



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANO-
PERSONAL

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

**Trabajo de Titulación previo La obtención del título de Tecnólogo en
Administración de Talento Humano – Personal**

Tipo de Proyecto

Incubadora Empresarial

AUTOR: JOSÉ DAVID ROMERO HUERA

TUTOR: ING. MAYRA VALVERDE

QUITO - ECUADOR

2018

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 14 de Mayo de 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) ROMERO HUERA JOSE DAVID de la carrera de ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS - PERSONAL cuyo tema de investigación fue: APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



ING. VALVERDE MAYRA
Tutor del Proyecto



ING. NARANJO MARIA JOSE
Lector del Proyecto



ING. FRANKLIN CEVALLOS
Director de Escuela



ING. GIOVANNI URBINA
Coordinador de la Unidad de Titulación

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBI
Av. de la Prensa N415-368 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-MAIL: INSTITUTO@CORDILLERA.EDUC Pág. Web: www.cordilleraeduc.com Quito - Ecuador	Calle Logroño De 2-84 y Av. de la Prensa (anexo) Edif. Cordillera Teléfono: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacumbi (anexo) Tel: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Esmeralda Tel: 2246036	Yacumbi De 2-36 y Bracamoros. Tel: 2249994

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, José David Romero Huera declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, autentica, es de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



José David Romero Huera

C.C: 1727177857

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, José David Romero Huera portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1727177857 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Firma:

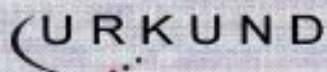


Nombre: José David Romero Huera

Cedula: 1727177857

Quito, 05/abril/2018

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)



Urkund Analysis Result

Analysed Document: José David Romero Huera.pdf (D37021824)
Submitted: 3/27/2018 11:32:00 PM
Submitted By: romerodavid392@gmail.com
Significance: 5 %

Sources included in the report:

MARIBEL TESIS.pdf (D26515428)
CRISTINAAGUINAGA.pdf (D30284291)

Instances where selected sources appear:

22


ING. VALVERDE MAYRA
172313550-7
Tutor de Proyecto



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS-PERSONAL

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) ROMERO HUERA JOSÉ DAVID portador de la cédula de identidad N°1727177857, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 02 de mayo del 2018



03 MAY 2018

9.26 JBS
COORDINACIÓN PRÁCTICAS



02 MAY 2018
Sra. Mariela Balseca

CAJA
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA
CONSEJO DE CARRERA

Psic. Fabiana Jara
Mesa de Trabajo Interno y Externo

DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Ing. Franklin Cevallos
Adm. de Bases de Datos
DIRECTOR DE CARRERA



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios quien me llevo por caminos voluminosos ya que con su amor me ha ayudado a optar por lo mejor en cada momento de mi carrera porque sin el en mí no lo hubiera logrado.

A mi madre por ser ese pilar fundamental en mi vida por sus consejos como amiga y como guía en este cortometraje de mi vida, por su sinceridad y su hombro en aquellas ocasiones cuando los problemas y las necesidades estuvieron presentes agradezco desde lo más sincero de mi alma a mi madre por brindarme una mano cuando necesite de un cuerpo a mis dos hermanos Héctor Huera y Estefanía Romero por brindarme su apoyo sincero e incondicional en esta etapa crucial en mi vida.

Agradezco al Instituto Superior Tecnológico Cordillera por permitir formar parte de una generación con ideología innovadora y factible a mis queridos profesores por brindarme lecciones de vida y conocimientos educativos.

Agradezco a mis colegas Warriors Kapital ya que fueron el ejemplo y el apoyo desde la infancia y hasta el momento se sigue guerreando a la vida cargando cada uno una cruz más pesada pero poniendo empeño para sobrelivir

DEDICATORIA

Quiero dedicar la culminación de mi proyecto primeramente a mi Dios quien me mostro el valor de un esfuerzo aparte de llenarme de entusiasmo al comenzar un día nuevo

A mi amada madre quien me ayudo en cada momento de mi carrera con su apoyo incondicional y de manera económica pensando primero en mi antes que en ella y eso es lo que me hace poder lograr dar un paso muy importante en mi vida.

A mi querida hermana Estefanía Romero quien supo poner su aptitud y actitud para que no decaiga y sea una persona encaminada hacia mis objetivos con principios y valores que aprendí de ella tan solo con observarla y charlar con ella.

A todos mis sobrinos porque son un motivo muy grande para ser mejor cada día ya que soy un ejemplo a seguir ante sus ojos y no quiero fallar como familia ni como amigo cuando necesiten de mí.

A todas las personas que se han mantenido dándome una mano cuando e necesitado de un cuerpo los aprecio muchos

ÍNDICE GENERAL

LISTADO DE FIGURAS	xv
LISTADO DE TABLAS	xvii
CAPITULO I	24
1 INTRODUCCIÓN.....	24
1.01 Antecedentes	24
1.02 Justificación	27
CAPITULO II.....	29
2 ANÁLISIS SITUACIONAL.....	29
2.01 Ambiente Externo	30
2.01.01 Factor Económico.....	30
2.01.01.02 Riesgo País (EMBI Ecuador)	32
2.01.01.03 Tasa Activa	33
2.01.01.04 Tasa De Interés Pasiva.....	36
2.01.01.05 Producto Interno Bruto	38
2.01.01.06 PIB	38
2.01.02 Factores Sociales.....	41
2.01.02.01 Información Del País	42
2.01.02.02 Desempleo.	42
2.01.02.03 Índice De Pobreza.	44
2.01.02.04 Canasta Básica.....	46
2.01.03 Factor Tecnológico.....	58
2.01.04 Factor Ambiental	59

2.02 Entorno local.....	62
2.02.01 Clientes.	62
2.02.02 Proveedores.....	64
2.02.03 Competencia.	66
2.03 Ambiente Interno	67
2.03.01 Gestión Administrativa.....	67
2.03.02 Propuesta Estratégica	71
2.03.02.01 Misión	72
2.03.02.02 Visión	72
2.03.02.03 Objetivos	72
2.03.02.04 Objetivo General	72
2.03.02.05 Objetivos Específicos	73
2.04 Principios y Valores.	73
2.04.01 Objetivos Corporativos.....	74
2.05 Gestión Operativa	75
2.06 Gestión Comercial.....	79
2.07 Análisis FODA.....	87
2.08 Acciones Estratégicas.....	92
CAPITULO III	94
3. ESTUDIO DE MERCADO	94
3.01 Análisis Del Consumidor	94
3.01.01 Determinación De La Población Y Muestra.....	95

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISetas, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

3.01.02 Técnicas De Obtención De Información	97
3.01.02.01 Formato Encuesta	98
3.01.03 Análisis De La Información Personal	100
3.02 Oferta.....	113
3.02.01 Oferta Histórica.....	113
3.02.02 Oferta Actual	114
3.02.03 Oferta Proyectada	115
3.03 Demanda.	116
3.03.01 Demanda Histórica.....	116
3.03.02 Demanda Actual.	116
3.03.03 Demanda Proyectada	117
3.04 Balance Oferta- Demanda	118
3.04.01 Balance Actual.....	118
3.04.02 Balance Proyectado	119
CAPITULO IV	120
4. ESTUDIO TÉCNICO	120
4.01 Tamaño del Proyecto	120
4.01.01 Capacidad Instalada	120
4.01.02 Capacidad Óptima.	121
4.02 Localización.	122
4.02.01 Macro Localización.....	123
4.02.02 Micro Localización.....	124

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

4.02.03 Localización Óptima.....	124
4.03 Ingeniería del Producto	125
4.03.01 Definición del Bien o Servicio	125
4.03.02. Distribución de Planta	126
4.03.03 Proceso Productivo.....	134
4.03.04 Maquinaria Y Equipo	143
CAPITULO V	145
5. ESTUDIO FINANCIERO	145
5.01 Ingresos Operacionales y No operacionales	145
5.02 costos.....	148
5.02.01. Costos Directos	148
5.02.02 Costos Indirectos	152
5.02.03 Gastos Administrativos.....	155
5.02.04 Costos De Ventas	156
5.02.05 Costos Financieros	157
5.02.06 Costos Fijos y Variables.....	159
5.03 Inversiones	159
5.03.01 Inversión Fija.....	159
5.03.01.01 Activos Fijos.....	160
5.03.01.02 Activos Nominales (diferidos)	163
5.03.02 Capital de Trabajo	163
5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos	165

