales.....	141
Tabla 63 Capital de Trabajo.....	142
Tabla 64 Fuentes de financiamiento y uso de fondos	142
Tabla 65 Inversiones	143
Tabla 66 Tabla de Amortización.....	145
Tabla 67 Tabla de Depreciación	147
Tabla 68 Estado de Situación Inicial.....	148
Tabla 69 Estado de Resultados proyectado	150
Tabla 70 Flujos Netos de Efectivo	152
Tabla 71 Cálculo Punto de Equilibrio - Uniformes Deportivos.....	157
Tabla 72 Cálculo Punto de Equilibrio - Camisetas Deportivas.....	159
Tabla 73 Cálculo Punto de Equilibrio - Calentadores Deportivos.....	161

Índice de Figuras

Figura 1 Producto Interno Bruto	27
Figura 2 Inflación	28
Figura 3 Tasa de Interés Activa	30
Figura 4 Riesgo País	31
Figura 5 Balanza Comercial	33
Figura 6 Población Económicamente Activa	35
Figura 7 Empleo	36
Figura 8 Organigrama Microempresa Cather'z	55
Figura 9 Micro - Localización	66
Figura 10 Logotipo y Slogan Microempresa Cather'z	70
Figura 11 Tarjeta de Presentación	71
Figura 12 Tríptico	72
Figura 13 Flyers	74
Figura 14 Hoja Membretada	75
Figura 15 Calendario	76
Figura 16 Página Social	77
Figura 17 Género	85
Figura 18 Edad	86
Figura 19 Consumo Aparente	87
Figura 20 Frecuencia de Consumo	88
Figura 21 Diseño de Producto	89
Figura 22 Influencia en la decisión de compra	91
Figura 23 Preferencia de Marca	92
Figura 24 Lugar de compra	94
Figura 25 Aceptación del precio	95
Figura 26 Publicidad	97
Figura 27 Medios de Comunicación	98
Figura 28 Aceptación del producto	100
Figura 29 Macro - Localización	110
Figura 30 Micro - Localización	111
Figura 31 Localización óptima	112
Figura 32 Matriz SLP	117
Figura 33 Distribución de planta	118
Figura 34 Proceso Productivo	121
Figura 35 Punto de Equilibrio - Uniformes Deportivos	158
Figura 36 Punto de Equilibrio - Camisetas Deportivas	160
Figura 37 Punto de Equilibrio - Calentadores Deportivos	162

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.01 Justificación

El presente estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa textil denominada Cather'z, que se dedica a la elaboración y comercialización de uniformes deportivos internos con tela resplandeciente, pretende contribuir al desarrollo del Sector Textil, fomentando el deporte a toda la sociedad, sin límite de edad ni de nivel social, incluso sin distinción de género, ni religión. Además que se encuentra la necesidad de elaborar y diseñar uniformes con un estilo moderno, a precios convenientes para todos los deportistas, teniendo preferencia la comodidad y que al momento de lucirlas realcen su personalidad, ya que los diseños serán elegidos por los clientes y así se sentirán satisfechos con la adquisición del producto mediante un servicio oportuno, eficaz y eficiente.

Para competir en el mercado el presente proyecto se enfocará en realizar uniformes deportivos a un cómodo precio, con excelente calidad tanto en el producto como en la atención a los clientes; las prendas se enfocarán para la sección nocturna con implementos necesarios e indispensables para su visualización, la cual es con tela resplandeciente, hay que tomar en cuenta que la atención a los consumidores es

personalizada y que los modelos de los uniformes deportivos serán muy útiles para quien lo obtenga, además de mantener una imagen sofisticada en los eventos o encuentros deportivos con un buen estilo, y considero que este detalle logrará resaltar a la microempresa y la llevará al éxito, por lo tanto se pretende maximizar los beneficios del proyecto.

La microempresa textil Cather'z además aporta a la ciudadanía con el "Objetivo 9 del Plan Nacional del Buen Vivir, la cual se refiere a garantizar el trabajo digno en todas sus formas: El Estado tiene un rol fundamental en impulsar actividades económicas que garanticen a los trabajadores oportunidades de empleabilidad, remuneraciones justas, condiciones saludables de trabajo, estabilidad y seguridad social, así como un horario de trabajo que permita conciliar el trabajo con la vida familiar y personal. De la misma manera, la garantía de un trabajo digno exige crear condiciones que impidan la discriminación en el espacio laboral y que permitan abolir los tipos de trabajo que precarizan la condición laboral y la dignidad humana." (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013, pág. 275), es decir que este objetivo evita la explotación de los empleados manteniendo un trabajo digno, además de todos los beneficios establecidos por la ley, en donde se basa en la oportunidad de empleo, la estabilidad laboral y seguridad social, además de obtener una satisfacción en el trabajo.

Además aporta a la ciudadanía con el "Objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir la cual se refiere a Impulsar la transformación de la matriz productiva: La Constitución establece la construcción de un "sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo" (art. 276)". (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013, pág. 292).

La transformación de la matriz productiva supone una interacción con la frontera científico-técnica, en la que se producen cambios estructurales que direccionan las formas tradicionales del proceso y la estructura productiva actual, hacia nuevas formas de producir que promueven la diversificación productiva en nuevos sectores, con mayor intensidad en conocimientos, bajo consideraciones de asimetrías tecnológicas y con un rápido crecimiento de la demanda interna y externa que promueva el trabajo. (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013, pág. 293)

Lo que se pretende con este objetivo es incentivar a la sociedad a producir, consumir y distribuir lo nuestro, lo nacional, lo ecuatoriano; además de mantener un desarrollo equilibrado en el mercado, es decir incentivar a la ciudadanía a implementar empresa pymes innovadoras y así solventar la economía del país.

1.02 Antecedentes

El término industria textil (del latín *texere*, tejer) se refería en un principio al tejido de telas a partir de fibras, pero en la actualidad abarca una amplia gama de procesos, como el punto, el tufting o anudado de alfombras, el enfurtido, entre otros. Incluye también el hilado a partir de fibras sintéticas o naturales y el acabado y la tinturación de tejidos. (Ivester & Neefus, pág. 89)

La economía en los últimos años especialmente en el sector textil ha tenido una evolución importante en el mercado, ya que los avances tecnológicos en Ecuador han ido evolucionando satisfactoriamente, con ello el disponer al mercado uniformes deportivos internos con tela resplandeciente, considero que es un producto rentable ya que en la actualidad el deporte ha ido evolucionando a nivel global.

La industria textil en el Ecuador inició su desarrollo en la época colonial, en donde la lana de la oveja era usada en los obrajes del cual se fabricaban tejidos.

A inicios del siglo XX, se utilizó el algodón en la década de los años 50. En la actualidad, la industria textil de Ecuador elabora productos provenientes de distintos tipos de fibras, las que tienen más acogida por los consumidores son el algodón, acrílicos, poliéster, nylon, lana y seda.

Con el pasar del tiempo las distintas empresas que ejercen la actividad textil situaron sus instalaciones en distintas ciudades de Ecuador, pero en las provincias que hay mayor acogida de estas industrias son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas.

La industria textil genera fuentes de empleo tanto directa como indirectamente, y tiene un grado alto de acogida a nivel mundial.

La producción de uniformes deportivos tiene factores importantes en la industria textil, ya que la ropa atlética es utilizada por miembros de distintos deportes, como el fútbol, básquet, vóley, tenis, entre otros. La confección de los modelos deportivos son diversos, como por ejemplo en su calidad, el diseño, los colores, tallas y además que se lo realiza con materia prima de alta calidad, durable y puede ser adquirida por todo tipo de personas tanto damas, caballeros y niños.

La industria de la prenda de vestir y en busca de cubrir la necesidad de fibras más económicas y atractivas, se realiza el descubrimiento de fibras artificiales y sintéticas, tomando en cuenta que las fibras artificiales se lo realiza en laboratorios lo cual simulan ser telas naturales, mientras las fibras sintéticas se obtiene por

derivados del petróleo, lo cual es caliente e inflamable, es por ello que para confeccionar uniformes deportivos siempre se unen dichas fibras formando así una tela aplicable para dicho sector, en donde debe contener más fibra natural ya que es más saludable.

Las camisetas de fútbol son fabricadas por distintas mezclas ya que el factor más importante es el poder usar tela durable, en donde al momento del encuentro deportivo no dañe la camiseta, se busca que sea confortable para los jugadores, además que durante el partido la fibra sea capaz de absorber el sudor y poder así evitar que el jugador termine húmedo producto del sudor, inclusive que sea fácil de mantener, limpiar, lavar y secar dicho producto.

El sector textil es el segundo de Ecuador que genera más empleo, con 174 125 puestos de trabajo que representan el 21% de los que produce la industria manufacturera del país, dijo el miércoles 15 de marzo del 2017 el ministro de Industria y Productividad, Santiago León. Las ventas del sector textil fueron de USD 1 313 millones en 2016 y representaron el 5 % del sector manufacturero, señaló el titular de esa cartera, quien agregó que se trata de un área prioritaria para la economía nacional, que supuso el 8 % del producto interno bruto (PIB) industrial entre 2007 y 2015. (El Comercio, 2017, pág. 1)

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

Un análisis situacional es un estudio a profundidad de la organización en el que se logran identificar elementos internos como las fortalezas y las debilidades y elementos externos como los riesgos (amenazas) y las oportunidades.

Un análisis situacional nos permite identificar de forma sencilla, rápida y clara, qué posición ocupa la empresa y cómo es el contexto en el que se ha venido desarrollando.” (Sulser Valdéz & Pedroza Escandón, 2004, pág. 23)

El análisis situacional es el estudio en el cual se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas), es decir que mediante el análisis situacional se pretende evitar problemas futuros y por medio de ello encontrar soluciones oportunas.

2.01 AMBIENTE EXTERNO

Representa todos aquellos elementos y factores que pueden influir de manera directa o indirecta en diversas empresas a los que denominamos entorno inmediato y entorno general.

El entorno inmediato y general, se encuentra estructurado por una serie de variables que actúan sobre una institución, en donde se deben tomar decisiones y medidas oportunas para adaptarse a los frecuentes y rápidos cambios que se presenten.

(Gestiopolis, 2000, pág. 1)

El ambiente externo son todos los factores que afectan a una empresa, que no son medibles ni cuantificables o que no pueden ser controlados y que podrían perjudicar o beneficiar a la empresa, es aquí en donde se procede a detectar las oportunidades o amenazas que pueden afectar a la organización para así poder reducir las consecuencias futuras.

Entre ellos están cierto factores como: el factor económico, factor social, factor legal, factor tecnológico, entre otros.

2.01.01 Factor Económico

Condiciones y tendencias generales de la economía que pueden ser factores en las actividades de la organización.

Los cambios económicos pueden generar oportunidades o amenazas para los administradores; cuando la economía pasa por un buen momento, las empresas aprovechan la creciente demanda de productos o servicios para disponer de recursos que les permitan crecer o expandirse. De lo contrario cuando la economía pasa por una crisis, caso de las recesiones, la demanda disminuye aumentando el desempleo y disminuyendo las utilidades. (Gestiopolis, 2000, pág. 3)

El factor económico pretende incrementar la productividad tanto de bienes y servicios para el consumidor y así poder satisfacer las necesidades colectivas,

además que este factor puede afectar a la empresa y considerarse como una amenaza, debido a la competitividad en el mercado.

2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)

El Producto Interno Bruto (PIB) es el método más común para medir el crecimiento económico de un país. Este valor representa el total de bienes y servicios producidos por un país, en un año determinado. Este número a menudo se usa como un indicador del bienestar económico general y del estándar de vida de un país. (Fors Ecuador, 2017, pág. 1)

Tabla 1 Producto Interno Bruto

Tasa de Variación Trimestral del PIB	
Tiempo	Porcentaje
Enero a Marzo 2015	3,40%
Abril a Junio 2015	0,20%
Julio a Septiembre 2015	-0,80%
Octubre a Diciembre 2015	-2%
Enero a Marzo 2016	-4%
Abril a Junio 2016	-2,10%
Julio a Septiembre 2016	-1,20%
Octubre a Diciembre 2016	1,50%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: (El Telégrafo, 2017)

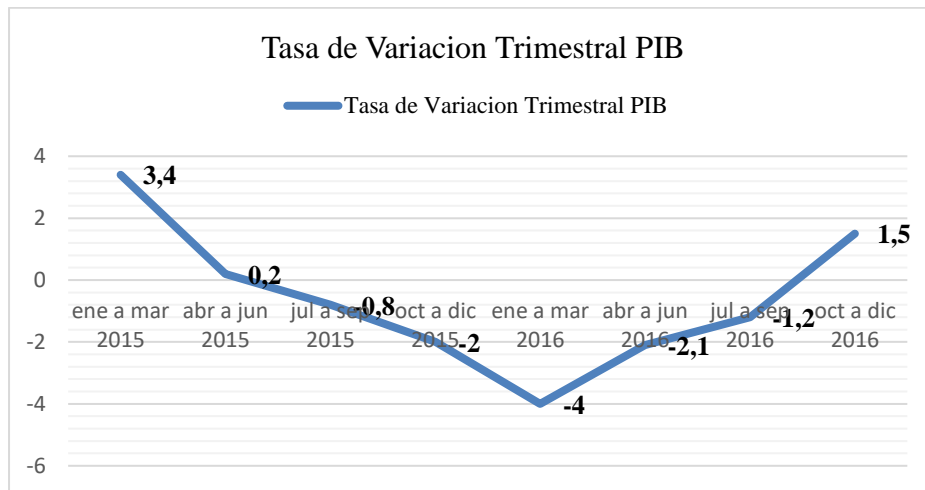


Figura 1 Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: (El Telégrafo, 2017)

El Producto Interno Bruto (P.I.B.) es un indicador macroeconómico que mide el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, dentro de su territorio, en un determinado tiempo, usualmente un año. En Ecuador existe decrecimiento en el P.I.B., pero no es considerable por lo tanto para la microempresa Cather'z será una **oportunidad** ya que más empresas pueden generar utilidad.

2.01.01.02 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Tabla 2 Inflación

FECHA	VALOR
Mayo-31-2017	1.10 %
Abril-30-2017	1.09 %
Marzo-31-2017	0.96 %
Febrero-28-2017	0.96 %
Enero-31-2017	0.90 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Octubre-31-2016	1.31 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

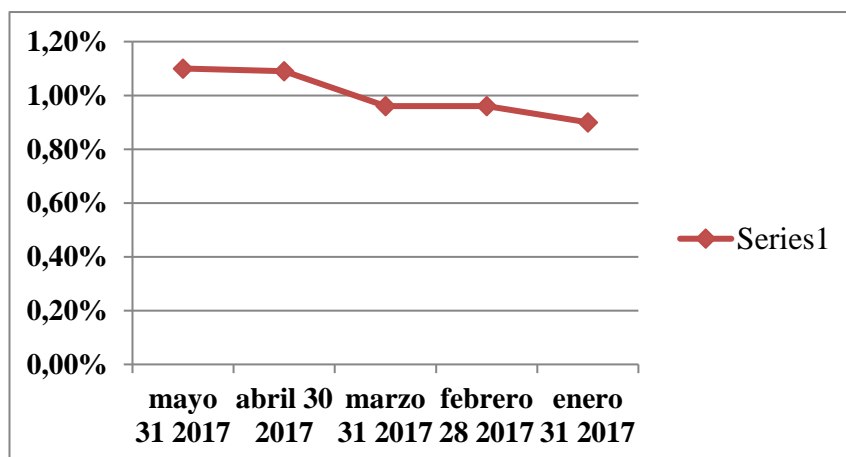


Figura 2 Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Tomando en cuenta que la inflación es considerada como el aumento o disminución de los precios en un período determinado, para la microempresa Cather'z significará una **amenaza** debido a la competitividad y por lo que en los últimos tres años ha disminuido este valor se estima que si sigue en decadencia los precios deberán disminuir para poder ser competitivo en un mercado.

2.01.01.03 Tasa de Interés Activa

Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. (Economía, 2016, pág. 1)

Tabla 3 Tasa de Interés Activa

FECHA	VALOR
Mayo-31-2017	7.37 %
Abril-30-2017	8.13 %
Marzo-31-2017	8.14 %
Febrero-28-2017	8.25 %
Enero-31-2017	8.02 %
Diciembre-31-2016	8.10 %
Noviembre-30-2016	8.38 %
Octubre-31-2016	8.71 %
Septiembre-30-2016	8.78 %
Agosto-31-2016	8.21 %
Julio-31-2016	8.67 %
Junio-30-2016	8.66 %
Mayo-31-2016	8.89 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Banco Central del Ecuador

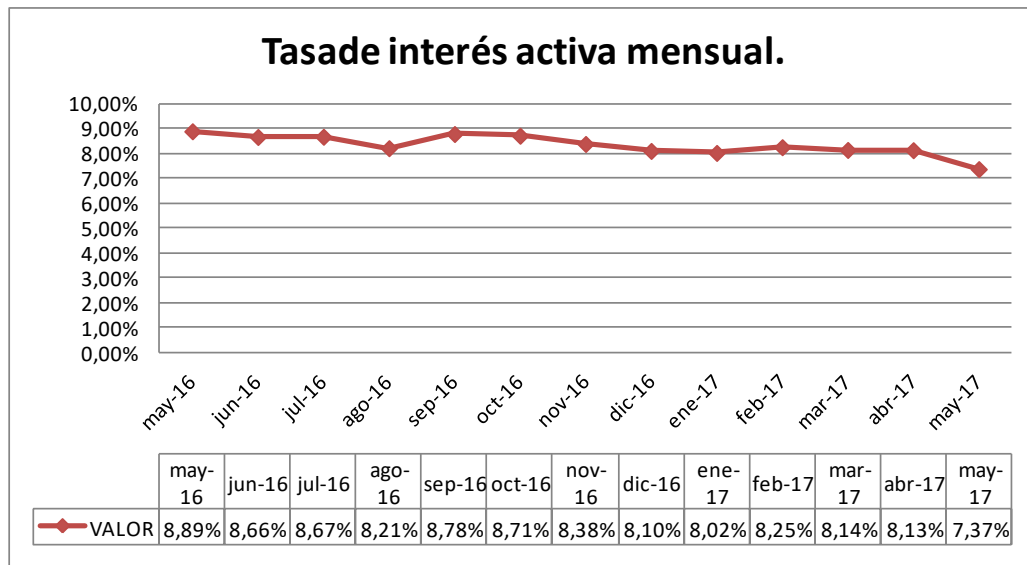


Figura 3 Tasa de Interés Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Banco Central del Ecuador

La tasa de interés activa al analizarlo mes a mes, y al determinar que hay firmeza, para la microempresa Cather'z genera una **oportunidad** ya que hay estabilidad y con ello no se va a tener que pagar más ni se incrementará el interés y existirá un equilibrio.

2.01.01.04 Riesgo País

El riesgo país es un indicador que refleja las posibilidades de un país de cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses. Cuanto más crece el nivel del riesgo país de una nación, mayor es la probabilidad de que ingrese en moratoria de pagos, denominado 'default'. (El

Comercio, 2017, pág. 1)

Tabla 4 Riesgo País

FECHA	VALOR
Mayo-23-2017	663.00
Mayo-22-2017	669.00
Mayo-21-2017	671.00
Mayo-20-2017	671.00
Mayo-19-2017	671.00
Mayo-18-2017	675.00
Mayo-17-2017	671.00
Mayo-16-2017	656.00
Mayo-15-2017	646.00
Mayo-14-2017	663.00
Mayo-13-2017	663.00
Mayo-12-2017	663.00
Mayo-11-2017	657.00
Mayo-10-2017	661.00
Mayo-09-2017	671.00
Mayo-08-2017	665.00
Mayo-07-2017	674.00
Mayo-06-2017	674.00
Mayo-05-2017	674.00
Mayo-04-2017	675.00
Mayo-03-2017	659.00
Mayo-02-2017	663.00
Mayo-01-2017	663.00
Abril-30-2017	667.00
Abril-29-2017	667.00
Abril-28-2017	667.00
Abril-27-2017	689.00
Abril-26-2017	680.00
Abril-25-2017	697.00
Abril-24-2017	722.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Banco Central del Ecuador



Figura 4 Riesgo País

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Banco Central del Ecuador

Para la empresa Cather'z el riesgo país será una **amenaza** debido a que si se sigue incrementando la deuda, aumentarán los impuestos y con ello el alza de los precios y habrá que reducir costos para poder realizar las venta. Lo que se busca es que los inversionistas aporten al país con su capital.

2.01.01.05 Balanza Comercial

La Balanza Comercial es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones. (Proecuador, 2013, pág. 2)

Tabla 5 Balanza Comercial

Balanza Comercial				
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones				
	Ene-Marzo 2016		Ene-Marzo 2017	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB
Exportaciones Totales	7697,1	3627,2	7996,3	4721,1
Petroleras	5292,5	896,2	5336,4	1666,7
No Petroleras	2404,6	2731	2659,9	3054,4
Importaciones Totales	3413,4	3690,5	3827,7	4247,9
Bienes de consumo	174,4	761,3	199	837,6
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos	0,7	28,3	0,9	35,6
Materias primas	1643,1	1364,4	2090,3	1594,9
Bienes de capital	94,4	973,7	96,6	1007,6
Combustibles y Lubricantes	1499,3	552,7	1439,3	757,7
Diversos	1,6	10	1,7	12,3
Ajustes		0		2,17
Balanza Comercial- Total		-63,33		473,23

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

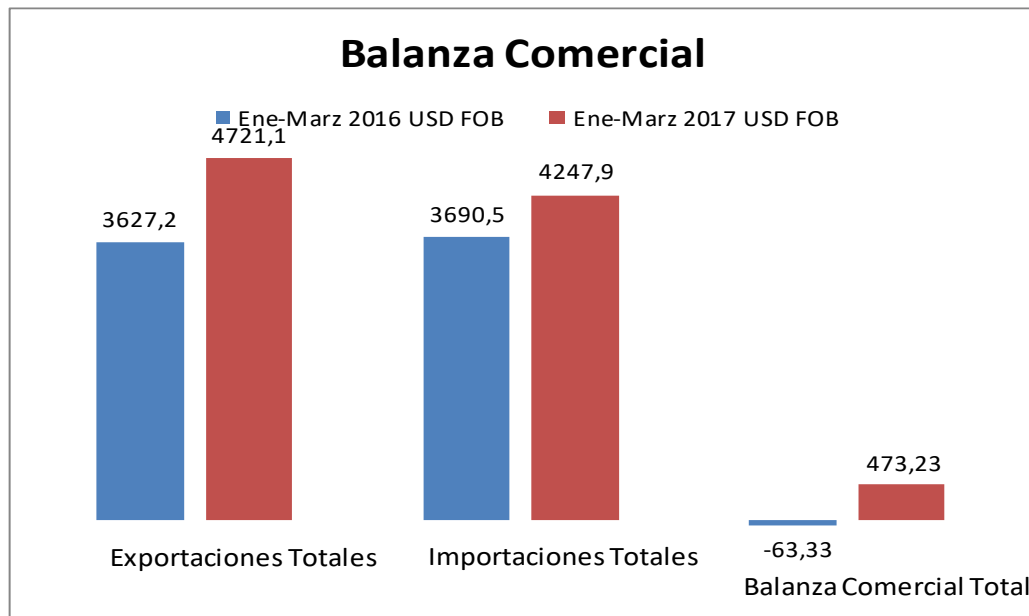


Figura 5 Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

La Balanza Comercial de Ecuador se mantiene estable, en relación a la balanza petrolera mantiene un saldo positivo debido a las exportaciones de petróleo que es la fuente económica principal de Ecuador, con relación a la balanza no petrolera existe un saldo negativo debido a la disminución de la producción en el país, por lo cual para la microempresa Cather'z significará una **oportunidad**, ya que las personas en una parte están optando por consumir productos propios del Ecuador por otro lado también ya que se podría importar maquinaria para ofrecer un producto de calidad a la población.

2.01.02 Factor Social

Estos son los medios de comunicación, las actividades socioculturales y el apoyo a las iniciativas sociales. La comunicación que responde al ambiente social reviste las formas de acción, y tiene por escenario la cultura viva de sus clientelas

reales y potenciales. El entorno social configura y expresa la relación de la empresa con la estructura de sistema social. (Muñoz, 2014, pág. 2)

El factor social hace referencia a sucesos o actividades que afecten a los seres humanos en un conjunto, en donde puede ser por el lugar o por el espacio en donde se encuentren. Lo que se pretende es expresar entre las empresas y el entorno poblacional, además que influyen en las diferentes culturas.

2.01.02.01 Población Económicamente Activa (PEA)

Conjunto formado por el total de los trabajadores ocupados en una economía más los que están buscando empleo. Se mide en relación con el total de la población de un país o en relación a la parte de la población del mismo que está en edad de trabajar. (Ámez, 2003, pág. 198)

Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados). (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016, pág. 7)

Tabla 6 Población Económicamente Activa (P.E.A.)

Período	P.E.A
2012	6.701.014
2013	6.952.986
2014	7.194.521
2015	7.498.528
2016	7.874.021
Marzo del 2017	8.084.382

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

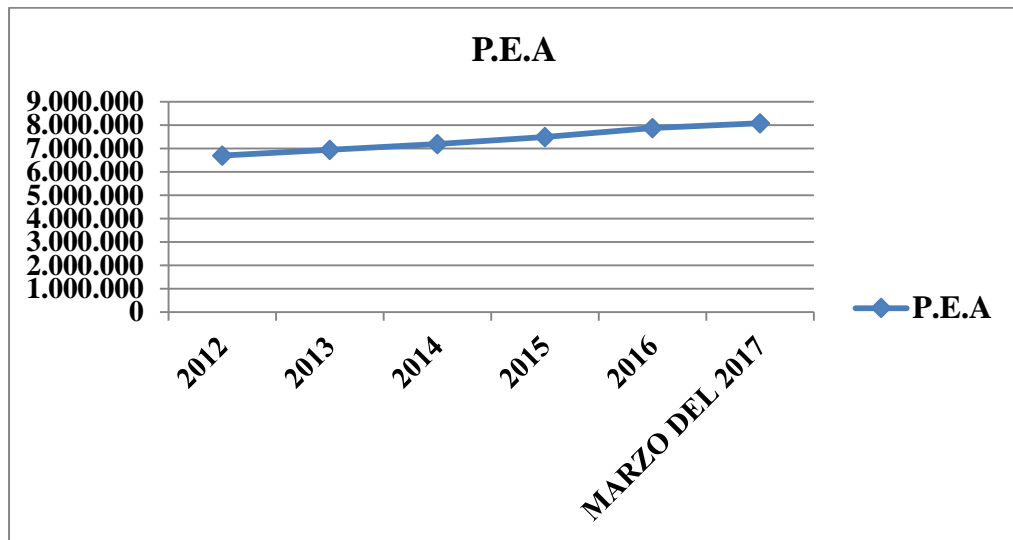


Figura 6 Población Económicamente Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

La Población Económicamente Activa se refiere a la situación de la persona que no tiene empleo y por ende no dispone de una remuneración. Además de la población que dispone de edad, disposición y condiciones, pero no encuentran o carecen de un puesto o cargo laboral. Lo cual para la microempresa "Cather'z" será una **amenaza** ya que mientras más población, existirá más competencia.

2.01.02.02 Empleo

Se denomina empleo a la generación de valor a partir de la actividad generada por una persona. El empleado contribuye con su trabajo y conocimientos en favor del empleador a cambio de una compensación económica. Dado que en ocasiones existen diversos conflictos entre estas dos partes, a lo largo de la historia se han ido generando organizaciones que intentan velar por los intereses del empleado. (Herrera, 2015)

Tabla 7 Empleo y Porcentaje Anual

Años	Empleo	Empleo
2012	6.424.840	95,88%
2013	6.664.241	95,85%
2014	6.921.107	96,20%
2015	7.140.636	95,23%
2016	7.463.579	94,79%
Marzo del 2017	7.728.968	95,60%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

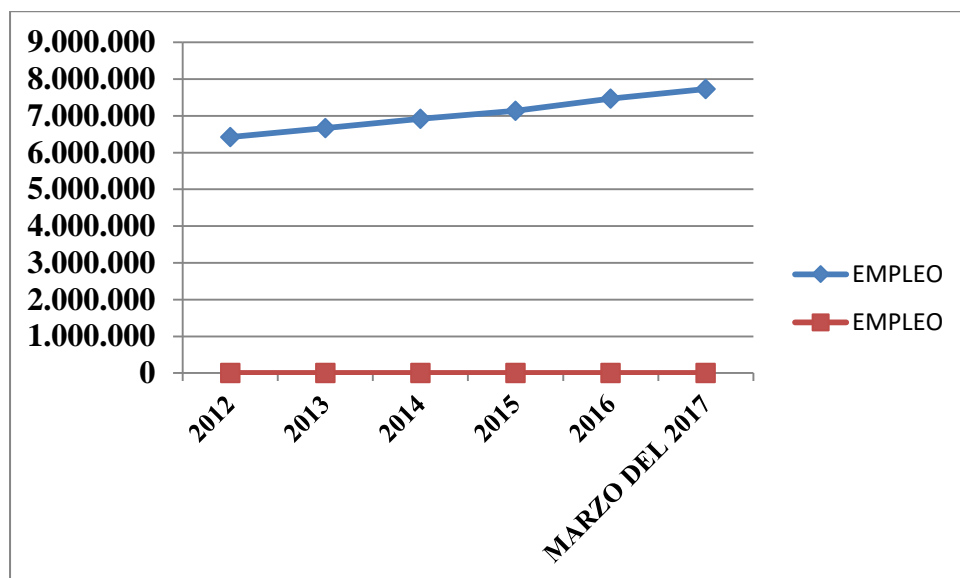


Figura 7 Empleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

El empleo es en donde se genera dinero o un valor monetario que rige a partir de realizar alguna actividad tanto física como mental por una persona, en vista de que la microempresa "Cather'z" generará fuentes de empleo esta tasa de porcentaje será una **oportunidad** debido a que las personas dispondrán de una remuneración y la microempresa obtendrá una utilidad de la misma.

