



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO  
“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA”**

**CARRERA: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA  
CONFECCION Y DISTRIBUCION DE ROPA DEPORTIVA  
PERSONALIZADA PARA HOMBRES Y MUJERES EN EL  
SECTOR DEL RECREO DEL DISTRITO METROPOLITANO  
DE QUITO.”**

**AUTORA: DIANA CAROLINA MALDONADO MOROCHO**

**TUTOR: DR. FERNANDO ROMERO**

**PROMOCIÓN: 29 AE 11**

**JUNIO -2019**

**QUITO - ECUADOR**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

El Instituto Tecnológico Superior “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”, es presentado por la ciudadana DIANA CAROLINA MALDONADO MOROCHO optar por el título de: Tecnóloga en Administración de Empresas, CERTIFICO que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, Julio del 2019

Atentamente,

**Dr. Fernando Romero M.**  
**C. I. 1702666288**

## **DECLARACIÓN DE IDONEIDAD**

Yo, DIANA CAROLINA MALDONADO MOROCHO, declaro bajo juramento que el trabajo desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún Proyecto de Grado aquí o en otra institución o calificación profesional y es absolutamente originales, auténticos y personal; y que además, he referido las fuentes bibliográficas que se incluyen en este documento. A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, para el aprovechamiento de futuras generaciones.

**Diana Carolina Maldonado Morocho**

**C.I 1721597324**

## DEDICATORIA

A Dios: Por bendecirme día a día, darme sabiduría por llegar a este momento tan anhelado en el transcurso de mi vida.

A mis padres: Por los valores enseñados y apoyo incondicional.

A mi hija: Maite por su amor, paciencia, porque es mi inspiración para seguir adelante.

A mi esposo: Diego Catota por su amor, confianza, apoyo incondicional y por motivarme cada día para cumplir mi propósito de superación.

A mis hermanos: María Belén y Juan Carlos quienes me dan su aliento y confianza, quienes están con migo en los buenos y malos momentos de mi vida.

## **AGRADECIMIENTO**

Al Instituto Superior Tecnológico “Honorable Concejo Provincial de Pichincha”, por darme la oportunidad de cumplir una meta más en el trayecto de mi vida.

A mis profesores y autoridades de la institución, por los conocimientos que aportaron en mi carrera profesional.

A mi Tutor de Proyecto: Dr. Fernando Romero quien con paciencia me ha guiado y aportado sus conocimientos para poder desarrollar mi proyecto de grado.

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene la finalidad de realizar un " Estudio de factibilidad en la creación de una micro empresa dedicada a la confección de ropa deportiva personalizada para hombres y mujeres del sector del Recreo del Distrito Metropolitano de Quito " con la finalidad de satisfacer las expectativas de las personas y así hacernos conocer en el sector, como una idea innovadora.

En el primer capítulo tiene marco teórico, su relación con el estudio de factibilidad, el marco conceptual detallando el funcionamiento de la micro-empresa, marco legal, por ultimo está el marco metodológico detallando métodos y técnicas de investigación.

El segundo capítulo contiene el estudio de mercado, análisis del sector, oferta, demanda, segmentación de mercado, población referencial, cálculo de la muestra y análisis de resultados de la encuesta.

En el tercer capítulo tenemos el estudio técnico-administrativo, funcionamiento del proyecto, localización, infraestructura, insumos y procesos. El estudio administrativo esta el nombre, logotipo, enfoque estratégico, análisis FODA como estrategia, estructura organizacional, descripción de puestos y políticas de la empresa.

El cuarto capítulo contiene estudio ambiental y plan de mejoramiento para contribuir al medio ambiente. Y finalmente el capítulo cinco es el estudio financiero el cual tiene información sobre la inversión, ingresos, egresos, balance proyectado a 5 años, punto de equilibrio y costo beneficio, estos indicadores ayudará a evaluar si el proyecto es viable.

## INTRODUCCIÓN

### 1.- DEFINICIÓN DEL TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y distribución de ropa deportiva personalizada para hombres y mujeres en el sector del Recreo del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2019.

### 2.-JUSTIFICACION DEL TEMA

La idea del estudio de factibilidad se vino a la mente ya que las personas se ven en la necesidad de vestir bien, sentirse cómodas y a su gusto en lo que son colores y diseños.

Actualmente existen grandes y pequeñas empresas dedicadas a la elaboración y distribución de ropa, pero aunque ya existe una gran variedad de ropa para elegir las personas buscan comodidad y nuevos estilos, por eso la necesidad de crear un diseño acorde a la personalidad de la persona, con las modificaciones necesarias para satisfacer su gusto.

La micro empresa estará dispuesta a comprender la idea que quiera transmitir el cliente, por lo que será innovadora, creativa con productos de alta calidad y así mejorar la vida de las personas, buscando alternativas que le guste al cliente y de esa manera poder llegar a la expectativa al momento de vestir, buscaremos alternativas para vestir acorde a la ocasión y a la comodidad del mismo.

En el sector del Recreo del D.M.Q no hay almacenes que creen ropa deportiva personalizada y los pocos locales que se dedican a este tipo de confección realizan solo tallas estándar y tienen costos muy elevados por lo que pocos clientes pueden adquirir.

La micro empresa se nos vino a la mente, con el fin de que las personas se sientan cómodas y se vean bien teniendo en claro que nuestro objetivo principal es llegar a convencer al cliente y así satisfacer su gusto y necesidad al momento de vestir.

### **3.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En el sector del Recreo ubicado al sur del Distrito Metropolitano de Quito, la escala de comercialización de ropa deportiva personalizada es baja así también la oferta en el mercado porque no cumplen con las características adecuadas al momento de ofertar y distribuir, no tienen los conocimientos y procedimientos para la comercialización, no se sabe si usan la maquinaria necesaria para cada proceso de confección de ropa deportiva.

Este problema viene arrastrando hace mucho tiempo ya que no hay un control de calidad al momento de distribuir la ropa a los consumidores, los almacenes no cumplen con los procedimientos de producción, almacenaje, control de calidad y distribución adecuados para la comercialización.

Si no existe un control adecuado al momento de la producción y comercialización va a persistir y a medida que va pasando el tiempo las personas demostraran su insatisfacción al momento de comprar.

#### **3.1- CARACTERISTICAS DEL PROBLEMA**

- En el sector del Recreo no hay locales que ofrezcan confección de ropa deportiva personalizada.
- Los pocos locales que hay no garantizan seguridad y buen terminado al momento de comercializar su ropa.
- La atención al cliente no es buena.



- Tienen precios elevados que no todas las personas pueden adquirir

### **3.2.- CAUSAS DEL PROBLEMA**

- No existe ropa deportiva personalizada ya que aún no hay un emprendedor con esta idea.
- No nos garantizan un control de calidad al momento de la distribución a los locales ya que la maquinaria es antigua.
- Los vendedores no tienen la capacitación necesaria en lo que es servicio al cliente.
- Falta de promociones al momento de vender y pérdida de clientes.

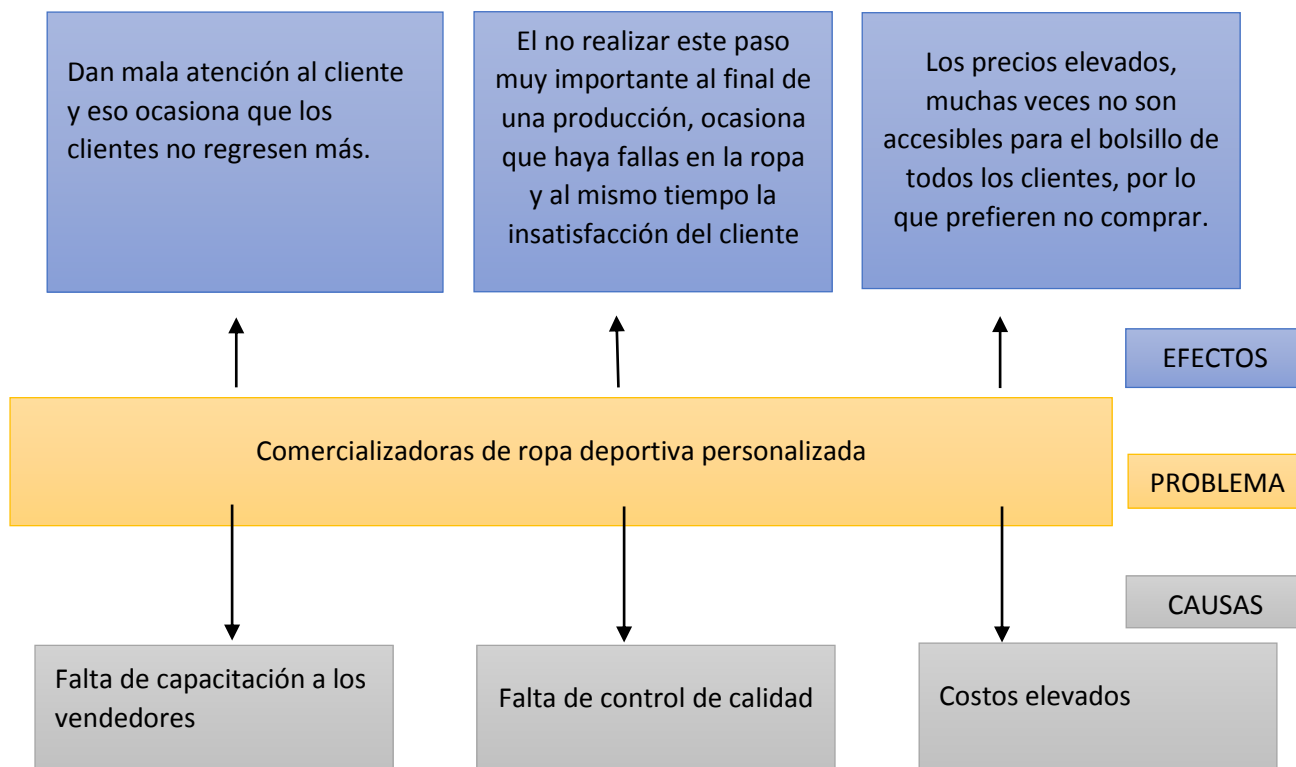
### **3.3.- PRONOSTICO DEL PROBLEMA**

El pronóstico de lo peor que podría pasar es no ser aceptados, que no les guste nuestros diseños e ideas nuevas a los consumidores o posibles clientes, por este motivo lo que se piensa tomar mucho en cuenta serán las opiniones de nuestros futuros clientes en lo que sería diseño, color, formas, combinaciones, para de esa manera no perder clientes sino complacerles en su gusto o llegar a su objetivo a la hora de confeccionar su calentador a su gusto y medida.

### **4.- FORMULACION DEL PROBLEMA**

Será que el estudio de factibilidad, nos permitirá conocer la demanda que podemos tener a futuro con la creación del micro empresa de ropa deportiva personalizada para hombres y mujeres.

## 5.-ANÁLISIS CRÍTICO DEL PROBLEMA



## 6.- SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

En el sector el Recreo no hay almacenes que confeccionen ropa deportiva personalizada, y los locales que distribuyen este tipo de ropa aún no han tenido esta idea innovadora por su mente.

Los locales que distribuyen este tipo de ropa no prestan un buen servicio a la hora de vender u ofertar su producto.

## 7.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 7.1.- Objetivo general

- Desarrollar un estudio de factibilidad como una propuesta nueva a lanzar al mercado a nivel local en el sector del Recreo lo cual nos representaría una puerta abierta para saber si es posible la apertura de la micro empresa de ropa deportiva personalizada.

## **7.2.- Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado en el sector del Recreo.
- Plantear un estudio técnico que nos permita saber sobre lo que necesitamos para la creación de la micro empresa y sobre las inversiones a realizar.
- Analizar el estudio administrativo, como estrategia para alcanzar las metas planteadas.

## **8.- VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

El proyecto se llevara a cabo con el fin de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa de ropa deportiva personalizada para hombres y mujeres en el sector del Recreo del Distrito Metropolitano de Quito, ya que en el sector existe un mercado insatisfecho, porque no hay variedad de modelos de ropa para escoger los lugares en donde se oferta ropa son almacenes con costos altos a la hora de vender por lo que estos ocasiona poco accesibles para los clientes.

A raíz de dicha necesidad se realiza este proyecto, con el propósito de mejorar el mercado y distribución de ropa deportiva en el sector del Recreo, para de esa manera cumplir con las expectativas y necesidades al momento de que el cliente quiera vestir, por lo que tendrá normas y pasos a seguir para cada uno de los calentadores a confeccionar. El proyecto es viable ya que en el mercado existe demanda insatisfecha y es una buena alternativa para satisfacer las necesidades al momento de vestir de las personas del sector.

La inversión que se necesita es accesible y recuperable a mediano plazo. Cuento con los conocimientos y recursos necesarios para poner en funcionamiento la micro empresa.

Los proveedores son directos y ofertan productos de calidad a buen precio. Además en el Ecuador hay una gran variedad de fábricas fabricantes de tela en los últimos años han representado una tendencia creciente en la economía del País, es por eso que todos los negocios relacionados con este tipo de mercado y comercialización son rentables y generan excelentes ingresos económicos. El proyecto beneficiará de manera social para que los habitantes del sector El Recreo puedan adquirir calentadores de buena calidad y a gusto del cliente y así generar fuentes de empleo.

### **9.- IDEA A DEFENDER**

Al momento de empacar los calentadores se utilizarán plásticos de rápida desintegración, y se reciclara los restos sobrantes de telas y no nos podemos olvidar de la sonrisa y buena actitud al momento de atender al cliente.

## INDICE

7.1.- Objetivo general .....	ix
8.- VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	x
9.- IDEA A DEFENDER.....	xi
Al momento de empacar los calentadores se utilizarán plásticos de rápida desintegración, y se reciclara los restos sobrantes de telas y no nos podemos olvidar de la sonrisa y buena actitud al momento de atender al cliente. ....	xi
INDICE.....	xii
CAPÍTULO I .....	1
1.-MARCO REFERENCIAL .....	1
2.- MARCO TEÓRICO .....	2
2.3 Estudio de Mercado .....	3
2.4 Estudio Técnico .....	3
2.5 Estudio Legal .....	3
2.6Estudio Ambiental .....	4
2.7Estudio Financiero.....	4
2.8Marketing Mix .....	4
2.9 Segmentación de mercado .....	5
La segmentación .....	5
2.10 Variables de segmentación de mercado.....	5
3.- MARCO CONCEPTUAL .....	10
3.1 Tela .....	10
4.- MARCO LEGAL .....	13
4.1 Ley de Compañías .....	13
4.2 Constitución Política del Estado .....	14
4.4 Permiso de funcionamiento.....	16
5.- MARCO METODOLÓGICO .....	17
5.1.-Unidad de análisis .....	17
5.4.- Tipo de investigación .....	17
CAPÍTULO II .....	19
ESTUDIO DE MERCADO .....	19

1.- ANÁLISIS DEL SECTOR.....	19
2.- ANÁLISIS DEL MERCADO .....	19
2.1.- Perfil del Consumidor .....	19
4.- POBLACIÓN POTENCIAL .....	21
Tabla 2: Población Potencial .....	21
5.- APLICACIÓN DE LA ENCUESTA .....	22
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	23
Datos Generales:.....	23
Tabla 3: Género de los encuestados.....	23
5.4.- Resumen de la encuesta.....	35
6.-SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	37
7. MARKETING MIX.....	38
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>42</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO .....</b>	<b>42</b>
<b>1.- ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>42</b>
<b>1.1- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>42</b>
<b>1.1.1-Macro localización.....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 17: Macro localización del proyecto.....</b>	<b>42</b>
<b>1.1.2- Micro localización.....</b>	<b>43</b>
<b>1.2.- INGENIERÍA DEL PROYECTO .....</b>	<b>45</b>
<b>1.2.1.- Infraestructura .....</b>	<b>45</b>
La empresa no tiene instalaciones propias por lo que se pretende arrendar un local que tenga el espacio necesario, que se encuentre en condiciones óptimas y se pueda adecuar a las necesidades de la micro-empresa. ....	45
<b>1.2.2.- Tecnología .....</b>	<b>46</b>
<b>1.3.- ESTUDIO DE PRODUCTO.....</b>	<b>48</b>
<b>1.3.1.- Almacenamiento:.....</b>	<b>48</b>
<b>1.4.- PRODUCCION Y TECNICAS DE COSER.....</b>	<b>49</b>
<b>1.5.- LIMPIEZA DE LA MAQUINARIA .....</b>	<b>50</b>
<b>1.6.- LIMPIEZA DEL LOCAL .....</b>	<b>50</b>
<b>1.7.- EMPAQUE DEL PRODUCTO.....</b>	<b>50</b>
<b>1.7.1- Fundas plásticas transparentes .....</b>	<b>51</b>
<b>1.7.2- Bolsas de polietileno con auto cierre.....</b>	<b>51</b>
<b>1.8.1.- Proceso del servicio .....</b>	<b>53</b>

1.7.2.- Proceso de Recepción .....	54
1.7.3.- Proceso de limpieza, corte y almacenamiento .....	55
2.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....	56
2.1.- Nombre de la empresa .....	56
2.1.3.- Slogan .....	57
2.2.- ENFOQUE ESTRATÉGICO .....	57
2.2.1.- Misión .....	57
2.2.2.- Visión .....	57
2.3.- ANÁLISIS FODA .....	58
2.4.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	59
2.4.1.- Organigrama estructural .....	59
2.4.2.- Organigrama Funcional .....	60
2.5.- DESCRIPCIÓN DEL PUESTO .....	61
2.6.- POLÍTICAS DE LA EMPRESA .....	63
CAPÍTULO IV .....	65
ESTUDIO AMBIENTAL Y LEGAL .....	65
1.- ESTUDIO AMBIENTAL .....	65
1.1- Descripción del proyecto .....	65
1.2.- Descripción del medio a ser intervenido .....	65
1.3.- Identificación y análisis de los impactos ambientales .....	65
1.4- Análisis de los impactos ambientales .....	66
1.5.- Plan de mejoramiento ambiental .....	66
2.-ESTUDIO LEGAL .....	67
2.1.- CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA .....	67
2.1.1- Pasos para constituir una empresa .....	67
2.2- RÉGIMEN TRIBUTARIO .....	68
2.2.1.- Pasos para obtener el RUC .....	68
2.3.- LICENCIAS Y AUTORIZACIONES .....	69
2.3.1.- Permiso de funcionamiento de Cuerpo de Bomberos .....	69
2.3.2- Emisión del certificado único de salud .....	69
2.3.3- Ministerio de salud pública .....	70
2.4.- PATENTES Y MARCAS .....	70
ESTUDIO FINANCIERO .....	71

<b>1.- INVERSIÓN TOTAL</b> .....	71
<b>2.- INVERSIÓN FIJA</b> .....	71
<b>3.- CAPITAL DE TRABAJO</b> .....	73
<b>3.1.- Fondos requeridos para puesta en marcha</b> .....	73
<b>4.- FINANCIAMIENTO</b> .....	74
<b>5.- PRESUPUESTO DE GASTOS</b> .....	75
<b>5.1.- Gastos operacionales</b> .....	75
<b>5.2.- Gastos Administrativos</b> .....	76
<b>5.3.- Gasto Fijo</b> .....	78
<b>5.4.- Gastos variables</b> .....	78
<b>5.5.- Gastos de venta</b> .....	81
<b>6.- Depreciaciones</b> .....	81
<b>7.- Presupuesto de ingresos</b> .....	82
<b>8.- Estados Financieros</b> .....	83
<b>8.1.- Estado de Resultados</b> .....	83
<b>8.2.- Estado de Flujo de efectivo</b> .....	84
<b>9.- VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b> .....	85
<b>11.- PERIODO DE LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)</b> .....	87
<b>12.- BENEFICIO/ COSTO</b> .....	88
<b>13.- PUNTO DE EQUILIBRIO</b> .....	89
CONCLUSIONES .....	90
RECOMENDACIONES .....	91
BIBLIOGRAFIA .....	92
Anexo .....	93



## CAPÍTULO I

### 1.-MARCO REFERENCIAL

#### 1.1 El Recreo

El trajín de la maquinaria y de los obreros de la fábrica textil La Internacional, que funciono por décadas en el sector El Recreo (1947-1990), fue remplazada por otro tipo de cotidianidad, en esta parte de la ciudad de Quito ocurrió la zonificación del sur y así la aparición de varias urbanizaciones, entre ellas el Recreo, San Bartolo, el Camal, Ferroviaria Chimba calle, la Villaflora, esta se convirtió en una zona industrial, y en 1960 surge la ciudadela el Recreo.