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

5.03.04 Amortización De Financiamiento	166
5.03.05 Depreciaciones (tabla de depreciación).....	167
5.03.06 Estado De Situación Inicial	169
5.03.07 Estado De Resultados Proyectados (a cinco años)	170
5.03.08 Flujo Caja.....	171
5.04 Evaluación.....	171
5.04.01 Tasa de descuento.....	171
5.04.02 VAN	172
5.04.03 TIR.....	174
5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión).....	174
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)	176
5.04.06 Punto De Equilibrio	177
5.04.07 Análisis De Índices Financieros	180
CAPITULO VI	184
6. ANÁLISIS DE IMPACTO	184
6.01 Impacto Ambiental.....	184
6.02 Impacto Económico.....	190
6.03 Impacto productivo	191
6.04 Impactos Sociales	192
CAPITULO VII.....	194
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	194
7.01 Conclusiones	194

7.02 Recomendaciones	195
Referencia Bibliografía	196
ANEXOS	198

LISTADO DE FIGURAS

Figura 1 <i>Indicadores Del PIB.....</i>	40
Figura 2 <i>Evolución Nominal De Líneas De Pobreza Y Pobreza Extrema</i>	45
Figura 3 <i>Logotipo</i>	67
Figura 4 <i>Logotipo Y Slogan.....</i>	68
Figura 5 <i>Organigrama Estructural</i>	69
Figura 6 <i>Organigrama Funcional</i>	71
Figura 7 <i>Macroproceso</i>	76
Figura 8 <i>Mapa De Procesos.....</i>	77
Figura 9 <i>Márquetin MIX.....</i>	80
Figura 10 <i>Presentación De Imagen ASTER</i>	81
Figura 11 <i>Tarjeta De Presentación</i>	85
Figura 12 <i>Datos Informativos.....</i>	100
Figura 13 <i>Datos Informativos.....</i>	101
Figura 14 <i>Pregunta 1.....</i>	102
Figura 15 <i>Pregunta 2.....</i>	103
Figura 16 <i>Pregunta 3.....</i>	104
Figura 17 <i>Pregunta 4.....</i>	105
Figura 18 <i>Pregunta 5.....</i>	107
Figura 19 <i>Pregunta 6.....</i>	108
Figura 20 <i>Pregunta 7.....</i>	109
Figura 21 <i>Pregunta 8.....</i>	111
Figura 22 <i>Pregunta 9.....</i>	112
Figura 23 <i>Micro Localización Del Proyecto (calles comité del pueblo)</i>	122
Figura 24 <i>Micro Localización Del Proyecto (calles comité del pueblo dirección exacta).....</i>	123
Figura 25 <i>Macro Localización Del Proyecto (comité del pueblo).....</i>	124
Figura 26 <i>Matriz Triangular</i>	127
Figura 27 <i>Distribución De La Planta.....</i>	128
Figura 28 <i>Administración.....</i>	129

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISetas, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

Figura 29 <i>Baño Producción</i>	130
Figura 30 <i>Baño Administrativo</i>	130
Figura 31 <i>Bodega</i>	131
Figura 32 <i>Comedor</i>	132
Figura 33 <i>Parqueadero</i>	133
Figura 34 <i>Producción</i>	133
Figura 35 <i>Producción Proceso</i>	134
Figura 36 <i>Diseño De Modelos</i>	135
Figura 37 <i>Revisión Y Almacenamiento De Materia Prima</i>	136
Figura 38 <i>Despacho De Materia Prima</i>	137
Figura 39 <i>Corte De Tela</i>	137
Figura 40 <i>Unión De Piezas</i>	138
Figura 41 <i>Cocido Recto</i>	138
Figura 42 <i>Cocido Zig Zag</i>	139
Figura 43 <i>Modelo Maquina Bordadora</i>	140
Figura 44 <i>Control De Calidad</i>	141
Figura 45 <i>Planchado Y Empacado</i>	141
Figura 46 <i>Almacenamiento De Producto Terminado</i>	142
Figura 47 <i>Estado De Situación Inicial</i>	169
Figura 48 <i>Formula Para Calcular TMAR</i>	172
Figura 49 <i>Punto De Equilibrio En Camisetas</i>	178
Figura 50 <i>Punto De Equilibrio En Chompas</i>	180

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1 <i>Indicador Riesgo País</i>	32
Tabla 2 <i>Indicador Tasa De Interés Activa</i>	33
Tabla 3 <i>Indicador Tasa De Interés Activa</i>	35
Tabla 4 <i>Indicador Tasa De Interés Activa</i>	36
Tabla 5 <i>Indicador Tasa De Interés Activa</i>	37
Tabla 6 <i>Indicador De Desempleo</i>	43
Tabla 7 <i>Indicador De La Pobreza En Principales Ciudades Del País</i>	45
Tabla 8 <i>Canasta Familiar Vital Hasta Octubre 2017</i>	47
Tabla 9 <i>Clientes</i>	63
Tabla 10 <i>Proveedores De Bienes</i>	64
Tabla 11 <i>Proveedores De Servicios</i>	65
Tabla 12 <i>Competidores Directos</i>	66
Tabla 13 <i>FODA</i>	87
Tabla 14 <i>Oportunidades Y Amenazas</i>	89
Tabla 15 <i>Oportunidades Y Amenazas</i>	90
Tabla 16 <i>Oportunidades Y Amenazas</i>	91
Tabla 17 <i>Fortalezas Y Debilidades</i>	92
Tabla 18 <i>Información Sexo De Encuestado.</i>	100
Tabla 19 <i>Información Personal Encuestado.</i>	101
Tabla 20 <i>Pregunta 1.</i>	102
Tabla 21 <i>Pregunta 2.</i>	103
Tabla 22 <i>Pregunta 3.</i>	104
Tabla 23 <i>Pregunta 4.</i>	105
Tabla 24 <i>Pregunta 5.</i>	106
Tabla 25 <i>Pregunta 6.</i>	107
Tabla 26 <i>Pregunta 7.</i>	109
Tabla 27 <i>Pregunta 8.</i>	110
Tabla 28 <i>Pregunta 9.</i>	112

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

Tabla 29	<i>Oferta Histórica.....</i>	114
Tabla 30	<i>Oferta Actual</i>	115
Tabla 31	<i>Oferta Proyectada.</i>	115
Tabla 32	<i>Demanda Histórica</i>	116
Tabla 33	<i>Demanda Actual.....</i>	117
Tabla 34	<i>Demanda Proyectada.</i>	117
Tabla 35	<i>Balance Oferta- Demanda.....</i>	118
Tabla 36	<i>Balance Actual.....</i>	118
Tabla 37	<i>Balance Proyectado.....</i>	119
Tabla 38	<i>Capacidad Instalada.</i>	121
Tabla 39	<i>Capacidad Optima.....</i>	121
Tabla 40	<i>Macro Localización.....</i>	123
Tabla 41	<i>Matriz De Localización Óptima.</i>	125
Tabla 42	<i>Códigos De Cercanía.</i>	126
Tabla 43	<i>Factores De Proceso</i>	127
Tabla 44	<i>Maquinaria Y Equipo</i>	143
Tabla 45	<i>Equipo Informático.....</i>	143
Tabla 46	<i>Muebles Y Enceres</i>	144
Tabla 47	<i>Referencia De Costos</i>	145
Tabla 48	<i>Referencia De Precios.....</i>	146
Tabla 49	<i>Capacidad De Producción</i>	146
Tabla 50	<i>Ingreso Proyectado Camisetas.....</i>	147
Tabla 51	<i>Ingreso Proyectado Chompas</i>	147
Tabla 52	<i>Materia Prima Para Camisetas.....</i>	149
Tabla 53	<i>Materia Prima Para Chompas</i>	150
Tabla 54	<i>Costos Directos</i>	150
Tabla 55	<i>Nomina</i>	151
Tabla 56	<i>Costos Indirectos Suministros De Oficina</i>	152
Tabla 57	<i>Costos Indirectos Suministros De Aseo.....</i>	153
Tabla 58	<i>Costos Indirectos Servicios Básicos</i>	153