2.01.03 Factor Legal

En los negocios internacionales interviene diferentes factores a la hora de entrar en negociaciones con los demás países. Entré ellos se encuentran los factores legales, los cuales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tiene que pasar para entrar en operaciones en ese país. (Hernández, 2008, pág. 1)

Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga. (Hernández, 2008, pág. 1)

Los factores legales son políticas o leyes que rige un país al área de las empresas en la que depende mucho del poder del gobierno que se encuentra actualmente, para implementar una nueva empresa en funcionamiento hay que ser precavidos, realizando un estudio y analizando ventajas y desventajas para poder implementarla y ser transparente ante las leyes del gobierno.

2.01.03.01 Ruc (Registro Único de Contribuyentes)

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas física o jurídica, para fines tributarios. El RUC es el instrumento que permite que el Servicio de Rentas Internas (SRI) realice el control tributario. (Páez, 2014, pág. 1)

El número de RUC, que es individual e irrepetible, está compuesto por trece dígitos y varía según el tipo de contribuyente. Para las personas naturales, el número de RUC es igual a su número de cédula, seguido de la secuencia 001. Para las personas jurídicas, es un número aleatorio dependiendo de la provincia en la cual se encuentren constituidas. El RUC no solo es una secuencia específica de números, sino que incluye además información personal del contribuyente como por ejemplo: domicilio tributario, teléfonos, correo electrónico, descripción de las actividades económicas que realiza, tipo de contribuyente y las obligaciones tributarias que debe cumplir según el tipo asignado. (Páez, 2014, pág. 1)

El Registro Único de Contribuyente es un documento importante para la implementación de una nueva empresa de bienes o a la prestación de un servicio en la que es sumamente importante para los procesos futuros y permisos de algunas establecimientos para el funcionamiento de la empresa, tomando en cuenta que es un documento indispensable para el manejo de trámites y para conceptos financieros ya que el RUC es un documento de identidad en la que consta una serie de números en donde contiene datos personales y de la empresa.

Los requisitos van a variar según tu estatus jurídico:

Para Personas Naturales:

- Original y copia de la cédula de identidad;
- Certificado de votación del último proceso electoral;
- Copia de un documento que certifique la dirección del domicilio: Planilla de servicio básico, Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o

del año inmediatamente anterior, Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción; y

- Patente Municipal.

Para Personas Jurídicas:

- Formulario 01A y 01B (Descarga los formularios directamente en la página del SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/518>);
- Escrituras del Nombramiento del Representante Legal de la empresa;
- Presentar el original y una copia de la cédula del Representante Legal;
- Presentar el certificado de votación del Representante Legal; y
- Entregar una copia de algún servicio básico que certifique la dirección del domicilio a nombre del Representante Legal.

2.01.03.02 La LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas)

La LUAE (Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas) es un documento habilitante emitido por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

La licencia que autoriza a su titular ejercer cualquier tipo de actividad económica se la debe sacar en la Administración Zonal correspondiente a la jurisdicción donde se va a desarrollar la actividad. (Andrade, 2016, pág. 2)

La LUAE integra las diferentes autorizaciones administrativas del Municipio de Quito que son el: Uso y Ocupación de Suelo (ICUS), Sanidad, Prevención de Incendios, Identificación de la Actividad Económica (Rótulo), Ambiental, Turismo, y por convenio de cooperación Ministerio del Interior (Intendencia de Policía).
(Andrade, 2016, pág. 2)

La Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas es uno de los documentos primordiales para poder establecer una empresa que desea iniciar con una actividad económica, en donde se dará en cuenta la zona en donde se establecerá y donde realizará sus actividades.

Requisitos del trámite para la licencia metropolitana única para el ejercicio de actividades económicas en el DMQ (LUAE)

- Formulario de Solicitud LUAE
- Formulario de Reglas Técnicas de Arquitectura Urbanística
- Copia de RUC
- Copia de cedula del representante legal
- Copia de papeleta de votación vigente del representante legal
- Copia del nombramiento del representante legal
- Autorización del dueño si el local es arrendado
- Fotografía del rotulo con la fachada. Si el rotulo no está colocado un esquema gráfico con las dimensiones
- Si el predio es de la Zona la Mariscal diríjase exclusivamente al Balcón

Administración de la Zona (Alcaldía de Quito, 2016, pág. 1)

2.01.03.03 Permiso de Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

2.01.04 Factor Tecnológico

La aparición de innovaciones técnicas en el mercado, tanto de producto como de procesos, van a permitir a las compañías ser más o menos eficientes, de modo que los factores tecnológicos de una empresa se convierten en un gran diferenciador corporativo a la hora de enfrentarse a la competencia. Tendrá mayores posibilidades de éxito una empresa que haya integrado un nuevo software que le permite agilizar el servicio de distribución (reduciendo costes y mejorando la satisfacción del cliente) que otra cuya tecnología se haya quedado obsoleta. (Escuela Europea de

Management, 2016, pág. 1)

En el factor Tecnológico se enfoca a la innovación de nuevos productos o a lo que más se centraliza es a la manera de mejorar la calidad y la productividad de nuestros artículos que deseamos poner en venta, teniendo en cuenta que la mejora adecuada de ciertas áreas pueden ser una ventaja o desventaja en donde debemos tomar una decisión acertada para aprovechar este factor en nuestra empresa.

2.01.04.01 Internet

Internet es una red integrada por miles de redes y computadoras interconectadas en todo el mundo mediante cables y señales de telecomunicaciones, que utiliza una tecnología común para la transferencia de datos. (Zamora, 2014, pág. 4)

El Internet es uno de los medios más importantes en los últimos años y es indispensable para la actividad personal y empresarial del ser humano en donde podremos aprovechar su funcionamiento que es la distribución de información a páginas web y a redes sociales, lo cual para la microempresa "Cather'z" generará una **oportunidad** ya que este será un medio para su comercialización, tomando en cuenta que el internet es auge en la actualidad.

2.02 ENTORNO LOCAL

El entorno local son todos los factores que están relacionados estrictamente con la empresa y que además influirán en las operaciones cotidianas para obtener ciertos resultados deseados o esperados.

2.01.01 Clientes

El cliente es la persona que adquiere un bien o servicio para su propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean producto en las empresas.

(Bastos, 2006, pág. 2)

El cliente es esencial para que la microempresa Cather`z pueda obtener rentabilidad porque si no existieran, no hay motivos para ejercer una actividad económica.

Tabla 8 Clientes

Cliente	Promedio Edades	Descripción
Deportistas	18 - adelante	Personas que ejercen cualquier deporte
Comerciantes del Sector Público en General	18 - adelante	Pueden adquirir el producto al por mayor o menor
Ligas barriales	Toda edad	No necesariamente debe ser deportista
	Toda edad	Realizan actividades deportivas usualmente por un año

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacuan Jessica

El cliente es la parte esencial para la iniciativa de la implementación de una empresa ya que se busca la satisfacción de necesidades y así generar un producto necesario, en la cual tendrá su costo de acuerdo a su proceso de elaboración y comercialización para generar utilidades, es por ello que para la microempresa "Cather`z" es una **oportunidad**, ya que se necesita de consumidores para la superación de la misma.

2.01.02 Proveedores

Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que le hacen compras a las empresas de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado. (Benavides, 2014, pág. 1)

Tabla 9 Proveedores

Proveedor	Dirección	Teléfonos
Almacén Lesly	Av. La Prensa N57-66 y Pedro Vicente	2595404
Totoy Pancho Julio Norberto	Av. Montúfar N8-67 y Esmeraldas	2285290
Servi Bordados Fenix	Av. Esmeraldas Oe 1-09 y Montúfar, 3er. Piso	2954994
Jorclao's	Av. Chile Oe 6-253 e Imbabura	2284610

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Los proveedores son una parte importante de una empresa para la distribución de nuestra materia prima o accesorios que se necesite para la elaboración del producto en la cual es esencial escoger correctamente al proveedor para obtener una calidad excelente y precios cómodos para una buena productividad. Al depender de los proveedores para la elaboración del producto, para la microempresa Cather'z será una **oportunidad**.

2.01.03 Competidores

Hay que saber al sector que nos enfocamos esto es recomendable porque así sabremos quienes son verdaderos competidores con esto podemos optar por medidas necesarias para adquirir clientes de manera potencial y de esta manera tener éxito en nuestra actividad, las empresas competidoras son aquellas que venden en el mercado el mismo producto que nosotros, esto conlleva a que se nos reparta el mercado por que las ventas del uno son pérdidas para las otras. (Benavides, 2014, pág. 1)

Tabla 10 Competidores

Empresa	Dirección	Contacto
Tejidos Tatiana	Av. Gabriel Gutiérrez	2 258 125
Confecciones Textil	Av. Juan Molineros y Camilo Echanique	2 518 657
Confecciones Express	Av. Mariano Burbano y Francisco de la torre	2 824 557

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Para la microempresa "Cather'z" los competidores significará una **amenaza** ya que están ubicadas en el mismo mercado, en la cual tiene la misma ideología de vender uno o varios productos similares en donde se debe buscar la forma de mantener a la clientela satisfecha y fiel ante la competencia, implementando estrategias óptimas para el consumidor.

2.03 MATRIZ FODA

Estas siglas provienen del acrónimo en inglés SWOT (strenghts, weaknesses, opportunities, threats); en español, aluden a fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. (Ponce Talacón, 2007, pág. 114)

Matriz FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que, en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y que permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. (Ponce Talacón, 2007, pág. 114)

La Matriz FODA es una herramienta importante para estudiar el ambiente tanto interno como externo de una empresa, en donde consta de cuatro factores que son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Gracias a esta técnica la microempresa "Cather'z" puede ejecutar nuevas ideas además de obtener una toma de decisiones firme y exitosa para el crecimiento y desarrollo de la microempresa.

Tabla 11 Matriz FODA

Variables	Oportunidades	Amenazas
Producto Interno Bruto (PIB)	X	
Inflación		X
Tasa de Interés	X	
Riesgo País		X
Balanza Comercial	X	
Población Económicamente Activa (PEA)		X
Empleo	X	
Factor Legal	X	
Permiso de Bomberos	X	
Internet	X	
Clientes	X	
Proveedores	X	
Competidores		X

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacúan Jessica

2.04. PROPUESTA ESTRATÉGICA

Es un proceso que ayuda a identificar las oportunidades para mejorar el desarrollo de las funciones de una entidad basada en su organización.

2.04.01 Misión

La misión de una empresa es el fundamento de prioridades, estrategias, planes y tareas; es el punto de partida para el diseño de trabajos de gerencia y, sobre todo,

para el diseño de estructuras de dirección. Nada podría parecer más sencillo o evidente que saber cuáles el negocio de una empresa. (Fred, 2003, pág. 59)

La misión de una empresa es la parte fundamental de la misma, ya que pretende expresar el ser de la organización, es decir dar a conocer el servicio que brinda, demostrando la calidad e importancia del producto para satisfacer las necesidades del consumidor.

Misión de la Microempresa Cather'z

La microempresa Cather'z se dedica a la elaboración y comercialización de uniformes deportivos internos con tela resplandeciente, que a través de las buenas prácticas de manufactura brinda el servicio a la ciudadanía deportista, mediante el valor del compromiso y la innovación permanente en los productos ofertados.

2.04.02 Visión

La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad. (Fleitman, 2000, pág. 2)

La visión de una empresa busca exponer de forma clara hacia dónde quiere dirigirse a largo plazo, tomando en cuenta variables como: la tecnología, condiciones de mercado, entre otros. Es por ello que para la Microempresa Cather'z, su dirección a largo plazo es el de ampliar el negocio hacia otros lugares de la ciudad de Quito.

Visión de la Microempresa Cather'z

Ser una microempresa líder a nivel nacional en la confección de uniformes deportivos, brindando calidad, innovación y personalización en las prendas, además de ampliar nuestra microempresa hacia otros lugares de la ciudad de Quito, mejorando cada vez en la elaboración del producto e implementando estrategias de marketing que capte más clientes.

2.04.03 Objetivos

Un objetivo es el fin último que se dirige una acción y operación. Es el resultado o sumatoria de una serie de metas y procesos. Se dice que la persona después de haber identificado un objetivo cuyo logro considere importante es capaz de describir los resultados específicos que, si se consiguen, le hará asumir que el objetivo también se ha conseguido. (Venemedia, 2004, pág. 1)

Se denomina el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr. Es lo que impulsa al individuo a tomar decisiones o a perseguir sus aspiraciones. Es sinónimo de destino, fin, meta. (Venemedia, 2004, pág. 1)

Objetivo es una acción, la cual menciona los resultados obtenidos para poder llegar a cumplir una meta o cumplir con las expectativas que pretende la empresa, es decir que demuestra la finalidad de hacia dónde se dirigirá los recursos y esfuerzos para poder cumplirse con la misión.

2.04.03.01 Objetivo General

- Elaborar y comercializar uniformes deportivos con tela resplandeciente, que sea de consumo novedoso y apto para la ciudadanía, mediante la utilización de recursos financieros y tecnológicos, además de la aplicación de procesos de producción donde se controle la calidad del producto para la obtención de una buena rentabilidad en la microempresa.

2.04.03.02 Objetivos Específicos

- Brindar un servicio de calidad a los consumidores mediante controles técnicos a las maquinarias de producción.
- Contar con personal eficiente e innovador para lograr una mayor participación en el mercado.
- Implementar nuevas técnicas de manufactura en el proceso de la producción, para ofrecer al consumidor un producto personalizado e innovador sin ninguna alteración en sus características.
- Evaluar qué tan viable es nuestra empresa mediante un análisis financiero, realizando proyecciones de hasta 5 años.

2.04.04 Principios y/o Valores

2.04.04.01 Principios

Los principios son aquellas normas o reglas que sirven para orientar el comportamiento de un ser humano. Es decir, los principios consisten en normas generales, universalmente extendidas a cualquier comunidad, cultura, como ser: no

caer en la mentira, respetar y amar al prójimo, respetar la vida, no ejercer violencia con nada ni nadie, darle una mano a quienes más lo necesitan sin esperar recibir nada a cambio, entre otros. (Ucha, 2013, pág. 1)

Los Principios es el conjunto de reglas o normas establecidas y reconocidas por el mundo en donde la persona lo aplica en su vida cotidiana y laboral para resaltar su educación y respeto, en la donde su objetivo será el cumplimiento de sus funciones para llegar a la satisfacción de la empresa.

2.04.04.01.01 Innovación

Diseñar modelos personalizados, el cual serán puestos a disposición del consumidor para satisfacer su creatividad, añadiendo tela resplandeciente para mejorar su visualización.

2.04.04.01.02 Mejoramiento Continuo

Realizar mejoras frecuentes en las instalaciones y operaciones de la microempresa, para poder brindar un excelente servicio y entregar un producto de buena calidad.

2.04.04.01.03 Iniciativa

Promover nuevas estrategias comerciales y empresariales para aumentar la rentabilidad y reconocimiento de la microempresa.

2.04.04.01.04 Espíritu de servicio

Para la microempresa Cather'z el brindar un servicio de una manera eficiente y oportuna es una prioridad ya que el cliente es fundamental para el surgimiento de la organización.

2.04.04.01.05 Negocios

Es una oportunidad, en donde la microempresa puede entablar relaciones comerciales o mantener alianzas entre organizaciones vinculadas al mismo mercado.

2.04.04.02 Valores

Otros términos que están estrechamente ligados a los valores son las actitudes y conductas, que es la manera en que se actúa en un momento determinado, de acuerdo a lo que creemos, sentimos y valoramos. Los valores son valiosos por lo que son, es decir por lo que pueden llegar a significar o representar en una sociedad dada, y no por lo que se opine de ellos. (Venemedia, 2014, pág. 1)

Los valores son conjuntos de principios en donde la persona aprende a tomar actitudes positivas para la demostración de una conducta adecuada y toma de decisiones firmes ante la sociedad para así ser un gran referente ante un trabajo bien elaborado.

2.04.04.02.01 Compromiso

En la microempresa día a día se busca ideas nuevas en el cual los integrantes de la misma están comprometidos a realizar su trabajo al 100%.

2.04.04.02.02 Responsabilidad

La microempresa se compromete a entregar productos de calidad, además de cumplir con los tiempos acordados para la satisfacción de los clientes.

2.04.04.02.03 Transparencia

La información que se entrega a los clientes debe ser veraz, clara y fácil de entendimiento, siendo francos en la calidad de la materia prima, para que el consumidor reconozca el trabajo realizado.

2.04.04.02.04 Integridad

La microempresa buscará mantener una perspectiva positiva bajo el criterio del cliente, mediante la eficiencia y eficacia del producto terminado.

2.04.04.02.05 Lealtad

La interacción con el cliente debe ser verdadera, en donde no se presente fraude ni mentiras, ya que se busca la satisfacción y el crecimiento de la empresa.

2.05 GESTIÓN ADMINISTRATIVA

La Gestión administrativa es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñada tarea para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos. (Calix, 2011, pág. 1)

La Gestión Administrativa es un área sumamente importante en la implementación de la microempresa, en la que gracias a sus principios de planear,

organizar, ejecutar y controlar se puede tener un orden adecuado para el cumplimiento de las metas u objetivos que se propone para el crecimiento de la microempresa.

2.05.01 Planificación

Planificación es un proceso coherente y científico en el que se aplica un conjunto de técnicas, métodos y conocimientos para alcanzar objetivos preestablecidos en planes de corto, mediano o largo plazo. (Lépiz Jimenez, 2003, pág. 153)

La planificación es el inicio de un conjunto de procedimientos que se va a realizar dentro de la microempresa Cather'z, en donde se encuentran basados por métodos o conocimientos para alcanzar los propósitos en corto, mediano y largo plazo y así tener una buena toma de decisiones que sea progresiva para la microempresa.

2.05.01.01 Diagrama de Gantt

Es una herramienta que se emplea para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado de tiempo. Gracias a una fácil y cómoda visualización de las acciones a realizar, permite realizar el seguimiento y control del progreso de cada una de las etapas de un proyecto. Reproduce gráficamente las tareas, su duración y secuencia, además del calendario general del proyecto y la fecha de finalización prevista. (Handl, 2014, pág. 3)

El diagrama de Gantt es una herramienta que tiene como objetivo, la planificación coordinada de las diferentes actividades dentro de una organización, en un determinando tiempo y con un control adecuado del mismo.

Tabla 12 Diagrama de Gantt

Actividades	Cronograma de Actividades																							
	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Idea de Negocio																								
2 Análisis Situacional																								
Investigación de																								
3 Mercado																								
4 Estudio de Mercado																								
5 Estudio Técnico																								
6 Estudio Financiero																								
7 Análisis de Impacto																								

Fuente: Gestión Administrativa

Elaborado por: Pilacúan Jessica

2.05.02 Organización

Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos.

Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas

relacionados que cumplen funciones específicas. (Pérez Porto & Merino, 2008, pág.

1)

La organización trata de un mejor manejo dentro de la empresa de los recursos en la cual tendrá un entendimiento esencial para la fácil función de las áreas de trabajo y poder tener una conducta eficiente y sobresaliente ante los procesos.

2.05.02.01 Organigrama

“Indica gráficamente la estructura organizativa de una empresa u organización. El mismo refleja fielmente la estructura organizativa y la división jerárquica que ostenta una empresa, ya que además de ser una herramienta muy útil para mostrarle al "afuera" cómo es su disposición y funciones principales, servirá internamente para que los empleados de la empresa u organización conozcan sus características

generales, asimismo como el lugar y función que ocuparán en la misma". (Navarro J., 2008, pág. 1)

El organigrama es una estructura gráfica la cual representa las áreas que forman parte de la empresa u organización, para conocer las funciones que se desempeñan para realizar un producto o servicio.

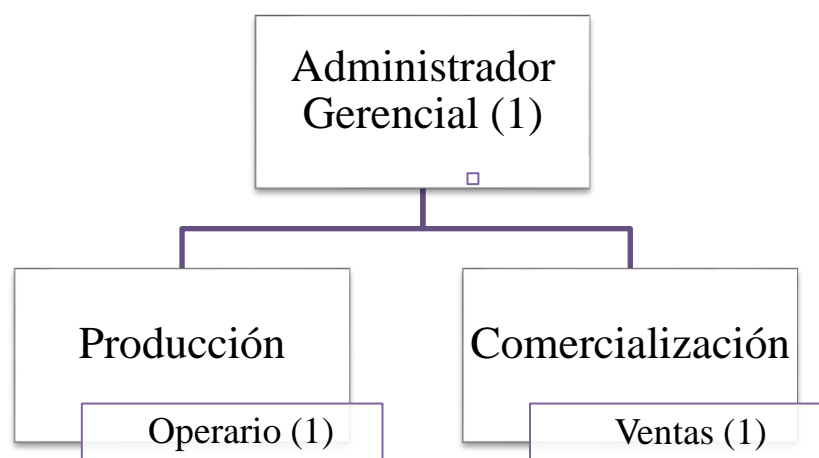


Figura 8 Organigrama Microempresa Cather'z

Fuente: Gestión Administrativa
Elaborado por: Pilacúan Jessica

2.05.02.02 Manual de Funciones

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa. (Gonzalez, 2012, pág. 1)

El manual de funciones es una herramienta que sirve de ayuda para que los empleados puedan cumplir con las actividades que requiere la empresa, en el cual consta de la información demográfica, el perfil de cargo, competencias requeridas, además de las funciones del cargo.

Microempresa "Cather'z"

Tabla 13 Manual de Funciones del Gerente General

Información Demográfica

Cargo: Gerente General

Codificación: 001

Perfil de Cargo

- Instrucción Superior
- Ser mayor de edad
- Género Indistinto

Competencias Requeridas

- Labores de programación
- Proceso de Organización, supervisión y control de los objetivos
- Pensamiento Crítico para una toma de decisiones oportunas
- Autocontrol para evitar reacciones de manera negativa por inconvenientes
- Liderazgo ya que con ello se lleva al éxito a una empresa o institución

Funciones del Cargo

- Experiencia mínima de un año en cargos similares.
- Capacidad analítica, liderazgo y razonamiento lógico.
- Responsabilidad en el manejo de personal a su cargo.
- Habilidad para coordinar acciones con su equipo de trabajo.
- Mantenerse informado sobre las novedades en el ambiente de la competencia y en las transacciones comerciales con el mercado.
- Preparar publicidad enfocada al giro del negocio además de mostrar el resultado obtenido.
- Planificar los objetivos generales y específicos en corto y largo plazo.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de la misma.

Fuente: Gestión Administrativa
Elaborado por: Pilacúan Jessica

Tabla 14 Manual de Funciones de Ventas

Información Demográfica

Cargo: Ventas

Codificación: 002

Perfil de Cargo

- Instrucción Bachiller
 - Tener buen estado físico y liderazgo de emprendimiento
 - Tener buena vista y visualización correcta de colores.
-

Competencias Requeridas

- Manejo de programas de Office
 - Manejo de máquinas industriales
 - Conocimientos actualizados de contabilidad y tributación
 - Haber recibido capacitaciones de marketing
 - Carisma y empatía
-

Funciones del Cargo

- Experiencia mínima de seis en cargos similares.
 - Capacidad analítica, liderazgo y razonamiento lógico.
 - Informes periódicos acerca de los clientes y proveedores de la empresa.
 - Habilidad para coordinar acciones con su equipo de trabajo.
 - Hacer que se cumpla a cabalidad con el tiempo de entrega del producto.
 - Mantener archivado cada documento de la empresa.
 - Reportar al Gerente General cualquier problema o necesidad de manera oportuna e inmediata.
 - Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de la misma.
-

Fuente: Gestión Administrativa
Elaborado por: Pilacúan Jessica

Tabla 15 Manual de Funciones Operario

Información Demográfica

Cargo: Operario

Codificación: 003

Perfil de Cargo

- Instrucción Bachiller en confección
 - Tener buen estado físico, ya que los operarios suelen estar mayor tiempo sentados.
 - Tener buena vista y visualización correcta de colores.
 - Ser mayor de edad
 - Género Indistinto
-

Competencias Requeridas

- Manejo de programas avanzados de computación.
 - Manejo completo del área de producción.
 - Sentirse a gusto con el manejo de máquinas industriales.
 - Supervisar y controlar la maquinaria.
 - Capacidad de llevar un empleo rutinario.
 - Seguridad de trabajar bajo instrucciones.
-

Funciones del Cargo

- Experiencia mínima de seis meses en cargos similares.
 - Capacidad analítica, liderazgo y razonamiento lógico.
 - Seleccionar, ordenar y limpiar materias primas.
 - Habilidad para máquinas industriales.
 - Hacer que se cumpla a cabalidad con el tiempo de entrega del producto.
 - Reportar al Gerente General cualquier problema o necesidad de manera oportuna e inmediata.
 - Realizar siempre el control de calidad del producto.
 - Mantener un inventario de la materia prima y de las herramientas necesarias.
 - Verificar la producción del producto.
-

Fuente: Gestión Administrativa
Elaborado por: Pilacuan Jessica

2.05.03 Dirección

La dirección es aquel elemento de la administración en la que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por media de la autoridad de la administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente, ya, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las ordenes emitidas. (Reyes Ponce, 2005, pág. 305)

En la dirección se enfocará al control de las funciones que se otorgaron a cada uno de los empleados, al cumplimiento de sus actividades para dar el visto bueno al labor realizado, en las que deben ser eficientes y eficaces para seguir con el proyecto y no tener dificultades a tiempos futuros y poder concluir en un límite oportuno de tiempo.

2.05.04 Control

En cuanto que el control empresarial pretende actuar sobre la conducta de las personas, tan importante como las especificaciones de diseño del sistema a aplicar es la utilización que se haga del mismo, lo importante no es disponer de un modelo perfecto, sino de uno capaz de influir satisfactoriamente sobre la actuación de los distintos rangos de responsabilidad, pues el control actúa sobre las personas. (Veiga, 2013, pág. 22)

El control dentro de la microempresa Cather´z, se trata de la verificación de las funciones y actividades dadas, en la cual se analizará si se ha realizado lo acordado dentro del proyecto y así poder saber si existen desventajas o ventajas al realizar los

procedimientos, donde se realiza en un tiempo adecuado para la respectiva inspección laboral.

2.06 GESTIÓN OPERATIVA

La gestión operativa puede definirse como un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir los propósitos de sus políticas y sus diferentes objetivos operativos. (Peña, 2015, pág. 1)

La gestión operativa se trata de una administración para mejorar la parte interna de la empresa, tanto como en sus áreas como en las funciones de cada uno, para así poder llegar con los propósitos asignados por la microempresa con ciertas tareas o procesos para poder realizarlas e implementarlas en el proyecto.

2.06.01 Flujo o Cadena de Valor

La cadena de valor es una herramienta estratégica usada para analizar las actividades de una empresa y así identificar sus fuentes de ventaja competitiva. A partir de una breve revisión bibliográfica se ampliará el concepto y su utilidad. El margen es el valor que los productos y servicios de la compañía tienen desde el punto de vista de los clientes, menos los costos. (Porter, 1991, pág. 45)

Esta herramienta de flujo o cadena de valor es importante para asignar recursos de una manera eficaz, esto hace que un producto se posicione estratégicamente en un mercado.

Tabla 16 Cadena de Valor Microempresa Cather'z

Infraestructura de la Empresa	Financiación, planificación	Inversión			
Desarrollo de Tecnología	Diseño de productos	Nueva maquinaria	Investigación de Mercado		
Compras o adquisiciones	Compra de Materia Prima	Herramientas	Servicios básicos		Mantenimiento
Logística Interna	Operaciones	Logística Externa	Marketing y Ventas	Servicios Postventas	
Almacenamiento de la materia prima.	Recepción de Materia Prima	Recepción de orden de trabajo.	Redes sociales	Resolución de quejas.	M
Control de Inventarios.	Almacenamiento	Almacenamiento de productos terminados.	Boletines.	Atención al cliente	A
Ingreso de datos de clientes.	Trazado y Corte de tela	Facturación.	Exposiciones del producto.	Reparación	R
	Confección y control de calidad	Distribución del producto.	Nuevas propuestas.	Cambios o devoluciones.	G
	Empacado del producto		Fuerza de ventas.		E
	Almacenamiento del Producto				N
	Terminado				
	Venta y exhibición de prendas				

Fuente: Gestión Operativa

Elaborado por: Pilacúan Jessica

2.07 GESTIÓN COMERCIAL

La finalidad del proceso de planificación comercial estratégica es el desarrollo de un plan de marketing para alcanzar los objetivos a largo plazo. Este plan debe definir un curso de acción para las condiciones empresariales y de mercado esperadas, y debe

tener en cuenta la relación con todas las áreas relevantes de la organización. (Arca, 2005, pág. 15)

En la parte de la gestión comercial trata de distribuir la idea del producto a la parte externa de la empresa, ayudando a ganar espacio en el mercado y acogimiento de los clientes, gracias a los principios de mejoramiento de calidad y a la aceptación del consumidor para cumplir con lo estipulado.