En esta parte del sur de la ciudad, el día a día propio de los centros comerciales, marcado por el ir y venir de la gente que hace de todo: pasea, va al banco, compra, come, galantea y hasta ‘mata’ el tiempo.

El murmullo de quienes caminan por los pasillos, locales comerciales, áreas de descanso o de recreación es interminable: los fines de semana llega a su máxima expresión. El Puente de Cristal es un sitio “estratégico” para mirar este ir y venir de personas. Al ser un sitio de confluencia de las etapas del complejo comercial, Marianela Berrazueta, administradora, cuenta que a este sitio se lo conoce como Times Square, recordando uno de los lugares más comerciales de Manhattan, Nueva York, Estados Unidos.

Hasta El Recreo, llegan moradores del sur. También del centro y norte de la ciudad. Arriban no solo buscando una suerte de destino comercial, con locales también lo hacen porque es un sitio de encuentro y de paseo familiar. Lo que se completa con un variado menú,

Esta conexión directa tiene su historia. Gilberto Mantilla, gerente general de la promotora que desarrolló el Centro Comercial, cuenta que en el diseño original el acceso principal estaba más al norte, pasando la calle Miguel Carrión. Pero esto cambió, lo que ha facilitado el acceso de los visitantes que arriban por la avenida Pedro Vicente Maldonado. Llegan en trole, bus o carro particular.

También hay una entrada por la parte trasera, por la calle Lauro Guerrero. Los conductores forman filas para pasar y dejar el auto, en una de las 2 800 plazas. El objetivo es recorrer este centro comercial que conserva el nombre de la hacienda antigua que funcionó en ese sector.

La gente del sector y de los sectores alrededor, todos los fines de semana se reúnen en las canchas para realizar depósito en las tres canchas que el sector tiene a disposición para las personas.

(Grupo El Comercio, año 2013)

## **2.- MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Estudio de Factibilidad**

Según Varela, “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

El estudio de factibilidad se divide en las siguientes etapas:

- Estudio de mercado
- Estudio Administrativo

- Estudio Técnico
- Estudio Legal
- Estudio Ambiental
- Estudio Financiero

(FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS Estudio técnico del proyecto PMP - CAPM Jorge Isa)

## **2.2 Estudio Administrativo**

El estudio administrativo consiste en determinar la planificación estratégica, estructura organizacional, definir el talento humano y procesos administrativos que necesita una empresa para su establecimiento.

### 2.3 Estudio de Mercado

Es un proceso sistemático que permite conocer las necesidades y gustos de los clientes, analizar la competencia, lanzar o mejorar un producto o servicio y ubicar en una plaza adecuada a la empresa.

### 2.4 Estudio Técnico

Consiste en hacer un análisis y determinar los aspectos necesarios para producir eficientemente un bien o servicio, los elementos que se analiza en el estudio técnico son el tamaño y localización óptimo del proyecto, tecnología, maquinaria, materia prima y procesos. El objetivo del estudio técnico es optimizar los recursos y demostrar que el producto o servicio es factible.

## **2.5 Estudio Legal**

Son normas o leyes bajo las cuales se regulan actividades para la ejecución del proyecto.

## 2.6 Estudio Ambiental

Es el procedimiento que sirve para identificar, prevenir e interpretar los impactos ambientales que producirá un proyecto en su entorno en caso de ser ejecutado.

(Impacto ambiental. (s.f). Blog de WordPress.com. año 2013)

## 2.7 Estudio Financiero

Este estudio permite realizar una evaluación económica de los recursos y capital que se necesita para llevar a cabo un proyecto, el objetivo del estudio financiero es analizar la capacidad que tiene una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

(Zona Economica, año 2019)

## 2.8 Marketing Mix

Es una estrategia de marketing que utilizan las empresas para alcanzar una meta deseada en el mercado, está compuesto por cuatro elementos que se les denomina las cuatro (P), estos son los cuatro elementos básicos con los que el profesor de contabilidad estadounidense E. Jerome McCarthy definió el concepto de marketing

- 1) **Producto:** Son todos los productos o servicios que la empresa ofrece en el mercado.
- 2) **Precio:** Es la cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener un producto.
- 3) **Plaza:** Son los canales de distribución que la empresa tiene con el fin de hacer llegar el producto al cliente.
- 4) **Promoción:** Son estrategias que realiza la empresa con el fin de captar clientes y dar a conocer los productos en el mercado.

(Economipedia, año 2019)

## 2.9 Segmentación de mercado

La segmentación divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing.

(Roberto Espinoza, año 2013)

## 2.10 Variables de segmentación de mercado

- **Geográficas:** países, regiones, ciudades.
- **Demográficas:** genero, edad, ingresos, educación, profesión, clase social.
- **Psicográficas:** estilo de vida y personalidad.
- **Conductual:** frecuencia de uso del producto, búsqueda del beneficio, nivel de fidelidad, actitud hacia el producto.

(Roberto Espinoza, año 2013)

## 2.11 Creación

La creación según Bergson, de Maite Larrauri y Max, es la segunda entrega de la colección de 10 títulos Filosofía para profanos. Lo que es difícil no es conseguir lo que uno desea, lo difícil es desear. Desde la posición victoriosa del que desea, si algo no se tiene, se conquista. El deseo según Gilles Deleuze es la primera entrega de la colección Filosofía para profanos, que pretende facilitar el acceso a la filosofía de algunos autores, no explicando sus vidas o resumiendo sus teorías, sino ofreciendo, para cada uno de ellos, una clave en la que puedan ser leídos.

Según definiciones la formación de algo que previamente no existía. La idea de la creación tiene tres grandes vertientes: una de carácter mítico y religioso, otra de índole científico y una tercera que pertenece al lenguaje corriente.

Según la guía de filosofía desde el punto de vista filosófico, el término creación se puede entender en cuatro sentidos:

- 1) como la producción humana de una cosa desde una realidad preexistente, de tal manera que ese algo no se encuentre en tal realidad.
- 2) Como la producción natural de una cosa desde algo preexistente, sin que el efecto se halle excluido en la causa, o sin que tal efecto sea necesario.
- 3) Como producción divina de una cosa desde una realidad preexistente que dé como resultado un cosmos a partir de un caos
- 4) Como producción de algo desde la nada.

(Marta Larrauri y Max, Pàg. 110, año2015)

## **2.12 Micro empresa**

Según el diccionario de Acción Humanitaria Las microempresas, en particular las que se mueven en el sector informal, suelen presentar habitualmente las siguientes características, según Conato et al. (1996:22):

- a) Tienen unas dimensiones reducidas en cuanto a capacidad económica y empleo (menos de diez trabajadores).
- b) Son diversas en su tipología: familiares, cooperativas, empresariales, compuestas por grupos que comparten determinadas características como el género o la edad.

- c) Frecuentemente se mueven en la ilegalidad, esto es, no cumplen las normas fiscales, de previsión social o de seguridad laboral.
- d) Tienen bastante flexibilidad y agilidad para ajustarse a los cambios y a los estímulos del mercado, gracias a factores como la movilidad de la mano de obra o los bajos costes de producción (son intensivas en mano de obra, con abundancia de trabajo gratuito o escasamente retribuido).
- e) Se ven excluidos de los circuitos institucionales o comerciales de crédito, por lo que suelen recurrir a formas de microcréditos informales.
- f) Cuentan con una alta presencia de mujeres, en mayor proporción que en el sector moderno de la economía formal.
- g) Frecuentemente son proveedoras de materias primas, insumos y servicios a las empresas modernas del sector formal.

Según Julián Pérez Porto y María Merino una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

Autores: Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2009. Actualizado: 2009.

La microempresa en él se argumenta que el principal problema que presenta la definición se deriva de que el término micro, al igual que los términos pequeño y mediano, se usa para expresar dimensión o tamaño. Algunas definiciones cualitativas propuestas por diversos autores, presentan la indeterminación de que pueden ser aplicables a los demás tamaños de

empresas. Se concluye que el término microempresa da cuenta de empresas muy pequeñas en relación a las demás y su desarrollo está asociado a factores que no necesariamente están condicionados a su tamaño.

(Edificio División de Estudios para Graduados, Oficina No. 11 - 1er Piso. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de LUZ. Ciudad Universitaria. Núcleo Humanístico. Maracaibo, Venezuela.)

### **2.13 Confección**

Según el Diagnóstico del Sector Textil y de la Confección es la actividad textil constituye una importante fuente generadora de empleo, demanda mano de obra no calificada y es además una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química, etc.

La industria textil contribuye al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han presentado en los últimos años un crecimiento significativo, sin embargo se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país con artículos de origen externo en particular confección, que tiene su origen en el vocablo latino confectio, es un término que refiere a la acción de preparar o hacer determinadas cosas a partir de una mezcla o de una combinación de otras. Es posible, en este sentido, confeccionar ropa, medicamentos, perfumes, etc.

(Autores: Julián Pérez Porto y Ana Gardey. Publicado: 2011. Actualizado: 2014.)

### **2.14 Distribución**



La distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean.

(Juan Alberto Barrero Escobar — País: Colombia, 20 de enero, 2015)

### **2.15 Ropa deportiva**

Se refiere a cualquier prenda especialmente diseñada para su uso en actividades deportivas.

La comodidad proporcionada por la ropa es uno de los principales criterios de selección por parte de los atletas, profesionales o no, aunque la ropa no sólo afecta al bienestar, sino también el rendimiento del deportista.

Con el fin de maximizar el rendimiento del atleta, la ropa deportiva debe ser sobre todo eficaz en la regulación de la temperatura corporal y la transferencia de humedad.

Cabe señalar que todos estos factores dependen de la estructura fibrosa utilizada.

Los avances en esta área en los últimos años, vienen a encontrar materiales y estructuras fibrosas son: ligero, pero resistente; impermeable pero transpirable y suave; y más resistente. Por lo tanto, se han producido los “tejidos inteligentes”. Estas estructuras fibrosas fueron diseñados y desarrollados para mejorar los beneficios de la actividad física y reducir al mínimo sus posibles inconvenientes.

(.fibrenamics.com, año 2019)

### **3.- MARCO CONCEPTUAL**

#### **3.1 Tela**

La tela es el resultado de la unión de muchos hilos unidos en forma perpendicular y de manera ordenada, adquiriendo de esta manera un “material textil” que es una lámina compuesta por numerosos hilos, que puede ser elástica, uniforme y resistente.

#### **3.2 Ajujas**

Lo más normal cuando se empieza a coser a máquina es usar siempre agujas universales que, por su versatilidad, son las que más aplicaciones tienen. Sin embargo, cuando empezamos a experimentar con diferentes tejidos, hilos y puntadas, la cosa se complica. Elegir la aguja apropiada es la clave para unas puntadas lisas y perfectas, pero no sólo eso: si trabajamos con la aguja equivocada podemos tener problemas al coser. Desde dañar la tela o el hilo hasta doblar o romper la aguja.

Las agujas para máquina de coser pueden clasificarse de diversas formas y, si no estás muy familiarizada con ellas, puede que te sientas abrumada ante la gran variedad que existe. ¡Que no cunda el pánico! Vamos a intentar hacer esta elección un poquito más fácil explicándote qué tipos de agujas hay.

#### **3.3 Cinta métrica**

Una cinta métrica, un flexómetro o simplemente metro es un instrumento de medida que consiste en una cinta flexible graduada y que se puede enrollar, haciendo que el transporte sea más fácil. También con ella se pueden medir líneas y superficies curvas.

### **3.4 Tizas**

La tiza, también conocida como yeso y gis (México) o pastel, es una arcilla blanca que, preparada en barritas, se usa para escribir en las pizarras y, pulverizada, para limpiar metales y para hacer pinturas de fácil lavado. Para las pizarras individuales se usaba un 'pizarrín'.

Suele llamarse también así al compuesto de yeso que se usa en el juego de billar para frotar los tacos a fin de que no resbalen al golpear las bolas. En la isla de Menorca sobrevive la denominación 'xoc' para la tiza y que procede de la inglesa 'chalk' usada durante el dominio inglés de la isla.

La tiza se elabora generalmente mezclando yeso con agua y algunos otros materiales tales como caolín, y se espera a que fragüe dentro de un molde especial. Una vez que ha fraguado la mezcla, se desmolda y se seca.

### **3.5 Moldes o patrones**

Un patrón, en el ámbito del corte y confección, es una plantilla realizada en papel para ser copiada en el tejido y fabricar una prenda de vestir, cortando, armando y cosiendo las distintas piezas. Se llama «patronaje» a la actividad de diseñar y adaptar patrones. «Patronista» es el profesional que se dedica al patronaje.

En la industria de la moda también recibe el nombre de patrón la prenda original que realiza el diseñador de modas, a partir de la cual se copia el resto (cambiando tallas, materiales o detalles).

### **3.6 Cortadora**

Las cortadoras forman parte del equipamiento auxiliar que se encuentra situado en la parte final de las extrusoras, y las mismas se encargan de cortar el producto luego de que el mismo haya

pasado por el molde. Una vez cortado, las granuladoras también se encargan de transportar el producto hacia un equipo ubicado en la parte inferior de la línea de extrusión.

### **3.7 Máquina recta**

Una máquina de coser es una máquina utilizada para coser tela y otros materiales con hilo. Fueron inventadas durante la primera revolución industrial para disminuir la cantidad de trabajo de costura en las empresas textiles. Desde la invención de la primera máquina de coser, atribuida a Thomas Saint en Londres, en 1790, se ha mejorado notablemente su eficiencia y productividad en la industria textil.

Las máquinas de coser domésticas están diseñadas para que una persona pueda coser artículos individuales utilizando un cierto tipo de puntada. En una máquina de coser moderna la tela se desliza por la máquina sin necesidad de agujas ni dedales, haciendo la tarea más rápidamente que con costura manual. Las máquinas industriales, por otro lado, son más grandes y rápidas, facilitando una mejor producción de tejido.

Las máquinas de coser pueden hacer variedad de puntadas rectas o en patrones. Incluyen medios para arrastrar, sujetar y mover la tela bajo la aguja de coser para formar el patrón de la puntada. La mayoría de las máquinas de coser caseras y algunas industriales usan puntos de cadena o cadeneta.

### **3.8 Máquina overlock**

Cualquier libro de costura te hablará sobre la overlock, una máquina para hacer diferentes puntos de costura, imprescindibles en el campo de la confección textil, y también bonitos acabados.

Hubo un tiempo en que la costura se hacía con herramientas rudimentarias como dedales y agujas hechas de hueso o madera. Pero los tiempos han cambiado, tanto que los modernos equipos de costura están ahora al alcance de todos.

Gracias a la tecnología, la costura ha pasado de ser una tarea laboriosa y manual a ser un proceso eficiente y automatizado. Las máquinas hacen posible una manipulación rápida y fácil de la tela.

### **3.9 Maquina recubridora**

La recubridora es para coser, como si cosiéramos con una máquina de coser normal, pero a dos o tres agujas o más. La recubridora sirve para unir tejidos, hacer dobladillos, poner un cuello en una sudadera.

Un ejemplo: Si cogemos una camiseta básica, normalmente los costados van cerrados con remalladora de 4 hilos, los dobladillos de puños, bajos y el cuello van hechos con recubridora.

### **3.10 Tela Rif**

Este tipo de tela se la utiliza para colocar en los puños, cuellos y bastas de la ropa deportiva.

### **3.11 Inversión**

Es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.

## **4.- MARCO LEGAL**

### **4.1 Ley de Compañías**

La Ley de Compañías es el marco jurídico bajo el cual funcionan las empresas legalmente constituidas en el Ecuador. Se expidió el 5 de noviembre de 1999 por el Congreso Nacional y consta de 457 artículos donde se norma y regula la actividad empresarial dentro del país. A lo largo de los años sólo unos pocos artículos han sido reformados o mejorados, pero básicamente continúa siendo la misma ley. Es importante mencionar que el ente que vigila que se cumplan con todas las disposiciones exigidas en la ley es la Superintendencia de Compañías. Además, es en la misma Superintendencia de Compañías donde están registradas todas las empresas que funcionan legalmente en el Ecuador

(Registro Oficial 312, 05-11-1999)

#### **4.2 Constitución Política del Estado**

Art. 66; numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

Art. 276; numeral 2.- Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

Art. 281; numeral 1.- Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.

Art. 283.- El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se

integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 321.- El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

### **4.3 Plan Nacional del Buen Vivir**

Objetivo 2.- Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad.- El reconocimiento igualitario de los derechos de todos los individuos implica la consolidación de políticas de igualdad que eviten la exclusión y fomenten la convivencia social y política. El desafío es avanzar hacia la igualdad plena en la diversidad, sin exclusión, para lograr una vida digna, con acceso a salud, educación, protección social, atención especializada y protección especial.