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

Tabla 59	<i>Costos Indirectos Suministros De Seguridad</i>	154
Tabla 60	<i>Costos Indirectos Totales</i>	154
Tabla 61	<i>Gastos Administrativos</i>	155
Tabla 62	<i>Costos De Ventas</i>	156
Tabla 63	<i>Amortización De Capital</i>	157
Tabla 64	<i>Costos Financieros</i>	158
Tabla 65	<i>Costos Fijos Y Variables</i>	159
Tabla 66	<i>Activos Fijos</i>	160
Tabla 67	<i>Equipo Y Maquinaria</i>	160
Tabla 68	<i>Muebles Y Enseres</i>	161
Tabla 69	<i>Equipo De Cómputo</i>	161
Tabla 70	<i>Equipo De Oficina</i>	162
Tabla 71	<i>Total Activos</i>	162
Tabla 72	<i>Activos Diferidos</i>	163
Tabla 73	<i>Capital De Trabajo</i>	164
Tabla 74	<i>Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos</i>	165
Tabla 75	<i>Amortización De Préstamo Bancario</i>	166
Tabla 76	<i>Depreciaciones</i>	167
Tabla 77	<i>Estado De Resultado Proyectado</i>	170
Tabla 78	<i>Flujo De Caja</i>	171
Tabla 79	<i>Van Con Financiamiento</i>	173
Tabla 80	<i>Van Sin Financiamiento</i>	173
Tabla 81	<i>TIR Con Financiamiento</i>	174
Tabla 82	<i>PRI Con Financiamiento</i>	175
Tabla 83	<i>RCB Con Financiamiento</i>	176
Tabla 84	<i>Punto De Equilibrio En Camisetas</i>	177
Tabla 85	<i>Punto De Equilibrio En Chompas</i>	179
Tabla 86	<i>Proceso, Uso Y Formulas De Depuración De Agua</i>	188
Tabla 87	<i>Impacto Ambiental</i>	190
Tabla 88	<i>Impacto Productivo</i>	192

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

Tabla 89	<i>Impacto Social</i>	193
-----------------	-----------------------------	-----

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación de proyecto es para analizar la probabilidad de ubicar una microempresa dedicada al diseño y confección de chompas y camisetas con bordados, unión de distintos tipos de telas, colores y accesorios ya que se observa deficiencia en el sector textil confeccionista en el país para así incentivar a procrear competencia en el sector procreando que este extienda su innovación y calidad. Asimilando que los ingresos brutos en ropa de calidad son para marcas exteriores y no para marcas propias del país con ello, el estudio es para ver qué tan fértil es el país para el surgimiento de una marca de ropa denominada ASTER con el fin de estudiar cada uno de los elementos del ambiente interno y externo del sector y que demandan estos para así ver cómo se puede mostrar calidad en su producto terminado, además de mejorar la calidad de vida en el sector ya que al procrear plazas de trabajo se generara decaimiento en el desempleo, aumento en la matriz productiva, aumento al pib sectorial textil y en el trabajo con rentabilidad al final del ejercicio. Conociendo con claridad las expectativas de la nación con respecto al crecimiento de la matriz productiva en cuanto se refiere al sector textil confeccionista además del total apoyo hacia el medio ambiente en cuanto respecta a salvaguardar su integridad. Además de un estudio de impacto en todos los ámbitos que la incorporación de ASTER pueda producir a lo largo media y corto plazo directa o indirectamente

Palabras clave: innovación, calidad, integridad, visión, trabajo en equipo

ABSTRAC

This project research is to analyze the probability of locating a microenterprise dedicated to the design and manufacture of sweaters and T-shirts with embroidery, union of different types of fabrics, colors and accessories because it is observed deficiency in innovation in the Textile confectionary sector in the country and so it is assimilated that the gross income in quality clothing is for external brands and not for the country's own brands with it, the study is to see how fertile the country is for the emergence of a brand of clothing called ASTER In order to study each of the elements of the internal and external environment of the sector and that require these to see how you can display quality in your finished product and in their work with profitability at the end of the year. Knowing clearly the expectations of the nation with respect to the growth of the productive matrix with regard to the textile sector confeccionista in addition to the total support to the environment in respect to safeguard its integrity. In addition to an impact study in all areas that the incorporation of ASTER can produce over medium and short-term directly or indirectly

Key words: innovation, quality, integrity, vision, teamwork

INTRODUCCIÓN

La investigación a presentar es en el Ecuador en la ciudad de Quito sector Norte para la implementación de una microempresa dedicada al diseño y confección de chompas y camisetas en todo su ámbito.

Iniciando con antecedentes y justificación del porqué del realizar una micro empresa dedicada a la confección y diseño, además de un repaso breve sobre la historia del sector textil, prosiguiendo con un análisis situacional sobre el sector interno y externo sobre la industria manufacturera

El siguiente paso a realizar es un estudio técnico sobre el tamaño del proyecto, localización e ingeniería del producto con el que se llegó a la deducción de cuan optimo es ubicar áreas una con la otra y un buen lugar prosiguiendo con el siguiente paso que fue un estudio financiero sobre ingresos operacionales y no operacionales, costos, inversiones y evaluación en el cual se definió los gastos, ingresos, el dinero necesario para su inicio y su procedencia a un trimestre, el cuan factible es el proyecto etc.

Ante un análisis financiero arduo se continúa con un análisis de impactos el cual conlleva a analizar con un ámbito, Ambiental, Económico, Productivo y Social y por último se llega a las conclusiones y recomendaciones las cuales son positivas con un buen plan estratégico planeado

CAPITULO I

1 INTRODUCCIÓN

1.01 Antecedentes

Historia de los tejidos y otros artículos de prendas de vestir

Los tejidos surgen por la necesidad humana de protegerse del frío, de la lluvia, y de otros efectos climáticos. En el neolítico se comenzó a hilar el lino para el verano, y la lana para el invierno, el huso y el telar son inventos del neolítico. En la antigua China, se fabricaban tejidos de seda ya alrededor del año 3000 a. c. Los egipcios lograron también tener finas telas de lino y de algodón. En México, los indígenas fabricaban sus telas del algodón y de fibras sacadas y tratadas del maguey.

La expresión del sentido del hilo se refiere al sentido en que el hilo de la urdimbre corre en la tela. La línea de dirección del hilo indica la posición en que se deberá alinear los patrones en relación al orillo de la tela.

La historia de los textiles tuvo muy pronto la idea de cubrir a las personas con pieles de animales aprendiendo a coser las pieles con tendones, tiras de piel y tripas. Y más tarde fabrico hilos con fibras de animales y vegetales (lana, lino, seda)

El día en que las pieles dejaron de ser usadas fueron sustituidas con hilos muy apretados y entre cruzados. Formando así un tejido es muy difícil conocer con exactitud el origen o fuentes principales productoras de la hilatura y textura

Se conoce que el lino, el cáñamo y la lana se hilaban ya en Egipto y la india hace, por lo menos de 5000 a 7000 años. Durante mucho tiempo, los hilanderos utilizaron un instrumento llamado rueca. En la rueca se enrollaba las fibras y se fabricaba el hilo, luego este se enrollaba en el huso

(researchgate)

La máquina de coser

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.

La cremallera o cierre

La cremallera usada hoy tiene ojos y ganchos (dientes) en los bordes de la abertura. Al desplazar un curso en el sentido de la abertura, este trabaja los dientes cerrando así la abertura. Fue inventado en Canadá, Ontario, por Gorgeon Sunback, quien había nacido en Suecia y emigrado a Canadá

La cremallera se hizo popular para la ropa de los niños y los pantalones de hombres en la década de los 1920 y 1930. El hombre de cierre éclair que se usa algunas veces en castellano viene del francés, donde fermeture Eclair es una marca de la empresa Eclair Prestil SN.