2.07.01 Marketing Mix (las 4 P)

Las cuatro P reflejan la perspectiva que tiene el vendedor sobre las herramientas de marketing disponibles para influir sobre los compradores. Desde el punto de vista del comprador, cada herramienta de marketing está diseñada para ofrecer beneficios.” (Philip Kotler, 2006, pág. 35)

En las 4 P (Producto, Precio, Plaza y Promoción), esta herramienta de marketing es importante ya que se busca la acogida por parte de los consumidores, es decir que la microempresa Cather´z por medio de estos factores desarrollará alternativas óptimas para poder llegar a la satisfacción del comprador, además que la microempresa invertirá en recursos necesarios de una manera eficiente y eficaz, y con ello conseguir objetivos comerciales.

2.07.01.01 Producto

Es la unión característica que constituyen un elemento dispuesto a ser reconocido. El mercado globalizado exige que se deban determinar los productos con base en las necesidades requeridas del cliente. (Acuña, 2013, pág. 2)

Con el producto lo que se pretende es llegar al consumidor, ya que el mismo consume por necesidad evaluando la calidad, el peso, empaque, durabilidad entre otros. Además que hay que tomar en cuenta que en la microempresa como recién está iniciando no tendrá clientes sino consumidores.

2.07.01.01.01 Descripción del producto

Los productos que se ofrecerá son uniformes deportivos internos (camiseta, pantaloneta y medias), camisetas deportivas y calentadores deportivos (pantalón y chompa) los cuales se implementarán con tela resplandeciente, éstos serán ofertados a damas, caballeros y niños, los productos tendrán una excelente calidad, diseño personalizado además de una atención eficiente hacia los consumidores.

2.07.01.02 Precio

Atribuye el poder adquisitivo al dinero pagado por cualquier grado de calidad que una empresa elija para producir. (Acuña, 2013, pág. 1)

Con el precio se procura medir la rentabilidad u obtener un margen de utilidad del producto, es por ello que se debe tomar en cuenta los materiales que se necesitarán

para su elaboración, además de fijarse en la mano de obra en el proceso de producción.

El precio del producto será similar a los de los competidores, existiendo una competencia leal.

2.07.01.03 Plaza

Se le denominan a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene los productos, los cuales pueden ser: el directo, comprador mayorista y tiendas de retail, entre otras maneras de distribución. (Acuña, 2013, pág. 3)

En la plaza se determina el lugar en donde tendrá mayor acogida el producto, el cual se realizará en la parroquia Comité del Pueblo, ya que en dicho sector están motivando al deporte incluyendo a cada campeonato deportivo equipos femeninos, niños y equipo master (sub 40).

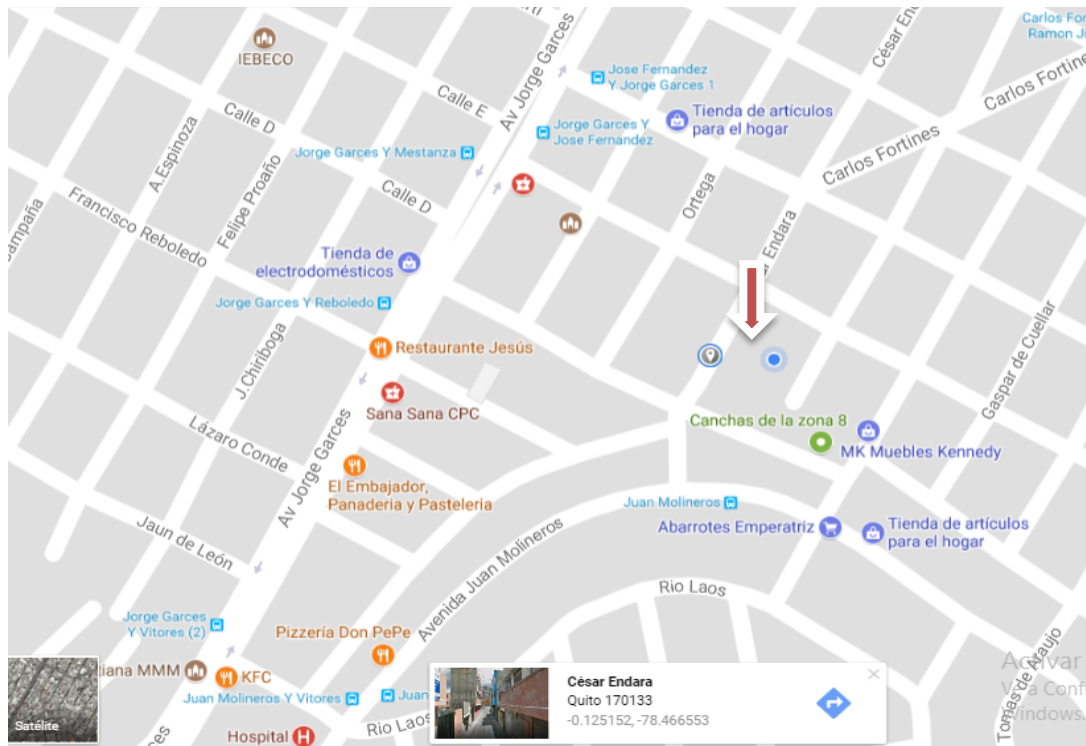


Figura 9 Micro - Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

2.07.01.04 Promoción

Son las estrategias que la empresa tiene que realizar para que el público quiera consumir y comprar los productos que se ofrezcan, esto es el convencimiento mediante la exaltación de las características del producto que se disponga. (Acuña, 2013, pág. 3)

Una promoción es un sinnúmero de acciones las cuales servirán para dar a conocer el producto para que los consumidores empiecen a comprar y la satisfacción al momento de adquirirlo.

En la microempresa Cather'z se realizarán estrategias de mercado para poder obtener mayores ventas y con ello una buena rentabilidad, es por ello que la

publicidad es un factor importante para dar a conocer el producto y cumplir con las metas planteadas.

La publicidad que se realizará es por medio de tarjetas de presentación, flyers, trípticos, hojas membretadas y calendarios; además de páginas web (Facebook) y aplicaciones tecnológicas (Whatsapp, twiter).

2.07.01.05 Estrategias

- Al realizar la compra de 15 uniformes deportivos, se obsequiará una banda de capitán, banda de madrina o un uniforme adicional.
- Descuento del 5% en los calentadores deportivos con la presentación de un flyer al momento de la adquisición del producto.
- Se llega al público por medio de la publicidad tecnológica (Facebook, twiter, whatsapp), tomando pedidos por la misma.
- Realizar sorteos semestralmente de un kit completo deportivo (calentador completo y uniforme deportivo)
- Diseños personalizados, servicio de bordado y estampado

2.07.01.06 Manual de Imagen Corporativa

CONSTRUCCIÓN

PLANO TÉCNICO



X - Unidad de medida.

TIPOGRAFÍA



ÁREA DE SEGURIDAD



X - Unidad de medida.

Es importante mantener alrededor del logotipo un área de seguridad que lo protega de los textos, ilustraciones o bordes.

El área de seguridad debe ser igual a 2 veces el ancho de la letra C.

COLORES

Process:

1

Cian: 15
Magenta: 100
Amarillo: 90
Negro: 10

2

Cian: 100
Magenta: 100
Amarillo: 0
Negro: 0

3

Cian: 0
Magenta: 0
Amarillo: 100
Negro: 0



USOS PERMITIDOS



La versión en policromía debe ser usada sobre fondo blanco; las versiones en negativo, positivo y sobre fondo de color, deben ser usadas sobre fondos que no contrasten con el color oficial, o en caso se presenten limitaciones técnicas, económicas o de producción que no permitan realizar una impresión en varias tintas.



2.07.01.07 Logotipo y Slogan



Figura 10 Logotipo y Slogan Microempresa Cather'z

Elaborado por: Pilacúan Jessica

2.07.01.07.01 Definición de Colores del logotipo de la Microempresa Cather'z

Los colores elegidos para formar el logotipo de la Microempresa Cather'z son:

Amarrillo: Representa la diversión, felicidad y la energía que conlleva el ejercer un deporte, el cual es acogido por la mayoría de personas, como es el fútbol.

Azul: El color azul representa la constancia, la fidelidad con el que se lleva un uniforme y lo que representa el participar en un equipo deportivo de élite.

Rojo: Con el color rojo se quiere reflejar la pasión, el amor y la adrenalina que se siente al momento de enfrentar a un rival tomando en cuenta que gracias al deporte se encuentra gente de calidad.

La Microempresa Cather'z además se ha enfocado en dichos colores ya que el producto a realizarse es 100% ecuatoriano, incentivando así a los consumidores a que primero elijan lo nuestro, lo nacional y con ello hacer partícipes a hogares a una diversión sana con una imagen sofisticada y encantadora.

2.07.01.08 Tarjetas de Presentación



Figura 11 Tarjeta de Presentación

Elaborado por: Pilacúan Jessica

2.07.01.09 Tríptico



Figura 12 Tríptico

Elaborado por: Pilacuán Jessica



MISION

La microempresa Cather'z se dedica a la elaboración y comercialización de uniformes deportivos internos con tela resplandeciente, que a través de las buenas prácticas de manufactura brinda el servicio a la ciudadanía deportista, mediante el valor del compromiso y la innovación permanente en los productos ofertados.



La microempresa Cather'z ofrece los siguientes productos para damas, caballeros y niños:

- Uniformes Deportivos con tela resplandeciente.
- Camisetas Deportivas
- Calentadores Deportivos
- Entre otros.



Promociones

- Al realizar la compra de 15 uniformes deportivos, se obsequiará una banda de capitán, banda de madrina o un uniforme adicional.
- Descuento del 5% en los calentadores deportivos con la presentación de un flyer al momento de la adquisición del producto.



Elaborado por: Pilacuán Jessica

2.07.01.10 Flyers

Cather'z
la moda y el estilo hecho deporte

La microempresa Cather'z ofrece los siguientes productos para damas, caballeros y niños:

- Uniformes Deportivos con tela resplandeciente.
- Camisetas Deportivas.
- Calentadores Deportivos.
- Entre otros.

Dirección: Comité del Pueblo, zona 8, Calles Cesar Endara N 6342 y Gabriel Gutiérrez

Teléfono: 2806533 / 0993714778 (WhatsApp)

Búscanos en:
Cather'z sport@hotmailcom

Mostrando este cupón se realizara un descuento del 5% en calentadores deportivos.

Activar
Ve a Conf

Figura 13 Flyers

Elaborado por: Pilacuán Jessica

2.07.01.11 Hoja Membretada

En la presente hoja estará impresa el logotipo y eslogan de la microempresa Cather'z y ciertos datos como dirección, teléfonos, entre otros los cuales servirán como proformas para nuestros futuros clientes



Dirección: Comité del Pueblo, Zona 8, calles Cesar Eadara N 6342 y Gabriel Gutiérrez
Teléfono: 2806533/0993714778 (WhatsApp)

Figura 14 Hoja Membretada

Elaborado por: Pilacúan Jessica

2.07.01.12 Calendario



Calendario

2018

Confección de uniformes deportivos para damas, caballeros y niños.











Dirección: Comité del Pueblo zona 8 Calles: Cesar Endara N 6342 y Gabriel Gutiérrez
Teléfono: 2806533 / 0993714778 (WhatsApp)

Figura 15 Calendario

Elaborado por: Pilacúan Jessica

2.07.01.13 Página Social



Figura 16 Página Social

Elaborado por: Pilacúan Jessica

2.07.01.14 Página Web



Figura 17 Página Web

Elaborado por: Pilacúan Jessica

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Urbina, pág. 7)

El estudio de mercado se refiere a un empuje empresarial, con el fin de hacer una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica

3.01 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo. (Crece Negocios, 2013)

3.01.01 Determinación de la población y muestra

Las estadísticas de por sí no tienen sentido si no se considera o se relaciona dentro del contexto con que se trabajan. Por lo tanto es necesario entender los conceptos de población y de muestra para lograr comprender mejor su significado en la investigación educativa o social que se lleva a cabo. (Lopez, 2002, pág. 113).

La determinación de la población debe estar clara con los significados de población y muestra para poder hacer la segmentación de mercado de una manera oportuna del proyecto a realizarse.

3.01.01.01 Población

Conjunto formado por los habitantes de un área geográfica o un país. Conjunto pormenorizado de elementos sujetos a un análisis estadístico. (Ámez, 2003, pág. 198)

La población es el conjunto de individuos en donde se realizará algún proyecto en algún lugar y en un tiempo determinado.

3.01.01.01.01 Segmentación de Mercado

Segmentación de mercado Microempresa "Cather'z"

Producto:

Uniformes deportivos con tela resplandeciente

Tabla 17 Segmentación de Mercado

Ecuador	14 483 499
Pichincha	2 576 287
Distrito Metropolitano de Quito	2 239 191
Parroquia Comité del Pueblo	46932
Parroquia Kennedy	69484
Parroquia Carcelén	54938
TOTAL POBLACIÓN	171354

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC)

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Mediante el estudio de la población en las parroquias: Comité del Pueblo con 46 932 habitantes, Kennedy con 69 484 habitantes y en Carcelén con 54 938 habitantes, y considerando que la población de Ecuador es de 14 483 499 habitantes, el total de la suma de dichas parroquias es de 171 354 habitantes, por dicho valor de población se realizará el muestreo.

3.01.01.02 Muestra

Porción de un determinado producto que da a conocer las cualidades del mismo. Las muestras suelen estar exentas del pago de derecho de aduanas. Fracción de una población cuya selección se ha realizado siguiendo un determinado criterio y que se hace con el fin de estudiar sobre ella ciertos aspectos concretos que sirvan para obtener conclusiones válidas para el total de la población. (Ámez, 2003, pág. 167)

3.01.01.02.01 Componentes

n= Tamaño de la muestra para aplicar las encuestas

Z= nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito

q= Probabilidad de fracaso

e= Error

N= Población

3.01.01.02.02 Fórmula Población Infinita

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

3.01.01.02.03 Cálculo de la muestra

Z= 1.95

p= 0.50

q= 0.50

e = 0.05

N= 171 354

$$n = \frac{(1.95)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2}$$

$$n = 380,25 = 380 \text{ encuestas}$$

Mediante la aplicación de la fórmula de muestra, se determina que se realizarán 380 encuestas en la parroquia Comité del Pueblo y sectores aledaños.

3.01.02 Técnicas de Obtención de Información

Para la obtención de datos se toma en cuenta varios métodos que se realizan en una investigación, para ser completa se realizará el proyecto tomando en cuenta el método de cuestionario o mejor conocido como encuesta.

3.01.02.01 Encuesta

La encuesta es una metodología denominada como fuente primaria, la cual permite conocer datos de actitudes y opiniones de las personas con relación al proyecto de investigación, además que es una herramienta que ayuda a determinar de manera eficiente las necesidades de los consumidores, formulando preguntas cerradas para la facilitación al momento de tabular dicha información.

Se deben tomar en cuenta cinco preguntas fundamentales que deben contener la encuesta o cuestionario, las cuales son:

- 1 Consumo Aparente
- 2 Frecuencia de Compra
- 3 Aceptación de Compra
- 4 Aceptación del Producto o Servicio
- 5 Preferencia de Proveedor o Marca

3.01.02.02 Formato de la Encuesta

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

ENCUESTA

N° ____

Objetivo

La presente encuesta es de uso exclusivamente académico con el objetivo de recopilar información para valorar el grado de impacto que tiene la compra de uniformes deportivos con tela resplandeciente.

Instructivo

Marque con una x la opción que se adapte a su preferencia.

Lea detenidamente cada pregunta.

Responda con la mayor sinceridad.

Género: Masculino Femenino

Edad:
15 – 25 26 – 36 37 en adelante

1.- ¿Compra usted uniformes deportivos?

SI NO

2.- ¿Con qué frecuencia adquiere uniformes deportivos?

Mensual

Semestral

Anual

3.- ¿Considera usted que es importante el diseño en uniformes deportivos?

SI NO

4.- ¿Qué influye en su decisión a la hora de adquirir uniformes?

Calidad

Precio

Diseño

5.- ¿Tiene usted alguna marca o proveedor de su preferencia?

SI

NO

6.- ¿En qué lugares le gustaría adquirir uniformes deportivos?

Centros Comerciales

Catálogos

Locales/ tiendas

Ferias Artesanales

7.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un uniforme deportivo?

\$5 - \$10

\$11 - \$15

\$16 - \$20

8.- ¿Cómo influye la publicidad en la decisión de compra?

Poco

Medio

Alto

9.- ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación utiliza con frecuencia?

Radio

Televisor

Periódicos

Redes Sociales

10.- ¿Aceptaría usted la implementación de una microempresa dedica a la elaboración de uniformes deportivos con tela resplandeciente?

SI

NO

Gracias por su colaboración

3.01.03 Análisis de la Información

Decodificación de datos contenidos en un documento, es ejecutado por un especialista en relación con las operaciones del procesamiento de la información para facilitar la recuperación y acceso a la misma. (Díaz, 2011, pág. 1)

El análisis de información pretende determinar información útil, confiable y actualizada, para que por medio de los resultados obtenidos se pueda tomar decisiones oportunas mediante gráficos, además de la comparación de datos para así comprender la situación de los consumidores.

3.01.03.01 Análisis Demográfico

Género

Tabla 18 Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	167	43.95
Femenino	213	56.05
Total	380	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

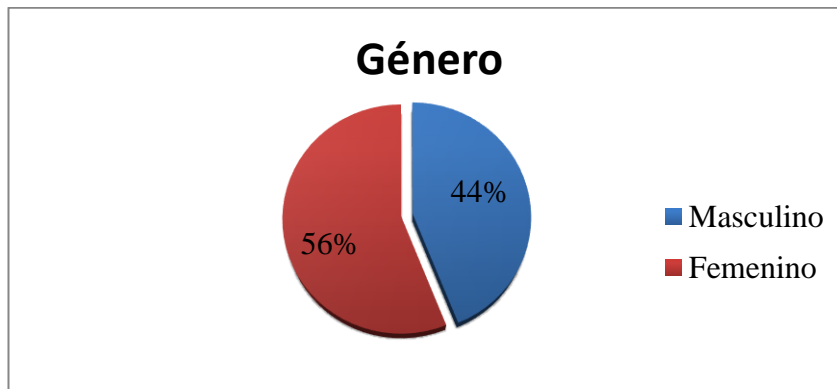


Figura 18 Género

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Análisis

Mediante el presente gráfico se determina que en la parroquia Comité del Pueblo, el género masculino es menor con un total de 167 personas con un porcentaje del 44%, en cambio el género femenino es mayor con un total de 213 personas con un porcentaje del 56%, por lo tanto, se considera que el producto de uniformes deportivos con tela resplandeciente tendrá más demanda en el género femenino sin dejar de lado a los masculinos que son un porcentaje considerable.

Edad

Tabla 19 Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
15 – 25	115	30.18
26 – 36	178	46.72
37en adelante	88	24.10
Total	381	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

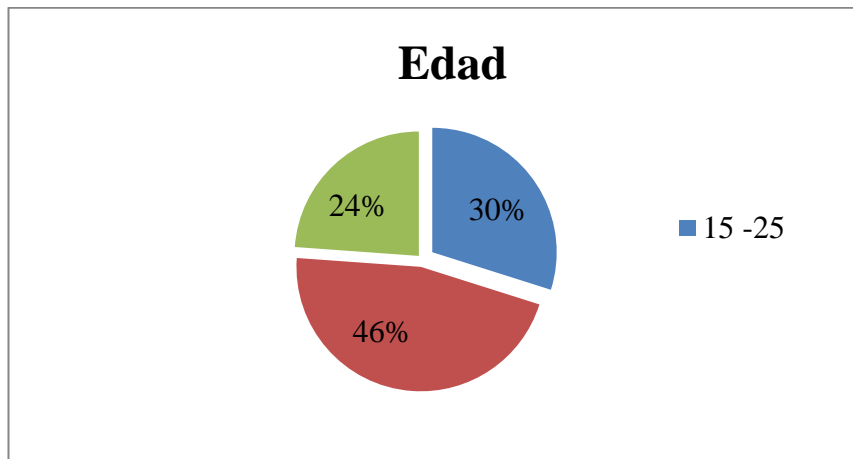


Figura 19 Edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Análisis

Con el total del número de encuestas elaboradas, se determina que de las 381 encuestas, el 30% corresponde a los habitantes entre la edad de 15 y 25 años, el 46% corresponde a la edad de 26 y 36 años y el 24% es de la edad de 36 años en adelante. Con esto se determina que el producto está en un nivel medio, ya que el deporte futbolístico está en auge y en todas las edades.

3.01.03.02 Análisis de Preguntas

1.- ¿Compra usted uniformes deportivos?

Tabla 20 Consumo Aparente

Edad	Frecuencia	Porcentaje
SI	289	76.05
NO	91	23.95
Total	380	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

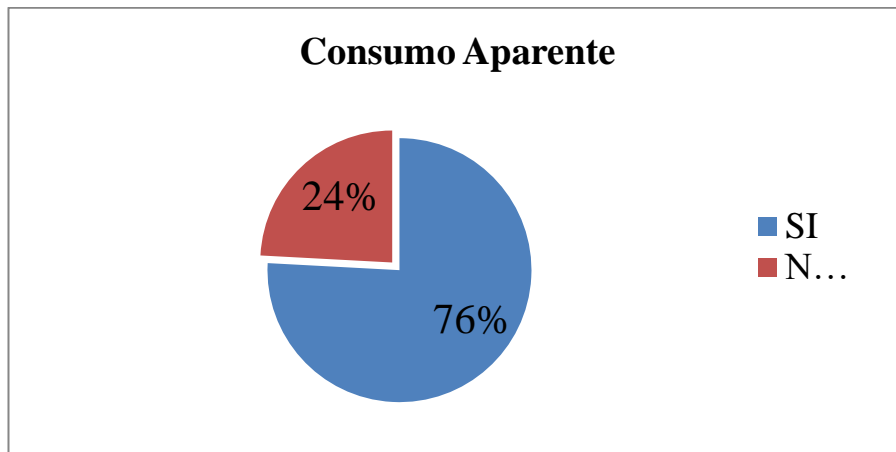


Figura 20 Consumo Aparente

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Análisis

Mediante esta pregunta se puede determinar que la aceptación del producto será favorable en un 76% por la cual garantiza que la mayor población de los sectores e estará dispuesta a adquirir ropa deportiva, con una contra del 24 % siendo una cifra negativa para la microempresa ya que no muestra interés a la actividad o moda deportiva.

Conclusión

La microempresa Cather'z estará enfocada al 74% de la población ya que son las personas y clientes dispuestos a adquirir los uniformes deportivos, en la cual buscará el mejoramiento de calidad y de precio para la satisfacción del porcentaje presenciado a la aceptación de la microempresa.

2.- ¿Con qué frecuencia adquiere uniformes deportivos?

Tabla 21 Frecuencia de Consumo

Consumo	Frecuencia	Porcentaje
Mensual	18	6.23
Semestral	232	80.28
Anual	39	13.49
Total	289	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

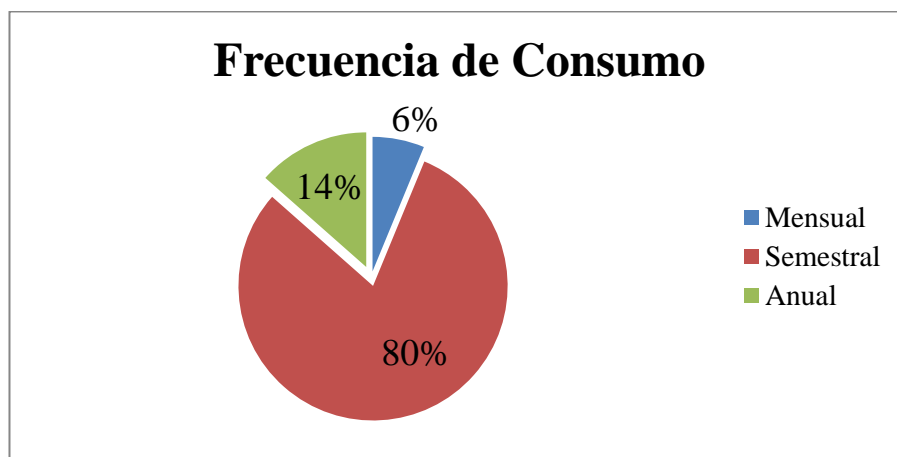


Figura 21 Frecuencia de Consumo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Análisis

En la frecuencia de consumo se puede deducir que el cliente busca uniformes deportivos en un plazo semestral que es un 80% en la que se debe tener un margen exclusivo para estas temporadas, con el 6% corresponde al mensual de la adquisición en la que se muestra que el cliente no tan frecuente adquiere ropa deportiva y anualmente con el 14% se indica que es un tiempo muy extenso para la adquisición de productos deportivos.

Conclusión

El proceso que tendrá la microempresa Cather'z será con lapsos semestrales, ya que la población en la que estará dedicada la microempresa se encuentra con una aceptación del producto semestral, por la cual se tendrá que adquirir la materia prima en un tiempo determinado para cumplir con la producción estimada del cliente.

3.- ¿Considera usted que es importante el diseño en uniformes deportivos?

Tabla 22 Diseño

Diseño	Frecuencia	Porcentaje
SI	255	88.24
NO	34	11.76
Total	289	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

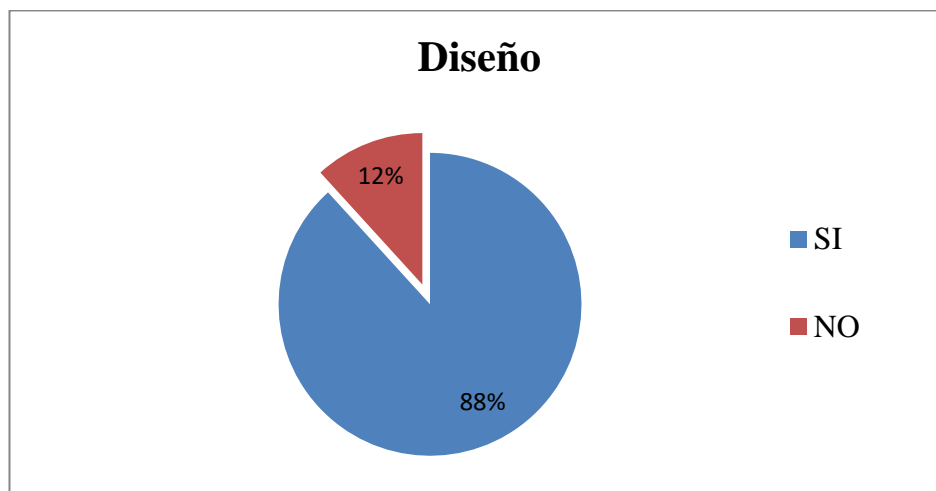


Figura 22 Diseño de Producto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Análisis

En la pregunta presente basada al diseño, se muestra que el 88% de la población si acepta que los uniformes deportivos estén adornados con un modelo diferente ante otros productos de la misma línea y el 12% no aceptará el diseño implementado en sus productos adquiridos en la cual recudirá en forma llana sus uniformes deportivos.

Conclusión

La microempresa Cather'z estará enfocada ante las dos partes por la cual se tendrá siempre soluciones u opiniones para el mejoramiento de sus prendas tratando de dar una ayuda o buscar elementos innovadores para el agrado del cliente siempre y cuando satisfaciendo sus necesidades como deportista.

4.- ¿Qué influye en su decisión a la hora de adquirir uniformes?

Tabla 23 Influencia de Decisión

Influencia	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	122	42.21
Precio	56	19.38
Diseño	111	38.41
Total	289	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

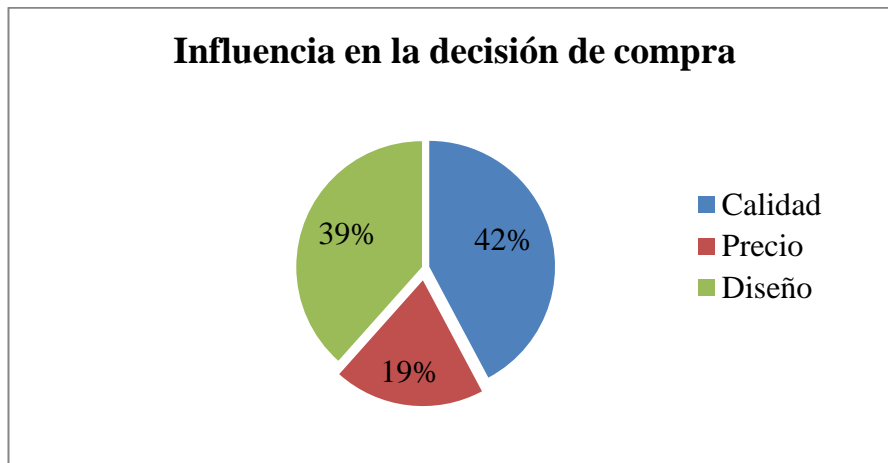


Figura 23 Influencia en la decisión de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Análisis

Mediante esta pregunta sobre la influencia a la adquisición de compra se indica que el cliente se inclina más a la calidad de la tela con un 42% de la población por la cual se requerirá materia prima excelente y de calidad para la producción, con un 39% corresponde al diseño de los uniformes ya que dependerá a la innovación o creatividad del cliente y con un 19% corresponde al precio en la que no se tendrá un enfoque no tan profundo siempre y cuando se llegará a cumplir las expectativas del cliente.