Objetivo 9.- Garantizar el trabajo digno en todas sus formas, Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el

capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

Objetivo 10.- Impulsar la transformación de la matriz productiva.- Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

#### **4.4 Permiso de funcionamiento**

Registro Único de Contribuyentes (RUC) o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE). Cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal de establecimiento. Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda (en caso de personas jurídicas adjuntando documento donde se señale representante legal de la compañía y la constitución de la misma).

Plano del establecimiento a escala 1:50 en archivo gráfico, jpg. Croquis de ubicación del establecimiento (adjuntando mapa de coordenadas y referencias para llegar al establecimiento).

Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos. Certificado de categorización del establecimiento emitido por el Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, para identificar el tamaño de la empresa microempresa, pequeña empresa, mediana empresa, grande.



## **5.- MARCO METODOLÓGICO**

### **5.1.-Unidad de análisis**

Barrio “El Recreo” sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

### **5.2.- Diseño de la investigación**

Se empleará el enfoque mixto porque permite recoger y analizar los datos cualitativos y cuantitativos obtenidos en el estudio.

### **5.3.- Modalidad básica de la investigación**

A través de la investigación de campo y bibliográfica. De campo porque a través de esta modalidad se extrae datos e informaciones directamente de la realidad con el fin de dar respuesta al problema planteado, y bibliográfica porque se utilizará enfoques, conceptualizaciones y teorías acerca del tema.

### **5.4.- Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se utilizará en el estudio será descriptiva y explicativa.

Descriptiva porque a través de este estudio se describirá la realidad y permitirá recopilar información necesaria para extraer conclusiones que contribuyan a la solución de los problemas encontrados en el proceso, y explicativa porque este estudio se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa – efecto.

### **5.5.-Población y Muestra**

La investigación se realizara a 4 cuadras del Sector El Recreo, a los habitantes económicamente activos del área de influencia y se aplicará el muestreo probabilístico aleatorio simple.

#### **5.6.- Técnica e instrumento de investigación**

Para realizar la investigación se utilizará la encuesta. En la encuesta se elaborará un cuestionario que contenga preguntas cerradas que permita recoger y comparar datos de forma cuantificable. En la entrevista se elaborará un cuestionario no estructurado que contenga preguntas abiertas y generales.

#### **5.7.- Tratamientos y análisis de datos**

Los datos obtenidos se tratarán de forma cualitativa mediante el análisis de las preguntas realizadas y cuantitativamente a través de cuadros, gráficos y tablas que demuestren los porcentajes obtenidos a través de las encuestas.

#### **5.8.- Fuentes para la recopilación de información**

La información se recolectará por medio de fuentes primarias y secundarias.

Primarias porque se aplicará entrevistas, se utilizará fotografías y por el conocimiento y evidencia directa del problema. Secundarias porque se utilizará documentos, libros y registros publicados que tenga relación con la investigación.

## CAPÍTULO II

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 1.- ANÁLISIS DEL SECTOR

La microempresa de calentadores personalizados estará ubicada en el sector El Recreo al sur del Distrito Metropolitano de Quito, en la calle Teodoro Gómez de la Torre y Moras Pungo, es un importante sector comercial ya que en esta zona no existe otro local dedicado a la confección de ropa deportiva personalizada.

**Figura 1: Sector del Recreo**

#### Anexo N° 1



*Ilustración IMAPA DEL BARRIO EL RECREO Fuente: Google map. Elaborado por: Carolina M.2019*

#### 2.- ANÁLISIS DEL MERCADO

##### 2.1.- Perfil del Consumidor

Son todas las personas que se dedican a realizar ejercicios y que quieren sentirse cómodas y verse bien a la hora de verter.

## 2.2.- Perfil de la Demanda

En el sector del Recreo existe gran cantidad de personas que realizan ejercicio, por ese motivo adquieren calentadores lo cual les permite sentirse cómodas y verse bien.

A través de la observación de las encuestas que se aplicara podremos constatar que en el sector existe demanda insatisfecha por adquisición de ropa deportiva, esto es por los costos elevados en almacenes que tiene este tipo de ropa no cumplen con las expectativas de los clientes y no prestan un buen servicio al mismo, a pesar de estos factores las personas del sector adquieren su calentador y así satisfacen su necesidad a momento de vestir.

## 2.3.- Análisis de la competencia y oferta

En el sector existe oferta competitiva ya que hay 3 almacenes de ropa, ninguno de ellos confecciona ropa personalizada, 2 de ropa casual y 1 de ropa de bebe, no dominan el mercado ya que no hay variedad, calidad, precio, servicio, no ofertan variedad en tallas, el almacenamiento y la atención al cliente no es adecuada.

En el centro comercial el Recreo del sector hay variedad de ropa pero los precios son elevados, poco accesibles para los consumidores.

### **Figura 2: Micro empresa de Ropa deportiva personalizada**

#### **Anexo N° 2**



*Llustraciòn 2 Micro empresa de Ropa deportiva. Fuente: Google maps. Elaborado por: Carolina M.2019*

### 3. POBLACIÓN REFERENCIAL

La población a la cual está destinado este proyecto, son los habitantes del sector el Recreo al sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Quito actualmente cuenta con una población de 2' 644 .145 habitantes basándonos en la información obtenida en el INEC en el año 2018 a 2019. Para la ejecución del proyecto se tomará únicamente la población económicamente activa que nos da un total de 550 moradores y de estos solo realizaremos las encuestas a un total de 80 personas que podrían ser nuestros clientes potenciales.

**Tabla 1: Población Referencial**

<b>Características</b>			
<b>Ciudad</b>	<b>Cantón</b>	<b>Barrio</b>	<b>Población Económicamente activa(POA)</b>
<b>Pichincha</b>	Quito	El Recreo	3%
<b>Habitantes</b>	2'644.145	550	

*Tabla 2 Población Referencial. Fuente: INEC 2010.Elaborado por: Carolina M.2019*

### 4.- POBLACIÓN POTENCIAL

**Tabla 2: Población Potencial**

<b>DATOS</b>	
<b>Número de habitantes:</b>	2'644.145
<b>Población económicamente activa</b>	3%
<b>2644.145 ÷ 3.5% =</b>	80
<b>Población a encuestar:</b>	80 habitantes

*Tabla 3 Población Potencial. Fuente: INEC VII C 2010*

## 5.- APLICACIÓN DE LA ENCUESTA

La encuesta se va aplicar a 80 personas las cuales son una parte del total de la población del sector el Recreo del área de influencia, para esto se no es necesario el calcular la muestra.

### 5.2.- Diseño del cuestionario

La información primaria se recopiló mediante la aplicación de la encuesta, tuvo una duración aproximadamente de 3 a 4 minutos por persona, la cual consta de 10 preguntas cerradas que nos permitirán obtener información necesaria para desarrollar el presente proyecto. A continuación se presenta el cuestionario que se realizó:

### 5.3.- Presentación y análisis de los resultados

El número de encuestas realizadas suman un total de 80 las cuales se aplicaron a personas económicamente activas residentes del área de influencia del sector del Recreo.

Los lugares en los que se realizaron las encuestas fueron:

- **Hogares del sector:** fueron escogidos de manera aleatoria.
- **Parques y canchas deportivas:** Del sector el recreo, Liga deportiva El calzado.

El grupo de personas que se realizó las encuestas:

- Hombres y mujeres del sector
- Personas mayores de 18 a 30 años
- Personas que sean económicamente activos

A continuación se detallan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas:

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### Datos Generales:

**Tabla 3: Género de los encuestados**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	48	60%
Masculino	32	40%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

*Tabla 3: Género de los encuestados. La verifica Carolina M., 2019*

**Figura 3: Porcentaje del género de los encuestados**



*Ilustración 3: Porcentaje del género de los encuestados. La verificadora Carolina M. 2019*

### Análisis e interpretación de los resultados:

El número de encuestados es un total de 80 personas de los cuales el sexo femenino predomina con un 60% frente a un 40% del sexo masculino. En conclusión, la mayoría de encuestados fueron del género femenino.

**Tabla 4: Edad de los encuestados**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
<b>18 a 20 años</b>	33	41%
<b>21 a 25 años</b>	26	33%
<b>26 a 30 años</b>	21	26%
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100%</b>

*Tabla 4 Edad de los encuestados. La verificadora Carolina M., 2019*

**Figura 4: Edad de los encuestados**

*Ilustración 4 Edad de los encuestados. La verificadora Carolina M., 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

Entre la población encuestada se encontró que el 41% tenía entre 18 a 20 años, seguidos por un 33% en el rango de 21 a 25 años y finalmente se encontró con un 26% al grupo de 26 a 30 años en adelante. La mayor parte de los encuestados tienen un rango de edad de 18 a 20 años.



**Pregunta 1:** ¿Le gustaría que en el sector el Recreo se cree un micro-empresa de calentadores personalizados?

**Tabla 5:** Creación de la micro-empresa

	f	%
MUCHO	52	65%
POCO	21	26%
NO ME GUSTARIA	7	9%
TOTAL	80	100%

*Tabla 5 Creación de la micro empresa. La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 5:** Porcentaje de aceptación



*Ilustración 5: Porcentaje de aceptación. La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

En base a la encuesta nos hemos dado cuenta que el 65% de los encuetados del Recreo si quieren la creación de una micro-empresa de ropa deportiva personalizada, mientras que el 26% de la no están muy convencido, mientras que el 5% no está de acuerdo con esta idea. En conclusión, podemos darnos cuenta que la creación de la micro-empresa será una buena idea.

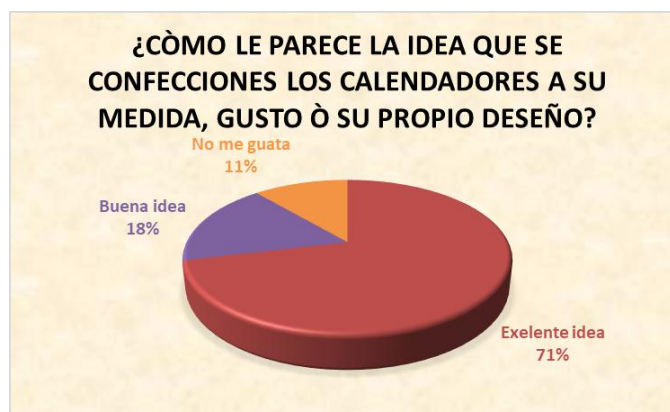
**Pregunta 2:** ¿Cómo le parece la idea que se confeccionen los calentadores a su medida, gusto o su propio diseño?

**Tabla 6:** Calentadores a su medida y gusto

	f	%
Excelente idea	57	71%
Buena idea	14	18%
No me gusta	9	11%
TOTAL	80	100%

*Tabla 6: Calentadores a su medida y gusto. La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 6:** Porcentaje de Gustos a su medida



*Ilustración 6 porcentajes de gustos y medidas. La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

En esta pregunta podemos observar que el 71% de los encuestados les gusta vestir a su medida y gusto, mientras que a un 18% no les parece tan agradable la idea y un 11% no le gusta que la ropa le quede con exactitud. Por lo que podemos concluir que a las personas les gusta vestir a su medida y Gusto.

**Pregunta 3:** ¿En qué tipo de material le gustaría que le confeccionen su diseño de calentador?

**Tabla 7:** Material para la producción

	f	%
Material economico	30	38%
Material de buena calidad	42	53%
No es importante	8	10%
TOTAL	80	100%

*Tabla 7 Material para la producción. La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 7:** Tipo de material



*Ilustración 7 Tipo de material. La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

En esta pregunta podemos darnos cuenta que las personas prefieren ponerse ropa de buena calidad ya que en la encuesta nos dio un resultado de 53% mientras que el 37% prefiere un material bueno pero económico y para el 10% de los encuestados no es importante. Por lo que concluimos que las persona prefieren ropa de buena calidad.

**Pregunta 4:** ¿Cuántos dólares estaría dispuesto a cancelar por un calentador personalizado?

**Tabla 8:** Precio del calentador personalizado

	f	%
Entre los 25 a 30	37	46%
Entre los 31 a 35	33	41%
Entre los 36 a 40	10	13%
Total	80	100%

*Tabla 8 Precio del calentador personalizado. La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 8:** Precio a cancelar



*Ilustración 8 precio a cancelar. La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

Según los resultados de la encuesta podemos darnos cuenta del presupuesto de las personas al momento de cancelar por un calentador personalizado ya que un 46% está dispuesto a pagar de \$25 a 30 dólares, mientras que el 41% estará dispuesto a cancelar entre los \$ 31 a 35 dólares y solo un 13% cancelaría de \$36 a 40 dólares, Este resultado informa que las personas prefieren pagar por un calentado por un valor de \$ 25 a 30 dólares.

**Pregunta 5:** ¿Le gustaría crear su propio modelo de calentador?

**Tabla9:** Creación de tu calentador

	f	%
Mucho	54	68%
Poco	22	28%
Nome gustaria	4	5%
Total	80	100%

*Tabla 9 creacion de tu calenador. La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 9:** ¿Que tan buena idea es?



*Ilustración 9 Que tan buena idea es. La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

Con respecto a esta pregunta nos podemos dar cuenta que al 67 % de las personas encuestadas le gustaría crear su propio diseño de calentador a su gusto y medida, mientras que al 28% les parece una buena idea pero es poco aceptable y el 5% no le gusta la idea de crear su diseño. Por lo que se concluye que a las personas nos gusta crear nuestro propio deseno de ropa.

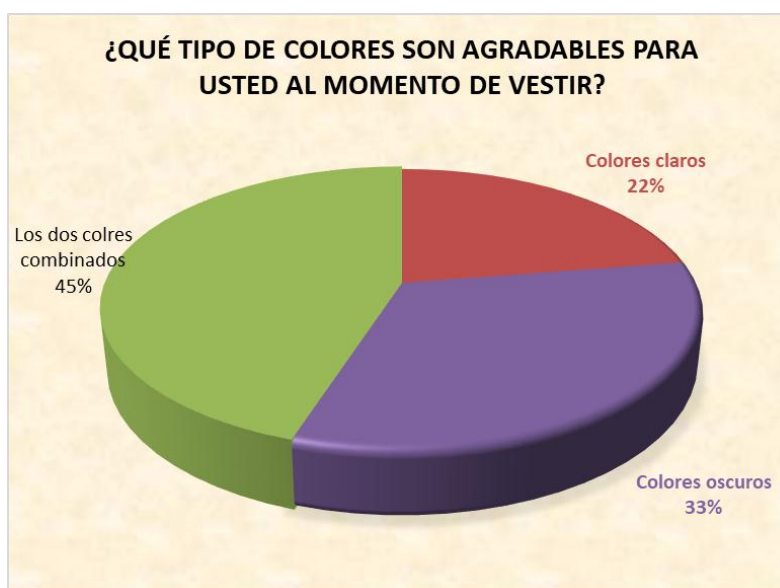
**Pregunta 6:** ¿Qué tipo de colores son agradables para usted al momento de vestir?

**Tabla 10:** Tipo de colores al momento de vestir

	f	%
Colores claros	18	23%
Colores oscuros	26	22%
Los dos colores combinados	36	45%
Total	80	100%

*Tabla 10 tipo de colores al momento de vestir. La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 10:** Selección de colores



*Ilustración 10 La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

En esta pregunta podemos saber cuáles son los colores más seleccionados a la hora de vestir, en este caso el 45% de los encuestados prefieren la combinación de colores entre claros y oscuros, pero el 33% prefiere los colores oscuros y el 22% prefiere colores claros. Por lo que podemos concluir que los colores combinados son más agradables a las personas.

**Pregunta 7:** ¿Qué te parece las ofertas y descuentos al momento de comprar los calentadores para la familia?

**Tabla 11:** Ofertas y descuentos para la familia

	f	%
Excelente idea	44	55%
Buena idea	28	35%
no es importante	8	10%
Total	80	100%

*Tabla 11 Ofertas y descuentos para la familia. La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 11:** Que tal idea es



*Ilustración 11 La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

Esta pregunta nos da a conocer con un 55% de que las ofertas son excelente idea para un negocio, mientras que con el 35% este tipo de idea es buena y así mismo con el 10% para otras personas no es importante este tipo de cosas. Hemos concluido que a la mayoría de personas nos gusta las ofertas y descuentos a la hora de comprar para la familia.

**Pregunta 8:** ¿Te gustaría que tu calentador sea igual a los de catálogo?

**Tabla 12:** Calentadores de catálogo

	f	%
Me encantaria	38	48%
Me guataria	31	39%
No es importante	11	14%
Total	80	100%

*Tabla 12 Calentadores de catálogo. La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 12:** Decisión



*Ilustración 12 Decision. La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

Con esta pregunta y el 47% nos damos cuenta que a la gente les gusta la ropa de catálogo, con 39% sabemos que es agradable para su gusto pero le falta algo, mientras que con el 14% para otros no es importante y de esa manera podemos concluir que a la mayoría de gente les gusta la ropa de catálogo o que su ropa sea igual.



**Pregunta 9:** ¿Al momento de cotizar tu calentador que es lo que te gustaría que no se cambie?

**Tabla 13:** Cotización y compra

	f	%
El tiempo de entrega	29	36%
El costo	32	40%
La atención al cliente	19	24%
Total	80	100%

*Tabla 13 La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 13:** Factores



*Ilustración 13 La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

Con esta pregunta podemos saber qué es lo que el cliente no quisiera que nunca cambie, con el 40 % el costo, con el 36% tiempo de entrega y con el 24% la atención al cliente, Estos resultados son importante y el mayor porcentaje es el costo que al cliente no se gustaría que cambie.

**Pregunta 10:** ¿Considera usted la posibilidad de que el servicio sea directamente a su domicilio?

**Tabla 14:** Considerar servicio a domicilio

	f	%
Mucho	40	50%
A veces	33	41%
No	7	9%
Total	80	100%

*Tabla 14 Considerar el servicio a domicilio. La verificadora Carolina M, 2019*

**Figura 14:** Elección



*Ilustración 14 Eleccion. La verificadora Carolina M, 2019*

### **Análisis e interpretación de los resultados:**

En esta encuesta consideramos la idea de dar servicio a domicilio por lo que preguntamos qué les parece, con el 50% a la gente les gustó mucho la idea, mientras que con el 41% creen que es una buena idea, pero a veces ya que algunos prefieren ver directamente el material a trabajar y con el 9% no están de acuerdo. Con esto concluimos que por tener mayor aceptación esto es una buena idea y se le da mayor facilidad al cliente.