Los botones

Originalmente los botones no se utilizaron para abrochar los vestidos, sino que consistía en un pequeño disco ornamentales que se cosían en las vestimentas de los hombres y mujeres.

Los botones más antiguos datan de año 2000 a.c. y han sido encontrados en los yacimientos arqueológicos del valle de Indostán. Consistían en conchas de varios moluscos talladas con forma circular o triangular y con dos agujeros en su parte central

.

La práctica de abotonar la ropa con botones surgió en Europa oriental. En el año 1200, los vestidos holgados y sueltos fueron reemplazados por prendas más ceñidas al cuerpo. Ni el cinturón ni los imperdibles usados hasta entonces, que se perdían con harta facilidad, daban a los nuevos vestidos la estética deseada. Alguien tuvo pues la ocurrencia de coser una hilera de botones a un lado de la ropa y practicar ojales en el lado opuesto.

El bordado

El bordado es un arte que consiste en la ornamentación por medio de hebras textiles, de una superficie flexible

Los romanos llamaban a esta ornamentación plumarium opus, en virtud de la semejanza que tienen algunas de estas labores con pluma del ave. También la denominaban opus phrygium ya porque lo obtenía del comercio con los frigios quienes a su vez la traían de oriente o ya por suponerla la procedían e invención frigia. Y como se consideraba en el

bordado un procedimiento similar a la pintura llamaban a las vestiduras bordadas túnica picta o toga picta a ludiendo a los bordados en forma de palmetas con que las adornaban

Los hilos que se emplean en el bordado son los mismos que sirven para el tejido, pero sobre todo se utilizan los de seda, lana y lino, todos con variados colores y los de plata y oro con las formas diferentes que se adoptan en tejeduría. Con ellos, se ensartan a veces gemas, perlas, abalorios y lentejuelas metálicas importantes para la construcción en madera como la belleza, la firmeza y la utilidad como base de la arquitectura en la antigua Grecia.

(textil.libv)

1.02 Justificación

La empresa se encuentra en el subsector textil de confección y alta costura ya que esto determina elaborar, pulir una prenda de vestir buscando reconocimiento y confort en el mercado mejorando la satisfacción hacia nuestro cliente tanto interno como externo

La incorporación de este proyecto será con el fin de brindar comodidad, estilo y un muy buen toque de elegancia a todos los jóvenes, adolescentes por motivos de análisis personal de insuficiencias en acabados, simplicidad, color, originalidad, bordados, combinación de telas.

Bajo estos parámetros tomados en cuenta se pretende llegar al mercado con la más alta innovación a nivel regional. ASTER S.A se dedicara a confeccionar las mejores prendas de

vestir combinando telas de la mejor calidad con bordados, accesorios y estilos propios de la marca

ASTER S.A pretende ubicarse en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito por motivos de inexistencia de una empresa textil confeccionista innovadora y por mantenernos cerca de la capital del Ecuador donde hay mucha más movilidad económica del País

En el estudio a realizar en la zona Norte del Distrito Metropolitano de Quito, de la factibilidad del establecer una microempresa textil confeccionista hacia el investigador se buscara los conocimientos, se capacitara en los aspectos que desconozca para mantenerse a la par en cuanto a conocimientos del sector textil confeccionista, realizando constantes análisis y sondeos del sector además de buscar métodos de innovación en nuestra sociedad

En pleno siglo 21 la tecnología es un requerimiento vital para poder ser efectivos en el sector textil confeccionista por lo que ASTER S.A pretende adquirir maquinaria cien por ciento efectiva y productiva. Contando con un equipo de trabajo siempre en crecimiento intelectual conociendo claramente que la innovación y los procesos corren un papel de suma importancia para poder ser competente frente a competidores antaño, bien posesionado en el mercado y como sientes del sector

CAPITULO II

2 ANÁLISIS SITUACIONAL

Mediante el análisis situacional se podrá evaluar cada una de las actividades que realizara la microempresa ASTER S.A tomando en cuenta procedimientos que sigue en cada área, tanto en la manipulación de materia prima, adquisición de materias primas, diseño y confección

Además, se analizará los procesos que se utilizará con respecto al diseño y confección de camisetas y chompas. También se evaluará al equipo de trabajo para obtener los resultados que permitan establecer las oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas, se utilizara la observación y encuestas que se aplicaran tanto al personal interno como externo que pretende adquirir ASTER S.A

Con los resultados obtenidos se podrá realizar una propuesta de mejoramiento en donde existan procesos, procedimientos y normas que eviten las posibles falencias ya que se tiene bien en cuenta –del físico al echo hay un gran estrecho- por lo que se pretende aprovechar las oportunidades, nutrir las fortalezas, ser proactivo ante las amenazas y disminuir las debilidades con un producto de calidad además de inversión continua tanto tecnológica y como capacitación constante

2.01 Ambiente Externo

El término entorno externo o ambiente externo, designa todo conjunto de variables externas a la organización pero que la influyen, directa o indirectamente y también puede ser influida por ella. En el entorno externo, incluye el contexto económico, tecnológico, sociocultural, político-legal (llamado entorno contextual), y un conjunto de elementos que actúan más cercana y directa con la organización, tal como los clientes (actuales y futuros), proveedores, competidores, prescriptores, instituciones financieras, sindicatos, medios de comunicación, entre otros.

Análisis

La microempresa ASTER S.A se encontrará inmersa en un ambiente muy amplio, pero presente tener grandes oportunidades en el sector textil confeccionista diseñando y confeccionando prendas de vestir de alta calidad para así poder mantener una cartera de clientes concreta y solvente

2.01.01 Factor Económico

La economía es una ciencia social, cada una de las decisiones en materia de producción, consumo, ahorro, inversión, crédito, ayuda financiera, contrataciones, exportaciones, importaciones, turismo etc., van construyendo nuestro destino económico. Cada una de las acciones humanas acciones, por pequeñas o insignificantes que parezcan, genera la dinámica económica del país.

Como ciencia social, la psicología es determinante. Si el consumista se siente pesimista, pospone el consumo o la decisión de contratar más personas, de invertir en un nuevo producto o proyecto y ello, a su vez, genera un menor crecimiento económico. Si se piensa que el peso se depreciará aún más, se va y se adquiere más dólares, y con ello la demanda de dólares es mayor que la oferta y el peso se deprecia.

2.01.01.01 Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del índice de precios al consumidor del área urbana (IPCU), a por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales;

Tabla
Inflación

FECHA	VALOR
Octubre-31-2017	-0.09 %
Septiembre-30-2017	-0.03 %
Agosto-31-2017	0.28 %
Julio-31-2017	0.10 %
Junio-30-2017	0.16 %
Mayo-31-2017	1.10 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador 2017)
Elaborado por: David Romero

Análisis

Según datos arrojados del banco central en los últimos tres años en el Ecuador con un 1.10% se analiza la cifra más alta en inflación de los últimos meses siendo con un -0.09% el más bajo porcentaje hasta la actualidad por lo que se deduce que se posee cifras negativas pero analizándolos bien son un acceso para adquirir nuevos productos por lo que se deduce que es una **oportunidad** incorporar una micro empresa dedicada a la confección y diseño de chompas y camisetas ya que el país se encuentra en deflación o inflación negativa por lo que se analiza positivo y negativos por lo que sí es negativa la inflación los precios de materias primas tienden a caer por lo que hay más accesibilidad a adquirir excelente materia prima a precios cómodos y así aumentaría la demanda de bienes,

haciendo aumentar así a la empresa su productividad y se vea obligada a contratar aumentar su equipo de trabajo

2.01.01.02 Riesgo País (EMBI Ecuador)

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JP morgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

Tabla 1
Indicador Riesgo País

FECHA	VALOR
Noviembre-06-2017	543.00
Noviembre-05-2017	547.00
Noviembre-04-2017	547.00
Noviembre-03-2017	547.00
Noviembre-02-2017	543.00
Noviembre-01-2017	548.00
Octubre-31-2017	563.00

Fuente: (Banco Central del Ecuador 2017)
Elaborado por: David Romero

Análisis

Ecuador en los dos últimos meses ha sufrido una variación muy notoria en cuanto a riesgo país pero en este último mes han sido variaciones positivas disminuyendo el riesgo país por lo que se analiza que puede ser una **oportunidad** hacia la posesión de una micro empresa

textil confeccionista ya que si la moneda tiende a depreciarse los precios tienden a bajar esperando que siga bajando el riesgo país en los próximos meses con 5.43% de riesgo país se deduce que el país posee un índice muy bajo de riesgo para el emprendimiento de una micro empresa

2.01.01.03 Tasa Activa

Hasta julio de 2015, según el Título Sexto: Sistema de Tasas de Interés, del Libro I, Política Monetaria-Crediticia de la Codificación de Regulaciones del Banco Central del Ecuador, establece que: "La Tasa Activa Efectiva Referencial corresponde a la tasa activa efectiva referencial del segmento productivo corporativo.