Conclusión

El principal factor ante los productos de la microempresa Cather'z está la calidad del producto, en donde la microempresa buscará siempre la mejor contextura de la tela para el mayor agrado del cliente, al alcance de su bolsillo resaltando un producto eficiente, eficaz y de calidad.

5.- ¿Tiene usted alguna marca o proveedor de su preferencia?

Tabla 24 Preferencia de Marca

Preferencia	Frecuencia	Porcentaje
SI	52	18
NO	237	82
Total	289	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

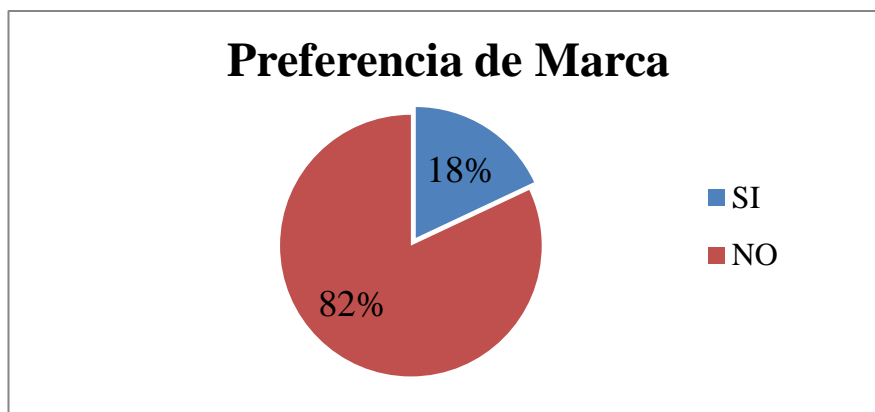


Figura 24 Preferencia de Marca

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Análisis

En la preferencia de marca indica que la mayor parte de la población con un 82% no consta con una marca fija para su consumo en productos de uniformes deportivos en la que se buscará estrategias para la obtención de clientes leales a la microempresa, y con un 18% son personas que ya requieren con un proveedor exclusivo para su consumo en la que no se obtendrá un mayor interés.

Conclusión

El mayor porcentaje de la población muestra que no recurren siempre a un solo vendedor de uniformes deportivos, sino que al rotar de local tratan de buscar lo mejor para ellos en donde cumplan con sus expectativas ya que la microempresa tratara de acoger a los compradores para que obtenga un porcentaje de clientes leales ante su producto.

6.- ¿En qué lugares le gustaría adquirir uniformes deportivos?

Tabla 25 Lugares de Compra

Lugares	Frecuencia	Porcentaje
Centros Comerciales	33	11.42
Catálogos	38	13.15
Locales/Tiendas	205	70.93
Ferias Artesanales	13	4.50
Total	289	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

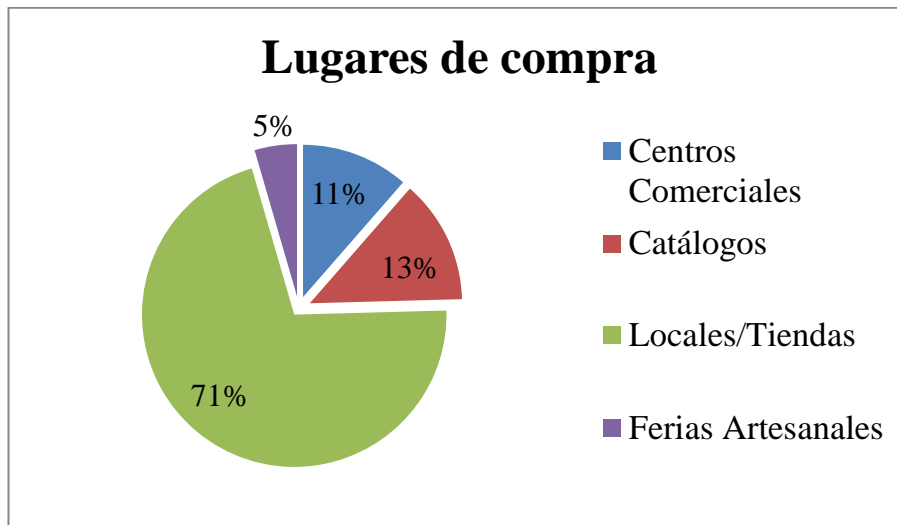


Figura 25 Lugar de compra

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Análisis

En los lugares de compra de los uniformes deportivos en la actual encuesta se muestra que el cliente se rige más en adquirir en locales o tiendas con un 71% de la población ya que tendrá una ventaja de la calidad y acercamiento al cliente, con un 13% corresponde a los catálogos siendo un factor no tan elemental para la venta del producto, con un 11% corresponde a centros comerciales ya que el cliente busca comodidad y precios cómodos en la que no constara con una plaza comercial y con un 5% corresponde a ferias artesanales siendo una mala idea para la venta del producto ya que la mayor parte de la población no visita a estos lugares de comercialización.

Conclusión

Tras el análisis de esta pregunta la microempresa Cather´z sólo estará dispuesta a mantener sus productos en un local para la adquisición del producto fácilmente y

tener una interacción más directa ante el cliente y así evitarle largos viajes y precios elevados ante cualquier plaza comercial

7.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un uniforme deportivo?

Tabla 26 Aceptación del Precio

Precio	Frecuencia	Porcentaje
\$ 5 - \$ 10	55	19.03
\$ 11 - \$ 15	213	73.70
\$ 16 - \$ 20	21	7.27
Total	289	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

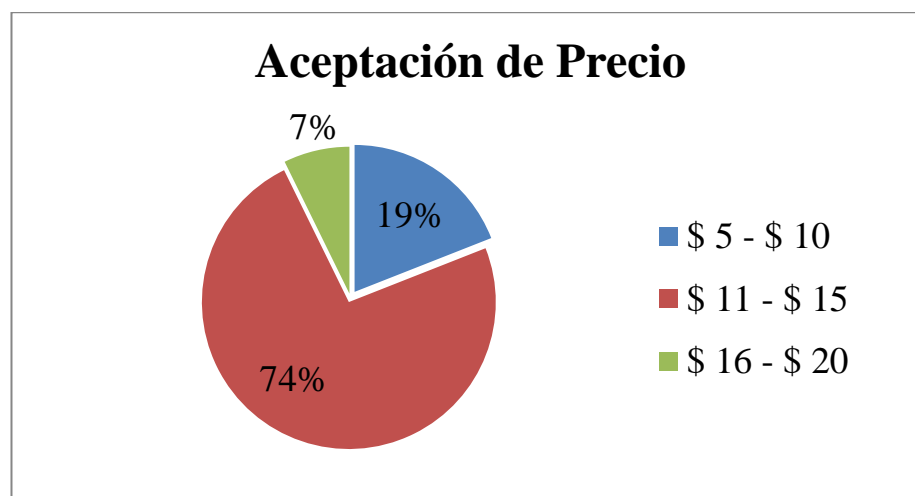


Figura 26 Aceptación del precio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Análisis

En la actual pregunta basada a la aceptación del precio demuestra que el cliente está dispuesto a pagar un uniforme deportivo de un valor de \$11 - \$15 que muestra el 74% de la población siendo un precio cómodo ante la sociedad y la empresa tras los

recursos y gastos adquiridos, con un 19% corresponde al valor de \$5 - \$10 en donde cierta parte de la población pagaría por el producto obteniendo ciertas exclusiones y con un 7% corresponde al valor de \$16 - \$20 en donde se muestra que una pequeña parte de la población pagara por los uniformes siendo un cifra descartada para la microempresa.

Conclusión

La microempresa Cather'z estará dispuesta a proponer productos de toda variedad de precios en la cual dependerá del proceso que conlleve en realizar el uniforme deportivo en donde más nos enfocaremos en realizar serán de \$11- \$15 ya que se tendrá una gran aceptación ante los compradores y es una cifra esencial para el margen de utilidad.

8.- ¿Cómo influye la publicidad en la decisión de compra?

Tabla 27 Publicidad

Publicidad	Frecuencia	Porcentaje
Poco	59	20.42
Medio	97	33.56
Alto	133	46.02
Total	289	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

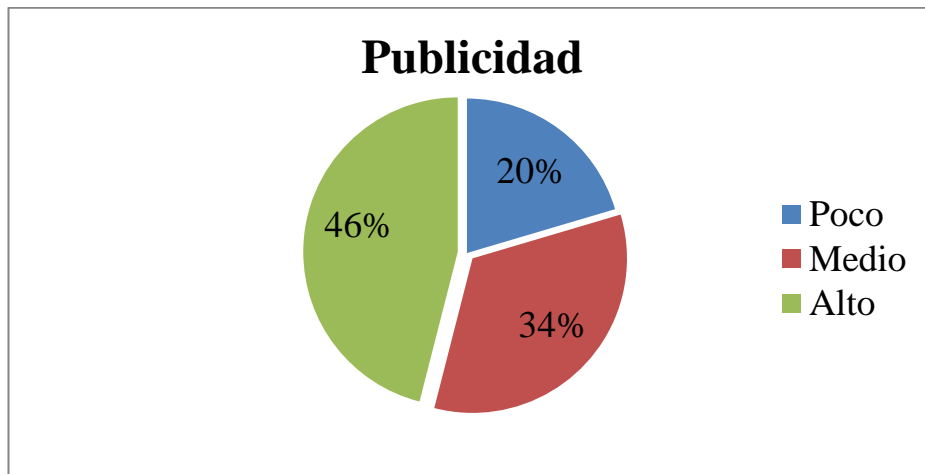


Figura 27 Publicidad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Análisis

Indica que la influencia de la publicidad en comprar un uniforme deportivo es un 46% alto en la que los clientes mediante estos elementos llegan a un interés inmediato para la adquisición y el conocimiento del producto, un 34% de la población indica que es medio necesario la publicidad para el conocimiento del producto y un 20% de la población indica que es poco necesario la publicidad para la empresa.

Conclusión

La microempresa Cather'z desde el principio estará en el proceso de mantener una publicidad amplia ante los sectores que será comercializado el producto para que así pueda ser reconocida el nombre de la microempresa y los productos que se va ofrecer al comprador en donde tendrá un funcionamiento de la planta y accionar la utilidad.

9.- ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación utiliza con frecuencia?

Tabla 28 Medios de Comunicación

Medios	Frecuencia	Porcentaje
Radio	21	7.27
Periódicos	23	7.96
Televisor	33	11.42
Redes Sociales	212	73.35
Total	289	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

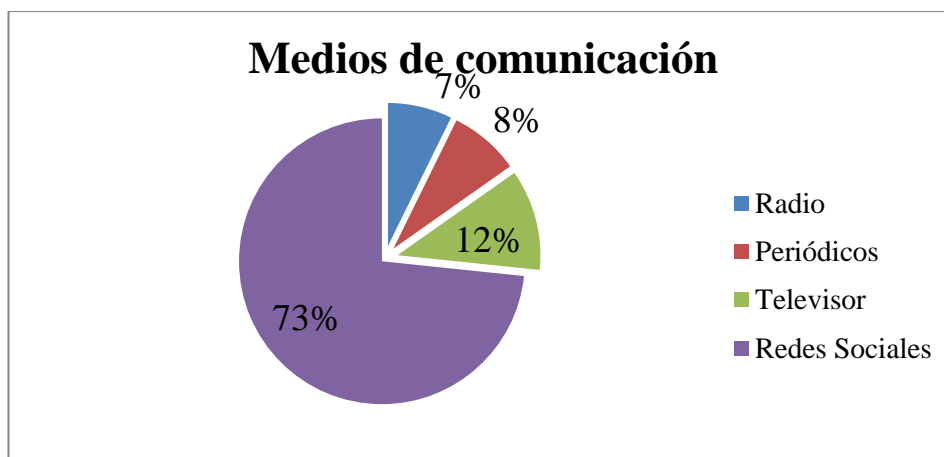


Figura 28 Medios de Comunicación

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Análisis

Mediante el gráfico indica que la población para informarse, se utiliza con más frecuencia las redes sociales con un 73% ya que la tecnología es elemental en los tiempos actuales, con un 12% se encuentra el televisor en la que no tendrá un mayor enfoque, con el 8% se encuentra el periódico en la que la empresa no estará dispuesta

acudir a este medio y con un 7% la radio en donde no será una estrategia de publicidad para implementar al producto.

Conclusión

Tras el análisis de la pregunta de los medios de comunicación, muestra que la mejor manera de hacer conocer y llegar al cliente es de forma de publicidad ante las redes sociales, sabiendo que cada uno de las personas hoy en día tienen una cuenta de chat por la cual será una estrategia en la que es crucial para el conocimiento de la microempresa y de sus productos que ofrece.

10.- ¿Aceptaría usted la implementación de una microempresa dedica a la elaboración de uniformes deportivos con tela resplandeciente?

Tabla 29 Aceptación del Producto

Gusto del Producto	Frecuencia	Porcentaje
SI	266	92.04
NO	23	7.96
Total	289	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

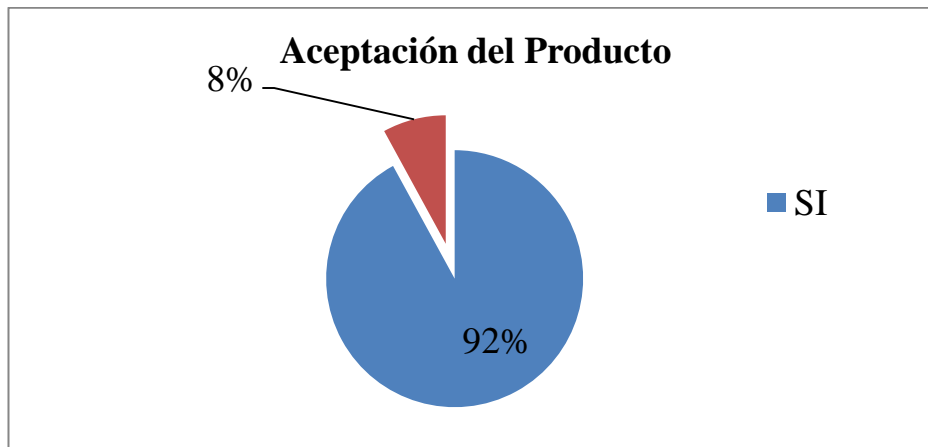


Figura 29 Aceptación del producto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Análisis

La actual pregunta indica que la mayoría de la población si estará dispuesta a la implantación a una microempresa dedicada a la elaboración de uniformes deportivos con tela resplandeciente, con 92% de aceptación que muestra que el producto será satisfactorio ante la sociedad con el valor agregado y con un 8% a la negación de la microempresa en la que permanecerán con el producto normal.

Conclusión

La microempresa Cather'z dedicada a la elaboración de uniformes deportivos con tela resplandeciente es aceptada en un 92% de la población situada, tomando en cuenta que es un porcentaje muy alto para empezar con la elaboración y el proyecto de la implementación de la presente microempresa.

3.01.04 Determinación de las preguntas básicas para la Demanda y Oferta

Parroquia: Comité del Pueblo y sectores aledaños (Kennedy y Carcelén)

Población: 171 354

3.01.04.01 Consumo Aparente

SI → 76% = $171\ 354 * 76\% = 130\ 229.04$

NO → 24%

3.01.04.02 Frecuencia de Consumo

Mensual → 6%

Semestral → $80\% = 130\ 229.04 * 80\% = 104\ 183.23 * 2 = 208\ 366.46$

Anual → 14%

3.01.04.03 Aceptación del Precio

\$ 5 - \$ 10 → 19%

\$11 - \$15 → $74\% = 11 + 15 / 2 = \$13\ 208366.46 * 74\% = 154191.18 * 13 = 2\ 004\ 485.34$

\$16 - \$20 → 7%

3.01.04.04 Aceptación del Producto

SI → $92\% = 2\ 004\ 485.34 * 92\% = 1\ 844\ 126.51 \Rightarrow$ **Demanda Actual**

NO → 8%

3.01.04.05 Preferencia de Marca

SI → $18\% = 1\ 844\ 126.51 * 18\% = 331\ 942.77 \Rightarrow$ **Oferta Actual**

NO → 82%

3.02 DEMANDA

La demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y esta acondicionada por los recursos disponibles del comprador y los estímulos del marketing recibidos, supone un estudio cuantitativo del mercado se define a la demanda de un producto como el volumen total que sería adquirido de dicho producto por un grupo de compradores determinado, en un periodo de tiempo fijado y a partir de unas condiciones de entorno y esfuerzo comercial determinados. (Ana Belén Casado Díaz, 2006, pág. 218)

3.02.01 Demanda Actual

Tabla 30 Demanda Actual

Aceptación del Producto		
Año	Cálculo	Demanda
2017	SI 92% = 2 004 485.34 * 92%	1 844 126.51

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuan Jessica

La demanda se ve demostrada por las necesidades de los consumidores y la cantidad total que se produciría para un conjunto de personas, sea en período de tiempo establecido, además es la cantidad adquirida por las personas que están dispuestas a pagar un bien o servicio, en tiempo establecido.

3.02.02 Demanda Proyectada

Con la demanda proyectada se puede saber cuántas personas aproximadamente podrán disponer del producto para uso y consumo, tomando en cuenta el factor de crecimiento poblacional.

Tabla 31 Demanda Proyectada

Demanda Proyectada		
Año	Factor (Crecimiento Poblacional)	Demanda Proyectada
2017	-----	1844126,51
2018	1,50%	1871788,41
2019	1,50%	1899865,23
2020	1,50%	1928363,21
2021	1,50%	1957288,66
2022	1,50%	1986647,99

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

3.02.03 Demanda Histórica

Al determinar la demanda histórica, se pretende tener una idea aproximada de su evolución a través del tiempo pasado y lograr conseguir datos necesarios para el estudio.

Tabla 32 Demanda Histórica

Demanda Histórica		
Año	Factor (Crecimiento Poblacional)	Demanda Histórica
2017	-----	1844126,51
2016	1,50%	1816464,61
2015	1,50%	1789217,64
2014	1,50%	1762379,38
2013	1,50%	1735943,69
2012	1,50%	1709904,53

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

3.03 OFERTA

La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancías que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo. La oferta de un producto se determina por las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y aptos para ofrecer en el mercado, en función, de varios niveles de precios, en un periodo dado. (Jose, 2003, pág. 68)

3.03.01 Oferta Actual

Tabla 33 Oferta Actual

Preferencia de Marca		
Año	Cálculo	Oferta
2017	SI 18% = 1 844 126.51 * 18%	331 942.77

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacuán Jessica

La oferta es la cantidad de algún producto o servicio que se ofrece al mercado con menor precio a los clientes, y ofrece para la venta y para el consumo de las personas.

Además es conocida como una manera de promocionar artículos con precios bajos o iguales al de la competencia, además sirve para ofertar nuevos productos por un determinado espacio de tiempo.

3.03.02 Oferta Proyectada

Lo que se busca es proyectar la cantidad de bienes o servicios que serán entregados al mercado por la competencia, durante el período en que se va a evaluar el proyecto. Como se ha especificado, los métodos planteados para proyectar la

oferta pueden ser utilizados para pronosticar la demanda, pero se debe hacer el ajuste pertinente, de acuerdo a las variables que se vayan a trabajar, en este caso el factor es la inflación acumulada anual.

Tabla 34 Oferta Proyectada

Oferta Proyectada		
Año	Factor (Inflación acumulada anual)	Oferta proyectada
2017	-----	331942,77
2018	1,09%	335560,95
2019	1,09%	339218,56
2020	1,09%	342916,04
2021	1,09%	346653,83
2022	1,09%	350432,35

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

3.03.03 Oferta Histórica

En la oferta histórica se basa en los hechos históricos como por ejemplo se toman datos de anteriores años para saber cómo reaccionó la gente hace años o décadas anteriores y poder diferenciar el crecimiento o decrecimiento en el transcurso del tiempo.

Tabla 35 Oferta Histórica

Oferta Histórica		
Año	Factor (Inflación acumulada anual)	Oferta Histórica
2017	-----	331942,77
2016	1,12%	328225,01
2015	3,38%	317131,01
2014	2,67%	308663,61
2013	2,70%	300329,69
2012	4,16%	287835,98

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

3.04 BALANCE OFERTA – DEMANDA

El conocimiento de la demanda y oferta proyectada permite conocer la demanda disponible del proyecto, para determinar la parte del mercado que podría corresponder al proyecto. (Delgadillo, 2014, pág. 8)

En el Balance de la Oferta y demanda se determina la demanda insatisfecha, la cual muestra una cantidad donde la oferta no alcanza a cubrir a la demanda dentro de un mercado, es decir que se ve la posibilidad de adquirir el producto y ver si se puede producir la cantidad de productos requeridos por los consumidores. .

3.04.01 Balance Actual

Tabla 36 Balance Actual

Balance Actual			
Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha (D-O)
2017	1 844 126.51	331 942.77	1 512 183.74

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

3.04.02 Balance Proyectado

Tabla 37 Balance Proyectado

Balance Proyectado			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha (D-O)
2017	1844126,51	331942,77	1512183,74
2018	1871788,41	328225,01	1543563,4
2019	1899865,23	317131,01	1582734,22
2020	1928363,21	308663,61	1619699,6
2021	1957288,66	300329,69	1656958,97
2022	1986647,99	287835,98	1698812,01

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Pilacúan Jessica

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción. (San, 2008, pág. 1)

El estudio técnico se refiere a todo aquello que tendrá referencia a la determinación de la macro y micro-localización, la ingeniería del proyecto, al encontrar o determinar los factores cuantitativos y cualitativos del proyecto, además de lo relacionado a la maquinaria e instalaciones que se necesitará para el funcionamiento de la microempresa Cather'z, es decir que por medio del estudio técnico se verificará la posibilidad productiva de uniformes deportivos con tela resplandeciente.

4.01 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Rojas, 2007, pág. 1)

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de una producción que se tendrá, ya sea diaria, semanal o mensual. Este depende del equipo que se posea, así se determinará la capacidad de producción.

4.01.01 Capacidad Instalada

La capacidad instalada abarca el volumen de operación instalada con los menores costos totales propuestas, obteniendo un nivel de eficiencia satisfactorio. (Nunes, 2015, pág. 1).

La capacidad instalada es lo máximo que una empresa puede producir con sus recursos disponibles. Además permite tener un conocimiento del máximo de producción que puede llegar a tener la empresa.

4.01.02 Capacidad Óptima

La capacidad optima abarca el volumen de operación instalada con los menores costos totales propuestas, obteniendo un nivel de eficiencia satisfactorio. (Nunes, 2015, pág. 2).

La capacidad óptima permite tener un conocimiento del máximo de producción que puede llegar a tener la empresa, para obtener mayor rentabilidad.

Tabla 38 Capacidad Óptima

Unidades Producidas				
Horas al Día	Unidades por Día	Producción Semanal	Producción Mensual	Producción Anual
8:00:00	20	100	400	4800

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacuán Jessica

4.02 LOCALIZACIÓN

La localización es la determinación del lugar en el cual se halla una persona o una cosa. Y también por localización se entiende a la delimitación y ubicación de algo.

(Ucha, 2011, pág. 1)

La localización pretende analizar los lugares en donde es factible implementar el proyecto, con el objetivo de determinar el lugar más óptimo, con los mejores costos, es decir buscar un lugar o sector en donde haya mayor utilidad o ganancia, en el cual la microempresa Cather'z estará ubicada en la provincia de Pichincha, Parroquia Comité del Pueblo del Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

4.02.01 Macro – localización

Se selecciona el área en general (país, estado) en el que ubicará el proyecto, a través del análisis de sus condiciones generales tanto de infraestructura, económicas, su población, e indicadores y características económicas y sociales más importantes.

(Valbuena Álvarez, 2000, pág. 257)

Tabla 39 Macro - Localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	Comité del Pueblo

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacúan Jessica

La macro localización es el sector o el área de influencia general del proyecto, en donde el producto será elaborado para su comercialización, el cual tendrá un alcance geográfico accesible, tomando en cuenta que el área o territorio seleccionado tendrá el objetivo de maximizar las ganancias del proyecto.

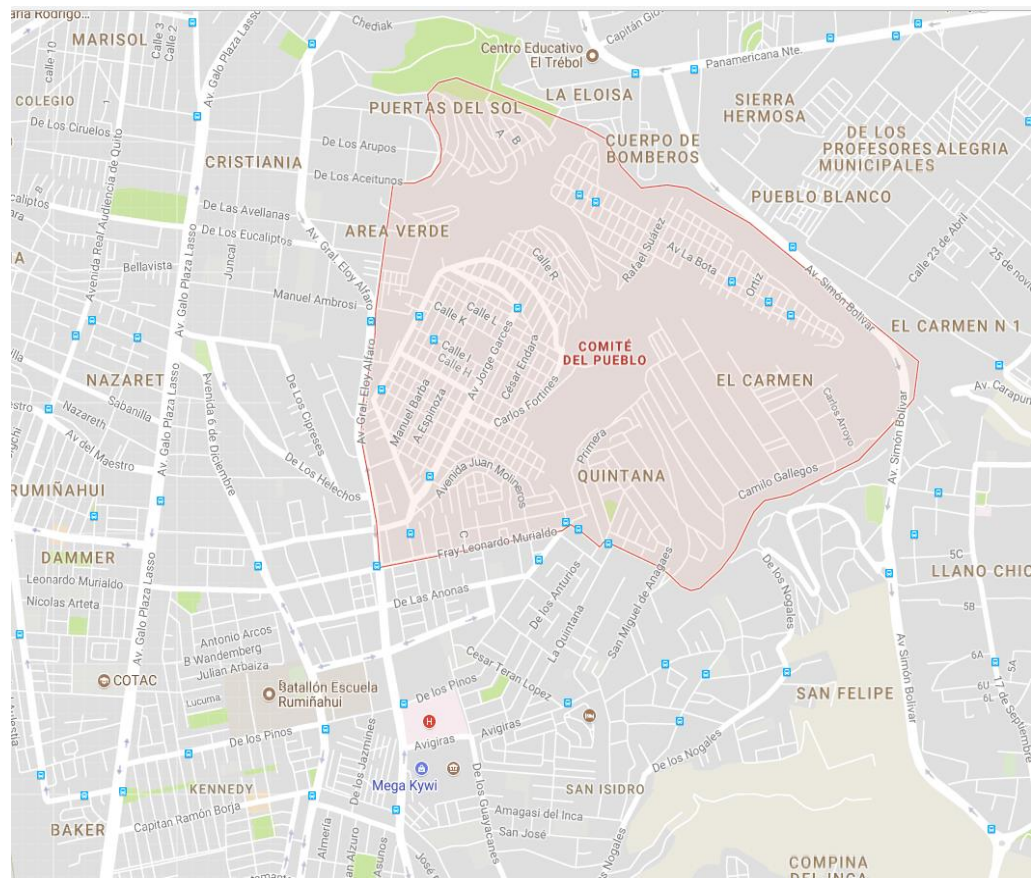


Figura 30 Macro - Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

4.02.02 Micro - localización

Determinar cuál es la mejor alternativa dentro de la macro localización, con lo que le es posible llegar a la especificación de la zona seleccionada. Define la ubicación precisa que tendrá el proyecto, en ella se identificará claramente el lugar, domicilio, vías de acceso, entre otras. (Valbuena Álvarez, 2000, pág. 257)

Se dice micro localización al área específica en donde se llevará a cabo la microempresa Cather'z, tomando en cuenta su ubicación geográfica exacta, la cual está ubicada en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, Parroquia Comité del Pueblo, Zona 8, Calles: Cesar Endara N 63-42 y Camilo Echanique, ya que en dicho sector están incentivando a realizar eventos deportivos en donde son partícipes hombres, mujeres y niños.

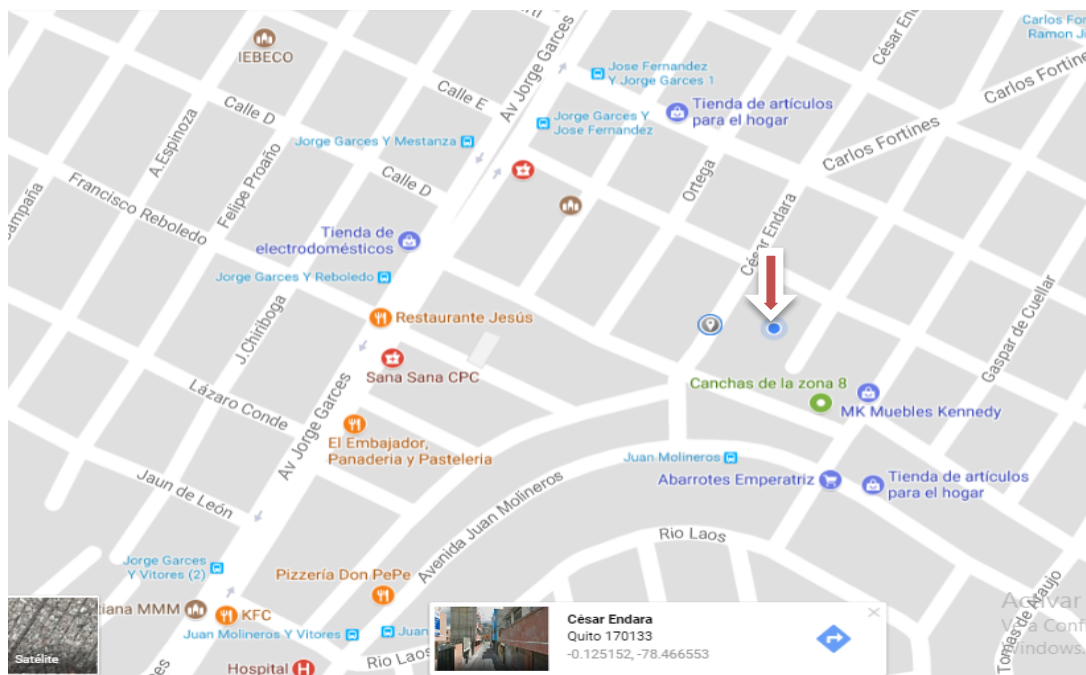


Figura 31 Micro - Localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

4.02.03 Localización Óptima

La localización óptima es llegar a determinar el sitio adecuado donde se instalará la planta, el cual se determinará mediante el Método Cualitativo por Puntos, el cual nos permite mostrar cuál será el sector apropiado para la realización de la microempresa Cather'z, en distintos sectores aledaños a la Parroquia Comité del

Pueblo, proponiendo factores relevantes, asignando un peso, calificando y con ello estableciendo la calificación ponderada la cual nos llevará a la situación óptima de la organización.