#### **5.4.- Resumen de la encuesta**

El objetivo de la encuesta fue conocer las necesidades que tiene el sector en la adquisición de ropa deportiva personalizada en qué condiciones se encuentra esta idea como una micro-empresa.

En mayor porcentaje en los encuestados son de género femenino, la edad con mayor porcentaje de los encuestados es de 18 a 20 años.

La población opta por elegir los colores y diseños a la hora de elegir su propio modelo de calentado, a la mayoría de personas le gusta que el calentado le haga verse bien y sentirse cómodas.

Los encuestados prefieren que los calentadores sean muy parecidos a los de catálogo, pero ellos prefieren ponerle su toque personal y que le quede exactamente a su medida.

Con la encuesta podemos darnos cuenta que a la gente le gusta mucho la idea de las ofertas y descuentos al momento de comprar ropa deportiva para toda la familia, también podemos observar que las personas se fijan mucho en el precio, servicio al cliente y el tiempo de entrega, pero lo que más les interesa es que los precios no cambien al mes o a los dos meses después de que ellos cotizaron.

Mucho de los encuestados prefieren que se les vaya a tomar las medidas para la confección del calentado directamente a su domicilio o trabajo, ya que muchas veces la mayoría tiene un tiempo un poco complicado y no puede ir al local, lo cual para nosotros es una buena alternativa y así conseguiríamos más clientela.

Se planteó la posibilidad de establecer una micro-empresa de ropa deportiva personalizada en el sector que ofrezca variedad, calidad y sobre todo que se tome mucho encuentra la opinión del cliente a un precio no muy alto, en el sector se obtuvo como respuesta positiva que les encanta esta nueva iniciativa.

Al revisar los resultados de la encuesta se pudo analizar que existe la posibilidad de establecer la micro- empresa en el sector ya que hay demanda insatisfecha en la ropa por sus costos elevados y porque el servicio no es personalizado ya que esta idea es nueva e innovadora.

**TABLA 15:** Resumen de la encuesta

*Tabla 15 Resumen de la encuesta. La verificadora Carolina M, 2019*

<b>NRO</b>	<b>PREGUNTAS</b>	<b>OPCIONES DE RESPUESTAS</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>ANALISIS</b>
1	¿Le gustaría que en el sector el Recreo se cree un micro-empresa de calentadores personalizados?	Mucho	52	65%	El 52% le gustaría una micro-empresa en el sector el recreo
		Poco	21	26%	
		No me gusta	7	9%	
2	¿Cómo le parece la idea que se confeccionen los calentadores a su medida, gusto o su propio diseño?	Excelente idea	57	71%	El 71% piensa que es una excelente idea que se confeccionen los calentadores a diseño propio
		Buena idea	14	18%	
		No me gusta	9	11%	
3	¿En qué tipo de material le gustaría que le confeccionen su diseño de calentador?	Materia económico	30	38%	El 53% piensa que se debería confeccionar los calentadores con buena calidad
		Material buena calidad	42	53%	
		No es importante	8	10%	
4	¿Cuántos dólares estaría dispuesto a cancelar por un calentador personalizado?	Entre los 25 a 30	37	46%	El 46% acepta cancelar de 31 a 35 dólares por un calentador personalizado
		Entre los 31 a 35	33	41%	
		Entre 36 a 40	10	13%	
5	¿Le gustaría crear su propio modelo de calentador?	Mucho	54	68%	El 68 % de los encuestados le gusta mucho que se cree su propio calentador
		Poco	22	28%	
		No me gusta	4	5%	

6	¿Qué tipo de colores son agradables para usted al momento de vestir?	Colores claros	18	23%	El 45% en su mayoría acepta colores combinados para vestir
		Colores oscuros	26	22%	
		Los dos colores combinados	36	45%	
7	¿Qué te parece las ofertas y descuentos al momento de comprar los calentadores para la familia?	Excelente idea	44	55%	El 55% de las personas le parece una excelente idea en las ofertas y descuentos
		Buena idea	28	35%	
8	¿Te gustaría que tu calentador sea igual a los de catálogo?	No es importante	8	10%	El 39% de las personas encuestadas indica que le gustaría que fuera igual al de catalogo
		Me encantaría	38	38%	
		Me gustaría	31	39%	
		No es importante	11	14%	
9	¿Al momento de cotizar tu calentador que es lo que te gustaría que no se cambie?	El tiempo de entrega	29	36%	El 40 % de las personas indica que no se cambie mucho el costo de un calentador
		El costo	32	40%	
		La atención al cliente	19	24%	
10	¿Considera usted la posibilidad de que el servicio sea directamente a su domicilio?	Mucho	40	50%	El 50% de las personas prefieren las entregar a su domicilio
		A veces	33	41%	
		No	7	9%	

## 6.-SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Las variables que se ha considerado en la segmentación son:

### Características demográficas

•**Sexo:** Masculino, Femenino

•**Edad:** Desde los 18 a los 30 años en adelante debido a que es un grupo de personas económicamente activas.

•**Nivel socioeconómico:** Medio

### **Características Geográficas**

•**Variable Geográfica:** Cantón Quito / Parroquia Chimbacalle / Sector El Recreo

### **Características Psicográficas**

•**Estilos de vida:** Personas que mantienen una cultura familiar y sobretodo que les guste realizar deporte.

### **Características Conductuales**

Personas que realicen deporte, les guste sentirse bien y sobre todo estar cómodas si dejar de verse bien.

## **7. MARKETING MIX**

Como estrategias de promoción se va aplicar las 4P.

•**Precio:** El precio está definido por el tipo de material a utilizar, los precios serán bajos a comparación de los locales del sector, pero en comparación con el centro comercial se ofrecerá el producto a un precio menor.

**Tabla 16: Precios de Ropa Deportiva**

<b>Precios de ropa deportiva</b>			
<b>Producto</b>	<b>Centro comercial El Recreo</b>	<b>Locales alrededor</b>	<b>Micro- empresa</b>
<b>Camiseta</b>	25	15	10
<b>Licra</b>	28	25	15
<b>Pantalón de calentador con tela algodón</b>	30	18	12
<b>Chompa de tela tazla</b>	45	35	28
<b>Calentador completa con tela licra</b>	65	48	38
<b>Calentados completa con tela rodeo</b>	60	45	35
<b>Calentador completa con tela tazla forrada con polar</b>	68	50	38
<b>Calentados completa con tela tazla forrada con forro perforado</b>	66	45	35
<b>Calentador completo con tela algodón</b>	55	40	30

*Tabla 16 Precios de ropa deportiva. Fuente: precios de ropa deportiva en el sector. Elaborado por Carolina M,*

•**Plaza:** El producto llegará a la empresa por medio de un proveedor directo y se distribuirá directamente a los futuros clientes una vez esté terminado el calentador de acuerdo a su gusto y medida, desde el local que nos podremos en el sector, y con el tiempo se realizará entregas y pedidos a domicilio a diferentes barrios cercanos.

### Anexo N°3

**Figura 15:** Plaza y canal de distribución



*Ilustración 15 Canal de Distribucion. La verificadora Carolina M, 2019*

•**Promoción:** Se realizará promociones quincenales y en fechas especiales con el fin de atraer al futuro cliente.

### Anexo N° 4

**Figura 16:** Promociones quincenales



*Ilustración 16 Promociones quincenales La verificadora Carolina M, 2019*

### Anexo N° 5

**Figura 17:** Promociones en fechas especiales



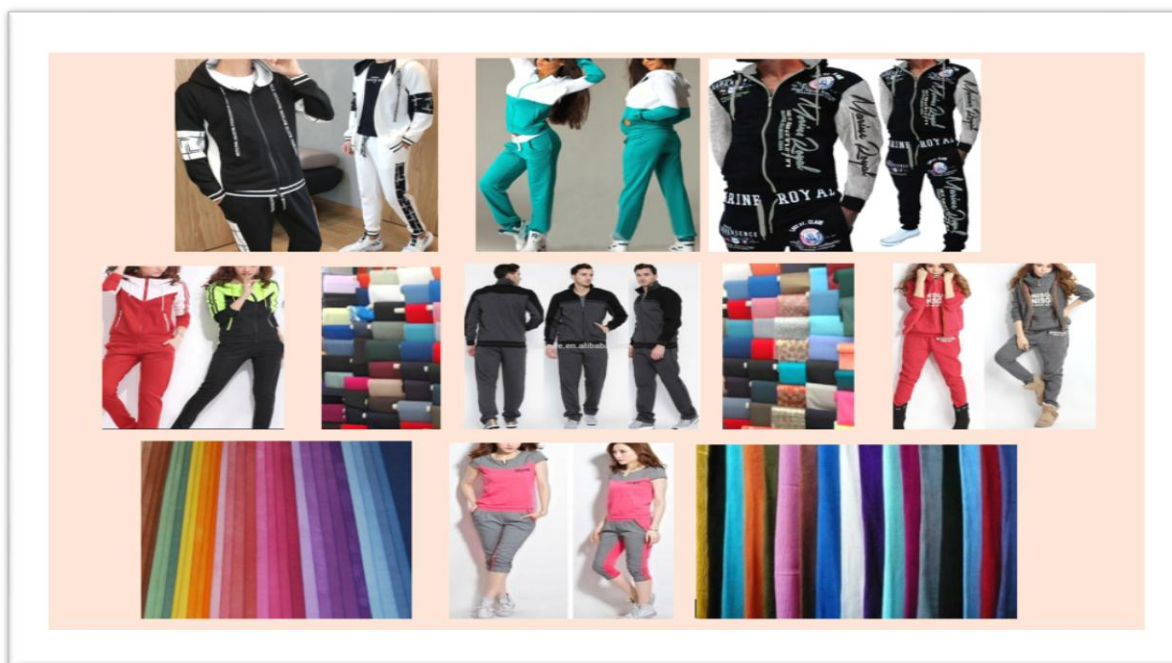
*Ilustración 17 Promociones en fechas especiales. La verificadora Carolina M, 2019*



•**Producto:** Se ofertará variedad de diseños en calentadores, así como también colores y combinaciones de los mismos de buena calidad con garantía.

### Anexo N° 6

**Figura 18:** Productos a ofertar



*Ilustración 18 Promociones en fechas especiales. La verificadora Carolina M, 2019*

- Los calentadores se fabricarán una vez que el cliente escoja el modelo que le guste y los colores que desee.
- Se tomará las medidas necesarias para la elaboración del calentador seleccionado.
- Se realizará una previa prueba de diseño, antes de continuar con el terminado final del calentador, para de esa manera saber la satisfacción del cliente.
- Para dar un valor agregado al cliente se ofertará variedad de opciones, colores y sobre todo un buen servicio.

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO TÉCNICO – ADMINISTRATIVO

#### 1.- ESTUDIO TÉCNICO

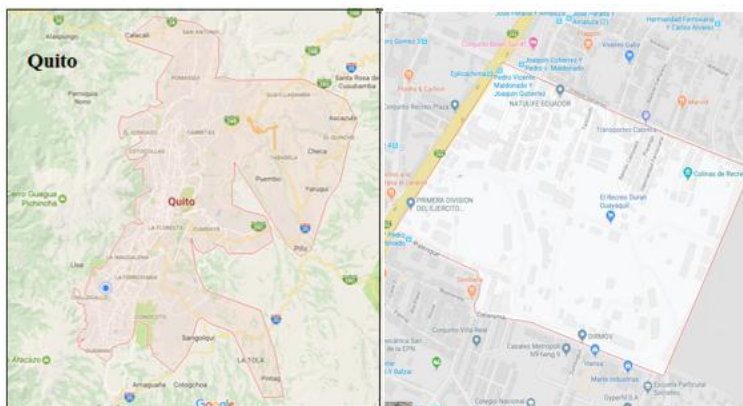
##### 1.1- LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para este proyecto se ha elegido el sector del Recreo en el sur de Quito ya que es un sector en constante crecimiento económico y poblacional.

##### 1.1.1-Macro localización

#### Anexo N° 7

**Figura 19:** Macro Localización del proyecto



*Ilustración 19 Mapa de Macro Localización. Fuente Google maps. Elaborado por; Carolina M,2019*

**Tabla 17:** Macro localización del proyecto

Macro Localización	
<b>País</b>	Ecuador
<b>Provincia</b>	Pichincha
<b>Cantón</b>	Quito
<b>Zona</b>	Urbana
<b>Sector</b>	Sur
<b>Parroquia</b>	Chimbacalle
<b>Barrio</b>	El Recreo

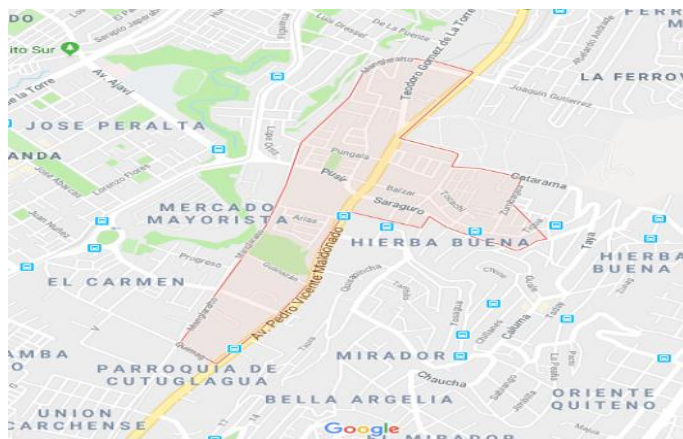
*Tabla 17 Macro localización del proyecto.*

### 1.1.2- Micro localización

En la Parroquia Chimbacalle se ha elegido el sector el Recreo ya que es la zona más comercial del sector.

#### Anexo N° 8

**Figura 20: Micro localización del proyecto**



#### Anexo N°9



*Ilustración 20 Micro localización del proyecto. Fuente Google maps*

**Tabla 18: Micro Localización del proyecto**

Micro Localización	
<b>Parroquia:</b>	Chimbacalle
<b>Barrio:</b>	El Recreo
<b>Calle:</b>	Teodoro Gómez de la Torre
<b>Intersección:</b>	Moraspungo

*Tabla 18 Micro localización del proyecto.*

Para la elección del lugar se ha tomado en cuenta algunos factores que nos permitan evaluar el área de influencia adecuada y elegir la mejor opción de ubicación.

En el siguiente cuadro se describen los factores y la puntuación que se tomará en cuenta para seleccionar el sitio adecuado.

**Tabla 19: Matriz de alternativas**

ALTERNATIVAS	FACTORES	CALIFICACION	PESO	TOTAL
	Flujo peatonal 30%	4	0,30	1,20
<b>Av. Maldonado y Teodoro Gomez de la Torre</b>	Seguridad 30%	4	0,25	1
	Zona de parque 15%	3	0,15	0,45
	Zona de parque 30%	5	0,30	1,50
	Flujo peatonal 30%	3	0,3	0,90
<b>Av. Maldonado y Moraspungo</b>	Seguridad 30%	2	0,25	0,50
	Zona de parque 15%	3	0,15	0,45
	Zona de parque 30%	4	0,3	1,20

*Tabla 19 matriz de alternativas.2019*

De acuerdo a la ponderación de factores, la localización óptima para el proyecto es en las calles Teodoro Gómez de la Torre y Moraspungo.

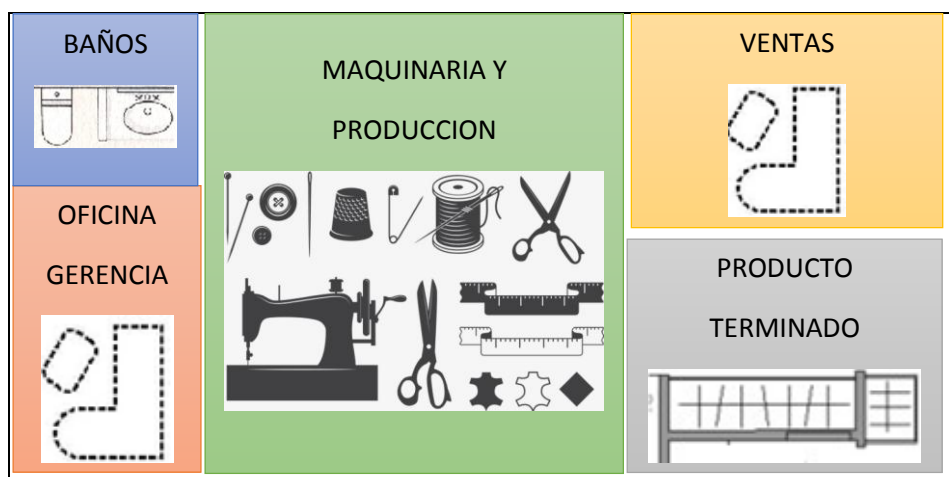
## 1.2.- INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 1.2.1.- Infraestructura

La empresa no tiene instalaciones propias por lo que se pretende arrendar un local que tenga el espacio necesario, que se encuentre en condiciones óptimas y se pueda adecuar a las necesidades de la micro-empresa.

#### Anexo N° 10

**Figura 21: Distribución de la planta**



*Ilustración 21 Distribución de la planta. Elaborado por: Carolina M, 2019*

Se requiere una instalación que tenga un área total 40 m<sup>2</sup> aproximadamente los cuales serán distribuidos en cinco partes:

- Atención al cliente - Caja
- Despacho de producto – Vitrinas que exhiban los calentadores
- Bodega: Producto terminado y empaque.
- Oficina

- Baños y bodega de limpieza

### 1.2.2.- Tecnología

La micro-empresa de calentadores personalizados requiere de maquinaria como las máquinas de coser, materia prima como las talas, mandiles de trabajo, mascarillas que son necesarios para el funcionamiento.