Con la Resolución 133-2015-M de 29 de septiembre de 2015 indica que: "La Tasa Activa Efectiva Referencial corresponde a la tasa de interés activa efectiva referencial del segmento comercial prioritario corporativo".

Tabla 2
Indicador Tasa De Interés Activa

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2017	7.79 %
Mayo-31-2017	7.37 %
Enero-31-2017	8.02 %
Diciembre-31-2016	8.10 %
Julio-31-2016	8.67 %
Abril-30-2016	9.03 %
Enero-31-2016	9.15 %
Diciembre-31-2015	9.12 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador 2017)
Elaborado por: David Romero

Análisis

La tasa activa ha sufrido una baja en los dos últimos años por lo que se puede analizar desde 31 de diciembre de 2015 con un 9.12% lo que es un índice alto pero en la actualidad hasta el 30 de noviembre se mantiene con un 7.79% con 1.33% de variación que es positivo para el país y se identifica como una **oportunidad** para la implementación de una microempresa por motivos que la tasa esta en descenso esperando siga disminuyendo en los próximos meses y así poder tener menores porcentaje de interés ante el banco central

Porcentaje de interés ante el banco central

Tabla 3
Indicador Tasa De Interés Activa

Tasas de Interés ACTIVA			
Agosto – 2017			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	%
para el segmento:		para el segmento:	anual
Productivo Empresarial	9,62	Productivo Empresarial	10,21
Productivo PYMES	10,80	Productivo PYMES	11,83
Comercial Ordinario	8,02	Comercial Ordinario	11,83
Comercial Prioritario Empresarial	9,83	Comercial Prioritario Empresarial	10,21
Comercial Prioritario PYMES	11,18	Comercial Prioritario PYMES	11,83
Consumo Ordinario	16,69	Consumo Ordinario	17,30
Consumo Prioritario	16,58	Consumo Prioritario	17,30
Educativo	9,45	Educativo	9,50
Inmobiliario	10,59	Inmobiliario	11,33
Inversión Pública	8,09	Inversión Pública	9,33

Fuente: (Banco Central del Ecuador 2017)
Elaborado por: David Romero

Se puede observar en referencia al 2017 Ecuador posee una tasa activa muy alta en el sector consumo prioritario con un 16.69% y un porcentaje bajo se a localizado en el sector de comercio ordinario 8.02% esta información muestra los índices que posee el Ecuador en cuanto respecta a tasa de interés activa

Análisis

Se puede analizar que las tasas de interés en el Ecuador están en un porcentaje positivo por lo que es una **oportunidad** enfocarse en proyectos en el sector industrial pero se debe tener en cuenta la estabilidad económica y política que está atravesando el país además de cumplir con sus normas, obligaciones y leyes vigentes en las que se encuentra inmerso en el sector

2.01.01.04 Tasa De Interés Pasiva

La Tasa Pasiva Efectiva Referencial corresponde al promedio pondera por monto, de las tasas de interés efectivas pasivas remitidas por las entidades del sistema financiero nacional al Banco Central del Ecuador, para todos los rangos de plazos.

Tabla 4
Indicador Tasa De Interés Activa

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2017	4.91 %
Junio-30-2017	4.80 %
Enero-31-2017	5.08 %
Diciembre-31-2016	5.12 %
Mayo-31-2016	5.47 %
Enero-31-2016	5.62 %
Diciembre-31-2015	5.14 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador 2017)
Elaborado por: David Romero

Análisis

La tasa de interés pasiva en la actualidad está con un interés promedio ni tan alto ni tan bajo por lo que se analiza como una **oportunidad** y factible realizar algún tipo de financiamiento ya que el interés esta con 4.80% que se analiza no es tan alto ni tan bajo por lo que la tasa de interés pasiva esta de manera positiva aliada con ASTER S.A para que surja en el país

Tabla 5

Indicador Tasa De Interés Activa

Tasas de Interés			
Agosto – 2017			
2.TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4,96	Depósitos de Ahorro	0,99
Depósitos monetarios	0,71	Depósitos de Tarjetahabientes	1,18
Operaciones de Reporto	0,08		
3.TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3,49	Plazo 121-180	4,93
Plazo 61-90	3,86	Plazo 181-360	5,73
Plazo 91-120	4,83	Plazo 361 y más	7,16
6. OTRAS TASAS REFERENCIALES			
Tasa Pasiva Referencial	4,96	Tasa Legal	7,58

Fuente: (Banco Central del Ecuador 2017)

Elaborado por: David Romero

Se puede observar en la tabla que las tasas de interés pasiva más alta se encuentra con un 4.96% de interés en el área de depósitos a plazo además de seguirle con un 4.83% en plazo

91-120 ubicando se con el más bajo porcentaje con un 0.08% en el área de operaciones de reporto

Análisis

Las tasas de interés pasivas se encuentran en un buen momento para los inversionistas o prestamistas ya que el porcentaje es bajo por distintos motivos que a sufrido el país en la actualidad analizándole como una **oportunidad**, pretendiendo así al financiamiento y apalancamiento con instituciones financieras que ofrezcan un menor porcentaje en su interés y un plazo justo de pago

2.01.01.05 Producto Interno Bruto

El PIB es un indicador macroeconómico que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de una región o de un país, durante un periodo determinado de tiempo. Generalmente es un año. El PIB mide solamente la producción final y no la denominada producción intermedia.

2.01.01.06 PIB

El país miembro de la OPEP sufrió fuertemente el año pasado por la caída de los precios del petróleo y un gran terremoto, que contribuyeron a una contracción de la economía de un 1,5%.

La economía de Ecuador creció un 3,3% en el segundo trimestre, en comparación con el mismo período del año anterior, dijo el Banco Central este viernes, en una señal de recuperación de la actividad en el país andino.

Este crecimiento se debe en parte, según indicó Verónica Artola, gerente general del Banco Central, al crecimiento del consumo de los hogares.

El país miembro de la OPEP sufrió fuertemente el año pasado por la caída de los precios del petróleo y un gran terremoto, que contribuyeron a una contracción de la economía de un 1,5%.

Las autoridades esperan un crecimiento del 0,7% en 2017 y una aceleración al 1,6% el próximo año.

De acuerdo a Artola, para este trimestre la Balanza de Bienes es positiva, con \$ 199,2 millones, y la Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos presentó un superávit de \$ 59,2 millones. (I)

Por su parte, las variables de la demanda presentaron las siguientes tasas de variación interanual (t/t-4): Gasto de consumo final de los hogares, 3.6%; Exportaciones de bienes y servicios, 2.7%; Gasto de consumo final del Gobierno, -0.1%; Formación bruta de capital fijo, -1.9%. En cuanto a las Importaciones, éstas se incrementaron en 6.1% (las mismas que aportan con signo negativo a la variación del PIB).

En cuanto a la variación interanual del PIB (2.6%), las actividades económicas que presentaron una mayor tasa de variación en relación al primer trimestre de 2016 fueron: Refinación de Petróleo, 28.4%; Suministro de electricidad y agua, 22.4%; Pesca (excepto camarón), 11.0%; Actividades de servicios financieros, 5.7%; Comercio, 5.7%; Servicio doméstico, 5.6% y Transporte, 5.3%.