Tabla 40 Método Cualitativo por Puntos

Factores Relevantes	Peso Asig.	Sector Carcelén		Sector Comité del Pueblo		Sector Kennedy	
		Calif.	Calif. Pond.	Calif.	Califi. Pond.	Calif.	Calif. Pond.
Cercanía con los Clientes	0,30	7	2,10	9	2,70	7	2,10
Cercanía con los Proveedores	0,20	6	1,20	8	1,60	6	1,20
Costo de los Insumos	0,10	5	0,50	7	0,70	6	0,60
Accesibilidad	0,10	6	0,60	8	0,80	7	0,70
Costo de Vida	0,15	7	1,05	8	1,20	7	1,05
Servicios Básicos	0,15	8	1,20	8	1,20	8	1,20
SUMA	1		6,65		8,20		6,85

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacúan Jessica

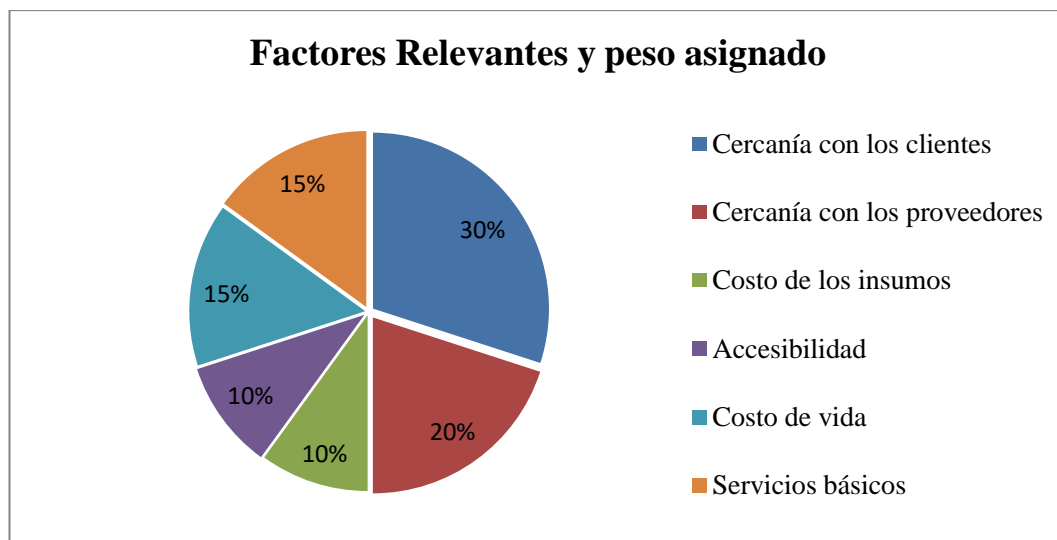


Figura 32 Localización óptima

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Al determinar la localización óptima con los factores de: cercanía con los clientes, cercanía con los proveedores, costo de los insumos, accesibilidad, costo de vida y

servicios básicos, y al aplicarlo con el peso asignado a los diferentes sectores, se llega a la conclusión que la microempresa Cather'z tendrá mayor acogida en la parroquia Comité del Pueblo, con un porcentaje de 8.20 el cual es la calificación mayor al comparar entre los demás sectores. Y esto se debe a que es de fácil acceso y esto hace que se pueda llegar a más personas y tener un buen volumen de ventas.

4.03 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010, pág. 89)

La ingeniería del proyecto se refiere a todo lo relacionado con la instalación y el adecuado funcionamiento de la planta, de la microempresa Cather'z en donde se determinará cada uno de los departamentos que contiene la microempresa.

4.03.01 Definición de bien y servicio

Un bien es el resultado tangible de una actividad transformadora en distinto grado. Un servicio es una prestación, un esfuerzo o una acción. (Dominguez, 2005, pág. 26)

Toda actividad empresarial conduce a un producto, que puede ser un bien o un servicio. Se puede entender, que los bienes y los servicios son materializaciones de actividades diferentes. (Dominguez, 2005, pág. 26)

Para la presente microempresa denominada Cather'z, se generará un producto el cual es la fabricación de uniformes deportivos con tela resplandeciente, el cual será producido en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia Comité del Pueblo.

4.03.02 Distribución de la Planta

El siguiente paso en el diseño de la planta es distribuir las áreas en el terreno disponible, de forma que se minimicen los recorridos de materiales y que haya seguridad y bienestar para los trabajadores. La distribución debe tomar en cuenta todas las zonas de la planta y no sólo la de producción; y distribución que se proponga debe brindar la posibilidad de crecer físicamente. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010, pág. 127)

La distribución de planta es aquel diseño en el cual se distribuirá de manera oportuna cada uno de las áreas o departamentos de una empresa, el cual permite la seguridad, bienestar y un correcto desempeño por parte de los empleados o trabajadores. Para ello se debe considerar a cada una de las áreas que dispone la empresa.



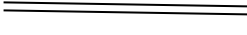




4.03.02.01 Matriz SLP (Systematic Layout Planning – Planificación Sistemática del Diseño)

El método SLP consiste en distribuir las instalaciones con la cercanía (o lejanía) que el analista considera que debe existir entre las diversas áreas estudiadas. (Baca Urbina, Cruz Valderrama, & Romero Vallejo, Proyectos Ambientales de la Industria, 2014, pág. 103)

El método utiliza cinco vocales para denotar la necesidad de cercanía entre dos áreas. (Baca Urbina, Cruz Valderrama, & Romero Vallejo, Proyectos Ambientales de la Industria, 2014, pág. 103)

Para realizar la distribución se utiliza el método de Distribución Sistemática de la Planta o SLP, el cual consiste en obtener un diagrama de relación de actividades construido con dos códigos. El primero es un código de cercanía representado por letras y líneas, donde cada letra (o número de líneas) representa la necesidad de que dos áreas estén ubicadas cerca o lejos una de la otra; el segundo código es de razones, presentado por números, cada número representa por qué se decide que un área esté cerca o lejos de otra. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010, pág. 127)

Tabla 41 Simbología Método SLP

Letra	Orden de proximidad	Razones
A	Absolutamente necesaria	
E	Especialmente importante	
I	Importante	
O	Ordinaria o Normal	
U	Unimportante (sin importancia)	
X	Indeseable	
XX	Muy indeseable	

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Tabla 42 Código de Razones del Método SLP

Número	Razón
1	Por Control
2	Por Higiene
3	Por Proceso
4	Por Ruido
5	Por Seguridad

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacuán Jessica

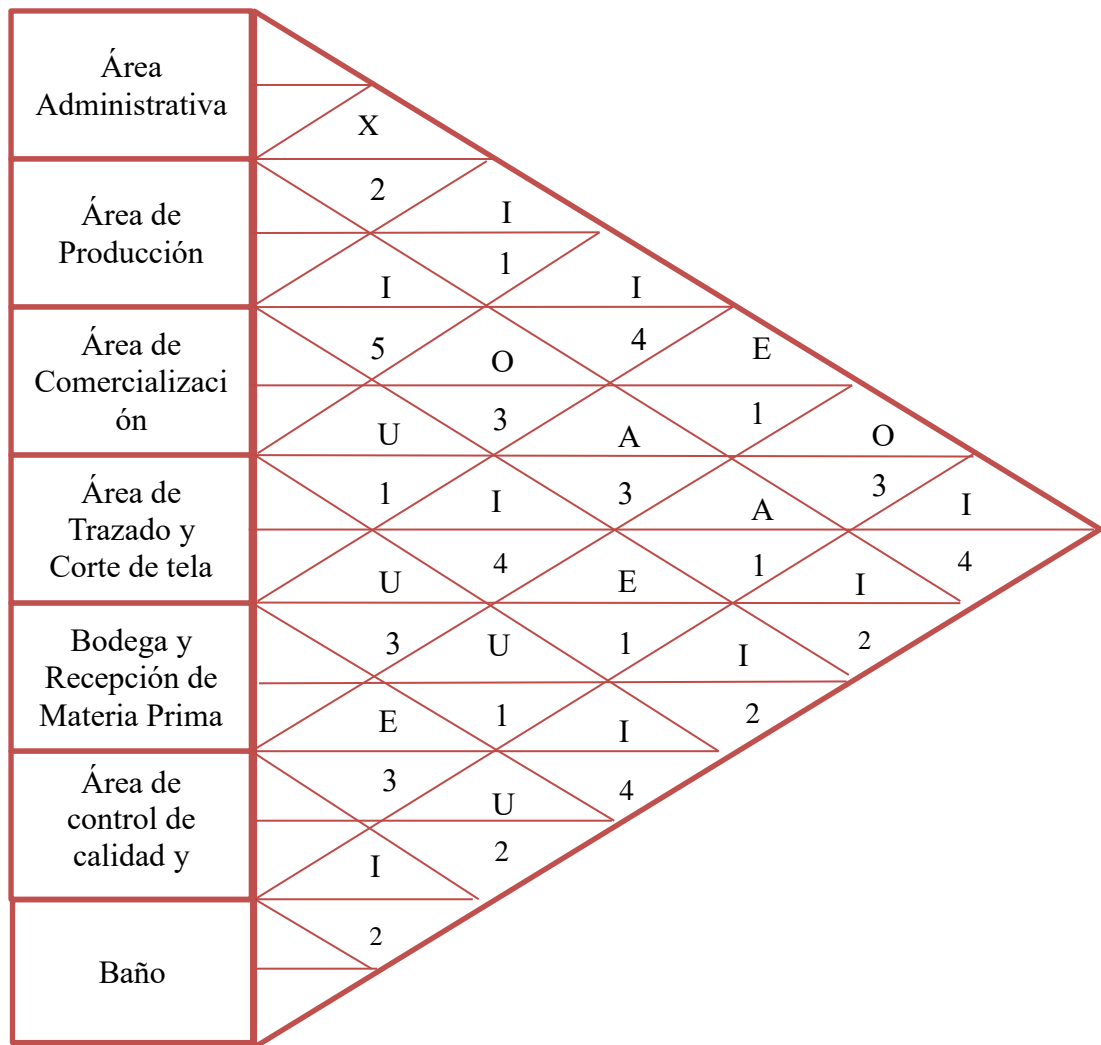


Figura 33 Matriz SLP

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Pilacuán Jessica

Se presentan los diagramas de correlación para producción y para la planta en general, los cuales se determina la razón y la cercanía con cada uno de los departamentos que se presentan en la microempresa Cather'z.

4.03.02.02 Distribución de la Planta

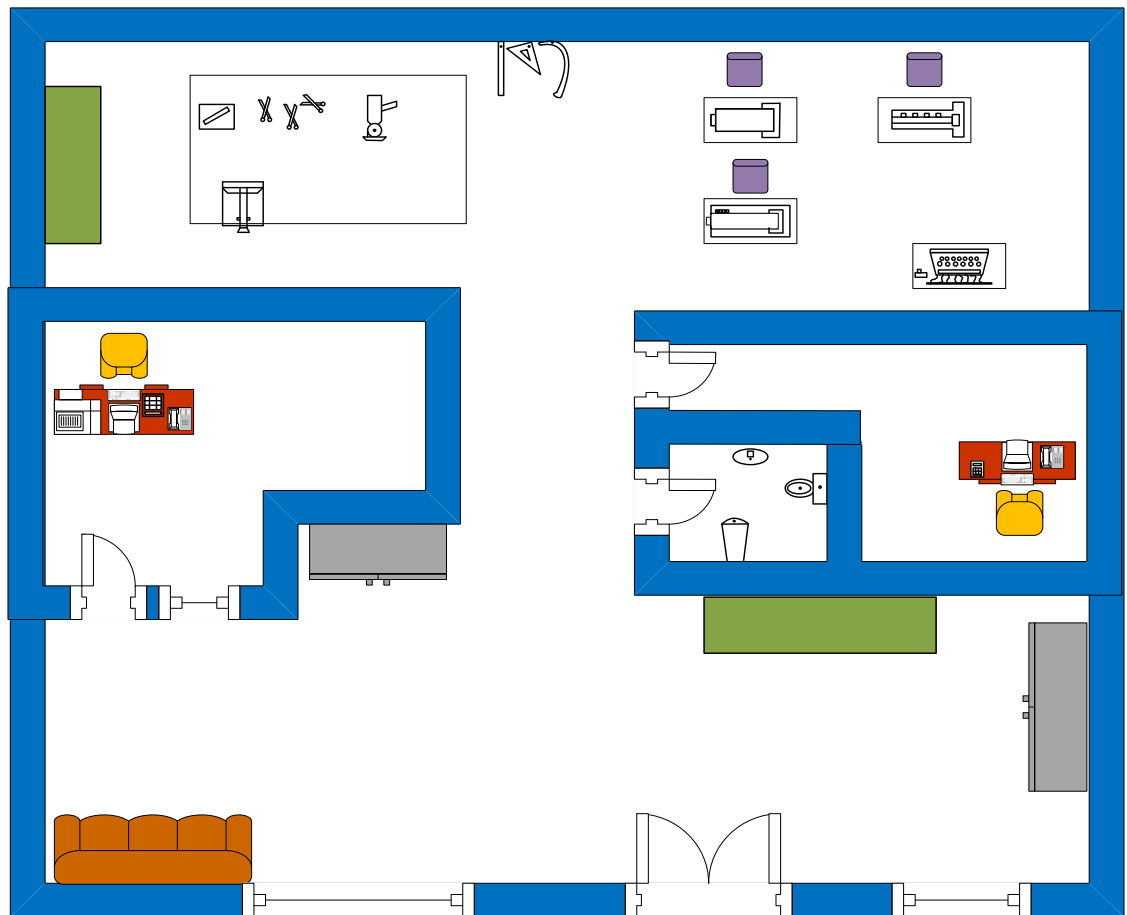


Figura 34 Distribución de planta

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacúan Jessica

4.03.03 Proceso Productivo







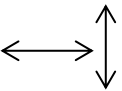


Es un conjunto de operaciones que son necesarias para llevar a cabo la elaboración de un producto o el diseño de un servicio. Para ello, un procedimiento para realizar la transformación de los materiales, objetos o sistemas, debe ser planificado. (Sanchez, 2017, pág. 1)

El proceso productivo son etapas consecutivas para la creación de un producto donde interviene la materia prima e insumos los cuales sufren una transformación para obtener un producto terminado.

Para aplicar al proyecto de la microempresa Cather'z se realizará la metodología ANSI y se explicará cada función con las respectivas simbologías.

4.03.03.01 Simbología

Tabla 43 Simbología ANSI

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

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: ANSI

El método ANSI (Instituto Nacional de Normalización Estadounidense) permite el análisis de las interacciones detalladas de un proceso, los estándares ANSI buscan que las características y el rendimiento de los productos sean consistentes, que las personas empleen las mismas definiciones y términos, y que los productos sean comprobados de la misma forma.

4.03.03.02 Diagrama de Flujo Funcional

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que indican la dirección de flujo del proceso. (Talavera, 1999, pág. 110)

El diagrama funcional representa gráficamente los procesos, detalladamente cada paso para poder realizar un proceso de manera eficiente y coherente.

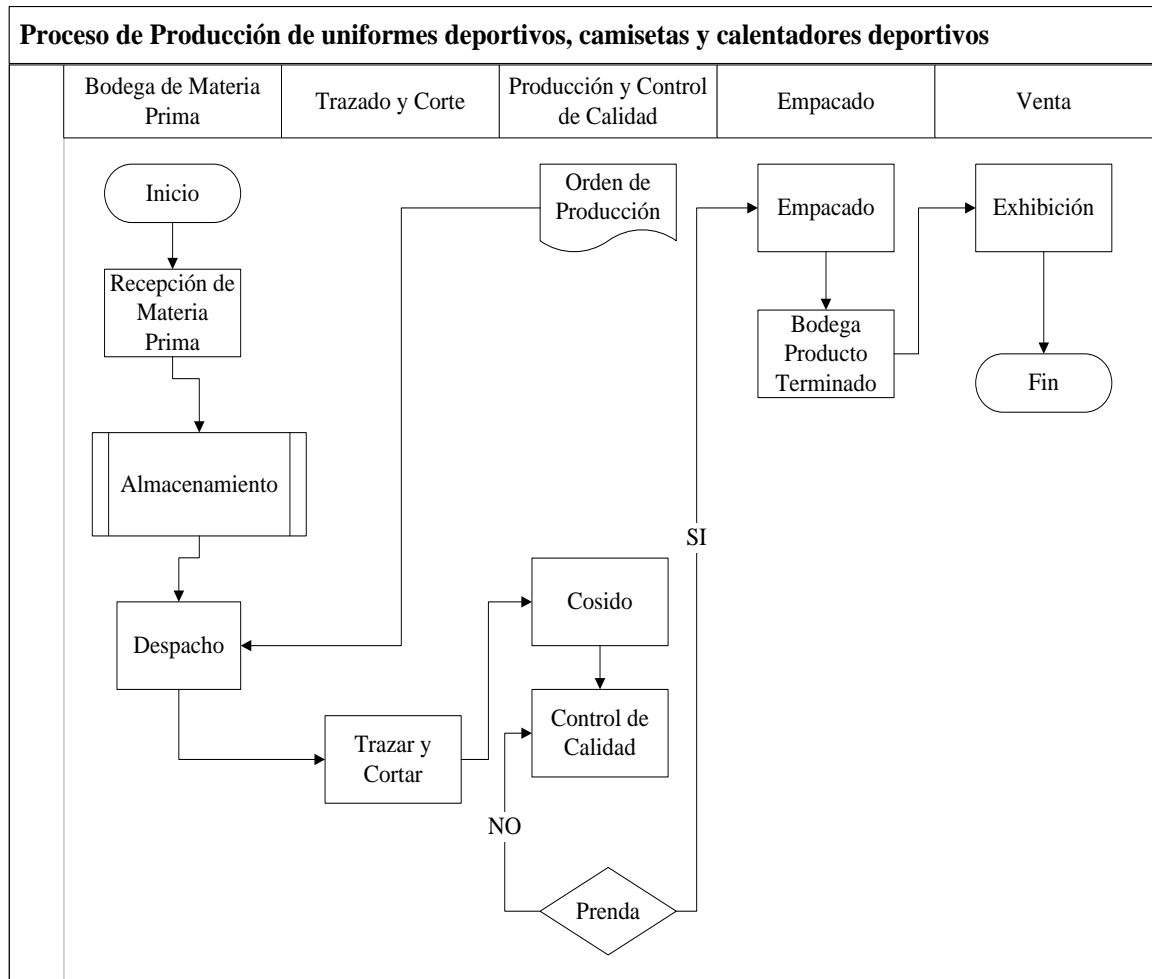


Figura 35 Proceso Productivo

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Pilacuán Jessica

4.03.03.02.01 Recepción de Materia Prima

En esta sección se recibirá toda la materia prima la cual sería la tela, la misma que debe ser de buena calidad y sin ninguna alteración.

4.03.03.02.02 Almacenamiento

Aquí una vez recibida la materia prima, se procederá a dividir cada tipo de tela para así identificarla rápidamente al momento de necesitarla para su producción.

4.03.03.02.03 Trazado y Corte

En este proceso es importante la adquisición de los moldes para el diseño del producto que desean los consumidores, además que hay que tener mucha precaución para evitar mal gastar la tela.

4.03.03.02.04 Confección y control de calidad

En esta sección se deberá coser cada una de las partes de la tela hasta culminar con el diseño deseado, para continuar por el proceso de control de calidad en la cual se verificará que no haya imperfecciones en los acabados del producto.

4.03.03.02.05 Empaque

Una vez que el producto pasó con control de calidad, se procede a su empaque en fundas plásticas y clasificándolos de acuerdo a la talla y al color.

4.03.03.02.06 Almacenamiento del producto terminado

En este proceso se procede a colocar el producto en las estanterías de acuerdo a su talla y al color del mismo.

4.03.03.02.07 Venta y Exhibición del producto

Aquí se procederá a exhibir las prendas en el almacén para ser vendido, en el cual el cliente podrá visualizar cada producto y escoger de acuerdo a sus gustos y necesidades.

4.03.04 Maquinaria y Herramientas

Máquina es una palabra que presenta un uso recurrente en nuestro idioma dado que denomina al aparato, artefacto, compuesto por un conjunto de mecanismos y de piezas, tanto fijas como móviles, cuya marcha permite dirigir, regular, o en su defecto, cambiar la energía para llevar a cabo un trabajo con una determinada misión. (ABC, 2007, pág. 1)

La máquina es un aparato que se encuentra formado por diferentes piezas móviles y fijas que aprovechan la energía que tiene para realizar un trabajo determinado. Conjunto de máquinas o bienes de equipo mediante las cuales se realizan la extracción o elaboración de los productos.

Tabla 44 Maquinaria y Herramientas

Microempresa Cather'z				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
Máquina Overlock Anexo 6	1	\$ 1.055,00	\$ 1.055,00	
Máquina Recubridora Anexo 7	1	\$ 1.460,00	\$ 1.460,00	
Máquina Recta Anexo 8	1	\$ 495,00	\$ 495,00	
Bordadora Anexo 9	1	\$ 6.500,00	\$ 6.500,00	
Estampadora Anexo 10	1	\$ 590,00	\$ 590,00	
Cortadora Anexo 11	1	\$ 105,00	\$ 105,00	
Juego de reglas	2	\$ 80,00	\$ 160,00	
Moldes de diseño	1	\$ 100,00	\$ 100,00	
Tijeras Anexo 12	3	\$ 4,50	\$ 13,50	
TOTAL		10.389,50	10.478,50	

Fuente: Estudio Técnico (Anexos)

Elaborado por: Pilacúan Jessica

4.03.05 Equipos

Equipo que actúan de manera independiente sobre los materiales ya sea mecánica o térmicamente, o que realizan operaciones sobre los materiales (como el manejo, el rociado, el pesado o el embalado), incluidos sus componentes mecánicos que producen y aplican fuerza, y cualquier parte primaria fabricada especialmente.

(Programa Interdisciplinario para el Desarrollo, 2017, pág. 8)

Los equipos son herramientas, necesarias para el adecuado desarrollo de la actividad siendo de gran importancia porque forman parte de una empresa o negocio, el cual es de gran utilidad según la necesidad requerida.

Tabla 45 Equipos

Microempresa Cather'z			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfono Anexo 13	2	\$40,00	\$80,00
Computadoras Anexo 14	2	\$400,00	\$800,00
Impresora Anexo 15	1	\$155,00	\$155,00
Sillas giratorias Anexo 16	2	\$30,00	\$60,00
Sillas Normales Anexo 17	3	\$20,00	\$60,00
Sillón de espera tri personal Anexo 18	1	\$110,00	\$110,00
Vitrinas Anexo 19	2	\$100,00	\$200,00
Mesa de corte	1	\$120,00	\$120,00
Estantería Anexo 20	2	\$73,00	\$146,00
Cajoneras-Archivadores Anexo 21	2	\$65,00	\$130,00
Tiza de tela (1caja)	1	\$10,00	\$10,00
Calculadora Anexo 22	2	\$14,00	\$28,00
Perforadora	1	\$2,50	\$2,50
TOTAL		1.139,50	1.901,50

Fuente: Estudio Técnico (Anexos)

Elaborado por: Pilacúan Jessica

4.03.06 Proveedores Maquinaria y Equipos

Tabla 46 Proveedores Maquinaria y Equipos

Microempresa Cather'z		
Maquinaria y Herramientas		
Descripción	Cantidad	Proveedor
Máquina Overlock Anexo 6	1	Mercado Libre
Máquina Recubridora Anexo 7	1	Mercado Libre
Máquina Recta Anexo 8	1	Mercado Libre
Bordadora Anexo 9	1	Mercado Libre
Estampadora Anexo 10	1	Mercado Libre
Cortadora Anexo 11	1	Mercado Libre
Juego de reglas	2	Mercado Libre
Moldes de diseño	1	Mercado Libre
Tijeras Anexo 12	3	Mercado Libre
Equipos		
Descripción	Cantidad	Proveedor
Teléfono Anexo 13	2	Mercado Libre
Computadoras Anexo 14	2	Mercado Libre
Impresora Anexo 15	1	Mercado Libre
Sillas giratorias Anexo 16	2	Mercado Libre
Sillas normales Anexo 17	3	Mercado Libre
Sillón de espera tri-personal Anexo 18	1	Mercado Libre
Vitrinas Anexo 19	2	Mercado Libre
Mesa de corte Anexo	1	
Estantería Anexo 20	2	Mercado Libre
Cajoneras-Archivadores Anexo 21	2	Mercado Libre
Calculadora Anexo 22	1	Mercado Libre

Fuente: Estudio Técnico (Anexos)

Elaborado por: Pilacúan Jessica

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización de un proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta. (Baca Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 5)

5.01 INGRESOS

Son todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la empresa y su estructura (en un ejercicio económico). (Sarmiento, 2003, pág. 22)

5.01.01 Ingresos Operacionales

Los ingresos operacionales, o ingresos de operación, son aquellos que están directamente asociados a la razón de ser del negocio. Se originan por el objeto social para el que fue creada la empresa. (Guzmán, Guzmán, & Romero, 2005, pág. 111)

Son consideradas las utilidades obtenidas por la venta de mercaderías; es decir, es la diferencia establecida entre el precio de costo y el precio de venta. (Sarmiento, 2003, pág. 22)

Los ingresos operacionales son aquellos que permiten un aumento de capital para la empresa al ejercer su propia actividad comercial, tomando en cuenta tres costos importantes los cuales son:

- Materia Prima Directa (MPD)
- Mano de Obra Directa (MOD)
- Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Tabla 47 Ingresos Operacionales

MICROEMPRESA CATHER'Z							
AÑO 1							
Producto	PVP (c/u)	Cant. diaria	Ventas diarias	Cant. Mens.	Ventas Mens.	Cant. Anual	Venta Anual
Uniformes Deportivos	\$15	7,91	\$118,61	158,17	\$2.372,25	1898	\$28.467,03
Camisetas	\$8	6,07	\$48,56	121,42	\$971,27	1457	\$11.655,19
Calentadores	\$26	5,95	\$154,72	119,00	\$3.094,31	1428	\$37.131,74
TOTALES		19,93	\$321,89	398,58	\$6.437,83	4783	\$77.253,96

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Tabla 48 Ingresos Operacionales Proyectados

MICROEMPRESA CATHER'Z			
Período	Ingreso Anual	Factor de proyección	Ingreso proyectado
Año 1	\$77.253,96	1,50%	\$78.412,77
Año 2	\$78.412,77	1,50%	\$79.588,96
Año 3	\$79.588,96	1,50%	\$80.782,80
Año 4	\$80.782,80	1,50%	\$81.994,54
Año 5	\$81.994,54	1,50%	\$83.224,46

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

5.01.02 No Operacionales

Los ingresos no operacionales y otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma. (Guzmán, Guzmán, & Romero, 2005, pág. 112)

La microempresa Cather'z no tendrá ingresos no operacionales, ya que recién se implementa al mercado con sus actividades comerciales.

5.02 COSTOS

Costo que produce la elaboración de un producto o la prestación de un servicio. Se utiliza, a veces, como sinónimo de precio. (Ámez, 2003, pág. 12)

Un costo es un equivalente de dinero invertido en recursos para la empresa, el cual será para la fabricación del producto. Para la microempresa Cather'z este factor es importante, ya que por medio de él se determinará el valor económico del producto y la utilidad de la misma, es por ello que se realiza un estudio tomando en cuenta los costos directos e indirectos para su precio final, hay que tomar en cuenta que los costos son recuperables al momento que se realice la venta del producto.

5.02.01 Costos Directos

Cantidad que es directamente aplicable a un apartado concreto de la producción. Este sí se identifica con una fase o aspecto concreto del proceso productivo. Suelen

ser incluidos en el apartado las materias primas y los sueldos y salarios. (Ámez, 2003, pág. 15)

Los costos directos son aquellos que provienen de la mano de obra directa y la materia prima, ya que estos forman parte directa al momento de realizar el producto.