**Tabla 20: Requerimiento para el área de bodega**

<b>Requerimiento para el área de bodega, corte y despacho</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V/ Unitario</b>	<b>Total</b>
2	Maquinas recubridora	1400	2800
2	Maquina overlock	1150	2300
2	Maquina recta	1080	2160
1	Cortadora de tela	500	500
1	Maquita de pegar broches	200	200
1	Mesa para empacado	100	100
2	Tijeras de tela	20	40
1	Escuadras	15	15
2	Pulidores	5	10
2	Cintas métricas	2	4
1	Caja registradora	500	500
2	Aparador	120	240
10	Telas por rollos colores y diseños	285	2850
100	Cierres por colores	0,2	20
10	Rollo de cordón por colores	80	800
1	Teléfono	35	35
<b>TOTAL</b>			<b>12.574,00</b>

*Tabla 20 Requerimiento para el área de bodega. Carolina M, 2019*

**Tabla 21: Requerimiento para el área de caja y oficina.**

<b>Requerimiento para el área de caja y oficina</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V/ Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Caja registradora	500	500
1	Teléfono	35	35
1	Estación de trabajo	100	100
1	Carpetas	0,8	0,8
1	Estación de trabajo para caja	100	100
1	Sillas	50	50
1	Computador	150	150
1	Rollo para facturación	2	2
2	Tinta para facturación	10	20
1	Esferos caja	4	4
1	Engrampadora	3	3
2	Resma de papel bond	4	8
<b>TOTAL</b>			<b>972,80</b>

*Tabla 21 Requerimiento para el área de caja y oficina. Carolina M, 2019*

**Tabla 22: Requerimiento para el área de limpieza**

<b>Requerimiento para el área de caja y oficina</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V/ Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Aceites para máquinas y utensilios	25	25
1	Desinfectantes para manos	5	5
1	Escobas	2	2
1	Trapeadores	2	2
1	jabón líquido	3	3
1	Fundas para basura	1	1
1	Papel Higiénico	1,5	1,5
1	Aromatizantes	3	3
2	Basureros	5	10
1	Gel para manos	4	4
1	Papel de manos	3	3
1	Deja líquido	4	4

1	Dispensadores de jabón	10	10
2	Dispensadores de desinfectante	10	20
<b>TOTAL</b>			<b>93,50</b>

Tabla 22 Requerimiento para el área de limpieza. Carolina M, 2019

**Tabla 23: Ropa de trabajo**

<b>Requerimiento para el área de caja y oficina</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V/ Unitario</b>	<b>Total</b>
3	Mandiles de trabajo	15	45
3	Orejas	1,2	3,6
6	Mascarillas	0,5	3
3	Mallas de cabello	1	3
<b>TOTAL</b>			<b>54,60</b>

Tabla 23 Ropa de trabajo. Carolina M, 2019

### 1.3.- ESTUDIO DE PRODUCTO

#### 1.3.1.- Almacenamiento:

- Los calentadores deben ser guardados por colores, talla y diseños.
- Evita que en la bodega entre el sol y sea un lugar húmedo.
- Colocar los calentadores en una funda plástica para mantenerlos conservados y limpios.
- Toda prenda de vestir tiene que tener etiqueta con la talla e información para la conservación de la misma.

**Tabla 24: Conservación de los calentadores**

<b>Conservación de los calentadores</b>		
<b>Producto</b>	<b>En plástico</b>	<b>En plástico y cartón</b>
Guardar en la Bodega por colores	1 a 3 meses	8 a 12 meses
Guardar en a Bodega por tallas	1 a 3 meses	8 a 12 meses
Guardar por modelos	1 a 3 meses	5 meses

Tabla 24 Conservación de los calentadores. Elaborado por: Carolina M.2019



- En la micro-empresa se va a mantener un adecuado control de la calidad empezando el proveedor, producción hasta llegar al cliente, y así poder ayudar a maximizar la vida útil de la materia prima a utilizar y también es fundamental que la materia prima esta tapada con plástico al igual que el producto terminado.

### Anexo N° 11

**Figura 22: Cadena de distribución y producción**



*Ilustración 22 Cadena de distribución: Fuente: Elaborado por: Carolina M, 2019*

#### 1.4.- PRODUCCION Y TECNICAS DE COSER

- Una vez entregada la tela por parte del proveedor, procedemos a revisar la calidad de cada una de las telas.
- Se procede a guardar en bodega las telas por colores y diseños en un lugar limpio y cálido.
- Cada una de las telas son enviadas a producción para que se saque los moldes de cada diseño y por tallas.
- Una vez que ya tenemos los moldes, procedemos a coser cada una de las piezas del calentador.
- Ya terminado el calentador procedemos a pulir, que no quede ni un solo hilo colgado.
- Realizamos el respectivo control de calidad para de esa manera proceder con el empaclado.

- Por último punto procedemos con la entrega al consumidor y sentimos su satisfacción al recibir su ropa deportiva.

### **1.5.- LIMPIEZA DE LA MAQUINARIA**

- Limpiamos las pelusas de las maquinas con un sopla vientos.
- Una vez al mes se realiza mantenimiento de las máquinas, y cambio de aceite.
- La cortadora de tela tenemos que revisarle su cuchilla cada 15 días.
- Desinfectar y limpiar las pelusas de la tela todos los días después de terminar la producción.
- El área de trabajo de cada uno de los productores tiene que quedar completamente limpia.

### **1.6.- LIMPIEZA DEL LOCAL**

- Todos los días se realizará la limpieza de las áreas a la salida de la jornada laboral.
- El último día de la semana laboral se hará una limpieza profunda de todas las áreas.
- Cada semestre se solicitará el servicio profesional de limpieza y control de plagas.



### **1.7.- EMPAQUE DEL PRODUCTO**

Los calentadores se van a empaclar o almacenar en fundas plásticas transparentes, fundas plásticas con auto cierre, para de esa manera conservar la ropa, ya que estos empaques causan menos impacto ambiental que otros empaques.

Todas estas bolsas de plástico son reciclables al 100% ya que están compuestas por polietileno de baja densidad. No más fundas ya que esto afecta al medio ambiente tardando por que tarda años en descomponerse.

## Anexo N° 12

**Figura23: Còdigo de empaque de ropa**

Código de empaques de alimentos	
<p><b>Poliétileno de baja densidad (LDPE) PEBD.</b> Principalmente usado para película y bolsas de tipo transparente, aunque se puede pigmentar, de diversos calibres y también se usa para tubería, bolsas para vegetales en supermercados, bolsas para pan, envolturas de alimentos y otros.</p>	
<p><b>Poliestireno (PS).</b> Hay dos versiones, el expansible o espumado (<b>unicel</b> o nieve seca) y el Cristal, empleado para fabricar cajas, envases y vasos transparentes pero rígidos. Incluye tazas para bebidas calientes, envase para comidas rápidas, cartones para huevos y bandejas para carnes.</p>	

*Ilustración 23 Código de empaques de ropa. Fuente: Código de plásticos. Elaborado por: Carolina M, 2019*

### 1.7.1- Fundas plásticas transparentes

Estas fundas son resistentes y están compuestas por polietileno de baja densidad se utiliza principalmente para empaque de ropa.

### 1.7.2- Bolsas de polietileno con auto cierre

Este tipo de bolsas poseen un práctico auto cierre, lo que evita tener que sellarlas cada vez. Son 100% transparentes, flexibles y aptas para guardar los calentadores y se utiliza para la conservación de los mismos.

## Anexo N°13

**Figura 24: Empaques de calentadores**










*Ilustración 24Empaques de calentadores. Elaborado por: Carolina M, 2019*

## 1.8.- PROCESOS

## Anexo N° 14

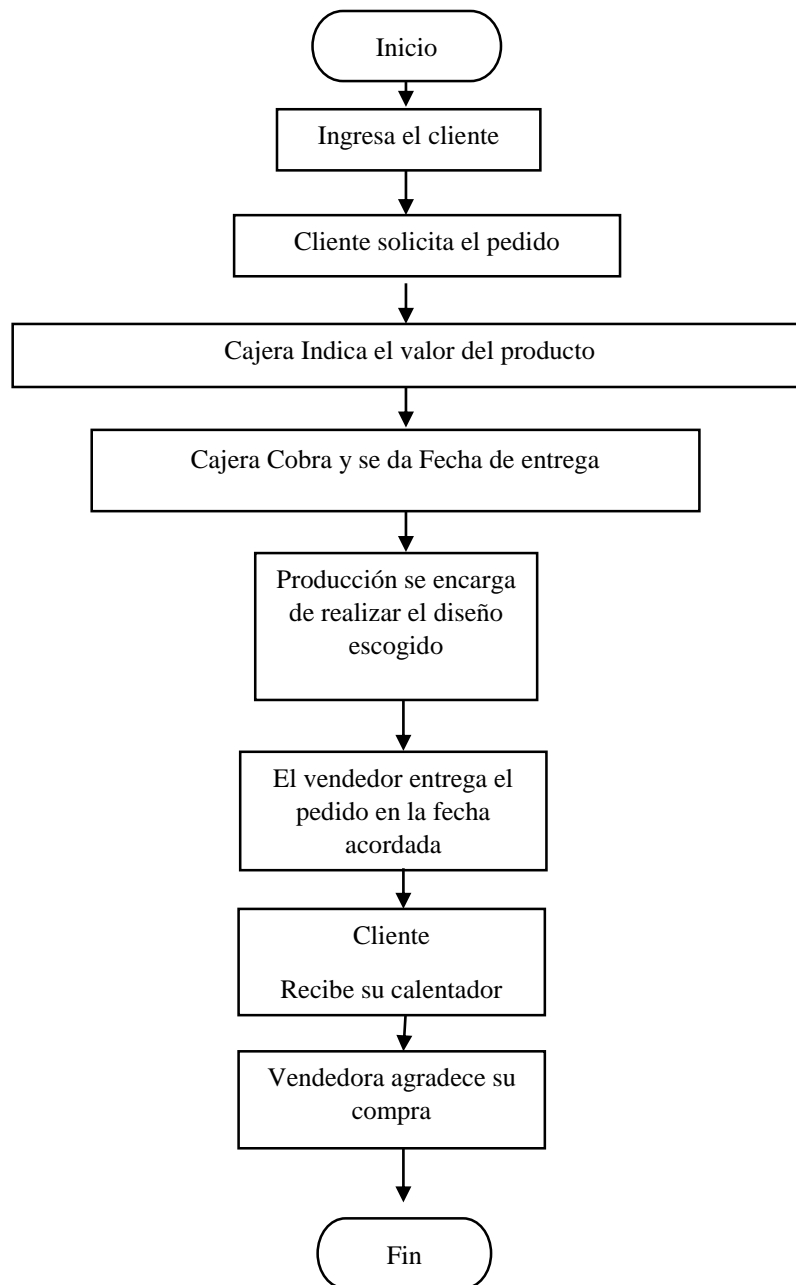
Figura 25: Simbología diagrama de flujo

SIMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

*Ilustración 25 Simbología de procesos. Fuente: Guía para la elaboración de diagrama de flujo*

### 1.8.1.- Proceso del servicio

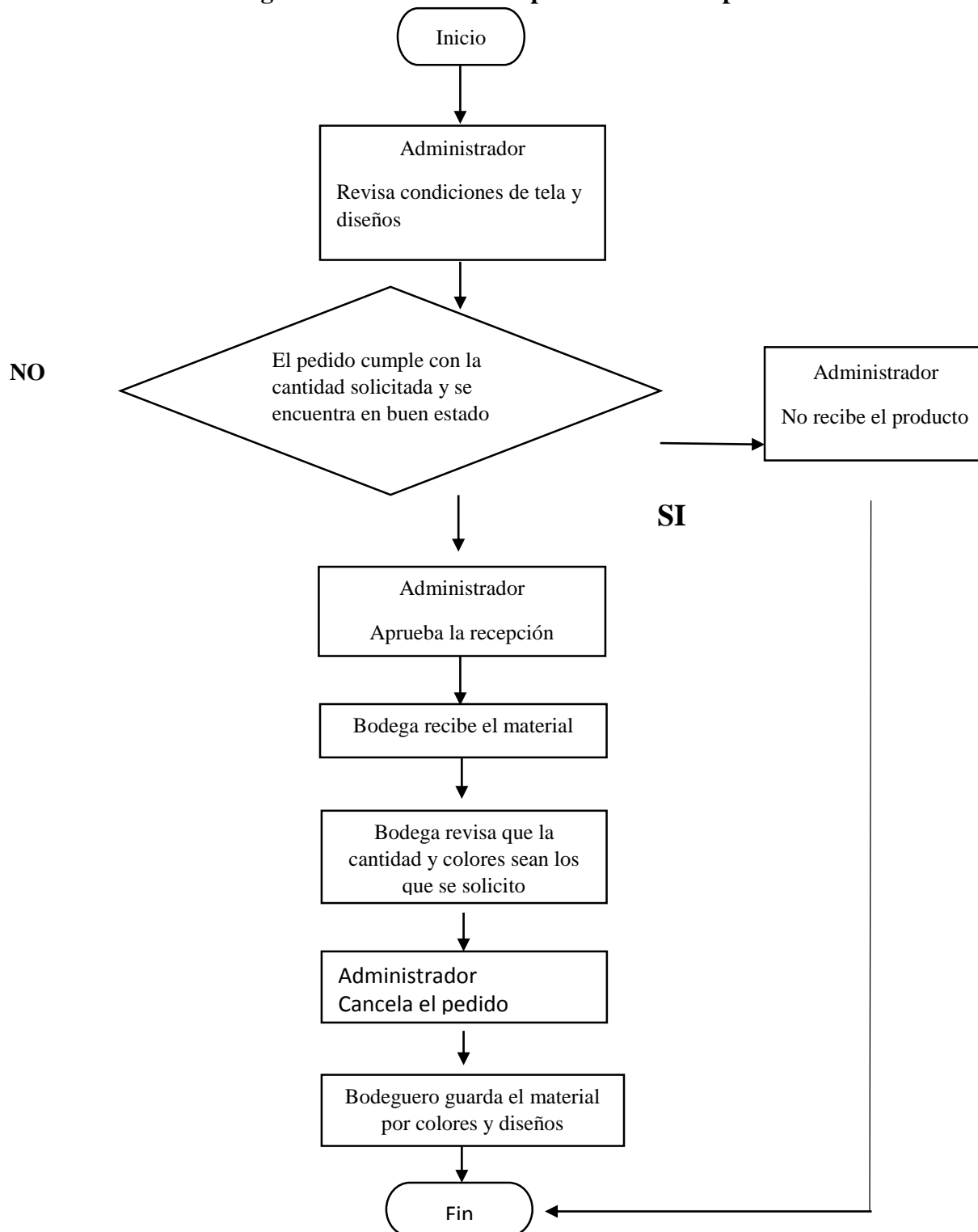
**Figura 26: Proceso del servicio**



*Ilustración 26 Proceso del servicio.*

### 1.7.2.- Proceso de Recepción

**Figura 27: Proceso de recepción de materia prima**



*Ilustración 27 Proceso de recepción de cárnicos. Elaborado por: Carolina M, 2019*

### 1.7.3.- Proceso de limpieza, corte y almacenamiento

Figura 28: Proceso producción y almacenamiento

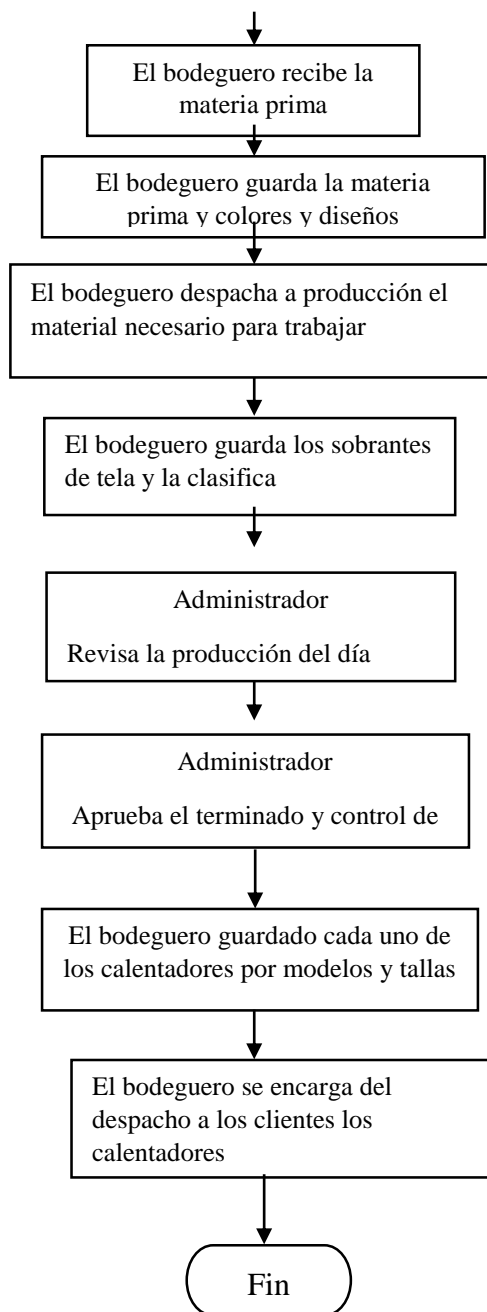


Ilustración 28 Proceso de producción y almacenamiento.

## 2.- ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 2.1.- Nombre de la empresa

El nombre del establecimiento es: FAMILY SPORTS

El nombre es la combinación del deporte y la familia este negocio se ubicara en el sector el Recreo al sur de Quito.

### 2.1.2.- Logotipo

#### Anexo N° 15

**Figura 29: Logotipo de la empresa**



*Ilustración 29 Logotipo de la empresa. Elaborado por Carolina M,2019*

En el logotipo están imágenes de familias vestidas de ropa deportiva y el nombre de la empresa es de color azul ya que este representa seriedad, verdad, energía física, inteligencia y deporte.



### 2.1.3.- Slogan

#### **"EN LA ORIGINALIDAD ESTA TU ESENCIA "**

El slogan expresa que tú eres la persona que crea su propio estilo a la hora de vestir, por eso tendrán un asesoramiento de todo un equipo de trabajo que te mostrara diseños, colores, telas y mas...

## 2.2.- ENFOQUE ESTRATÉGICO

### 2.2.1.- Misión

Somos una empresa ecuatoriana que comercializa variedad de diseños con calidad y en óptimas condiciones para de esa manera satisfacer las necesidades y gustos de los clientes.

### 2.2.2.- Visión

Ser reconocidos por la calidad de nuestros productos y expandirnos en el mercado a través de entregas a domicilio y apertura de nuevos locales en otros puntos de la Ciudad de Quito.

### 2.2.3.- Objetivos

- Ofrecer productos de buena calidad a precios cómodos que esté al alcance de los clientes.
- Cumplir con las normas de control de calidad y procesos de confección.
- Cumplir con normas de gestión ambiental para proteger el entorno.
- Contar con instalaciones adecuadas para la comercialización de los calentadores personalizados.

### 2.2.4.- Valores

- **Respeto:** Considerar a los clientes y personal de la empresa para crear un ambiente motivador.

- **Responsabilidad social:** Contribuir para mejorar las condiciones de vida del sector.
- **Honestidad:** Se transparentes y evitar mentir en tiempos de entrega y a para generar confianza en los clientes.
- **Trabajo en equipo:** Trabajar de forma positiva y con motivación para así lograr el objetivo común.