El Valor Agregado Bruto de la actividad de Refinación de Petróleo mostró un crecimiento de 28.4%, debido a la repotenciación de la refinería Esmeraldas, lo que se reflejó en una reducción de las importaciones de derivados.

El VAB interanual de la actividad Electricidad y agua se incrementó en 22.4%, debido a la incorporación de la producción de la Central Hidroeléctrica Coca Codo Sinclair, así como una reducción de la generación termo eléctrica en -61.7% con relación al primer trimestre de 2016.

En el primer trimestre de 2017, el Valor Agregado Bruto de la Pesca registró un crecimiento de 11.1% respecto al primer trimestre de 2016 (t/t-4), debido al mejoramiento de las condiciones climáticas, lo que resultó en un aumento de la captura de peces para uso de la actividad industrial reservada a las exportaciones.

La intermediación financiera, presentó un crecimiento de 5.7% en comparación con el primer trimestre de 2016. Con respecto al número de operaciones que otorgó el sistema financiero al sector privado, en relación con el primer trimestre del año anterior (enero – marzo 2016) presentó un aumento de 8.3%.

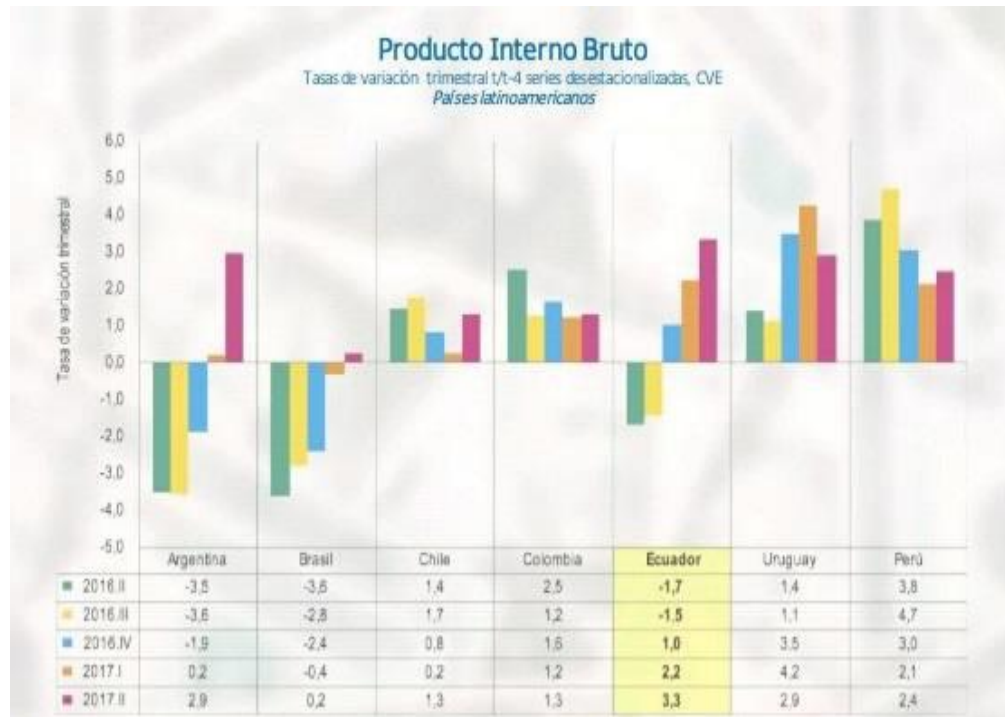


Figura 1 Indicadores Del PIB
Fuente: PIB paises latinoamericanos
Elaborado por: David Romero

Análisis

El PIB en Ecuador en los dos últimos trimestres del 2017 se analiza de manera positiva en comparación al periodo anterior por la baja del petróleo, un terremoto sucedido en abril que provoco varios daños y pérdidas materiales, económicas y humana.

En el año actual Ecuador aumento su PIB por motivos de aumento en la actividad en generar electricidad, por un buen clima que hiso incrementar de manera positiva la pesca, la baja de interés por parte de entidades financieras, además del refinamiento del crudo que sufrió un notable crecimiento

Ecuador actual mente está creciendo y ASTER S.A analiza como una buena **oportunidad** para verse inmerso en el mercado ya que pretende ayudar a la matriz productiva generando plaza de trabajo, transformando materia prima en productos ya elaborados, incentivar a adquirir productos nacionales de excelente calidad

2.01.02 Factores Sociales

Son cosas, de elementos reales, que existen en nuestro mundo y que por su naturaleza son importantes. Sociales, hace referencia a lo social, a todo aquello que ocurre en una sociedad, o sea en un conjunto de seres humanos relacionados entre sí por algunas cosas que tienen en común.

Los factores sociales, son aquellas cosas que afectan a los seres humanos en su conjunto, sea en el lugar y en el espacio en el que se encuentren.

Entre ellos se puede mencionar,

- La Pobreza
- La Violencia
- El Consumismo
- La Industrialización

Análisis

El Ecuador está en la actualidad en una época de innovación y emprendimiento con el apoyo del actual presidente el licenciado Lenin Moreno quien está buscando medios y métodos de cómo ayudar a los emprendedores asimilando como una **oportunidad** ya que se analiza inmerso en un espacio pluricultural y de crecimiento continuo con respecto a tendencia y modas, se deduce que el Ecuador es un país fértil para la implementación de nuevas modas en la actualidad por lo que se analiza un factor positivo

2.01.02.01 Información Del País

En esos datos puede encontrar información sobre: Población y Demografía, estadísticas sociales, economía laboral, pobreza, pobreza multidimensional, estadísticas económicas, Índice de Precios al Consumidor (IPC), el IPC Espacial Galápagos, estadísticas agropecuarias, ambientales y cartográficas, entre otras que pueden ser utilizadas por estudiantes, profesionales y los tomadores de decisiones a escala nacional.

2.01.02.02 Desempleo.

Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no tuvieron empleo y presentan simultáneamente ciertas características:

- 1) No tuvieron empleo la semana pasada y están disponibles para trabajar y
- 2) Buscaron trabajo (o no) o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores.

Tabla 6
Indicador De Desempleo

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2017	5.36 %
Diciembre-31-2016	6.52 %
Marzo-31-2016	7.35 %
Diciembre-30-2015	5.65 %
Diciembre-31-2014	4.54 %
Septiembre-30-2014	4.65 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Diciembre-31-2011	5.07 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador 2017)
Elaborado por: David Romero

Se puede analizar en la tabla que desde 31 de diciembre de 2011 el porcentaje más alto en desempleo se ubican el 31 de marzo de 2016 con un 7.35 % siendo el más bajo con un 4.55 % en septiembre 30 de 2014 hasta el 30 septiembre de 2017 se encuentra con un 5.35 % la tasa de desempleo en Ecuador

Análisis

La tasa de desempleo se ve en descenso en referencia al año pasado por lo que muestra que el país está de manera positiva generando plazas de empleo analizándolo como una **oportunidad** ya que si la tasa de desempleo sigue en picada existe economía en los hogares haciendo posible la adquisición de una prenda de marca ASTER.

2.01.02.03 Índice De Pobreza.

El estudio registra que la pobreza por ingresos a nivel nacional en junio de 2017 se ubicó en 23,1% en comparación al 23,7% de junio de 2016, la reducción de 0,6 puntos porcentuales no es estadísticamente significativa. Para el mismo periodo, la pobreza a nivel rural varió de 40,9% en 2016 a 41,0% en 2017, una variación no significativa de 0,1 puntos porcentuales. La pobreza urbana en junio de 2017 fue de 14,6%, mientras que en junio de 2016 se ubicó en 15,6%, una variación no significativa de 1,0 punto porcentual. Quito es la ciudad auto-representada con menor tasa de pobreza (7,8%), mientras que Machala la de mayor incidencia (14,4%).