En las siguientes tablas se demostrará la cantidad de materia prima y mano de obra de cada uno de los productos que se confeccionan en la Microempresa Cather'z

5.02.01.01 Materia Prima Directa (MPD)

Tabla 49 Materia Prima por unidad

Microempresa Cather'z						
Uniformes Deportivos Internos 1 unidad						
Materia Prima Directa	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
Tela	metro	1,5	\$ 2,51	\$ 3,76	\$ 112,73	\$ 1.352,70
Hilo	ovillos	1	\$ 0,40	\$ 0,40	\$ 12,00	\$ 144,00
Tela de forro	metro	1	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 4,50	\$ 54,00
Elástico 51 cm	metro	1	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 6,00	\$ 72,00
Tela rib	metro	1	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 6,00	\$ 72,00
Medias	Unidad	1	\$ 0,90	\$ 0,90	\$ 27,00	\$ 324,00
Bordado	centímetros	7cm x 7cm	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 22,50	\$ 270,00
Estampado	centímetros	21cm x 12cm	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 22,50	\$ 270,00
Total			\$ 5,86	\$ 7,11	\$ 213,23	\$ 2.558,70
Camisetas Deportivas 1 unidad						
Materia Prima Directa	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
Tela	metros	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 75,00	\$ 900,00
Hilo	ovillo	1	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 3,00	\$ 36,00
Tela rib	metros	6cm x 40cm	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 6,00	\$ 72,00
Estampado (número y sello)	centímetros	21cm x 12cm	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 22,50	\$ 270,00
Total			\$ 3,55	\$ 3,55	\$ 106,50	\$ 1.278,00
Calentadores Deportivos 1 unidad						
Materia Prima Directa	Unidad de medida	Cantidad utilizada	Costo Unitario	Total	Valor Mensual	Valor Anual
Tela	metro	1,6	\$ 5,10	\$ 8,15	\$ 244,61	\$ 2.935,30
Hilo	ovillo	1	\$ 0,48	\$ 0,48	\$ 14,40	\$ 172,80
Cierre 70cm	centímetros	1	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 22,50	\$ 270,00
Tela rib	metros	21cm x 12cm	\$ 0,60	\$ 0,60	\$ 18,00	\$ 216,00
Bordado	centímetros	7cm x 7cm	\$ 0,75	\$ 0,75	\$ 22,50	\$ 270,00
Total			\$ 7,68	\$ 10,73	\$ 322,01	\$ 3.864,10

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

5.02.01.02 Mano de Obra Directa

Tabla 50 Mano de Obra Directa

Microempresa Cather'z								
Rol de Pagos Mano de Obra directa								
Cargo	Sueldo Mensual	Ap. Patr.	DTS	DCS	Fon. Res.	Vac.	Total Mensual	Total Anual
Producción	\$382,17	\$42,61	\$31,85	\$31,85	\$31,83	\$15,92	\$536,24	\$6.434,83
TOTAL SUELDO	382,17	42,61	31,85	31,85	31,83	15,92	536,24	6.434,83

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Tabla 51 Costo por minuto de Mano de Obra Directa

Mano de Obra						
Concepto	Sueldo Anual	Mensual	Semanal	Diario	Hora	Minutos por producto
Trabajador 1	6.434,83	536,24	123,75	24,75	3,09	0,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Tabla 52 Costo por producto de Mano de Obra Directa

Microempresa Cather'z					
TIEMPO DE PRODUCCIÓN			Uniformes Deportivos	Camisetas Deportivas	Calentadores Deportivos
N.	Actividad	Estación de Trabajo	Tiempo Total	Tiempo Total	Tiempo Total
1	Recepción de Materia Prima	Área de Producción	0:02:00	0:02:00	0:02:00
2	Almacenamiento	Área de Producción	0:05:00	0:05:00	0:05:00
3	Trazado y Corte de Tela	Área de Producción	0:10:00	0:10:00	0:15:00
6	Confección y control de calidad	Área de Producción	0:30:00	0:20:00	0:35:00
7	Empacado del producto	Área de Producción	0:08:00	0:05:00	0:13:00
8	Almacenamiento del Producto Terminado	Área de Producción	0:05:00	0:05:00	0:10:00
9	Venta y exhibición de prendas	Área de Comercialización	0:05:00	0:05:00	0:05:00
Total Tiempo de Producción			1:05:00	0:52:00	1:25:00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuán Jessica

5.02.02 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Costo que se toma en consideración para el cálculo de los costes pero que es difícilmente aplicable en su totalidad a una fase concreta del proceso productivo.

(Ámez, 2003, pág. 16)

Son aquellos que no pueden ser aplicados directamente a un producto, pero si pueden llevarse directamente a un centro de costos. (Mazuelas, 2014)

Los costos indirectos de fabricación consisten en destinar los servicios básicos y arriendos utilizados en la producción, de acuerdo a cada uno de los productos elaborados anualmente.

Tabla 53 Costos Indirectos de Fabricación

Microempresa Cather'z			
Costos Indirectos de Fabricación			
	Mes	Unidades Día	Costo Unitario
Arriendo	180,00	20	\$ 0,45
Servicios Básicos	115,00	20	\$ 0,29

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Tabla 54 Costos Indirectos de Fabricación de cada producto

Microempresa Cather'z			
	Uniformes Deportivos	Camisetas Deportivas	Calentadores Deportivos
C.I.F.	0,74	0,74	0,74
Servicio básico	0,29	\$ 0,29	\$ 0,29
Arriendo	0,45	\$ 0,45	\$ 0,45

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuán Jessica

5.02.03 Costos de Producción

Tabla 55 Costos de Producción por unidad

MICROEMPRESA CATHER'Z		
Uniformes Deportivos Internos		
Materia Prima	Unidad	\$7,85
Tela 1,5 m	\$3,75	
Hilo	\$0,40	
Forro	\$0,15	
Elástico 51 cm	\$0,20	
Tela rib	\$0,20	
Medias	\$0,90	
Bordado (sello)	\$0,75	
Estampado (números)	\$1,50	
Mano de Obra		\$1,24
Sueldo Operador	\$1,24	
C.I.F		\$0,74
Servicio básico	\$0,29	
Arriendo	\$0,45	
Costo Producción		\$9,83
Camisetas Deportivas		
Materia Prima	Unidad	\$3,55
Tela 1m	\$2,50	
Hilo	\$0,10	
Tela rib	\$0,20	
Estampado (sello y número)	\$0,75	
Mano de Obra		\$1,24
Sueldo Operador	\$ 1,24	
C.I.F		\$0,74
Servicio básico	\$ 0,29	
Arriendo	\$ 0,45	
Costo Producción		\$5,53
Calentadores Deportivos		
Materia Prima	Unidad	\$10,73
Tela 2,5 m	\$8,15	
Hilo	\$0,48	
Cierre 70 cm	\$0,75	
Tela rib	\$0,60	
Bordado	\$0,75	
Mano de Obra		\$1,24
Sueldo Operador	\$ 1,24	
C.I.F		\$0,74
Servicio básico	\$ 0,29	
Arriendo	\$ 0,45	
Costo Producción		\$12,71

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Tabla 56 Porcentaje de Utilidad de cada producto

Uniformes Deportivos Internos	
Porcentaje Costo Producción	65,50%
Margen de Contribución	\$ 5,18
Porcentaje utilidad	34,50%
Precio venta	\$ 15,00
Camisetas Deportivas	
Porcentaje Costo Producción	69,06%
Margen de Contribución	\$ 2,48
Porcentaje utilidad	30,94%
Precio venta	\$ 8,00
Calentadores Deportivos	
Porcentaje Costo Producción	48,87%
Margen de Contribución	\$ 13,30
Porcentaje utilidad	51,13%
Precio venta	\$ 26,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Pilacúan Jessica

5.02.04 Gastos Administrativos

Incluyen todos los costos de la organización que no pueden lógicamente ser incluidos en la producción o el mercadeo, como salarios de ejecutivos, contabilidad, secretarías y demás costos asociados con la administración general de la organización como un todo. (Cuevas, 2001, pág. 14)

Los gastos administrativos representan los sueldos de los empleados que administra la microempresa que no tienen relación con las actividades operativas, además se encuentran los insumos o materiales que se utilizan en la parte administrativa del negocio.

Tabla 57 Gastos Administrativos

Descripción	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Sueldo Personal Administración	547,82	547,82	6.573,85
Útiles de Oficina	2,60	2,60	31,20
Arriendos	200,00	200,00	2.400,00
Suministros de Limpieza	10,00	10,00	120,00
Agua Potable	20,00	20,00	240,00
Luz Eléctrica	40,00	40,00	480,00
Teléfono	20,00	20,00	240,00
Internet	25,00	25,00	300,00
Mantenimiento	10,00	10,00	120,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		875,42	10.505,05

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

5.02.05 Gasto de Venta

Investigación y desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; publicidad y tendencia de las ventas. (Baca Urbina, 2010, pág. 142)

Es aquel gasto que se refiere a la venta del producto, es decir todo lo que cuesta y que tenga relación con la publicidad de la microempresa, buscando e ideando planes y estrategias correctas y oportunas, como puede ser entregando flyers, tarjetas de presentación, entre otros.

Tabla 58 Gasto de Ventas

Microempresa Cather'z				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Artículos Promocionales	-	-	20,00	240,00
Tarjetas de presentación	1	35,00	35,00	420,00
Sueldo	1	538,36	538,36	6.460,28
Calendarios	1	35,00	35,00	420,00
Flyers	1	50,00	50,00	600,00
Trípticos	1	48,00	48,00	576,00
TOTAL			726,36	8.716,28

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuán Jessica

5.02.06 Gastos Financieros

Los gastos financieros son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. (Baca Urbina, 2010, pág. 143)

Al realizar financiamiento en una institución financiera, por el capital que otorgan dichas instituciones, cobran un valor por el dinero prestado a esto se lo conoce como intereses y la suma total es el gasto financiero.

Tabla 59 Gasto Financiero

Microempresa Cather´z			
Financiamiento		\$18.797,81	
Tasa de interés anual.		12,50%	
Período meses	Intereses	Período meses	Intereses.
0		-----	-----
1	\$195,81	13	\$103,98
2	\$188,59	14	\$95,80
3	\$181,29	15	\$87,54
4	\$173,91	16	\$79,19
5	\$166,46	17	\$70,75
6	\$158,93	18	\$62,22
7	\$151,32	19	\$53,61
8	\$143,64	20	\$44,90
9	\$135,87	21	\$36,11
10	\$128,02	22	\$27,22
11	\$120,09	23	\$18,24
12	\$112,08	24	\$9,17
Gasto financiero	\$1.856,01	Gasto financiero	\$688,73

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuán Jessica

5.02.07 Costos Fijos y Variables

5.02.07.01 Costos Fijos

Parte del coste total que se mantiene inalterable, ajeno a las variaciones en el volumen de producción. (Ámez, 2003, pág. 52)

Los costos fijos son valores que no varían de acuerdo a la producción o el volumen de ventas, y que deben cubrirse en el caso que no existan producción o venta.

Tabla 60 Costos Fijos

Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	10.505,05
Gastos de Ventas	8.716,28
Gasto Financiero	1.856,02
TOTAL COSTO FIJO	21.077,36

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

5.02.07.02 Costos Variables

Parte del coste total que varía en función del volumen de producción. (Ámez, 2003, pág. 53)

Para la microempresa Cather'z los costos variables determinan la cantidad de productos que se elaborarán de acuerdo a lo que se genere. En el proyecto los costos variables se determinan por la materia prima directa, la mano de obra directa, además por los costos indirectos de fabricación, los cuales serán variables de acuerdo a su producción.

5.03 INVERSIONES

Una inversión es cuando una persona natural o jurídica desea invertir un capital asumiendo el riesgo que conlleva lo mencionado, ya que no se conoce si esa inversión se podrá recuperar y así obtener beneficios o no será provechosa.

5.03.01 Inversión Fija

Son las adquisiciones de activos tangibles y se distinguen por ser depreciables.

(Pedraza Rendón, 2014, pág. 81)

En el ámbito empresarial la mayoría de las inversiones están dirigidas a la compra de activos que permitan la expansión de las empresas y que son necesarios para alcanzar los objetivos planteados.

5.03.02 Activos Fijos

Conjunto de elementos patrimoniales adscritos a la sociedad de forma duradera imprescindibles para la propia actividad de la misma. (Ámez, 2003, pág. 10)

Los activos fijos son bienes tangibles y su uso es exclusivo para la actividad de la empresa, para los cuales con el pasar del tiempo se deprecian ya que sufren desgaste, además que es instrumento indispensable para el funcionamiento de la microempresa.

Tabla 61 Activos Fijos

Microempresa Cather'z

Cuadro de Inversiones

Concepto	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	\$ 10.478,50	\$ 3.375,00	\$ 7.103,50
Muebles y Enseres	\$ 826,00	\$ 466,00	\$ 360,00
Equipo de Computación	\$ 955,00	\$ 555,00	\$ 400,00
Equipo de Oficina	\$ 120,50	\$ 120,50	
Total de Activos Fijos	\$ 12.380,00	\$ 4.516,50	\$ 7.863,50

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuán Jessica

5.03.03 Activos Nominales (diferidos)

Parte del activo que comprende los bienes inmateriales como las patentes, las marcas, el fondo de comercio, entre otros. (Ámez, 2003, pág. 10)

Estos activos son intangibles y son aquellos que sirven para que la microempresa inicie con sus actividades comerciales.

Tabla 62 Activos Nominales

Microempresa Cather'z			
Cuadro de Inversiones			
Activos Diferidos	Uso de fondos	Recursos Propios	Recursos Financiados
Gasto de Constitución	\$ 150,00	\$ 150,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 100,00	\$ 100,00	
Total de Activos Diferidos	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 0,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuan Jessica

5.03.04 Capital de Trabajo

El capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante o corriente y el pasivo circulante o corriente. (Baca Urbina, 2010, pág. 145)

El capital de trabajo es aquel dinero que será utilizado los primeros meses que la microempresa inicie sus actividades.

Es aquel dinero que se utilizara durante los primeros meses de funcionamiento de la microempresa y que puedan cubrir gastos hasta que las ventas crezcan y la microempresa genere su ganancia y conlleve estos egresos.

Tabla 63 Capital de Trabajo

Microempresa Cather´z				
Capital De Trabajo				
Descripción	1 Mes	1 Mes	1 Mes	TOTAL
Materia Prima	3.096,95	3.096,95	3.096,95	9.290,85
Mano de Obra	536,24	536,24	536,24	1.608,71
Arriendos	180,00	180,00	180,00	540,00
Servicios Básicos	115,00	115,00	115,00	345,00
Mantenimiento	30,00	30,00	30,00	90,00
Gasto Administrativo	560,42	560,42	560,42	1.681,26
Gasto Ventas	726,36	726,36	726,36	2.179,07
TOTAL	5.244,96	5.244,96	5.244,96	15.734,89

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

La adquisición de activos exige una financiación de igual importe, la cual, desglosada en fuentes individuales, conforma el patrimonio neto y el pasivo de la empresa. El origen de una financiación hace referencia a quien la aporta. (Pérez, 2015, pág. 88)

Tabla 64 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Microempresa Cather´z		
Capital Propio	32%	\$ 8.905,28
Capital Financiado	68%	\$ 18.797,81
TOTAL	100%	\$27.703,09

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Tabla 65 Inversiones

Microempresa Cather´z			
Cuadro de Inversiones			
Concepto	Uso de fondos	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS
Inversiones en Activos Fijos			
Maquinaria y Equipo	\$ 10.478,50	\$ 3.375,00	\$ 7.103,50
Muebles y Enseres	\$ 826,00	\$ 466,00	\$ 360,00
Equipo de Computación	\$ 955,00	\$ 555,00	\$ 400,00
Equipo de Oficina	\$ 120,50	\$ 120,50	
Total de Activos Fijos	\$ 12.380,00	\$ 4.516,50	\$ 7.863,50
Activos Diferidos			
Gasto de Constitución	\$ 150,00	\$ 150,00	
Estudio de Factibilidad	\$ 100,00	\$ 100,00	
Total de Activos Diferidos	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 0,00
Capital de trabajo			
Materia Prima	\$ 9.290,85		\$ 9.290,85
Mano de Obra	\$ 1.608,71	\$ 1.608,71	
Arriendos	\$ 540,00	\$ 540,00	
Servicios Básicos	\$ 345,00	\$ 345,00	
Mantenimiento	\$ 30,00	\$ 30,00	
Gasto Administrativo	\$ 1.643,46		\$ 1.643,46
Gasto Ventas	\$ 1.615,07	\$ 1.615,07	
Total capital de trabajo	\$ 15.073,09	\$ 4.138,78	\$ 10.934,31
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 27.703,09	\$ 8.905,28	\$ 18.797,81
PARTICIPACIÓN	100%	32%	68%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Para el presente proyecto el 32% se aplicará capital propio, mientras que el 68% es el capital financiado, el cual se lo realizará en la Cooperativa Alianza del Valle ya que ofrece una tasa de interés considerable.

5.03.04 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

Amortización es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. (Baca Urbina, 2010, pág. 144)

Amortización es la cuota que se establece por período contable, como consecuencia de inversiones o gastos anticipados. (Sarmiento, 2003, pág. 224)

Mediante la tabla de amortización se distribuye el costo de la inversión durante un lapso de tiempo, indicando los intereses a pagar, capital, saldos.

La mayor parte de instituciones financieras realizan la amortización de los préstamos por el método francés porque muestra una mejor comprensión para sus clientes con respecto a las cuotas a cancelar y los saldos, además que los valores a cancelar son fijos.

Tabla 66 Tabla de Amortización

Microempresa Cather'z					
Tabla de Amortización					
Inversión	27.703,09				
Capital Propio	8.905,28				
Financiamiento	18.797,81				
Plazo	24 meses				
Tasa de Interés Anual	12,5%				
Pagos	Mensual				
Período	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	\$18.797,81	\$ -	\$ -	\$ -	\$18.797,81
1	\$18.797,81	\$ 195,81	\$ 889,27	\$ 693,46	\$18.104,35
2	\$18.104,35	\$ 188,59	\$ 889,27	\$ 700,69	\$17.403,66
3	\$17.403,66	\$ 181,29	\$ 889,27	\$ 707,99	\$16.695,68
4	\$16.695,68	\$ 173,91	\$ 889,27	\$ 715,36	\$15.980,32
5	\$15.980,32	\$ 166,46	\$ 889,27	\$ 722,81	\$15.257,50
6	\$15.257,50	\$ 158,93	\$ 889,27	\$ 730,34	\$14.527,16
7	\$14.527,16	\$ 151,32	\$ 889,27	\$ 737,95	\$13.789,21
8	\$13.789,21	\$ 143,64	\$ 889,27	\$ 745,64	\$13.043,58
9	\$13.043,58	\$ 135,87	\$ 889,27	\$ 753,40	\$12.290,17
10	\$12.290,17	\$ 128,02	\$ 889,27	\$ 761,25	\$11.528,92
11	\$11.528,92	\$ 120,09	\$ 889,27	\$ 769,18	\$10.759,74
12	\$10.759,74	\$ 112,08	\$ 889,27	\$ 777,19	\$ 9.982,55
13	\$ 9.982,55	\$ 103,98	\$ 889,27	\$ 785,29	\$ 9.197,26
14	\$ 9.197,26	\$ 95,80	\$ 889,27	\$ 793,47	\$ 8.403,79
15	\$ 8.403,79	\$ 87,54	\$ 889,27	\$ 801,73	\$ 7.602,06
16	\$ 7.602,06	\$ 79,19	\$ 889,27	\$ 810,09	\$ 6.791,97
17	\$ 6.791,97	\$ 70,75	\$ 889,27	\$ 818,52	\$ 5.973,45
18	\$ 5.973,45	\$ 62,22	\$ 889,27	\$ 827,05	\$ 5.146,39
19	\$ 5.146,39	\$ 53,61	\$ 889,27	\$ 835,67	\$ 4.310,73
20	\$ 4.310,73	\$ 44,90	\$ 889,27	\$ 844,37	\$ 3.466,36
21	\$ 3.466,36	\$ 36,11	\$ 889,27	\$ 853,17	\$ 2.613,19
22	\$ 2.613,19	\$ 27,22	\$ 889,27	\$ 862,05	\$ 1.751,14
23	\$ 1.751,14	\$ 18,24	\$ 889,27	\$ 871,03	\$ 880,11
24	\$ 880,11	\$ 9,17	\$ 889,27	\$ 880,11	\$ -

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Fórmula:

$$a = \frac{C * r + (1 + i)^n}{(1 + i)^n - 1}$$

Resolución:

$$a = \frac{18.797,81 * \frac{0.1215}{24} + (1 + 0.1215)^{24}}{(1 + 0.1215)^{24} - 1}$$

$$a = \mathbf{889.27 \text{ mensual}}$$

La cuota fija que se cancelará por el préstamo los 24 meses es de \$ 889.27 mensuales, es decir que anualmente su valor será de \$10 671.29.

5.03.05 Depreciaciones

Depreciación se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos.

(Baca Urbina, 2010, pág. 144)

Estimación del desgaste o pérdida de valor que sufre un activo fijo por su utilización en la actividad productiva, por el paso del tiempo o por la aparición de métodos de producción más eficaces. (Ámez, 2003, pág. 67)

Tabla 67 Tabla de Depreciación

Microempresa Cather'z							
Cuadro de Depreciaciones							
Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Oficina	\$120,5	10	\$12,05	\$12,05	\$12,05	\$12,05	\$12,05
Equipos de Computación	\$955	3	\$318,33	\$318,33	\$318,33	-	-
Muebles y Enseres	\$826	10	\$82,60	\$82,60	\$82,60	\$82,60	\$82,60
Maquinaria y Herramienta	\$10478,5	10	\$1.047,85	\$1.047,85	\$1.047,85	\$1.047,85	\$1.047,85
TOTAL	\$12.380,00		\$1.460,83	\$1.460,83	\$1.460,83	\$1.142,95	\$1.142,95

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

5.03.06 Estado de Situación Inicial

Nos demuestra la situación económica-financiera actual de la empresa, en la columna del activo estarán los valores de las diferentes cuentas que posee la empresa, en la columna del pasivo estarán los valores de las diferentes cuentas que adeuda la empresa a terceras personas y en el patrimonio las diferentes cuentas relacionadas con el capital de la empresa. (Sarmiento, 2003, pág. 245)

En el Estado de Situación Inicial se representan las cuentas de activos: que son todo lo que la empresa dispone para su correcta función de actividades, las cuentas de pasivos: los cuales son todas las obligaciones que la empresa tiene por cancelar, y las cuentas de patrimonio: en donde se detalla todo lo relacionado con el capital que cuenta la empresa para su funcionamiento. Además que demuestra, enseña y permite analizar la situación financiera de la empresa, siendo el punto de partida para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 68 Estado de Situación Inicial

MICROEMPRESA CATHER'Z

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERO INICIAL

ACTIVOS		
Activo Corriente		15.073,09
Bancos	15.073,09	
Activo no Corriente		12.630,00
Maquinaria y Equipo	10.478,50	
Muebles y Enseres	826,00	
Equipo de Computación	955,00	
Equipo de Oficina	120,50	
Gasto de Constitución	150,00	
Estudio de Factibilidad	100,00	
TOTAL ACTIVOS		<u>27.703,09</u>
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		18.797,81
Préstamo Bancario por pagar	18.797,81	
PATRIMONIO		8.905,28
Capital	8.905,28	
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO		<u>27.703,09</u>

Administradora

Contadora

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

5.03.07 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

La finalidad del análisis del estado de resultado o pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos

todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. (Baca Urbina, 2010, pág. 150)

El estado de resultados muestra los ingresos y egresos de la empresa, es decir que demuestra su situación económica (cuánto vendí, compré y ganaré).

Para realizar la proyección de dicho estado, se basa en la inflación y el PIB, éstos son factores que servirán de ayuda, ya que se determinará los ingresos, gastos y costos que se dispondrá en el transcurso del tiempo.

Tabla 69 Estado de Resultados Proyectado

Microempresa Cather´z					
Estado de Resultados Proyectado					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PIB Sectorial	1,50%				
Porcentaje de Inflación	1,09%				
VENTAS	77.253,95	78.412,76	79.588,95	80.782,79	81.994,53
(-) Costo de Producción	47.081,65	47.594,84	48.113,63	48.638,07	49.168,22
(=) Utilidad Bruta en Ventas	30.172,30	30.817,91	31.475,32	32.144,72	32.826,30
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	10.505,05	10.619,59	10.735,31	10.852,33	10.970,62
Gastos de Ventas	8.716,28	8.811,29	8.907,33	9.004,42	9.102,57
Gastos Financieras	1.856,02	688,74	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	9.094,94	10.698,33	11.832,68	12.287,97	12.753,12
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	9.094,94	10.698,33	11.832,68	12.287,97	12.753,12
(-) 15 % Participación Laboral	1.364,24	1.604,75	1.774,90	1.843,20	1.912,97
(=) Utilidad Antes de I.R.	7.730,70	9.093,58	10.057,78	10.444,77	10.840,15
(-) Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	7.730,70	9.093,58	10.057,78	10.444,77	10.840,15
(+) Depreciaciones	1.460,83	1.460,83	1.460,83	1.460,83	1.460,83
(+) Amortizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	9.191,53	10.554,41	11.518,61	11.905,61	12.300,98

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

5.04 EVALUACIÓN

El concepto de evaluación económica se define como el análisis de las acciones propuestas en un estudio de inversión a la luz de un conjunto de criterios con el objetivo de verificar la viabilidad de estas acciones y comparar los resultados del proyecto (beneficios) con los recursos necesarios para alcanzarlos (inversiones).

(Mungaray & Ramírez, 2004, pág. 134)

En la evaluación se realizan análisis de indicadores financieros, los cuales determinará la factibilidad y rentabilidad que tendrá el proyecto, además que se toman datos obtenidos con anterioridad.

5.04.01 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o Tasa de descuento

Es una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta. (Baca Urbina, 2010, pág. 151)

También conocida como costo de capital y es el rendimiento requerido sobre los distintos tipos de financiamiento. Este costo puede ser implícito o explícito y ser expresado como el costo de oportunidad para una alternativa de inversión.

La Tasa de descuento o TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad), determina el mínimo riesgo que tendrá la empresa al ejercer sus actividades económicas, además siempre contendrá dos variables macroeconómicas; para la microempresa Cather´z se tomará en cuenta las variables: Inflación y Costo de Oportunidad.

Fórmula

Inflación= 1.09%

Costo de Oportunidad = 8.75%

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

$$TMAR = 0.0109 + 0.0875 + (0.0109 * 0.0875)$$

$$TMAR = 9.94 \%$$

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Baca Urbina, 2010, pág. 182)

El Valor Actual Neto determina si el proyecto es menos riesgoso; contabiliza la valoración del "Valor de dinero" en el tiempo. Si el VAN es negativo el proyecto no es viable, si el VAN es positivo el proyecto es viable y si el VAN es igual hay que estar pendientes para tomar decisiones.

El VAN consiste en traer valores futuros a valores actuales, para ello se necesita la utilización de la TMAR, los flujos de efectivo y de la inversión.

Tabla 70 Flujos Netos de Efectivo

Microempresa Cather'z	
Período	Flujos Netos
Inversión	27.703,09
Año 1	9.191,53
Año 2	10.554,41
Año 3	11.518,61
Año 4	11.905,61
Año 5	12.300,98

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuan Jessica

5.04.02.01 Cálculo del VAN

$$VAN = -I + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -27.703,09 + \frac{9.191,53}{(1+0,0994)^1} + \frac{10.554,41}{(1+0,0994)^2} +$$

$$\frac{11.518,61}{(1+0,0994)^3} + \frac{11.905,61}{(1+0,0994)^4} + \frac{12.300,98}{(1+0,0994)^5}$$

$$VAN = -\$27.703,09 + \$8.360,85 + \$8.732,91 + \$8.669,37 +$$

$$\$8.150,83 + \$7.660,42$$

$$VAN = -\$27.703,09 + 41.574,39$$

$$VAN = \$ 13.871,30$$

Mediante el cálculo del VAN en la microempresa Cather'z, se determina que el proyecto si será viable, ya que existe un VAN positivo de \$13.871,30.

5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es la tasa de descuento por el cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Baca Urbina, 2010, pág. 184)

La tasa interna de rentabilidad sería aquella tasa que hace que el valor actual neto de la inversión sea igual a cero. Es decir, es la tasa que iguala la corriente actualizada

de cobros y de la corriente actualizada de pagos. (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 361)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es aquella tasa que determina si el proyecto a realizarse será viable y rentable, hay q saber que a mayor TIR habrá mayor rentabilidad, además es importante conocer que la TIR debe ser mayor que la TMAR.

$$\mathbf{TIR = 27\%}$$

Para la microempresa Cather'z y al determinar su TIR con un valor de 27%, se deduce que el proyecto si será viable ya que este valor supera al TMAR (9.94%), dando como conclusión que desde el año 1 se obtendrá ganancias y con ello se podrá recuperar la inversión satisfactoriamente.

5.04.03.01 Comprobación de la TIR

$$VAN = -I + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -\$27.703,09 + \frac{\$9.191,53}{(1+0,27)^1} + \frac{\$10.554,41}{(1+0,27)^2} + \frac{\$11.518,61}{(1+0,27)^3} + \frac{\$11.905,61}{(1+0,27)^4} + \frac{\$12.300,98}{(1+0,27)^5}$$

$$VAN = -\$27.703,09 + \$27.703,09$$

$$VAN = 0$$

5.04.04 PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

El PRI, ayuda a determinar el tiempo estimado en el cual se recuperará la inversión inicial, tanto en años, meses y días.

5.04.04.01 Cálculo

$$PRI = \frac{100\%}{TIR}$$

$$PRI = \frac{100}{27}$$

$$PRI = 3.57$$

$$PRI = 3,7 = 3 \text{ años } 0,7 * 12 = 8.4$$

$$PRI = 8.4 = 8 \text{ meses } 0.4 * 30 = 12 \text{ días.}$$

El Período de Recuperación de la Inversión (PRI), ayuda a determinar el tiempo estimado para recuperar la inversión, y al aplicar la fórmula respectiva, se deduce que para la microempresa Cather'z su período de recuperación será en 3 años, 8 meses, 12 días.