### 2.3.- ANÁLISIS FODA

**Tabla 25: Análisis FODA como estrategias**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos administrativos, control de calidad y manipulación de la maquinaria.</li> <li>• Precios económicos</li> <li>• Equipamiento de calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No tener un lugar propio para las instalaciones de la micro- empresa.</li> <li>• No tener transporte para realizar entregas a domicilio.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abarcar el mercado en el sector por ofertar calidad en los productos.</li> <li>• Que la marca de la empresa sea reconocida en mercado.</li> <li>• Abrir nuevas sucursales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos competidores que oferten calidad y variedad.</li> <li>• Cambio de leyes y políticas.</li> <li>• Mala situación financiera en el país</li> </ul>

*Tabla 25 Análisis FODA como estrategias. Elaborado por Carolina M, 2019*

## 2.4.- ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 2.4.1.- Organigrama estructural

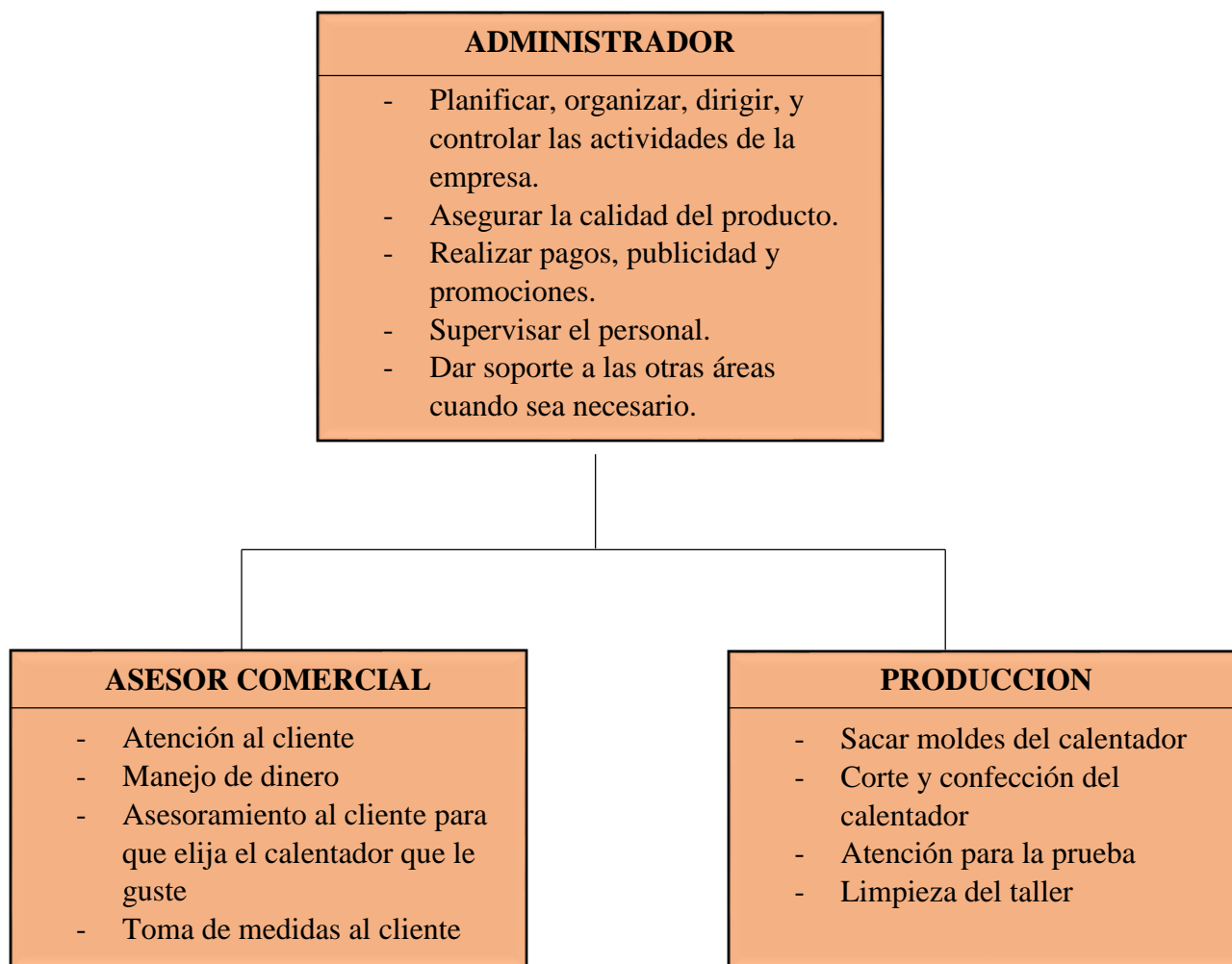
**Figura 30: Organigrama Estructural**



*Ilustración 30 Organigrama estructural. Elaborado por: Carolina M, 2019*

## 2.4.2- Organigrama Funcional

**Figura 31: Organigrama Funcional**



*Ilustración 31 Organigrama funcional. Elaborado por: Carolina M,2019*

## 2.5.- DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

**Tabla 26: Descripción del puesto Administrativo**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>Administrador</b>
<b>Objetivo del puesto</b>	Planificar, organizar, dirigir, y controlar las actividades de la empresa.
<b>Nivel de puesto</b>	Administrativo
<b>Perfil del cargo</b>	Edad: 28 a 40 años Género: Indistinto Profesión: Estudios superiores en Administración de empresas. Experiencia: 1 año en cargos similares Disponibilidad: Tiempo completo
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos administrativos</li> <li>- Conocimiento en procedimientos de confeccion.</li> <li>- Liderazgo</li> <li>- Cumplimiento de metas</li> <li>- Habilidad para negociar</li> <li>- Manejo de personal</li> <li>- Manejo de herramientas tecnológicas</li> <li>- Conocimientos contables</li> <li>- Control de calidad</li> </ul>
<b>Funciones Principales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representar legalmente al establecimiento ante los clientes, proveedores y diferentes entidades.</li> <li>- Controlar los costos y los egresos del supermercado, realizando los informes correspondientes.</li> <li>- Realizar pagos</li> <li>- Controlar el inventario</li> <li>- Abastecimiento de productos, materiales y suministros.</li> <li>- Supervisar, motivar y capacitar al personal.</li> <li>- Controlar y mantener los procesos adecuados de la confeccion.</li> <li>- Mantener en regla la documentación, permisos de funcionamiento.</li> <li>- Supervisar al personal</li> <li>- Manejo y control del dinero.</li> </ul>

*Tabla 26 Descripción del puesto administrativo. Carolina M, 2019*

**Tabla 27: Descripción del puesto operativo (Asesor comercial)**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>Asesor comercial</b>
<b>Objetivo del puesto</b>	Atender y cobrar a los clientes de la manera más cordial
<b>Jefe directo</b>	Administrador de la micro-empresa
<b>Nivel de puesto</b>	Operativo
<b>Perfil del cargo</b>	Edad: 22 a 30 años Género: Femenino Formación académica: Bachiller Experiencia: 1 año en cargos similares Disponibilidad: Tiempo completo Cualidades: Excelente presencia, gentil, honrado y puntual
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Manejo de efectivo</li> <li>- Conocimientos contables</li> <li>- Habilidades numéricas</li> <li>- Conocimientos en diseño de modas</li> </ul>
<b>Funciones principales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Revisar y contar el efectivo en la apertura y cierre de caja.</li> <li>- Limpieza del área del trabajo</li> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Ofertar los diseños de calentadores</li> <li>- Elaborar reporte de ventas</li> <li>- Cuadrar caja</li> <li>- Asistir en almacenamiento de productos y limpieza de su área de trabajo.</li> </ul>

*Tabla 27 Descripción del puesto operativo (asesor comercial). Carolina M, 2019*

**Tabla 28: Descripción del puesto operativo (Jefe Producción)**

<b>Nombre del puesto</b>	<b>Jefe Producción</b>
<b>Objetivo del puesto</b>	Vigilar y cumplir con los procedimientos de manera eficiente para almacenar, producir y empaclar los calentadores deportivos.
<b>Jefe directo</b>	Administrador de la micro.empresa
<b>Nivel de puesto</b>	Operativo
<b>Perfil del cargo</b>	Edad: 23 a 30 años Género: Indistinto Formación académica: Bachiller Experiencia: 1 año en cargos similares Disponibilidad: Tiempo completo Cualidades: Excelente presencia, responsable, organizado y puntual
<b>Competencias</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención al cliente</li> <li>- Conocimientos en almacenamiento, producción, corte, diseño y empaque del producto terminado.</li> <li>- Conocimiento en procesos de control de cadena.</li> <li>- Manejo de máquinas de coser.</li> </ul>
<b>Funciones principales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir y verificar que la materia prima este en buen estado cumplan con normas de calidad.</li> <li>- Verificar que llegue las cantidades que se solicita.</li> <li>- Realizar diseños, empaclar y almacenar adecuadamente.</li> <li>- Revisar y limpiar diariamente los equipos y maquinarias de trabajo.</li> <li>- Notificar daños que se presten en el área de producción.</li> <li>- Realizar inventarios</li> <li>- Atender y despachar los productos a los clientes.</li> </ul>

*Tabla 28 Descripción del puesto operativo (jefe Produccion).Carolina M,2019*

## **2.6.- POLÍTICAS DE LA EMPRESA**

Los principales lineamientos que guiaran a la empresa se detallan a continuación:

- Garantizar seguridad, calidad y legalidad del producto.
- Verificar y cumplir con los procesos producción y control de calidad.

- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Utilizar adecuadamente la maquinaria, equipos de trabajo y uniforme de trabajo.
- Los colaboradores deberán mostrar puntualidad, responsabilidad y trabajo en equipo.



## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO AMBIENTAL Y LEGAL**

#### **1.- ESTUDIO AMBIENTAL**

##### **1.1- Descripción del proyecto**

El estudio de factibilidad se basa en la creación de una micro-empresa de ropa deportiva personalizada para hombres y mujeres en el Distrito Metropolitano de Quito, con la finalidad de ofertar en el sector variedad de diseños a producir según su gusto y medida en excelentes condiciones, siguiendo adecuadamente los procesos de producción, control de calidad y procesos que aporten a la conservación del medio ambiente.

##### **1.2.- Descripción del medio a ser intervenido**

El área de influencia del proyecto está ubicado en el sector El Recreo es una zona comercial en donde existen almacenes de ropa que no tienen servicio personalizados, ni protección del medio ambiente.

En el sector no existe control de calidad y la mayoría de locales que comercializan este tipo de ropa tienen sus costos altos por que no son accesibles para los consumidores.

##### **1.3.- Identificación y análisis de los impactos ambientales**

El impacto ambiental del sector es originado por los comerciantes informales de ropa ya que contaminan la ropa y el medio ambiente por las siguientes causas:

- Contaminan la ropa con el esmog de los autos, esto causa alergia a la piel de las personas.
- Contaminan la ropa al momento de que permiten que se prueban la misma prenda una y otra persona y esos causa infecciones en los consumidores.

#### 1.4- Análisis de los impactos ambientales

La contaminación que generan las carnicerías del sector deteriora el entorno y afecta la calidad de vida de las personas.

#### Anexo N°16

**Figura 32: Contaminación por la ropa a los consumidores del sector**



*Ilustración 32 Contaminación por la ropa a los consumidores del sector. Elaborado por: Carolina M, 2019*

A continuación se presenta un análisis de la contaminación por ropa contaminada

- La ropa no tiene un buen terminado.
- Las bolsas donde tienes la ropa no son adecuadas ya que todo esta mesclado.
- No podemos tener confianza que la ropa que vendad no se a utilizado.

#### 1.5.- Plan de mejoramiento ambiental

En la micro empresa de ropa deportiva se establecerá medidas de prevención para el uso de ropa nueva y la conservación al medio ambiente.

##### **Medidas de prevención**

- Minimizar el consumo de agua en los procesos de limpieza de la micro empresa.

- Controlar el uso de detergentes y desinfectantes en la limpieza de las máquinas y del local.
- Se instalará rejillas en los lavabos y baños para recuperar los sólidos.
- La basura y restos de tela se desechará en bolsas y en horarios adecuados.
- Se reciclara desechos de tela.
- Los desechos orgánicos se almacenarán en un basurero adecuado y se donara a las empresas que elaboran comida de animales.
- Para el empaqueo de los calentadores se utilizará bolsas plásticas normales transparentes y fundas plásticas con cierre de baja densidad ya que este tipo de empaque causa menos impacto al ambiente.

## **2.-ESTUDIO LEGAL**

### **2.1.- CONSTITUCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA**

La constitución legal de la empresa se lo realizará bajo la denominación de Compañía de Responsabilidad Limitada para ello se debe realizar lo siguiente pasos a través del portal de constitución electrónica de Compañías:

#### **2.1.1- Pasos para constituir una empresa**

- 1.** Registrarse como usuario en la página de la Superintendencia de Compañías
- 2. Reserva de denominación:** Registrar el nombre que se desea poner a la compañía, si el nombre no existe queda debidamente aprobado.
- 3. Ingresar los datos de los socios o accionistas:** La micro-empresa está formada por dos socios los datos que se debe ingresar son datos personales, datos domiciliarios y actividades económicas.

4. **Ingresar los datos de integración del capital:** La micro-empresa del Sur iniciará con un capital de \$5000.
5. Ingresar los datos del representante legal
6. Adjuntar documentación
7. Realizar el pago correspondiente en el Banco del Pacífico
8. **Servicios notariales:** El notario deberá realizar la validación de información y asignará fecha y hora para la firma de escritura y nombramientos.
9. Una vez firmados los documentos el sistema de la Superintendencia de compañías enviara automáticamente la información al registro mercantil.
10. El registro mercantil validará la información y realizará la inscripción de la escritura y de los nombramientos.
11. El sistema emitirá un número de expediente para obtener automáticamente el número de RUC en el SRI.

## **2.2- RÉGIMEN TRIBUTARIO**

Para ejercer una actividad comercial de forma permanente u ocasional en el Ecuador es necesario obtener el Registro Único del Contribuyente (RUC).

### **2.2.1.- Pasos para obtener el RUC**

El representante Legal de la empresa es persona natural y deberá presentar los siguientes documentos:

1. Documento original de ciudadanía
2. Planilla de servicio básico para registrar la ubicación del domicilio o establecimiento del contribuyente.
3. Correo electrónico

## 2.3.- LICENCIAS Y AUTORIZACIONES

### 2.3.1.- Permiso de funcionamiento de Cuerpo de Bomberos

Se debe llenar a través de la página web una solicitud del servicio para que realicen la inspección correspondiente y se otorgue el permiso.

### 2.3.2.- Emisión del certificado único de salud

Este certificado informa que el usuario se encuentra en condiciones estables de salud en el momento del examen médico y que por lo tanto está libre de síntomas sugestivos que puedan tener repercusiones de salud pública.

#### Pasos para acceder al servicio:

1. Solicitar turno a través del Nro. 171 o acudiendo al Centro de Salud más cercano para atención médica.
2. Acudir a la cita médica con los exámenes de laboratorio impresos.
3. Obtener el certificado único de salud.

#### Requisitos para realizar el examen médico

Los exámenes de laboratorio pueden realizarse en el Establecimiento de Salud de su preferencia (público o privado), sin embargo solo tienen una vigencia de 30 días.

**Figura 33: Requisitos para el certificado de Salud**

Trámite	Requisitos
Solicitud de emisión del certificado único de salud para adultos (De 20 años en adelante)	1. Biometría hemática
	2. Coproparasitario
	3. EMO (Elemental y microscópico de orina)
	4. Exámenes de Glucosa
	5. Exámenes de Colesterol
	6. Exámenes de Triglicéridos
	7. Exámenes de Ácido úrico
Solicitud de emisión del certificado único de salud para niños y adolescentes (menores a 20 años)	1. Biometría hemática
	2. Coproparasitario
	3. EMO (Elemental y microscópico de orina)

*Ilustración 33 Requisitos para el certificado de salud. Fuente: Ministerio de Salud.*

### **2.3.3- Ministerio de salud pública**

#### **Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento del establecimiento**

1. Solicitud para permiso de funcionamiento.
2. Planilla de Inspección.
3. Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
4. Copia del RUC del establecimiento
5. Lista de productos con su respectivo registro sanitario
6. Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)
7. Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

### **2.4.- PATENTES Y MARCAS**

La Patente Municipal es un documento obligatorio que debe obtener para iniciar un negocio.

Este documento permite ejercer una actividad económica en la jurisdicción municipal metropolitana.

#### **Requisitos**

1. Presentar Formulario de Inscripción debidamente llenado.
2. Presentar el acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
3. Original y Copia de la Cédula de Identidad.
4. Original y Copia de la Papeleta de Votación (Actualizada).
5. Original y Copia del RUC.
6. Correo Electrónico Personal.
7. Número de Teléfono.

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

La inversión total que se requiere para el funcionamiento de la micro-empresa es de \$14.439,66 los cuales están divididos en dos grupos, que se muestran en el siguiente cuadro:

#### 1.- INVERSIÓN TOTAL

**Tabla 29: Inversión Total**

Descripción	Valor	
Activos Fijos		5.763,00
Capital de trabajo		8.676,66
Fondos requeridos para puesta en marcha	4.229,70	
Producto para abastecimiento mensual	2.956,96	
Gastos de constitución	1490,00	
<b>TOTAL</b>		<b>14.439,66</b>

*Tabla 29 Inversión total. Elaborado por: Carolina MF, 2019*

#### 2.- INVERSIÓN FIJA

La inversión fija se divide en:

**Tabla 30: Equipo de computación**

Equipo de Computación			
Cantidad	Descripción	V/ Unitario	Total
1	Computadora con accesorios completos	420,00	420,00
<b>TOTAL</b>			<b>420,00</b>

*Tabla 31 Equipo de computación. Elaborado por: Carolina M, 2019*

**Tabla 31: Maquinaria y equipo**

<b>Maquinaria y Equipo</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V/ Unitario</b>	<b>Total</b>
1	Maquinas recubridora	1600,00	1600,00
1	Maquina overlock	1190,00	1190,00
1	Maquina recta	424,00	424,00
1	Cortadora de tela	305,00	305,00
1	Estanterias	380,00	380,00
1	Mesa de corte	180,00	180,00
2	Tijeras de tela	80,00	80,00
1	Escuadras	80,00	80,00
2	Pulidores	35,00	70,00
1	Cintas métricas	20,00	20,00
1	Caja registradora	100,00	100,00
1	Plasma de 32 pulgadas lg	470,00	470,00
1	Teléfono	40,00	40,00
<b>TOTAL</b>			<b>4.939,00</b>

*Tabla 31 Maquinaria y equipo. Elaborado por Carolina M ,2019*

**Tabla 32: Muebles y enseres**

<b>Muebles y enseres</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V/ Unitario</b>	<b>Total</b>
10	Escritorios	5,00	50,00
3	Mostradores	15,00	45,00
3	Sillas giratorias	6,00	18,00
6	Mueble archivador	4,00	24,00
4	Estanterias	8,00	32,00
1	Estación de trabajo	100,00	100,00
1	Estación de caja	75,00	75,00
3	Sillas	20,00	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>404,00</b>

*Tabla 32 Muebles y enseres. Elaborado por: Carolina M,2019*



### 3.- CAPITAL DE TRABAJO

#### 3.1.- Fondos requeridos para puesta en marcha

En esta lista se encuentra todos aquellos desembolsos que serían necesarios durante los dos primeros meses para el giro adecuado del negocio, se ha tomado en consideración todos aquellos requerimientos para que la actividad se lleve a cabo sin ningún inconveniente.