En junio de 2017 la pobreza extrema a nivel nacional se ubicó en 8,4% frente al 8,6% del mismo mes del año anterior, la reducción de 0,2 puntos porcentuales no es estadísticamente significativa. En el área rural la pobreza extrema varió de 18,6% a 17,8%, reducción de 0,8 puntos porcentuales, no significativa estadísticamente. En el área urbana la pobreza extrema se mantuvo constante en 3,9% entre junio de 2016 y junio de 2017. El Coeficiente de Gini, se ubicó en junio de 2017 en 0,462 a nivel nacional, 0,442 en el área urbana, y 0,434 en el área rural. Las reducciones respecto al año anterior no fueron estadísticamente significativas.

Para la medición de la pobreza el INEC utiliza recomendaciones internacionales para lo cual se compara el ingreso per cápita del hogar con la línea de pobreza y pobreza extrema, las cuales en junio de 2017 se ubicaron en US\$ 85,58 y US\$ 48,23 mensuales por persona respectivamente. Los individuos cuyo ingreso per cápita es menor a la línea de pobreza son considerados pobres, y si es menor a la línea de pobreza extrema son considerados pobres extremos.

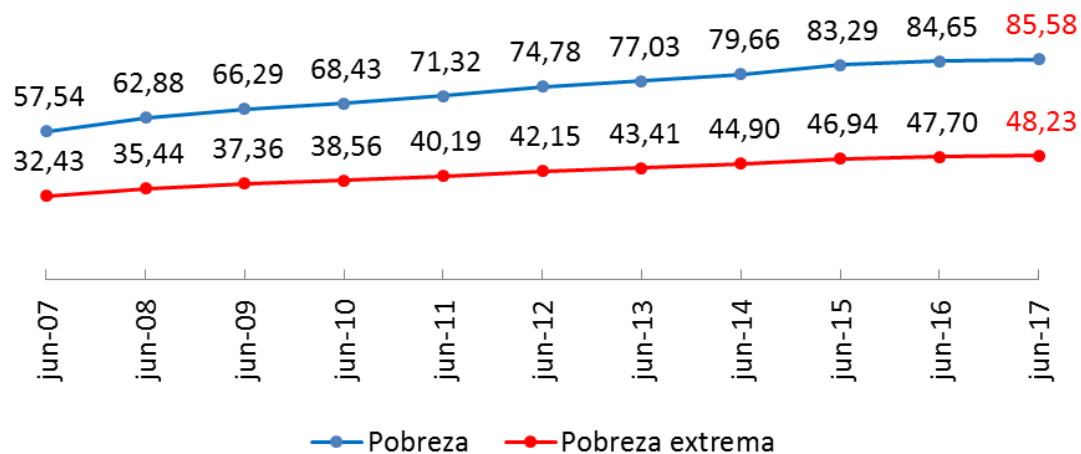


Figura 2 Evolución Nominal De Líneas De Pobreza Y Pobreza Extrema

Fuente: Imágenes Informativas De Google

Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede analizar el índice de pobreza y pobreza extrema como una **amenaza** aunque va aumentando en porcentajes bajos se debe tener en cuenta que si los ciudadanos no cuentan con una economía solvente será difícil de satisfacer necesidades terciarias

Tabla 7

Indicador De La Pobreza En Principales Ciudades Del País

Ciudad	jun-16	jun-17	Dif	p-valor
Quito	7,9%	7,8%	-0,1	0,949
Guayaquil	8,5%	10,5%	2,0	0,206
Cuenca	7,6%	7,8%	0,2	0,934
Machala	10,1%	14,4%	4,3	0,059
Ambato	9,8%	10,2%	0,4	0,886

Fuente: Propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

En la actualidad el país posee algunas ciudades que varía su índice de pobreza siendo Quito la ciudad con el menor porcentaje de pobreza por lo que se analiza de manera positivo y como una **oportunidad** ya que es en la ciudad donde se pretende ubicar ASTER S.A

2.01.02.04 Canasta Básica

Dentro del análisis social también se consideran aspectos como la canasta básica, la misma que se diferencia entre canasta básica y canasta vital, ambas están formuladas para satisfacer las necesidades de alimento y bebidas, vivienda, indumentaria y misceláneos de la población.

La canasta básica es un conjunto de 75 productos que sirven para monitorear la subida de sus precios y a relacionarlos con las remuneraciones de la población y su capacidad de consumo.

La canasta vital está conformada por 73 artículos en menor cantidad y calidad que la canasta básica y se llama vital porque señala el límite de supervivencia de una familia.

Según datos del INEC el costo de la canasta básica actualmente es de \$ 535,48 mientras que la canasta vital es de \$ 383,44.

Hay que tomar en cuenta que el sueldo básico para el 2015 estaba registrado en \$354,00 dólares, lo que significa que no se alcanzaría a comprar todos los productos de la canasta vital.

Las canastas se elaboran en relación a una familia de cuatro miembros. Se muestra a continuación la lista de productos comestibles y bebidas no alcohólicas que corresponden a la canasta familiar básica.

Tabla 8
Canasta Familiar Vital Hasta Octubre 2017

No. Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	Encarecimiento Mensual	Costo Actual en Dólares	Distribución del ingreso actual**	Recuperación en el consumo	
					En Dólares	% del Costo
1	Total	-0,17	497,83	700,00	-202,17	-40,61
2	Alimentos Y Bebidas	-0,81	213,00	258,19	-45,19	-9,08
3	Cereales Y Derivados	-2,77	41,69	42,66	-0,97	-0,19
4	Carne Y Preparaciones	0,20	35,49	37,69	-2,20	-0,44
5	Pescados Y Mariscos	0,67	8,58	12,54	-3,96	-0,80
6	Grasas Y Aceites Comestibles	0,38	8,95	10,27	-1,32	-0,26
7	Leche, Productos Lácteos Y Huevos	0,64	27,21	29,10	-1,89	-0,38
8	Verduras Frescas	-5,14	13,68	27,47	-13,79	-2,77
9	Tubérculos Y Derivados	0,55	12,60	13,19	-0,59	-0,12
10	Leguminosas Y Derivados	-0,38	5,65	14,54	-8,89	-1,79
11	Frutas Frescas	-0,71	14,03	22,15	-8,11	-1,63
12	Azúcar, Sal Y Condimentos	-0,02	7,15	7,39	-0,24	-0,05
13	Café, Té Y Bebidas Gaseosas	-0,43	6,41	8,63	-2,22	-0,45
14	Otros Productos Alimenticios	-0,63	1,57	2,20	-0,63	-0,13
15	Alim. Ybeb. Consumidas Fuera Del Hogar	-0,18	29,98	30,36	-0,38	-0,08
16	Vivienda	0,36	112,19	123,92	-11,74	-2,36
17	Alquiler	0,54	74,97	74,97	0,00	0,00
18	Alumbrado Y Combustible	0,00	19,39	19,39	0,00	0,00
19	Lavado Y Mantenimiento	0,30	15,94	18,30	-2,36	-0,47
20	Otros Artefactos Del Hogar	-2,18	1,89	11,26	-9,37	-1,88
21	Indumentaria	0,31	44,13	172,94	-128,81	-25,87
22	Telas, Hechuras Y Accesorios	-0,31	3,36	8,41	-5,05	-1,01
23	Ropa Confeccionada Hombre	0,49	20,71	59,29	-38,58	-7,75
24	Ropa Confeccionada Mujer	0,15	17,40	93,57	-76,17	-15,30
25	Servicio De Limpieza	0,76	2,66	11,67	-9,01	-1,81
26	Miscelaneos	0,26	128,53	144,95	-16,42	-3,30
27	Cuidado De La Salud	0,58	26,39	32,95	-6,56	-1,32
28	Cuidado Y Artículos Personales	0,30	15,56	21,45	-5,88	-1,18
29	Recreo, Material De Lectura	0,70	18,65	19,51	-0,86	-0,17
30	Tabaco	0,03	13,02	13,71	-0,69	-0,14
31	Educación	0,00	19,72	22,15	-2,43	-0,49
32	Transporte	0,00	35,18	35,18	0,00	0,00

Alquiler corresponde a una pieza

* La restricción en el consumo no afecta a los artículos: sal, alquiler, energía eléctrica, gas, agua, matrícula secundaria y bus urbano.