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

El análisis financiero consiste básicamente en la comparación de los ingresos y los costes generados durante la vida del proyecto, la diferencia entre los ingresos totales y los costes totales es el valor actual neto, el beneficio que el proyecto reporta al agente económico que tiene el derecho de propiedad sobre dichos rendimientos.

(De Rus, 2008, pág. 20)

Tabla N 68 Relación Costo Beneficio (RCB)

Microempresa Cather'z					
Relación Costo Beneficio RCB					
Período	Inversión	Ingresos	Costos	Por cada dólar vendido	Por cada dólar invertido
1	27703,09	77.253,95	47.081,65	1,64	1,09
2	27703,09	78.412,76	47.594,84	1,65	1,11
3	27703,09	79.588,95	48.113,63	1,65	1,14
4	27703,09	80.782,79	48.638,07	1,66	1,16
5	27703,09	81.994,53	49.168,22	1,67	1,18

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Al determinar la Relación Costo Beneficio de la microempresa Cather'z se determina que por cada dólar vendido ganará al año 1: un valor de \$1,64 y al año 5: ganará un valor de \$1,67.

Al determinar la Relación Costo Beneficio de la microempresa Cather'z se determina que por cada dólar invertido ganará al año 1: un valor de \$1,09 y al año 5: ganará un valor de \$ 1,18.

5.04.06 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos; es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. (Baca Urbina, 2010, pág. 148)

Al punto de equilibrio se le toma en cuenta los costos fijos y los costos variables, ya que se determina si cubre con eficiencia a la producción.

Para la microempresa Cather'z se realizaron tres puntos de equilibrio ya que la misma elaborará distintos productos (uniformes deportivos, camisetas, calentadores), y es por ello que los ingresos y costos varían dando diferentes puntos de equilibrio.

Fórmula:

$$P.E = \frac{CF}{P - CVU}$$

Tabla 71 Cálculo Punto de Equilibrio - Uniformes Deportivos

Microempresa Cather'z	
PUNTO DE EQUILIBRIO	
Uniformes Deportivos Internos	
PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN	28,00%
Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	10.505,05
Gastos de Ventas	2.941,41
Gasto Financiero	8.716,28
TOTAL COSTO FIJO	21.077,36
Precio de Venta unitario	15
Costo Variable Unitario	9,82
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu} = \frac{5.901,66}{5,18} = 1.140$ Unidades
P.E. =	$1.140 \times 15,00 = 17.106,15$ Ventas
ESTADO DE RESULTADOS	
VENTAS	17.106,15
Costo de Producción	11.204,49
Margen de Contribución	5.901,66
Costos Fijos	5.901,66
Utilidad / Pérdida	-

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuan Jessica

Microempresa Cather'z
PUNTO DE EQUILIBRIO
Uniformes Deportivos Internos

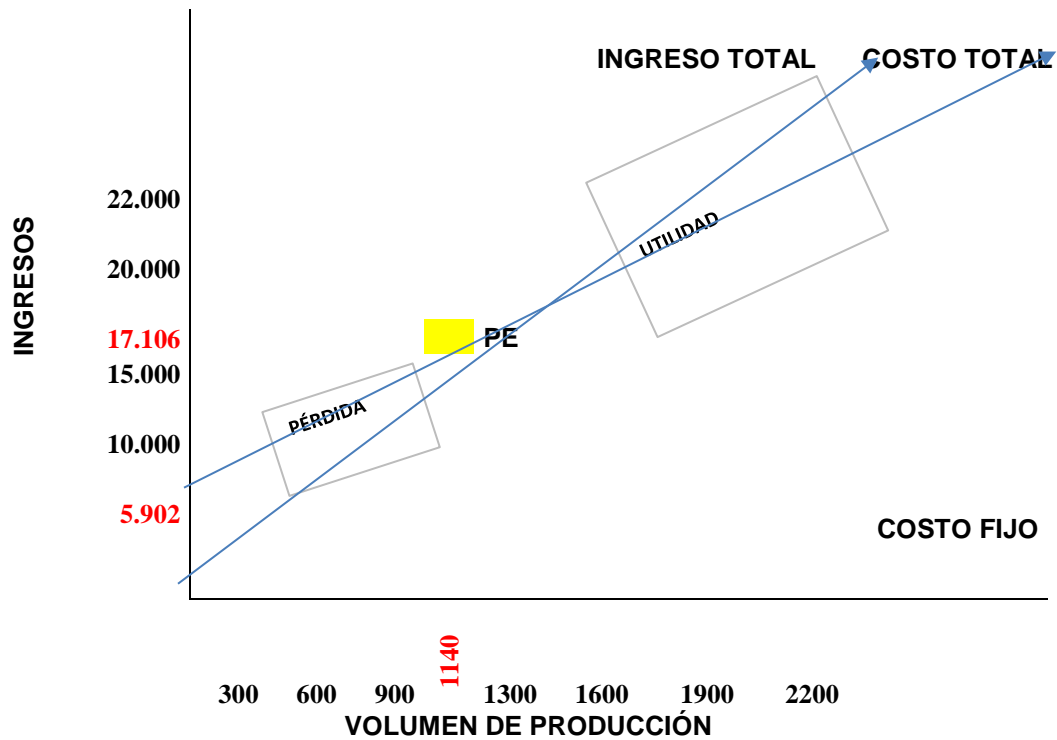


Figura 36 Punto de Equilibrio - Uniformes Deportivos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Iniciamos a vender más de 1140 unidades del producto de uniformes deportivos internos y la microempresa Cather'z comienza a obtener utilidades.

Cantidad Óptima: 1140 unidades

Ingreso Total: \$ 17 106

Tabla 72 Cálculo Punto de Equilibrio - Camisetas Deportivas

Microempresa Cather'z		
PUNTO DE EQUILIBRIO		
Camisetas Deportivas		
PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN		12,00%
Costos Fijos:		
Gastos Administrativos	10.505,05	1.260,61
Gastos de Ventas	8.716,28	1.045,95
Gasto Financiero	1.856,02	222,72
TOTAL COSTO FIJO	21.077,36	2.529,28
Precio de Venta unitario	8	
Costo Variable Unitario	5,52	
P.E. =	$\frac{CF}{p - Cvu}$	$= \frac{2.529,28}{2,48} = \mathbf{1.022 \text{ Unidades}}$
P.E. =	1.022 X 8,00	$= \mathbf{8.175,35 \text{ Ventas}}$
ESTADO DE RESULTADOS		
VENTAS		8.175,35
Costo de Producción		5.646,07
Margen de Contribución		2.529,28
Costos Fijos		2.529,28
Utilidad / Pérdida		-

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Microempresa Cather'z
PUNTO DE EQUILIBRIO
Camisetas Deportivas

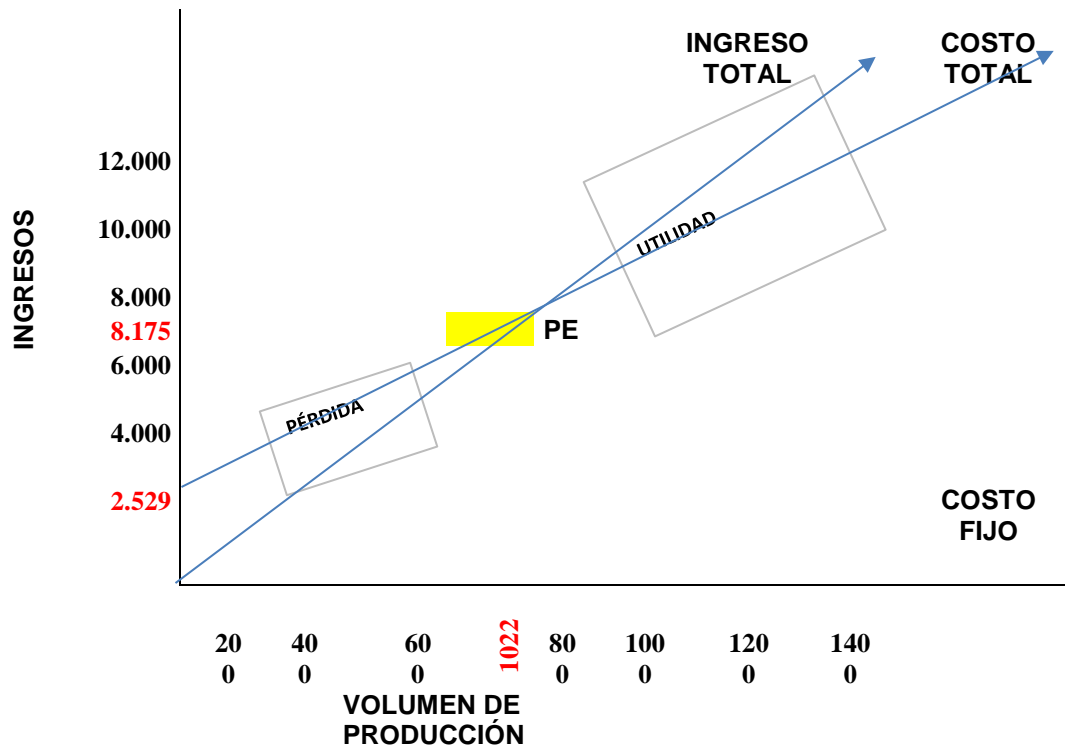


Figura 37 Punto de Equilibrio - Camisetas Deportivas

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Iniciamos a vender más de 1022 unidades del producto de camisetas deportivas y la microempresa Cather'z comienza a obtener utilidades.

Cantidad Óptima: 1022 unidades

Ingreso Total: \$ 8 175

Tabla 73 Cálculo Punto de Equilibrio - Calentadores Deportivos

Microempresa Cather´z	
PUNTO DE EQUILIBRIO	
Calentadores Deportivos	
PROCENTAJE DE PRODUCCIÓN	60%
Costos Fijos:	
Gastos Administrativos	10.505,05
Gastos de Ventas	6.303,03
Gasto Financiero	8.716,28
TOTAL COSTO FIJO	21.077,36
Precio de Venta unitario	26
Costo Variable Unitario	12,70
P.E. =	951 Unidades
	$\frac{CF}{p - Cvu} = \frac{12.646,41}{13,30}$
P.E. =	4.731,55 Ventas
	$951 \times 26,00 = 4.731,55$
ESTADO DE RESULTADOS	
VENTAS	24.731,55
Costo de Producción	2.085,13
Margen de Contribución	2.646,41
Costos Fijos	2.646,41
Utilidad / Pérdida	-

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacúan Jessica

Iniciamos a vender más de 1140 unidades y la microempresa Cather´z comienza a obtener utilidades.

Cantidad Óptima: 1140 unidades

Ingreso Total: \$ 17 106

**Microempresa Cather'z
PUNTO DE EQUILIBRIO
Calentadores Deportivos**

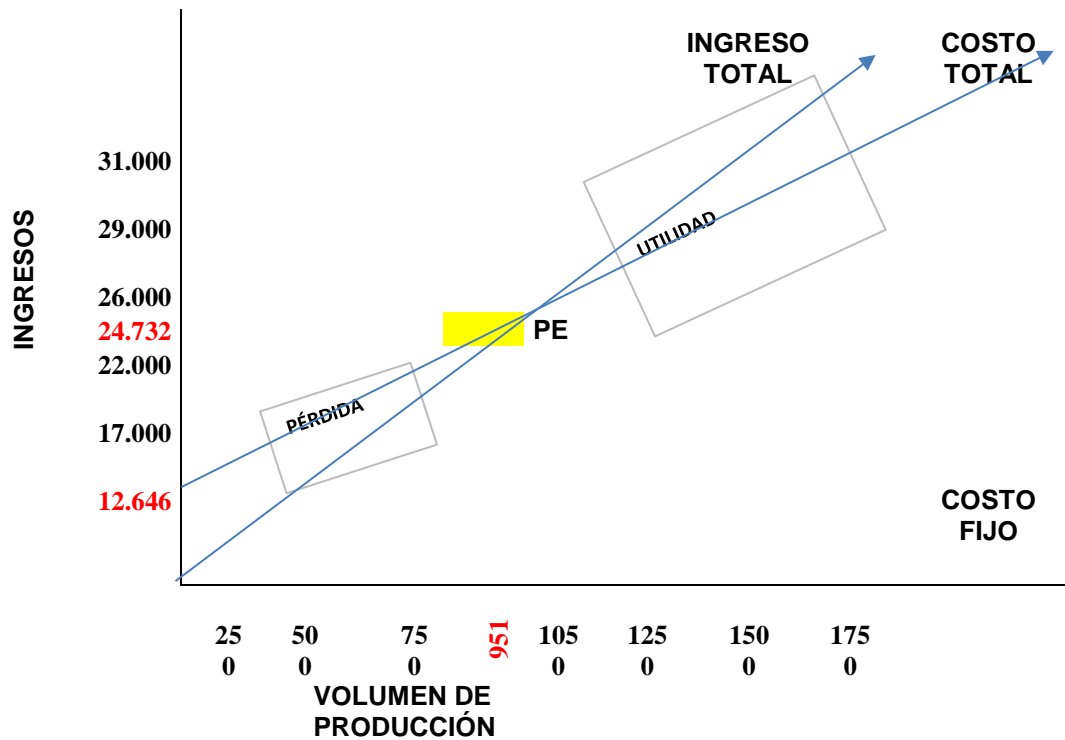


Figura 38 Punto de Equilibrio - Calentadores Deportivos

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Pilacuán Jessica

Iniciamos a vender más de 951 unidades del producto de calentadores deportivos y la microempresa Cather'z comienza a obtener utilidades.

Cantidad Óptima: 951 unidades

Ingreso Total: \$ 24 732

5.04.07 Análisis de índices financieros

El análisis financiero es la recopilación, comparación e interpretación de la información respecto a los Estados Financieros, con la finalidad de medir el desempeño para la toma de decisiones.

Los índices financieros son el resultado de establecer la relación numérica entre dos cantidades, estas cantidades son cuentas distintas del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias.

Un índice señala los puntos fuertes y débiles de una empresa. (Bravo María Mercedes, pág. 293)

5.04.07.01 Índice de Solidez

Permite evaluar la estructura de financiamiento del Activo Total. Mientras menor sea la participación del Pasivo Total en el financiamiento del Activo Total menor es el riesgo financiero, y mayor es el margen de garantía y seguridad. (Bravo María Mercedes, págs. 295, 296)

Fórmula

$$\text{Índice de solidez} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Índice de solidez} = \frac{18.797,81}{27.703,09}$$

$$\text{Índice de solidez} = 0,68$$

Mediante el índice de solidez, se determina que para la Microempresa Cather'z por cada dólar que tiene el activo, el \$ 0,68 ctvs. Es comprometido con terceros.

5.04.07.02 Índice de Endeudamiento

Señala cuántas veces el patrimonio está comprometido en el pasivo total. Un índice alto compromete la situación financiera. (Bravo María Mercedes, pág. 296)

Fórmula

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = \frac{18.797,81}{8.905,28}$$

$$\text{Índice de endeudamiento} = 2,11$$

Al determinar el índice de endeudamiento para la Microempresa Cather'z, se deduce que por cada dólar del patrimonio la Microempresa obtendrá el valor de \$2.11 para poder cubrir los pasivos que dispone.

5.04.07.03 Índice de Rentabilidad sobre ventas.

Permite conocer la utilidad por cada dólar vendido. Cuanto más alto mayor rentabilidad, depende del negocio o actividad de la empresa. (Bravo María Mercedes, pág. 297)

Fórmula

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad neta del ejercicio}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{7.730,70}{77.253,95}$$

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = 0.10$$

Al determinar el cálculo de rentabilidad sobre ventas, se deduce que en la Microempresa Cather'z por cada dólar que genera utilidad, \$0.10 ctvs es por concepto de las ventas.

5.04.07.04 ROA (Rendimiento sobre los Activos)

Mide el beneficio logrado en función de los recursos de la empresa, independientemente de sus fuentes de financiamiento. Si el índice es alto la rentabilidad es mejor, depende de la composición de los Activos, ya que no todos tienen igual rentabilidad. (Bravo María Mercedes, pág. 297)

Fórmula

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}} * 100$$

$$ROA = \frac{7.730,70}{27.703,09} * 100$$

$$ROA = 0.28 * 100$$

$$ROA = 28\%$$

Tomando en cuenta que la rentabilidad sobre activos es un indicador que ayuda a determinar si los activos son eficientes para generar utilidad, la Microempresa Cather'z dispone de una rentabilidad del 28% con relación a sus activos totales.

5.04.07.05 ROE (Rendimiento sobre el capital.)

El ROE lo que pretende es que por medio de la aplicación de la fórmula, mida la capacidad que tiene la empresa para remunerar a los accionistas.

Fórmula

$$ROE = \frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio\ Total} * 100$$

$$ROE = \frac{7.730,70}{8.905,28} * 100$$

$$ROE = 0,87 * 100$$

$$ROE = 87\%$$

El ratio del ROE, se deduce que trata de medir la capacidad que tiene la empresa para remunerar a los accionistas, el cual para la Microempresa Cather'z representa el 87% de rentabilidad con relación al patrimonio.

5.04.07.06 ROI (Retorno de Inversión)

Se refiere a cuánto se invierte y cuál es el retorno de esa inversión, en el cual se ejecutará un proyecto. (Enrique, 2007, pág. 87)

$$ROI = \frac{\text{Rentabilidad del proyecto (VAN)}}{\text{Inversión}} * 100$$

$$ROI = \frac{11.246,59}{27.703,09} * 100$$

$$ROI = 0,41 * 100$$

$$ROI = 41\%$$

Al determinar el ratio de Retorno de Inversión, se deduce que la Microempresa Cather'z posee un 41% de rentabilidad relacionándola con la inversión que se utiliza para ejecutar un proyecto.

CAPÍTULO VI

6.01 IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental para la microempresa Cather´z, es un factor importante ya que por medio del mismo se puede buscar y encontrar soluciones, en donde los recursos que se utilizan están siendo correctamente usados para evitar que la contaminación siga surgiendo y con ello impedir el calentamiento global.

Es por ello que la microempresa Cather´z desarrollará un método que influya al impacto ambiental, en la cual se basará en el control del desperdicio que surge al momento del corte de las prendas de cada uno de los productos.

Para controlar el desperdicio de tela, la microempresa Cather´z dará como solución el reciclaje de telas desperdiciadas en el proceso de corte, en donde se realizará la transformación a moños y cintillos, el cual con el pasar del tiempo generará un Ingreso No Operacional.

6.02 IMPACTO ECONÓMICO

Para la microempresa Cather´z este impacto es fundamental para la economía del proyecto y para la economía nacional, ya que al generar fuentes de empleo se

contribuirá al desarrollo del país y con ello los ingresos nacionales se verán reflejados en la cantidad de dinero aportado.

6.03 IMPACTO PRODUCTIVO

Los productos que generará la microempresa Cather'z (uniformes deportivos, camisetas deportivas y calentadores deportivos) serán totalmente nacionales; gracias a la implementación de recursos producidos en el territorio ecuatoriano se elaborará un producto eficiente y con alta calidad, a precios cómodos y alcance de su bolsillo, en donde lo más importante es la satisfacción de consumir la marca ecuatoriana.

6.04 IMPACTO SOCIAL

El impacto social para la microempresa Cather'z es importante, ya que a través de confecciones deportivas, se incentiva a practicar el deporte y así lograr la integración familiar, social y además enfocarse a obtener una vida saludable, es por ello que los productos tendrán un impacto positivo al satisfacer con los gustos y preferencias de los consumidores.

CAPÍTULO VII

7.01 CONCLUSIONES

- Al realizar el estudio técnico en el capítulo IV se deduce que la confección y comercialización de ropa deportiva con tela resplandeciente será factible en la parroquia Comité del Pueblo.
- El proyecto contribuirá satisfactoriamente en el surgimiento económico nacional, ya que los productos son totalmente ecuatorianos.
- La microempresa resalta un aspecto económico favorable ante los recursos tecnológicos y bienes por lo que indica que se tendrá beneficios en todos los aspectos generados.
- Al realizar la evaluación económica de la microempresa Cather´z en la cual se precisa los resultados de la factibilidad del proyecto, para su ejecución se necesita una inversión de \$ 27.703,09 el 32% corresponde a capital propio y el 68% a recursos financiados, el préstamo se realiza en la Cooperativa Alianza de Valle con una tasa de interés del 12,5% anual, a un plazo de dos años, otro punto importante es que al determinar los índices para definir la factibilidad del proyecto como son la VAN y la TIR se derivaron resultados positivos y superiores a uno, lo cual significará que el proyecto si es factible.

7.02 RECOMENDACIONES

- Para poder mantenernos en el margen positivo a través del mercado de confección y comercialización debemos siempre mantener el proceso de control de calidad y el just of time en donde gracias a estos factores la microempresa Cather'z seguirá siendo la preferencia del consumidor.
- Tratar de seguir con el plan del consumo nacional en la que gracias a este factor muchos aspectos económicos en la sociedad se muestra un movimiento agradable a través de la compra y venta de recursos o insumos que producirá grandes beneficios para el país y la empresa misma.
- En el margen de los procesos de producción siempre tomar en cuenta sobre cómo mejorar la calidad de los productos en el campo tecnológico, sabiendo que mejorando o reestructurando este campo tendrá beneficios positivos en el proceso y cumplimiento de los objetivos establecidos.
- Se debería considerar cuando la microempresa se encuentre estable que generalmente se logra a largo plazo se realicen inversiones donde se financien en su mayoría con capital propio de la microempresa, y en si disminuir la necesidad de adquisición de recursos económicos por medio de instituciones financieras.

Bibliografía

- Enciclopedia de Economía*. (2009). Recuperado el 12 de agosto de 2017, de <http://www.economia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>
- Economía Nivel Usuario*. (25 de marzo de 2013). Recuperado el 19 de agosto de 2017, de <https://economianivelusuario.com/2013/03/25/que-es-el-roi/>
- FOROS ECUADOR*. (2017). Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/1547-patente-municipal-quito>
- FOROS ECUADOR*. (2017). Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>
- Trámites Ecuador*. (2017). Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>
- ABC, D. (25 de 03 de 2007). *Definiciones ABC*. Recuperado el 16 de 07 de 2017, de Definiciones ABC: <https://www.definicionabc.com/general/maquina.php>
- ABCfinanzas.com. (s.f.). Recuperado el 05 de 01 de 2017, de <http://www.abcfinanze.com/administracion-financiera/analisis-financiero/que-es-un-analisis-vertical-o-estatico>
- Acuña, J. A. (17 de marzo de 2013). *Overblog*. Recuperado el 16 de 08 de 2017, de <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-prec-producto-plaza-y-promocion>
- Alcaldía de Quito. (2016). Recuperado el 05 de 07 de 2017, de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/guiaTramites/LUAE/LUAE.pdf>
- Alcaldía Quito. (2017). *Quito Alcaldía*. Recuperado el 01 de agosto de 2017, de <http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/parroquia/Demografia.htm>
- Alegsa. (24 de 06 de 2016). Recuperado el 27 de 06 de 2017, de http://www.definiciones-de.com/Definicion/de/nivel_socioeconomico.php
- Álvarez, M. (2006). *Manual de Planeación Estratégica*. (Primera ed.). México, D.F: Panorama Editorial, S.A de C.V.
- Ámez, F. M. (2003). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. España: Cultural S.A.

- Ana Belén Casado Díaz, R. S. (2006). *Dirección de Marketing Teoría y Práctica*. España: Editorial ECU.
- Andrade, C. (17 de 02 de 2016). Recuperado el 05 de 07 de 2017, de <http://sinmiedosec.com/requisitos-para-obtener-la-luae/>
- Arca, F. G. (2005). *Gestión Comercial de la Pyme*. España: Editorial Ideas Propias.
- Arias. (12 de 09 de 2012). Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/subempleo/subempleo.htm>
- Arimary, L. (noviembre de 2010). *Cadena de valor*. Recuperado el 20 de agosto de 2017, de <https://www.luisarimany.com/la-cadena-de-valor/>
- Asensio del Arco, E., & Vázquez Blomer, B. (2009). *Empresa e iniciativa emprendedora* (2° edición ed.). Madrid: Ediciones Paraninfo. SA.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (sexta edición ed.). México: McGrawHill Educación.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta Edición ed.). México: McGraww-Hill.
- Baca Urbina, G., Cruz Valderrama, M., & Romero Vallejo, S. (2014). *Proyectos Ambientales de la Industria* (Primera ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2017). Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>
- Banco Central del Ecuador. (2017). *Evolución de la Balanza Comercial*. Recuperado el 07 de junio de 2017, de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201705.pdf>
- Bastos Boubeta, A. I. (2006). *Fidelización del cliente. Introducción a la venta personal y a la dirección de ventas*. (1° edición ed.). Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Bastos, A. I. (2006). *Fidelización del cliente* (Primera ed.). España: Ideaspropias Editorial.
- Benavides. (12 de 09 de 2014). Obtenido de economía : <http://economiaes.com/empresas/cliente-tipos.html>

- Boland, L., Carro, F., Stancatti, M. J., Gismano, Y., & Banchieri, L. (2007). *Funciones de la administración. Teoría y práctica* (1° edición ed.). Bahía Blanca: Universidad Nacional del Sur.
- Bravo María Mercedes. (s.f.). *Contabilidad General*.
- Calix, M. (07 de 2011). Recuperado el 10 de 07 de 2017, de <http://marielgestadmonhond11.blogspot.com/p/contenidos.html?m=1>
- Camposano, S., & Saltos, X. (2013). *Diseño de una propuesta gastronomica del carica pubescens "chamburo"*. Recuperado el 21 de mayo de 2017, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/6012/1/Gs030.pdf>
- Comunidad Fitness Ecuador. (2016). *La stevia y sus beneficios*. Recuperado el 21 de mayo de 2017, de www.comunidadfitnesecuador.com/la-stevia-y-sus-beneficios/
- Coop. Alinza de Valle. (2017). *Simulador de inversiones*. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de https://servicios.alianzadelvalle.fin.ec/web.trx.trans/public/simulador_inversion.aspx
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. (Segunda edición ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Corpas de Posada, I. (2001). *Planeación estratégica para parejas*. Bogota: Editorial Norma.
- Crece Negocios. (09 de 11 de 2013). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/>
- Cuevas, C. (2001). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial y de gestión* (Segunda Edición ed.). Bogotá: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- De la Fuente García, D., & Fernández Quesada, I. (s.f). *Distribución en planta*. Universidad de Oviedo.
- De Rus, G. (2008). *Análisis Coste- Beneficio. Evaluación económica de políticas y proyectos de inversión*. Barcelona: Editorial Ariel S.A.
- Definición.de. (s.f.). Recuperado el 05 de 01 de 2017, de <http://definicion.de/analisis-financiero/>
- Delgadillo, J. (21 de 03 de 2014). *BALANCE ENTRE OFERTA Y LA DEMANDA*. Obtenido de <https://prezi.com/pfdgt2gzsojn/balance-entre-la-oferta-y-la-demanda/>

- Díaz, F. (2011). *Ecured*. Recuperado el 08 de 06 de 2017, de https://www.ecured.cu/An%C3%A1lisis_de_informaci%C3%B3n
- Dominguez, G. (2005). *Marketind de los Servicios* (Cuarta ed.). España: ESIC EDITORIAL.
- Economía. (2016). Recuperado el 25 de 05 de 2017, de http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm
- Ecuador, B. C. (2017). Recuperado el 25 de 05 de 2017, de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- El Comercio. (15 de 03 de 2017). Recuperado el 24 de 05 de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/sectortextil-ecuador-feria.html>
- El Comercio. (05 de 04 de 2017). Recuperado el 25 de 05 de 2017, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/riesgo-pais-crecimiento-resultado-electoral.html>
- El pensante. (23 de 04 de 2016). Recuperado el 08 de 06 de 2017
- El Telégrafo. (12 de 04 de 2017). Recuperado el 28 de 08 de 2017, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-economia-del-ecuador-se-contrajo-1-5-en-2016>
- Enrique, B. (2007). *Business Pocket*. España: Gesbiblo S.L.
- Erossa, V. E. (2010). *Proyectos de inversión en ingeniería*.
- Escuela Europea de Management. (23 de 12 de 2016). Recuperado el 05 de 07 de 2017, de <http://www.todoempresa.com/Cursos/Planificacion%20Estrategica%20demo/Factores%20tecnologicos.htm>
- Espinosa, R. (06 de 05 de 2014). Obtenido de Marketing Mix : <http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Espinosa, R. (06 de mayo de 2014). *RobertoEspinosa. Welcome to the new marketing*. Recuperado el 21 de julio de 2017, de <http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- Eumed. (s.f.). Recuperado el 05 de 01 de 2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/322/estatico%20y%20dinamico.htm>