**Tabla 33: Fondos requeridos para puesta en marcha**

<b>Capital de trabajo</b>		
<b>Valor en dólares</b>		
<b>Concepto</b>		<b>Valor</b>
<b>COSTO DEL SERVICIO</b>	154.188,53	154.188,53
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		
Sueldos y salarios	89.453,33	
MP	29.280,00	
CIF	35.148,00	
SERVICIOS BASICOS	307,20	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	49.079,42	49.079,42
Sueldos administrativos	39.253,67	
Viáticos	1.200,00	
Energía Eléctrica	38,40	
Internet	18,00	
Telefono	36,00	
Suministros de oficina	133,35	
Arriendo	8.400,00	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	6.890,00	6.890,00
Gastos de ventas	6.890,00	
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>		210.157,95
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>17.513,16</b>

*Tabla 33 Fondos requeridos para puesta en marcha. Elaborado por: Carolina M, 2019*

**Tabla 34: Producto para abastecimiento mensual**

<b>Producto para abastecimiento mensual</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo mes</b>
<b>Materia prima</b>	2.956,96
<b>TOTAL</b>	<b>2.956,96</b>

*Tabla 34 Producto para abastecimiento mensual. Elaborado por. Carolina M, 2019*

### 3.2.- Gastos de constitución

**Tabla 35: Gastos constitución**

<b>Gastos de Constitución</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>V/ Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	Gasto constitución y legalización	650,00	650,00
<b>1</b>	Gastos pre operativos	800,00	800,00
<b>1</b>	Gastos de patentes	40,00	40,00
<b>TOTAL</b>			<b>1490,00</b>

*Tabla 35 Gastos constitución. Elaborado por: Carolina M, 2019*

Los gastos pre operativos son los preliminares al funcionamiento del negocio, dentro de estos se incluyen gastos para contratar personal para el inicio de las actividades y adecuación de local.

## 4.- FINANCIAMIENTO

La inversión total que se requiere para la instalación del negocio es de \$ 14.439,66 monto que será financiado en su totalidad por capital propio como se muestra a continuación.

**Tabla 36: Financiamiento Propio**

<b>Financiamiento propio</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
<b>Socio A</b>	7.000,00
<b>Socio B</b>	7.439,66
<b>Total</b>	<b>14.439,66</b>

*Tabla 36 Financiamiento Accionistas. Elaborado por: Carolina M, 2019*

## 5.- PRESUPUESTO DE GASTOS

En esta parte del proyecto los gastos se clasifican básicamente en 4 grupos.

- Gastos operacionales
- Gastos administrativos
- Gastos Fijos
- Gastos variables
- Gastos de venta
- Depreciaciones

Se debe acotar que debido a que el financiamiento se lo hará con capital propio esta empresa no incurrirá en gastos financieros.

### 5.1.- Gastos operacionales

**Tabla 37: Gastos Operacionales**

<b>Sueldos Operacionales</b>		
<b>Cargo</b>	<b>N°</b>	<b>Sueldo mes</b>
<b>Cajera</b>	1	402,06
<b>Auxiliar de carnicería</b>	1	402,06
<b>TOTAL</b>		<b>804,12</b>

*Tabla 37 Gastos operacionales. Elaborado por: Carolina M, 2019*

## 5.2.- Gastos Administrativos

**Tabla 38: Gastos administrativos**

<b>Sueldo Administrativo</b>		
<b>Cargo</b>	<b>N°</b>	<b>Sueldo mes</b>
<b>Administrador</b>	1	426,78
<b>TOTAL</b>		<b>426,78</b>

*Tabla 38 Gastos administrativos. Elaborado por: Carolina M, 2019*

Los respectivos roles de pago se muestran a continuación, a partir del segundo año el sueldo se incrementará en un 2,3% promedio de la tasa de inflación.

**Tabla 39: Rol de pagos administrador año 1**

<b>PRESUPUESTO ROL DE PAGOS AÑO 1</b>								
<b>N°</b>	<b>Cargo</b>	<b>SBU</b>	<b>IESS 9,45%</b>	<b>13 sueldo</b>	<b>14 sueldo</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
<b>1</b>	Administrador	400,00	37,80	33,33	31,25	0,00	426,78	5121,36

*Tabla 39 Rol de pagos administrador año 1. Elaborado por: Carolina M, 2019*

**Tabla 40: Rol de pagos administrador año 2**

<b>PRESUPUESTO ROL DE PAGOS AÑO 2</b>								
<b>N°</b>	<b>Cargo</b>	<b>SBU</b>	<b>IESS 9,45%</b>	<b>13 sueldo</b>	<b>14 sueldo</b>	<b>Fondo de reserva 8,33%</b>	<b>Total mensua l</b>	<b>Total anual</b>
<b>1</b>	Administrador	409,00	38,65	34,08	32,00	34,00	470,43	5.645,16

*Tabla 40 Rol de pagos administrador año 2. Elaborado por: Carolina M, 2019*

**Tabla 41: Rol de pagos operativos año 1**

<b>PRESUPUESTO ROL DE PAGOS AÑO 1</b>								
<b>N°</b>	<b>Cargo</b>	<b>SBU</b>	<b>IESS 9,45%</b>	<b>13 sueldo</b>	<b>14 sueldo</b>	<b>Fondo de reserva</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
<b>1</b>	Auxiliar de carnicería	375,00	35,44	31,25	31,25	0,00	402,06	4824,72
<b>1</b>	Cajera	375,00	35,44	31,25	31,25	0,00	402,06	4824,72
<b>TOTAL</b>							<b>804,12</b>	<b>9.649,44</b>

*Tabla 41 Rol de pagos operativos año 1. Elaborado por: Carolina M, 2019*

**Tabla 42: Rol de pagos operativos año 2**

<b>PRESUPUESTO ROL DE PAGOS AÑO 2</b>								
<b>N°</b>	<b>Cargo</b>	<b>SBU</b>	<b>IESS 9,45%</b>	<b>13 sueldo</b>	<b>14 sueldo</b>	<b>Fondo de reserva 8,33%</b>	<b>Total mensua l</b>	<b>Total anual</b>
<b>1</b>	Auxiliar de carnicería	384,00	36,28	32,00	32,00	31,99	443,71	5324,52
<b>1</b>	Cajera	384,00	36,28	32,00	32,00	31,99	443,71	5324,52
<b>TOTAL</b>							<b>887,42</b>	<b>10.649,04</b>

Tabla 42 Rol de pagos operativos año 2. Elaborado por: Carolina M, 2019

**Tabla 43: Beneficios de ley año 1**

<b>Presupuesto Beneficios de ley año 1</b>					
<b>N°</b>	<b>Cargo</b>	<b>IESS 9,45%</b>	<b>Aporte Patronal 11,15%</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
<b>1</b>	Administrador	37,80	44,60	82,40	988,80
<b>1</b>	Auxiliar de carnicería	35,44	41,81	77,25	927,00
<b>1</b>	Cajera	35,44	41,81	77,25	927,00
<b>TOTAL</b>				<b>236,90</b>	<b>2842,80</b>

Tabla 43 Beneficios de ley año 1. Elaborado por: Carolina M, 2019

**Tabla 44: Beneficios de ley año 2**

<b>Presupuesto Beneficios de ley año 2</b>					
<b>N°</b>	<b>Cargo</b>	<b>IESS 9,45%</b>	<b>Aporte Patronal 11,15%</b>	<b>Total mensual</b>	<b>Total anual</b>
<b>1</b>	Administrador	38,65	45,60	84,25	1011,00
<b>1</b>	Auxiliar de carnicería	36,28	42,82	79,10	949,20
<b>1</b>	Cajera	36,28	42,82	79,10	949,20
<b>TOTAL</b>				<b>242,45</b>	<b>2909,40</b>

Tabla 44 Beneficios de ley año 2. Elaborado por: Carolina M, 2019

### 5.3.- Gasto Fijo

Son el tipo de gastos que debemos realizar constantemente, son mensuales y no varían en cuanto a monto.

**Tabla 45: Gasto fijo**

Arriendo	
Descripción	Valor
Arriendo mensual	400,00
<b>TOTAL</b>	<b>400,00</b>

*Tabla 45 Gasto fijo. Elaborado por: Carolina M, 2019*

### 5.4.- Gastos variables

Son aquellos que no tienen un monto fijo, que generalmente dependen del consumo para cobrarse, esto es, mientras más se utiliza, más dinero cuesta.

**Tabla 46: Servicios básicos**

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	Kw / hr	800,00	0,04	32,00	384,00
Teléfono	min	500,00	0,03	15,00	180,00
Internet	megas	1.500,00	0,02	30,00	360,00
Agua	m3	400,00	0,03	12,00	144,00
				-	-
				-	-
<b>TOTAL</b>				<b>89,00</b>	<b>1.068,00</b>

*Tabla 46 Servicios básicos. Elaborado por: Carolina M, 2019*

**Tabla 47: Servicio de telecomunicaciones**

Servicio de telecomunicaciones	
Descripción	Valor
Teléfono e internet	18
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>

*Tabla 47 servicio de telecomunicación. Elaborado por: Carolina M, 2019*

**Tabla 48: Suministros de oficina**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Carpetas	1	3,50	10,50
Rollos para facturación	12	3,50	42,00
Tinta para facturación	12	0,60	7,20
Esferos	6	2,50	15,00
Grapadoras	2	3,00	6,00
Grapas	2	1,80	3,60
Crema para contar billetes	2	2,50	5,00
Perforadoras	2	3,00	6,00
Lápices	6	0,70	4,20
Borradores	6	0,30	1,80
Tintas para sellos	2	1,75	3,50
Correctores	5	1,00	5,00
Pizarra	1	10,00	10,00
Borrador de Pizarra	1	0,95	0,95
Marcadores	4	0,75	3,00
Clips estándar y mariposa	100	0,02	2,00

Almohadillas para sellos	2	2,00	4,00
<b>Total</b>			133,35

Tabla 48 suministros de oficina. Elaborado por: Carolina M, 2019

**Tabla 49: Suministros de limpieza**

<b>Suministros de limpieza</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
Desinfectante para utensilios	2	6,00	12,00
Desinfectante para manos	2	6,00	12,00
Trapeadores	1	2,50	2,50
Escobas	1	2,50	2,50
Jabón líquido	1	6,00	6,00
Fundas para basura	100	0,10	10,00
Papel higiénico	8	0,50	4,00
Aromatizante	1	3,00	3,00
Lustres	12	0,40	4,80
Papel de manos	8	1,00	8,00
Deja líquido	1	30,00	30,00
<b>TOTAL</b>			<b>94,80</b>

Tabla 49 suministros de limpieza. Elaborado por: Carolina M, 2019

**Tabla 50: Publicidad**

<b>Publicidad</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Total</b>
Volantes promocionales	200	0,1	20
<b>TOTAL</b>			<b>20</b>

Tabla 50 Publicidad. Elaborado por: Carolina M, 2018



### 5.5.- Gastos de venta

**Tabla 51: Materiales de operación**

<b>Materiales de operación</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>1000</b>	Fundas transparentes	0,03	30,00
<b>4</b>	Papel film	1,50	6,00
<b>5</b>	Bolsas para carne fresca	3,00	15,00
<b>1000</b>	Fundas negras de alar	0,03	30,00
<b>1000</b>	Bolsa plástica con auto cierre	0,06	60,00
<b>TOTAL</b>			<b>141,00</b>

*Tabla 51 Materiales de operación. Elaborado por: Carolina Maldonado, 2019*

### 6.- Depreciaciones

El método que se utilizó fue depreciación línea recta ya que se va a depreciar los activos fijos en función del tiempo y no de la utilización.

**Tabla 52: Depreciación de los activos fijos**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Valor anual</b>
<b>Equipo de computación</b>	420,00	3 años	33.33%	139,99
<b>Maquinaria y equipo</b>	4.939,00	10 años	10%	493,90
<b>Muebles y enseres</b>	404,00	10 años	10%	40,40

*Tabla 52 Depreciación de los activos fijos Elaborado por: Carolina M, 2019*

**Tabla 53: Depreciación anual de los activos fijos**

<b>Año</b>	<b>Equipo de computación</b>	<b>Maquinaria y equipo</b>	<b>Muebles y enseres</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	139,99	493,9	40,4	674,29
<b>2</b>	139,99	493,9	40,4	674,29
<b>3</b>	139,99	493,9	40,4	674,29
<b>4</b>	0	493,9	40,4	534,30
<b>5</b>	0	493,9	40,4	534,30

*Tabla 53 Depreciación anual de los activos fijos Elaborado por: Carolina M, 2019*

## 7.- Presupuesto de ingresos

El ingreso de la empresa está basado en el total de calentadores vendidos mensualmente, estos datos se obtuvieron de dos partes, la primera fue de la encuesta ya que en mayor porcentaje las personas tuvieron aceptación por el supermercado y la segunda se basa en los ingresos mensuales del los calentadores, estos datos se obtuvieron de la entrevista que se aplicó en el parque del sector.

El porcentaje de ventas se incrementará en un 5% cada año ya que es una política que se fijó en la empresa.

La estructura de ingresos se refleja en el siguiente cuadro:

**Tabla 54: venta mensual**

<b>Producto para abastecimiento mensual</b>					
<b>Producto</b>	<b>Precio</b>	<b>Venta al público</b>	<b>Total venta</b>	<b>Inversión mensual por producto</b>	<b>Ganancia mensual por producto</b>
<b>Camiseta</b>	7,00	10,00	800,00	560,00	240,00
<b>Licra</b>	5,00	15,00	450,00	150,00	150,00
<b>Pantalón de algodón con tela algodón</b>	8,00	12,00	240,00	160,00	100,00
<b>Chompa de tela tazla</b>	15,00	28,00	700,00	375,00	325,00
<b>Calentador completa con tela licra</b>	28,00	38,00	570,00	420,00	150,00
<b>Calentados completa con tela rodeo</b>	25,00	35,00	700,00	500,00	200,00
<b>Calentador completa con tela tazla forrada con polar</b>	30,00	38,00	684,00	540,00	144,00
<b>Calentados completa con tela tazla forrada con forro perforado</b>	28,00	35,00	525,00	420,00	105,00

<b>Calentador completo con tela algodón</b>	25,00	30,00	540,00	450,00	90,00
<b>TOTAL</b>				<b>3575,00</b>	<b>1504,00</b>

*Tabla 54 ventas mensuales. Elaborado por: Carolina M, 2019*

**Tabla 55: Ingresos mensuales**

Ingresos		
Año	Ingreso mensual	Ingreso anual
<b>Año 1</b>	1504,00	18.048,00
<b>Año 2</b>	1579,20	18.950,40
<b>Año 3</b>	1658,20	19.897,90
<b>Año 4</b>	1741,10	20,893,30
<b>Año 5</b>	1828,20	21.937,90

*Tabla 55 Ingresos mensuales Elaborado por: Carolina M, 2019*

## **8.- Estados Financieros**

### **8.1.- Estado de Resultados**

Para la elaboración del estado de resultados se ha tomado en cuenta un porcentaje de proyección anual del 5% para ventas, costo de venta y gastos, a excepción de gastos administrativos y gastos operacionales ya que para estos valores se consideró la inflación anual.

**Tabla 56: Estado de resultados proyectado**

Estados de Resultados Proyectado					
Ingresos	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	18.048,00	18.950,40	19.897,90	20.893,30	21.937,90
<b>Costo de venta</b>	3575,00	3753,80	3941,50	4138,60	4345,50
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>14.4730,00</b>	<b>15.196,60</b>	<b>15,956.40</b>	<b>16.754,70</b>	<b>17.592,40</b>
<b>(-) Gastos</b>	<b>27.504,49</b>	<b>29.555,32</b>	<b>30.159,07</b>	<b>30.987,23</b>	<b>31.961,69</b>
<b>Gasto Operacional</b>	11.503,44	12.547,44	12.530,16	12.841,44	13.135,44
<b>Gasto Administrativo</b>	6.110,16	6.656,16	6.793,32	6.942,12	7.089,12
<b>Gasto Fijo</b>	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
<b>Gasto Variable</b>	2.724,60	2.860,83	3.003,87	3.154,07	3.311,77
<b>Gasto Venta</b>	1.692,00	1.776,60	1.865,43	1.958,70	2.056,64
<b>Depreciaciones</b>	674,29	674,29	674,29	534,30	534,30
<b>(=) Utilidad antes de reparto</b>	<b>15.677,99</b>	<b>15.786,28</b>	<b>17.449,61</b>	<b>19.001,89</b>	<b>20.526,88</b>
<b>(-15%) Participación trabajadores</b>	2.351,70	2.367,94	2.617,44	2.850,28	3.079,03
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	13.326,29	13.418,34	14.832,17	16.151,61	17.447,85
<b>(-22%) Impuesto a la Renta</b>	2.931,78	2.952,04	3.263,08	3.553,35	3.838,53
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>10.394,51</b>	<b>10.466,31</b>	<b>11.569,09</b>	<b>12.598,25</b>	<b>13.609,32</b>

*Tabla 56 Balance genera proyectado. Elaborado por: Carolina M, 2019*

## 8.2.- Estado de Flujo de efectivo

En este estado financiero se presenta las variaciones y movimientos de efectivo en cada periodo.

**Tabla 57: Estado de flujo de efectivo**

Estado de Flujo de Efectivo						
Ingresos	Año 0	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>		18.048,00	18.950,40	19.897,90	20.893,30	21.937,90
<b>Costo de venta</b>		3575,00	3753,80	3941,50	4138,60	4345,50
<b>(=) Utilidad Bruta</b>		<b>14.4730,00</b>	<b>15.196,60</b>	<b>15,956.40</b>	<b>16.754,70</b>	<b>17.592,40</b>

(-) Gastos		<b>27.504,49</b>	<b>29.555,32</b>	<b>30.159,07</b>	<b>30.987,23</b>	<b>31.961,69</b>
<b>Gasto Operacional</b>		11.503,44	12.547,44	12.530,16	12.841,44	13.135,44
<b>Gasto Administrativo</b>		6.110,16	6.656,16	6.793,32	6.942,12	7.089,12
<b>Gasto Fijo</b>		4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
<b>Gasto Variable</b>		2.724,60	2.860,83	3.003,87	3.154,07	3.311,77
<b>Gasto Venta</b>		1.692,00	1.776,60	1.865,43	1.958,70	2.056,64
<b>Depreciaciones</b>		674,29	674,29	674,29	534,30	534,30
(=) Utilidad antes de reparto		<b>15.677,99</b>	<b>15.786,28</b>	<b>17.449,61</b>	<b>19.001,89</b>	<b>20.526,88</b>
<b>(-15%) Participación trabajadores</b>		2.351,70	2.367,94	2.617,44	2.850,28	3.079,03
(=) Utilidad antes de impuestos		<b>13.326,29</b>	<b>13.418,34</b>	<b>14.832,17</b>	<b>16.151,61</b>	<b>17.447,85</b>
<b>(-22%) Impuesto a la Renta</b>		2.931,78	2.952,04	3.263,08	3.553,35	3.838,53
(=) Utilidad Neta		<b>10.394,51</b>	<b>10.466,31</b>	<b>11.569,09</b>	<b>12.598,25</b>	<b>13.609,32</b>
<b>(+) Depreciaciones</b>		674,29	674,29	674,29	534,30	534,30
<b>(-) Dividendos 40%</b>		4.157,80	4.186,52	4.627,64	5.039,30	5.443,73
<b>(-) Inversión propia</b>	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>14.439,66</b>					
Flujo de Caja	-	<b>6.910,99</b>	<b>6.954,07</b>	<b>7.615,75</b>	<b>8.093,25</b>	<b>8.699,89</b>
	<b>14.439,66</b>					

Tabla 57 Estado de flujo de efectivos. Elaborado por: Carolina M, 2019

## 9.-VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Para el cálculo del van se ha utilizado una tasa de descuento del 0,0829%, la cual se obtuvo al realizar el cálculo de la tasa mínima atractiva de retorno.

Tabla 58: Cálculo TMAR

CÁLCULO TMAR	
<b>Inflación</b>	1,12
<b>Riesgo País</b>	7,17
<b>Rendimiento esperado</b>	8,29

Tabla 58 Cálculo TMAR. Fuente INEC Elaborado por: Carolina M, 2019

Obtenida la tasa de descuento procedemos aplicar la fórmula.

$$VAN = -I + \frac{FNE1}{(1+i)^n}$$

**Donde:**

I= Inversión

FNE= Flujo neto de efectivo

i= interés

n= año

Para el cálculo del VAN, necesitamos el valor de la inversión inicial y los flujos de caja proyectados que se calculará a 5 años.

**Tabla 59: Inversión inicial y flujos de caja**

Inversión inicial y Flujos de caja	
<b>Inversión inicial</b>	-14.439,66
<b>año1</b>	6.910,99
<b>año 2</b>	6.954,07
<b>año3</b>	7.615,75
<b>año4</b>	8.093,25
<b>año5</b>	8.699,89

*Tabla 59 Inversión inicial y flujos de caja .Elaborado por: Carolina M, 2019*

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

$$VAN = -14439,66 + \frac{6910,99}{(1+0.0829)^1} + \frac{6.954,07}{(1+0.0829)^2} + \frac{7.615,75}{(1+0.0829)^3} + \frac{8.093,25}{(1+0.0829)^4} + \frac{8.699,89}{(1+0.0829)^5}$$

$$VAN = -14.439,66 + 6381,01 + 5930,10 + 5,997,19 + 5885,31 + 5842,14$$

$$VAN = 15.597,02$$

El valor del VAN es un valor positivo se puede decir que el proyecto es totalmente viable.

### 10.- TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno es un porcentaje de rentabilidad que transforma el VAN 0, para poder calcularlo se aplica la siguiente fórmula.

$$0 = -I + \frac{FNE1}{(1+i)^n}$$

$$0 = -I + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

Una vez realizado el cálculo pertinente en Excel, obtenemos el siguiente dato.

**TIR= 42%**

El porcentaje de la tasa interna de retorno ratifica que el proyecto es viable.

### 11.- PERIODO DE LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Para calcular la recuperación de la inversión inicial al 100% se toma como base de cálculo los flujos de caja del estado de flujos de efectivo.

Inversión inicial y Flujos de caja	
<b>Inversión inicial</b>	-14.439,66
<b>año1</b>	6.910,99
<b>año 2</b>	6.954,07
<b>año3</b>	7.615,75
<b>año4</b>	8.093,25
<b>año5</b>	8.699,89

**Tabla 60: Recuperación de inversión**

<b>-14439,66</b>	<b>año 0</b>
6910,99	año 1
-7528,67	
6954,07	año 2
-574,6	
7615,75	año 3

*Tabla 60 Recuperación de la inversión. Elaborado por: Carolina M, 2019*

El periodo de recuperación de la inversión en su totalidad es en 2 años y 27 días aproximadamente.

## 12.- BENEFICIO/ COSTO

**Tabla 61 Beneficio/ Costo**

Beneficio/ Costo							
Ingresos	0,00	43.182,48	45.341,60	47.608,68	49.989,12	52.488,57	
Ingresos (valores actuales)	0,00	39.876,70	38.665,19	37.490,49	36.351,48	35.247,07	<b>187.630,93</b>
Costos	14.439,66	27.504,49	29.555,32	30.159,07	30.987,23	31.961,69	
Costos en valores actuales	14.439,66	25.398,92	25.203,39	23.749,41	22.533,54	21.462,88	<b>132.787,80</b>
Beneficio/Costo	<b>1,41</b>						

*Tabla 61 Beneficio/ costo. Elaborado por: Carolina M, 2019*

El  $B/C > 1$  indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente el proyecto debe ser considerado.



### 13.- PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de equilibrio	Camiseta	licra	Pantalón de calentador con tela algodón	Chompa de tela tazla	Calentador completa con tela licra	Calentados completa con tela	Calentador completa con tela tazla	Calentados completa con tela tazla	Calentador completo con tela algodón
Unidades a vender	560	840	280	150	120	200	180	300	200
% de participación	16,86	25,29	8,43	4,52	3,61	6,02	5,42	9,03	6,02
precio de venta unitario	3,00	1,30	1,00	1,75	3,00	1,30	1,70	3,00	2,60
costo variable unitario	0,90	0,70	0,50	0,80	0,90	0,60	0,70	1,25	1,25
costo fijo	23087,89								
margen de contribución	2,10	0,60	0,50	0,95	2,10	0,70	1,00	1,75	1,35
mc ponderado	0,35	0,15	0,04	0,04	0,08	0,04	0,05	0,16	0,08
punto de equilibrio general	21313,64								
punto de equilibrio producto	3.593,47	5.390,22	1.796,74	963,38	769,42	1283,08	1.155,20	1.924,64	1.283,08

## CONCLUSIONES

- Una vez realizado el estudio se puede determinar que la creación de una micro empresa de ropa deportiva es factible en el sector El Recreo del distrito metropolitano de Quito por ser un lugar rentable.
- Para este estudio de factibilidad, se a utilizado cuatro estudios básicos, el estudio de mercado, estudio técnico-administrativo, estudio técnico administrativo y el financiero.
- En el estudio de mercado se determina las personas a las cuales va dirigido nuestro producto o servicio, en este caso hemos tomado mucho en cuenta a las personas económicamente activas que van entre los 18 a 30 años.
- El estudio técnico administrativo es para conocer y analizamos el sector donde vamos a crea la micro empresa de ropa deportiva personalizada la cual estará ubicada en el sector El Recreo del D.M.Q, por lo que arrendara un local.
- El estudio financiero nos ayudó a determinar el capital a invertir, el porcentaje de ganacia y la proyección de ganancia en los 5 años.

## RECOMENDACIONES

- Una vez analizada la rentabilidad de la micro empres de ropa deportiva personalizada, se recomienda poner en marcha la implementación del proyecto.
  
- Para tener éxito debemos cumplir con una buena atención al cliente, entregando las prendas de vestir tiempo y sobre todo que se cumpla las expectativas del cliente tanto el diseño como es colores.
  
- Es necesario hacer un seguimiento y evaluación constante del cliente para que en un futuro nuestra demanda crezca y el proyecto se pueda ampliar.

## **BIBLIOGRAFIA**

<https://patrimonio.elcomercio.com/patrimonio-contemporaneo/el-recreo/historia#.XR4bGj9Kjcs>

<https://www.academia.edu/24224094/FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS Estudio tcnico del proyecto PMP -CAPM Jorge Isa>

<https://calidadgestion.wordpress.com/tag/impactos-ambientales-significativos/>

<https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

<https://economipedia.com/definiciones/marketing-mix.html>

<https://robertoespinoza.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>

<https://www.traficantes.net/libros/la-creacion-segunda-henri-bergson>

[https://issuu.com/fingluz/docs/division\\_de\\_estudios\\_para\\_graduado](https://issuu.com/fingluz/docs/division_de_estudios_para_graduado)

<https://definicion.de/confeccion/>

<https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-distribucion.html>

<https://www.web.fibrenamics.com/es/conocimiento/areas-de-aplicacion/deportes/ropa-deportiva/>

<http://definicionyque.es/tela/>

<https://luluferris.com/agujas-para-maquina-de-coser-guia-para-novatas/>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Cinta\\_m%C3%A9trica](https://es.wikipedia.org/wiki/Cinta_m%C3%A9trica)

<http://www.clextral.com/es/tecnologias-lineas/equipamiento/cortadoras/>

<https://www.superprof.es/blog/coser-con-remalladora/>

[https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)



**Anexo**  
**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO**  
**HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA**

**ENCUESTA DE ACEPTACIÓN DE LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCION DE ROPA DEPORTIVA PERSONALIZADA**

**OBJETIVO:** Es investigar la aceptación que las personas dan a la creación de la micro empresa de ropa deportiva personalizada para así tomar decisiones.

**INTRODUCCION:** Somos emprendedores resientes queremos tener información sobre los gustos y diseños de calentares para hombres y mujeres las cuales nos permitirán realizar estrategias inteligentes.

1.\_ ¿Le gustaría que en el sector el Recreo se cree una micro empresa de calentadores personalizados?

Mucho  Poco  No me gustaría

2.- ¿Cómo le parece la idea que se confeccione los calentadores a su medida, gusto ó con su propio diseño?

Excelente idea  Buena idea  No me gusta

3.- ¿En qué tipo de material le gustaría que le confecciones su diseño de calentador?

Material económico  Material de buena calidad  No es importante

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por un calentador personalizado?

Entre los \$25 a \$30  Entre los \$31 a \$35  Entre los \$36 a \$40

5.- ¿Le gustaría crear su propio modelo de calentador?

Mucho  Poco  No me gustaría

6.- ¿Qué tipo de colores son agradables para usted al momento de vestir?

Colores claros  Colores oscuros  Los dos colores combinados

7.- ¿Que te parecen las ofertas y descuento al momento de comprar los calentadores para la familia?

Excelente idea  Buena idea  No es importante

8.- ¿Te gustaría que tu calentador sea igual a los de catálogo?

Me encantaría  Me gusta  No es importante

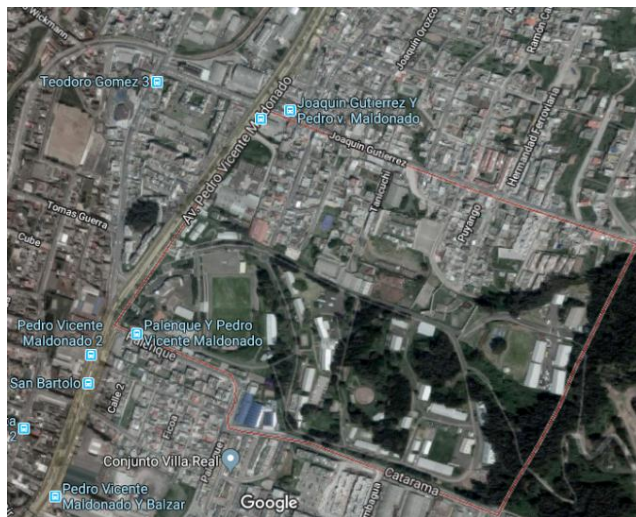
9.- ¿Al momento de cotizar tu calentador que es lo que te gustaría que no se cambie?

El tiempo de entrega  El costo  La atención al cliente

10.- ¿Considera usted la posibilidad de que el servicio sea directamente a su domicilio?

Mucho  Abecés  No

### Anexo N° 1



### Anexo N° 2



### Anexo N°3



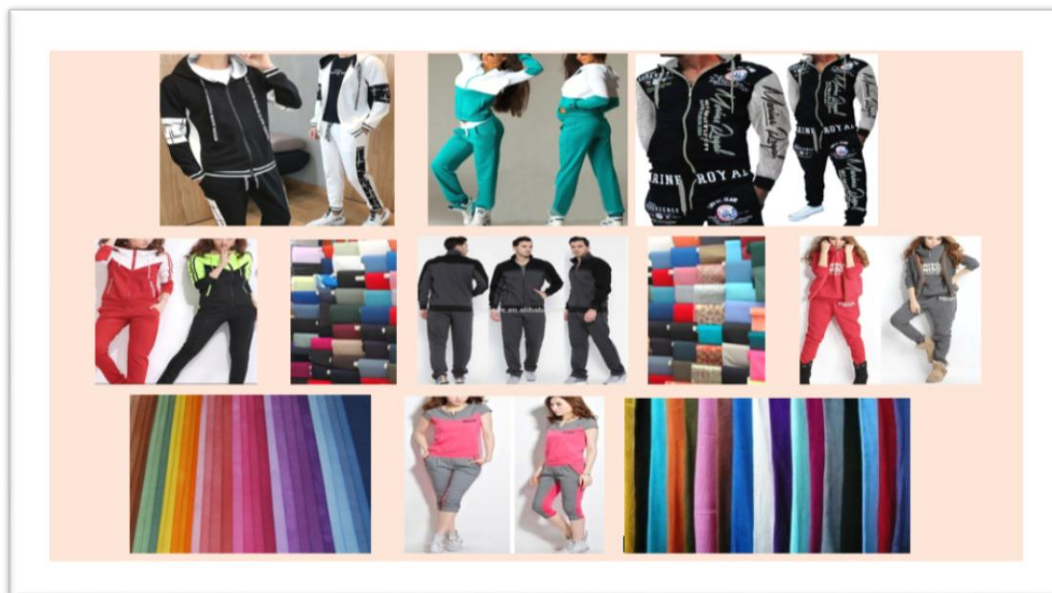
Anexo N° 4



Anexo N° 5

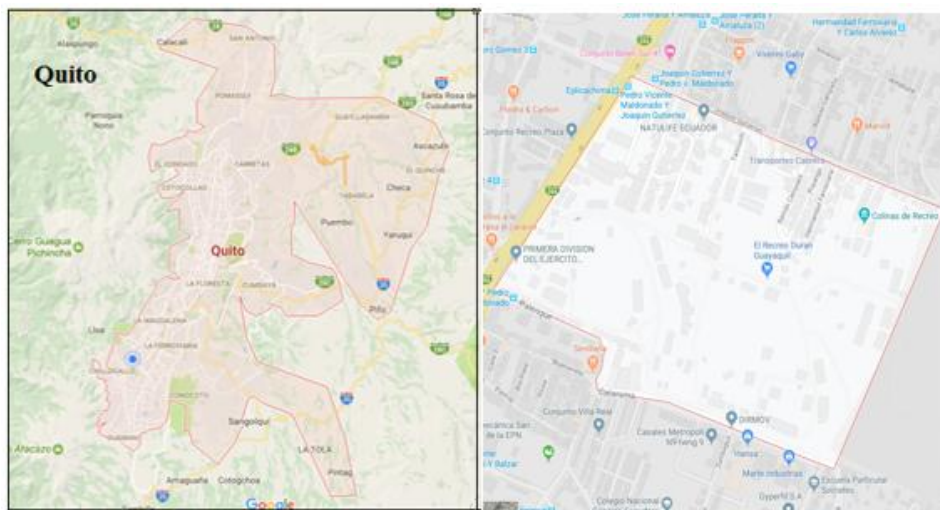


Anexo N° 6

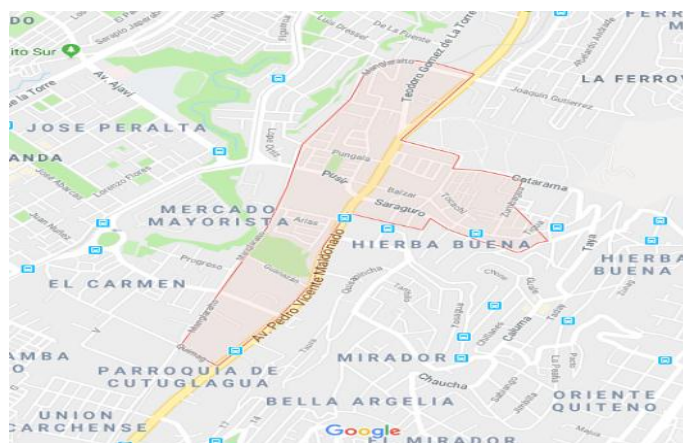




### Anexo N° 7



### Anexo N° 8



### Anexo N°9





**Anexo N° 10**



**Anexo N° 11**










**Anexo N° 12**

<b>Código de empaques de alimentos</b>	
<p><b>Poliétileno de baja densidad (LDPE) PEBD.</b> Principalmente usado para película y bolsas, de tipo transparente, aunque se puede pigmentar, de diversos calibres y también se usa para tubería, bolsas para vegetales en supermercados, bolsas para pan, envolturas de alimentos y otros.</p>	
<p><b>Poliestireno (PS).</b> Hay dos versiones, el expansible o espumado (<i>unicel</i> o nieve seca) y el Cristal, empleado para fabricar cajas, envases y vasos transparentes pero rígidos. Incluye tazas para bebidas calientes, envase para comidas rápidas, cartones para huevos y bandejas para carnes.</p>	

**Anexo N°13**



## Anexo N° 14

SIMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

## Anexo N° 15



Anexo N°16