- Faga, H., & Ramos, M. (2006). *Cómo profundizar en el análisis de sus costos para tomar mejores decisiones empresariales*. (Vol. 2). Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Fernández Espinoza, S. (2007). *Los proyectos de inversión* (Primera ed.). Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Fernández Nogales, Á. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Fernández, V. (2006). *Desarrollo de sistemas de información. Una metodología basada en el modelado*. Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. McGraw Hill.
- Flor de Loto. (s.f.). Recuperado el 29 de 05 de 2017, de <https://www.significados.com/como-citar/>
- Foros Ecuador. (29 de 10 de 2013). Recuperado el 05 de 07 de 2017, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>
- Foros Ecuador. (2017). Recuperado el 25 de 05 de 2017, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/11266-pib-de-ecuador-2017>
- Fred, D. (2003). *Conceptos de administración estratégica* (Novena ed.). Mexico: Pearson Educacion.
- García Padilla, V. M. (2015). *Análisis financiero. Un enfoque integral*. (1° edición ed.). México: GRUPO EDITORIAL PATRIA, S.A DE C.V.
- García, M., & Jorda, J. (2004). *Dirección Financiera*. Barcelona: Edicions UPC.
- Gerencie.com. (s.f.). Recuperado el 05 de 01 de 2017, de <http://www.gerencie.com/analisis-vertical.html>
- Gerencie.com. (s.f.). Recuperado el 05 de 01 de 2017, de <http://www.gerencie.com/analisis-horizontal.html>
- Gestiopolis. (s.f.). Recuperado el 05 de 01 de 2017, de <http://www.gestiopolis.com/analisis-vertical-y-horizontal-de-los-estados-financieros/>

- Gestiopolis. (2000). Recuperado el 24 de 05 de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
- Gestiopolis. (2000-2017). Recuperado el 5 de 01 de 2017, de <http://www.gestiopolis.com/valoracion-de-empresas/>
- Gestiopolis. (2017). *¿Qué es gestión comercial?* Recuperado el 09 de junio de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Gómez, S., Masa, C., & Dopacio, C. (2014). *Práctica de gestión operativa de la empresa*. Madrid: Paraninfo, SA.
- Gonzales, P. (2016). *Gestión de la inversión y el financiamiento. Herramientas para la toma de decisiones* (Primera edición ed.). México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Gonzalez, G. (01 de 10 de 2012). *Wordpress*. Obtenido de <https://gilbertogonzalezsanchez.files.wordpress.com/2012/10/trabajo-3-definicic3b3n-del-manual-funciones.pdf>
- Grande, I., & Abascal, E. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Guzmán, A., Guzmán, D., & Romero, T. (2005). *Contabilidad Financiera* (Primera ed.). Colombia: Centro Editorial Universo del Rosario.
- Handl, K. (2014). Obtenido de <http://face.unt.edu.ar/web/iadmin/wp-content/uploads/sites/2/2014/12/Aplicaci%C3%B3n-pr%C3%A1ctica-Diagrama-de-Gantt-para-Jornada-IA-Handl.pdf>
- Hernandez. (15 de 11 de 2016). Obtenido de <http://www.franhernandezg.com/2015/03/la-tecnica-de-obtencion-de-informacion-puede-condicionar-la-definicion-del-universo-objeto-de-estudio-uo/>
- Hernández Hermosillo, S. M. (14 de abril de 2013). *Maestría en tecnología educativa. Población y Muestra*. Recuperado el 26 de junio de 2017, de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Lectura/maestria/documentos/LECT86.pdf
- Hernández, P. (18 de 11 de 2008). Recuperado el 02 de 07 de 2017, de <http://factoreslegales.blogspot.com/2008/11/los-factores-legales-en-los-negocios.html?m=1>

- Herrera. (12 de 09 de 2015). Obtenido de lowolip: <https://definicion.mx/empleo/>
- Herrera, P. (2001). *Administracion, gestión y comercialización*. Panama: Paraninfo.
- Herrera, T. (10 de noviembre de 2008). *Comercio Internacional*. Recuperado el 21 de julio de 2017, de <http://comercioin.blogspot.com/2008/11/canales-de-distribucion.html>
- Herrero Palomo, J. (2001). *Getiopolis*. Recuperado el 10 de 07 de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Hitt, M. (2006). *Administración*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Horngren, C., Sundem, G., & Stratton, W. (2006). *Contabilidad Administrativa*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Iborra, M., Dasí, Á., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas: Conceptos y habilidades directivas*. (Segunda ed.). Madrid: Ediciones Paraninfo, SA.
- INEC. (01 de 2017). Recuperado el 07 de 08 de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2017/Enero/PRESENTACION_RESULTADOS_IPI-M_2017_01.pdf
- INSTITUTO DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES E INVERSIONES. (04 de marzo de 2013). Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (03 de 2016). Recuperado el 12 de 06 de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (s.f.). Recuperado el 20 de 07 de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (2016). *ENCUESTA NACIONAL DE EMPLEO, DESEMPLEO Y SUBEMPLEO*. Recuperado el 22 de mayo de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). Recuperado el 21 de julio de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/inflacion-diciembre-2016/>

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2017). *Reporte de economía laboral marzo 2017*. Recuperado el 06 de mayo de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Informe_Economia_Laboral-Mar17.pdf
- Isique Huaroma, J. (2014). *Elaboración de frutas en almíbar*. Lima: Empresa Editora Macro EIRL.
- Ivester, L., & Neefus, J. (s.f.). *Industria de Productos Textiles*. Recuperado el 24 de 05 de 2017, de <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/89.pdf>
- Jose, Á. M. (2003). *Economía*. Zopopan Mexico: Umbral Editorial S.A.
- José, Á. M. (2006). *Economía*. Zopopan Jalisco: Umbral editorial S.A de C.V.
- Jull, J. (s.f.). *Los valores para la familia hoy*. MAEVA.
- Koch, J. (2005). *Manual del empresario exitoso*. Consultor bandes.
- Lépiz Jimenez, C. (2003). *La Administración y Planificación de los Procesos* (Primera ed.). Costa Rica: Editorial EUNED.
- Lopez, A. E. (2002). *Metodología de la investigación*. Mexico.
- López, M. T. (2002). *Los principios morales*. Recuperado el 17 de junio de 2017, de <http://inif.ucr.ac.cr/recursos/docs/Revista%20de%20Filosof%C3%ADa%20UCR/Vol.%20XL/No.%20102/Los%20principios%20morales.pdf>
- Lorenzana, D. (10 de enero de 2014). *Pymes y Autónomos*. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de <https://www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas/en-que-consiste-el-roe-y-para-que-sirve>
- Marín, Q. (2011). *Elaboración del plan de marketing*. Barcelona: Profix Editorial.
- Martínez Pedrós, D., & Milla Gutiérrez, A. (2012). *Elaboración de un plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Mazuelas, J. (01 de mayo de 2014). *Costes directos y costes indirectos*. Recuperado el 12 de agosto de 2017, de http://www.elderecho.com/tribuna/contable/costes_directos-costes_indirectos_11_685180004.html

- MINISTERIO DE SALUD PUBLICA. (2017). Recuperado el 23 de mayo de 2017, de <http://www.salud.gob.ec/>
- Miranda Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos: evaluación financiera económica social ambiental* (Quinta edición ed.). Bogotá: MM editores.
- Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M. Á., & Quintanilla, I. (2014). *Comportamiento del consumidor* (Primera edición ed.). Barcelona: Editorial UOC.
- Monografías.com. (s.f.). Recuperado el 09 de 01 de 2017, de <http://www.monografias.com/trabajos/valorarempresa/valorarempresa.shtml>
- Monografías.com. (s.f.). Recuperado el 05 de 01 de 2017, de <http://www.monografias.com/trabajos93/valoracion-de-empresas/valoracion-de-empresas.shtml>
- Montoro Sánchez, M. Á., Díez Vial, I., & De Castro, G. M. (2014). *Economía de la empresa*. Madrid: Ediciones Paraninfo. SA.
- Mungaray, A., & Ramírez, M. (2004). *Lecciones de microeconomía para microempresas*. México: Universidad Autónoma de Baja California.
- Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2017). *Quito Alcaldía*. Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/DetalleGuia.aspx?Guia=LUAE#info>
- Muñoz, A. (13 de 05 de 2014). *Gestiopolis*. Recuperado el 12 de 06 de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/analisis-del-ambiente-externo-de-una-organizacion/>
- Navarro, J. (30 de 12 de 2008). Recuperado el 10 de 07 de 2017, de <https://www.definicionabc.com/general/organigrama.php>
- Navarro, M. (s.f). *Matemática Financiera*. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de <https://mauricionavarrozeledon.files.wordpress.com/2012/11/unidad-no-iii-tmar-vpn-pri-y-tir1.pdf>
- Nunes, P. (30 de 12 de 2015). Obtenido de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Páez, A. (09 de 10 de 2014). Recuperado el 05 de 07 de 2017, de <http://www.pbplaw.com/que-es-el-ruc/>

- Palacios, H. (2006). *Fundamentos técnicos de la matemática financiera* (Primera edición ed.). Lima: Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Paredes. (11 de 07 de 2013). Obtenido de <https://www.significados.com/encuesta/>
- Pedraza Rendón, O. H. (2014). *Modelo del plan de negocios para la micro y pequeña empresa*. México: GRUPO EDITORIAL PATRIA, S.A DE C.V.
- Peña, F. (06 de 03 de 2015). Recuperado el 10 de 07 de 2017, de <https://www.isotools.org/2015/03/26/que-es-la-gestion-operativa-de-una-empresa-y-como-mejorarla/>
- Pérez Gregorio, M. G. (25 de marzo de 2016). *La importancia del organigrama en la empresa*. Recuperado el 07 de junio de 2017, de <http://publicacionesdidacticas.com/hemeroteca/articulo/069061/articulo-pdf>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2008). Recuperado el 10 de 07 de 2017, de <http://definicion.de/organizacion/>
- Pérez, J. (2015). *La gestión financiera de la empresa*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Philip Kotler, K. L. (2006). *DIRECCION DE MARKETING*. Mexico: Pearson Educacion.
- Pizarro, J. (2012). *Metodología para la Planificación Estratégica de un Modelo Ecológico/Holístico para prevenir el acoso escolar (Bullying y Cyberbullying) en las escuelas privadas, públicas e instituciones de educación superior en Puerto Rico*. Puerto Rico: Palibrio.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). Recuperado el 24 de 05 de 2017, de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-9.-garantizar-el-trabajo-digno-en-todas-sus-formas>
- Ponce Talacón, H. (2007). *La Matriz Foda: Alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*.
- Portales, D. (2011). Recuperado el 22 de 07 de 2017, de <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>
- Porter, M. (1991). *Ventaja Competitiva*. Mexico: Continental.
- Proecuador. (2013). Recuperado el 12 de 06 de 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>

- Programa Interdisciplinario para el Desarrollo. (2017). Obtenido de http://www.uba.ar/archivos_secyt/image/An%C3%A1lisis%20Sectoriales%20MAQUINAS%20HERRAMIENTA.pdf
- Reyes Ponce, A. (2005). *Administración de Empresas 2*. México: Editorial Limusa.
- Ricalde Blandez, M. d. (2016). *Proceso administrativo*. Editorial Digital UNID.
- Rivera Camino, J., & Garcillán, M. (2007). *Dirección de marketing. Fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Robles, G., & Alcérreca, C. (2000). *Administración. Un enfoque interdisciplinario*. México: Pearson Educación de México, S.A de C.V.
- Rojas, F. (14 de 11 de 2007). *Mailxmail*. Recuperado el 23 de 07 de 2017, de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Román Fuentes, J. C. (2017). *Estados Financieros Básicos. Proceso de elaboración y reexpresión*. Editorial ISEF Empresa Lider.
- Sainz de Vicuña, J. M. (2012). *El plan estratégico en la práctica* (3° edición ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL.
- San, L. F. (2008). Recuperado el 22 de 07 de 2017, de <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Sanchez. (06 de 09 de 2017). Obtenido de <https://www.gestion.org/estrategia-empresarial/productos-servicios/4476/el-proceso-productivo/>
- Sánchez Delgado, M. (2015). *Administración 1* (2° edición ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Sarmiento, R. (2003). *Contabilidad General* (Novena ed.). Ecuador: Editorial Voluntad.
- SCRIB. *Simbología ANSI para diagramas de flujo*. . (s.f.). Recuperado el 16 de agosto de 2017, de <https://es.scribd.com/doc/102367756/Simbologia-ANSI-para-Diagramas-de-Flujo>
- Secretaría de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017*. Recuperado el 21 de mayo de 2017, de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (2017). Recuperado el 22 de mayo de 2017, de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

- Sulser Valdéz, R. A., & Pedroza Escandón, J. E. (2004). *Exportación Efectiva: Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador* (Primera ed.). México.
- SUPERINTENDENCIA DE BANCOS DEL ECUADOR. (2009). Recuperado el 22 de mayo de 2017, de http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2
- Talavera, C. (1999). CALIDAD TOTAL DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA. ESPAÑA: s/e.
- Trujillo, E. (2014). *slideshare*. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de <https://es.slideshare.net/eveliatrujillo/periodo-de-recuperacin-de-la-inversin-van>
- Ucha, F. (16 de 02 de 2011). Recuperado el 22 de 07 de 2017, de <https://www.definicionabc.com/general/localizacion.php>
- Ucha, F. (25 de 07 de 2013). Recuperado el 15 de 06 de 2017, de <https://www.definicionabc.com/social/principios.php>
- Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Valbuena Álvarez, R. (2000). *La evaluación de proyecto en la decisión del empresario*.
- Veiga, J. F.-C. (2013). *Control de gestión empresarial*. Madrid: ESIC Editorial.
- Venemedia. (2004). Recuperado el 29 de 05 de 2017, de <http://conceptodefinicion.de/objetivo/>
- Venemedia. (2014). Recuperado el 10 de 06 de 2017, de <http://conceptodefinicion.de/valores/>
- WordPress. (2017). *Definicion.de*. Recuperado el 19 de agosto de 2017, de <https://definicion.de/costo-de-capital/>
- Zamora, M. A. (06 de 2014). Recuperado el 05 de 07 de 2017, de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/prepa3/Presentaciones_Enero_Junio_2014/Definicion%20de%20Internet.pdf
- Zegarra, V. (17 de agosto de 2012). *Víctor Zegarra Coach & Conferista*. Recuperado el 09 de junio de 2017, de <https://victorzegarra.net/2012/08/17/que-es-el-mof-manual-de-organizacion-y-funciones/>

Anexos

Anexo 1



Anexo 2



Anexo 3



Anexo 4



CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017

Anexo 5



Anexo 6

mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Máquina Overlock | Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 3 vendidos

Maquina Overlock Juki
4 Hilos

U\$S 1.055

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Envío gratis a todo el país
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:
1

Comprar

Anexo 7

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017

mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

Nuevo - 5 vendidos

Recubridora Juki Original Nueva

U\$S 1.460

👤 Pago a acordar con el vendedor
[Más información](#)

👤 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)

Anexo 8

mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

Nuevo - 10 vendidos

Maquina Recta Industrial Juki

U\$S 495

👤 Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

📦 Envío gratis a todo el país
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)

Anexo 9

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017



mercado libre

Industrias y Oficinas > Bordadoras

Compartir | vender uno igual gratis

Usado - 10 vendidos

Bordadora Toyota Ad860 Japonesa 12 Colores

U\$S 6.500

Pago a acordar con el vendedor
Acepta efectivo.
[Más información](#)

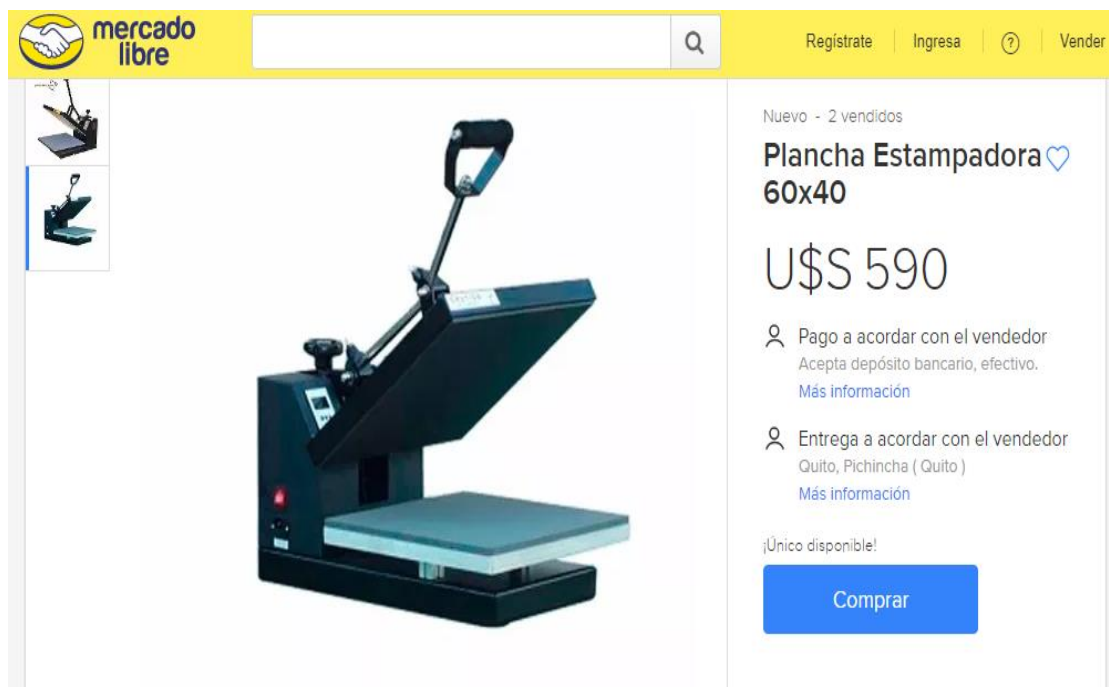
Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Anexo 10



mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

Nuevo - 2 vendidos

Plancha Estampadora 60x40

U\$S 590

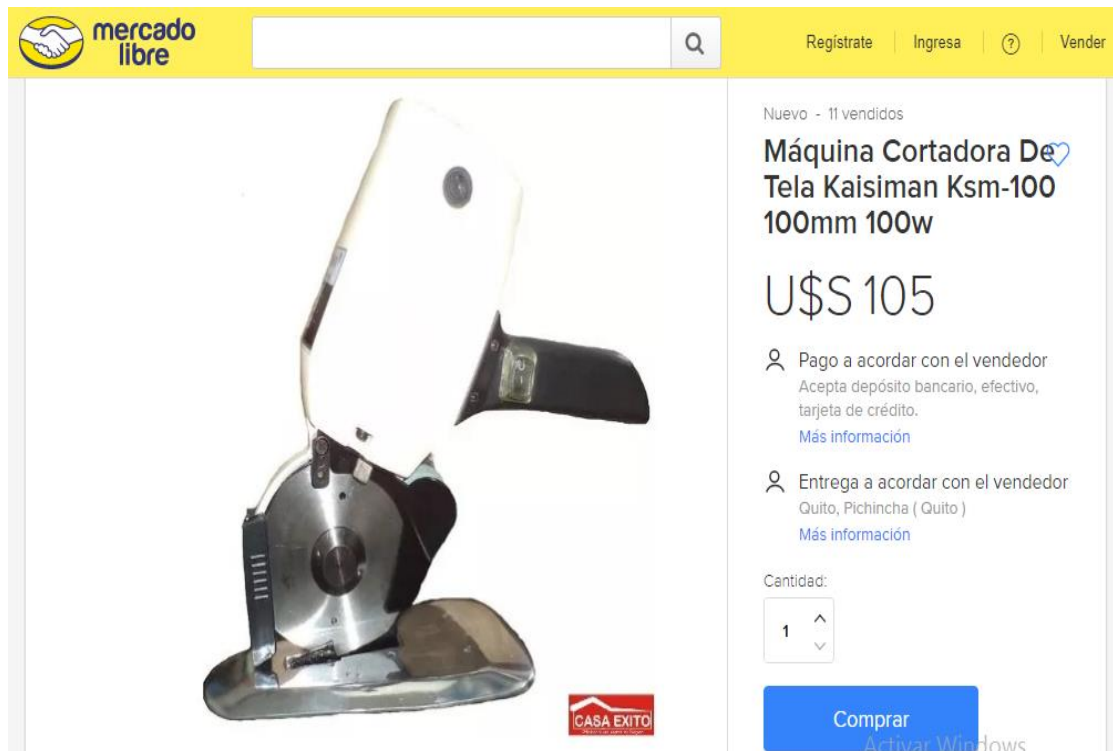
Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Anexo 11



mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

Nuevo - 11 vendidos

Máquina Cortadora De Tela Kaisiman Ksm-100 100mm 100w

U\$S 105

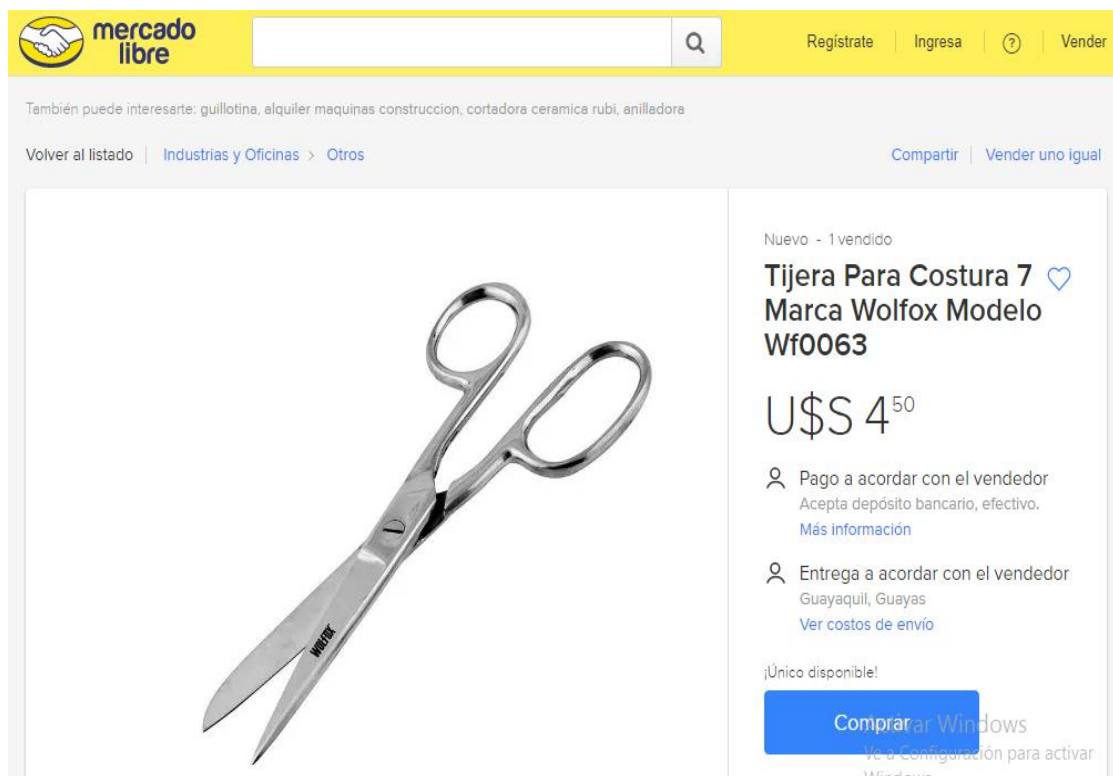
Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad:
1

Comprar

Anexo 12



mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

También puede interesarte: guillotina, alquiler maquinas construccion, cortadora ceramica rubi, anilladora

Volver al listado | Industrias y Oficinas > Otros

Compartir | Vender uno igual

Nuevo - 1 vendido

Tijera Para Costura 7 Marca Wolfox Modelo Wf0063

U\$S 4⁵⁰

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Ver costos de envío](#)

¡Único disponible!

Comprar

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017

Anexo 13

mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

Nuevo - 167 vendidos

Panasonic S/c Teléfono Inalambrico Identificador Contestador

U\$S 39⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1

Anexo 14

mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

Nuevo

Computador Escritorio Speedmind Core I3 4ta Gen Nuevo

Subasta Finaliza en 2 d 12 h

U\$S 400

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Guayaquil, Guayas
[Más información](#)

¡Único disponible!

[Comprar](#)

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017

Anexo 15

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. The header includes the Mercado Libre logo, a search bar, and navigation links for 'Regístrate', 'Ingresa', and 'Vender'. The main image is a black Canon MG 5710 multifunction printer with its lid open. To the left of the main image are four smaller thumbnail images of the printer. On the right side, the text reads: 'Nuevo - 1 vendido', 'Impresora Canon Mg 5710 Con Sistema De Tinta . Wifi -duplex', and 'U\$S 155'. Below the price, there are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor' (with subtext 'Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.' and a 'Más información' link) and 'Entrega a acordar con el vendedor' (with subtext 'Quito, Pichincha (Quito)' and a 'Más información' link). A 'Cantidad:' dropdown menu shows '1'. A blue 'Comprar' button is present, with a Windows activation warning below it: 'Activar Windows. Ve a Configuración para activar Windows.'

IMPRESORA FOTOGRAFICA MULTIFUNCION FOTOGRAFICA CANON MG 5710

Anexo 16

The screenshot shows a product listing on the Mercado Libre website. The header includes the Mercado Libre logo, a search bar, and navigation links for 'Regístrate', 'Ingresa', and 'Vender'. The main image is a blue office chair with a black base and casters. To the left of the main image are two smaller thumbnail images: one of the chair and one showing payment logos for 'VISA', 'MasterCard', and 'Pagaré'. On the right side, the text reads: 'Nuevo - 122 vendidos', 'Silla Giratoria Oficinas Escritorios Economicas Nuevas.', and 'Subasta Finaliza en 4 d 6 h'. Below this, the price is 'U\$S 28⁹⁹'. There are two sections: 'Pago a acordar con el vendedor' (with subtext 'Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.' and a 'Más información' link) and 'Entrega a acordar con el vendedor' (with subtext 'Quito, Pichincha (Quito)' and a 'Más información' link). A 'Cantidad:' dropdown menu shows '1'.

Anexo 17

The screenshot shows a Mercado Libre listing for a blue office chair. The main image is a blue chair with a black frame. To the left, there are four smaller thumbnail images showing different views of the chair. The right side of the listing contains the following information: 'Nuevo - 5 vendidos', 'Silla Censa Para Visita Muebles De Oficina', 'Subasta Finaliza en 13 h 27 min', 'U\$S 20', 'Pago a acordar con el vendedor', 'Entrega a acordar con el vendedor Pedro Moncayo, Pichincha (Quito)', and a 'Comprar' button. The text 'Activar Windows' is visible at the bottom right of the listing area.

Anexo 18

The screenshot shows a Mercado Libre listing for blue waiting chairs. The main image is a row of blue chairs with black frames. To the left, there are seven smaller thumbnail images showing different views of the chairs. The right side of the listing contains the following information: 'Nuevo - 7 vendidos', 'Sillas De Visita Y Espera Tri Personal Grafiti', 'U\$S 110', 'Pago a acordar con el vendedor', 'Entrega a acordar con el vendedor Pedro Moncayo, Pichincha (Quito)', and a 'Comprar' button. The text 'Activar Windows' is visible at the bottom right of the listing area.

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017

Anexo 19

mercado libre

Regístrate Ingresa Vender

Usado - 4 vendidos

Vitrinas

U\$S 100

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Último disponible!

Comprar

Anexo 20

mercado libre

Regístrate Ingresa Vender

Nuevo - 136 vendidos

Estanterías Y Perchas Metálicas Gran Liquidación

Subasta Finaliza en 3 d 10 h

U\$S 73

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Cantidad: 1

Anexo 21

mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

Nuevo - 16 vendidos

Cajoneras Archiveros Muebles De Oficina

U\$S 65

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Pedro Moncayo, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

¡Único disponible!

Comprar

Anexo 22

mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

Nuevo - 4 vendidos

Casio Calculadora Escritorio 12 Dígitos Solar Pilas Colores

U\$S 13⁹⁹

Pago a acordar con el vendedor
Acepta depósito bancario, efectivo, tarjeta de crédito.
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Ver costos de envío](#)

Cantidad:
1

Comprar

compra calculador

CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL SECTOR TEXTIL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE SE DEDICA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNIFORMES DEPORTIVOS INTERNOS CON TELA RESPLANDECIENTE, UBICADA EN LA PARROQUIA COMITÉ DEL PUEBLO DEL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. AÑO 2017

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TITULACION PARA URKUND.docx (D30384613)
Submitted: 2017-09-05 15:41:00
Submitted By: jessicap.1988@hotmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

TESIS FINAL J Perez.docx (D30286379)
DIEGO DELGADO 170117 vf.docx (D25099309)
TESIS FINAL APROBADA . MANGUIA...docx (D26680695)
APA revisado TESIS COMPLETA.docx (D19498552)
ANGELA ROCÍO YÉPEZ SÁNCHEZ.pdf (D11377627)
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/cambiar-la-matriz-productiva-y-dignificar-el-trabajo-son-los-ejes-del-plan>
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9884/Disertaci%C3%B3n%20Pablo%20Pati%C3%B1o.pdf?sequence=1>
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/907/1/T-ULVR-0162.pdf>
<http://acualonit.overblog.com/las-4-p-precio-producto-plaza-y-promocion>
http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm
https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
<http://www.elcomercio.com/actualidad/sectortextil-ecuador-feria.html>
<http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/econom%C3%ADa-y-finanzas/11266-pib-de-ecuador-2017>
<https://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/>
<http://face.unt.edu.ar/web/iadmin/wp-content/uploads/sites/2/2014/12/Aplicaci%C3%B3n-pr%C3%A1ctica-Diagrama-de-Gantt-para-Jornada-IA-Handl.pdf>
<http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo3/89.pdf>
<https://www.definicionabc.com/social/principios.php>
<http://conceptodefinicion.de/objetivo/>

Instances where selected sources appear:

29