** El cálculo del Ingreso Familiar Mensual del hogar tipo no incluye los fondos de reserva mensualizados.

Fuente: (Banco Central del Ecuador 2017)

Elaborado por: David Romero

Análisis:

La canasta básica vital para una familia promedio ecuatoriana de tres miembros que perciben un salario mínimo en el año 2017 es de \$375.00 es en la actualidad es una **amenaza** adquirir artículos innecesarios en vista de que cada vez existe una demanda mayor de necesidades primordiales, esta remuneración no cubre en su totalidad por lo que personas han acudido a trabajos extras, fines de semana o a su vez conseguir un segundo empleo en su tiempo libre

2.01.03 Factor Político y Legal.

El Ecuador está sufriendo una serie de cambios en beneficio del pueblo Ecuatoriano estos alteraciones iniciaron con el mandato del economista Rafael Correa y del Vicepresidente Lenin Moreno, con nuevas políticas de regulación.

En la actualidad el presidente Lennin Moreno se centra en el Plan Nacional del Buen Vivir, basado en el cambio de la matriz productiva es decir que el Ecuador ya no sea exportador de materia prima, por lo contrario industrializarse y pueda proveer de productos terminados a los diferentes países del mundo, esta transformación beneficiará a muchas personas de diversas maneras principalmente generando fuentes de empleo y de esa manera promoverá el desarrollo socioeconómico del país.

Objetivo N.- 7 “Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global, este objetivo propone el derecho ciudadano a vivir en un ambiente sano, libre de contaminación y sustentable, a través de una planificación integral que conserve los hábitats, gestione de manera eficiente los recursos” (Senplades.com, 2013)

Objetivo N.- 10 “Impulsar la transformación de la matriz productiva, con la creación de nuevas industrias y el fortalecimiento de sectores productivos con la inclusión económica y apoyado con inversión pública.” (Senplades.com, 2013)

Los objetivos 7 y 10 del Plan Nacional del Buen Vivir están enfocados al desarrollo productivo del país, el Objetivo 7 trata que la sociedad sea consiente en relación con el medio ambiente optimizando los recursos de una manera adecuada y el objetivo 10 es un impulsador para la creación de nuevas empresas que unidos estos dos objetivos tratan de formar empresas competentes y con estándares ambientales

Análisis

El factor político social se analiza como una obligación que demanda la sociedad por permitir laborar y generar lucro en su espacio físico por lo que se deduce como una **oportunidad** para contribuir al crecimiento de la región tanto en calidad como en responsabilidad

Factor Legal

Los gobiernos ocupan un lugar preferencial en el análisis del entorno, motivado por varios aspectos, desde su poder de compra, pasando por su poder legislativo y su capacidad de apoyar a nuevos sectores mediante políticas de subvenciones, sin olvidar la incidencia de sus políticas en nuevas inversiones. Por ello es importante desde el punto de vista del análisis del entorno evaluar las tendencias y sus posibles consecuencias para la empresa a corto y medio plazo.

Para ello lo se desglosa en los siguientes apartados:

Legislación

Legislando nuevas leyes, como en el caso de la moda, obligando a los modistos a utilizar modelos con una talla mínima, y a los fabricantes garantizar la existencia de tallas grandes como objetivo para combatir la anorexia, o el caso de la LORTAD para proteger la intimidad de los datos de los ciudadanos.

En este punto, lo importante es que el analista pueda analizar si la tendencia legislativa puede afectar a la marcha de la empresa a corto o medio plazo.

Análisis

Con la legislación se pretende regular normas de equidad para todo el pueblo ecuatoriano y ASTER S.A analiza esto como una **oportunidad** para cubrir con la demanda de necesidad en vestimenta y así poder ampliar su mercado, además de prevenir futuras tendencias que genere oportunidad y/o alguna táctica de acoplamiento en el sistema

Estabilidad Política

La existencia de estabilidad política infunde seguridad a la sociedad en general y al sector empresarial en particular. Una buena estabilidad repercutirá en una mayor seguridad en las inversiones tanto interiores como exteriores.

Análisis

Ecuador esta actual mente estable con su presidente Lennin Moreno que fue electo por el pueblo en abril de 2017 quien está asumiendo su papel de manera positiva además de

apoyar a los micro emprendedores analizándolo como una **oportunidad** ya que existe apoyo del parte del estado hacia los inversionistas en la nación

Política Económica

Las políticas económicas de los gobiernos pueden suponer un incentivo o una retracción de las inversiones. En este punto se debe considerar cómo pueden afectar las políticas económicas a su empresa o negocio

Análisis

En la actualidad la economía está en caída de los hogares por lo que se analiza como una **amenaza** ya que esta la canasta básica familiar excede el salario básico unificado además de contar con deudas fuertes a largo plazo, aunque el desempleo este decreciendo y se están generando plazas de trabajo la economía no es estable en el país

Política Fiscal

Incide directamente en la capacidad de compra de la población y en la rentabilidad de la empresa.

Análisis

La solvencia de ASTER S.A se reflejara en 6 meses de su apertura esperando que la rentabilidad económica en los hogares suba para que así la razón de ser de ASTER S.A se alimente del producto ofrecido y viceversa

Política Exterior

En un mercado más global y mejor comunicado, las relaciones internacionales y la política exterior de un país tiene cada vez mayor importancia, ya que puede favorecer o dificultar las relaciones internacionales de la empresa.

Análisis

ASTER S.A pretende solventar sus relaciones con proveedores nacionales evitando salva guardias y poder así pagar los tributos correspondientes al país con el fin de generar rentabilidad a los distintos sectores de materias primas analizándolo como **amenaza** ya que existen varios tributos que toca pagar al estado ya sea por importaciones o exportaciones

Análisis General

ASTER S.A se integrara en un conjunto de leyes que lo amparan y lo demandan a ser respetuoso con el medio ambiente solvente en sus pagos además de asegurar la integridad de todos con los que tenga conexión directa e indirecta por lo que pretende ser lo más acertado al momento de realizar cada actividad

Requisitos Para Emprender Una Empresa Textil

La compañía anónima es la forma de sociedad más usada en el Ecuador y es la que se detallara sus requisitos tanto como empresa, como así también para el tributario (SRI),

relaciones laborales (IESS) manejo en la ciudad (municipales), y otros organismos como bomberos y Hospital Universitario.

Requisitos Para Una Compañía Anónima:

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,

13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

SRI. Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente .
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.
- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano

como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

IESS.- Para la emisión del un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado

Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:

Permisos De Funcionamiento De Locales Comerciales Uso De Suelo

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

Patentes Municipales

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Tasa De Habilitación De Locales Comerciales, Industriales Y Deservicios

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
2. Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

Análisis

Se analiza los requisitos que se necesita para el funcionamiento legal de una microempresa textil confeccionista y se deduce como una **amenaza** la serie de trámites, patentes y permisos necesarios para su funcionamiento ya que se observa una serie larga de pasos, procesos y solicitudes a seguir, además de su legal funcionamiento su principal amenaza es la manutención de estos permisos y reglas a las que hay que adaptarse

2.01.03 Factor Tecnológico.

El plan nacional de telecomunicaciones y tecnologías de información del Ecuador 2016-2021 pretende ser el instrumento de planificación y gestión del sector de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación que articuló las políticas de desarrollo sectoriales intersectorial en materia tecnológicas de la información y comunicación, para conseguir una mayor inclusión digital y competitividad del país. Su visión es la de ubicar al Ecuador en el año 2021 como un referente regional en conectividad, acceso y producción de los servicios TIC evidenciado en indicadores que muestren el desarrollo económico y social del país para la definición de esta misión y visión del plan nacional de telecomunicaciones y tecnologías de la información del Ecuador 2016-2021 se han utilizado como fuentes los planes nacionales actuales y la misión del MINTEL; así como la información de diagnóstico realizado

El reto ahora está en determinar cómo convertir al Ecuador en un líder tecnológico para América Latina, cómo posicionarlo en la región para enfrentar los retos más grandes del mundo que son: la automatización, la transformación del intercambio comercial físico al virtual, y cómo asegurar la independencia del petróleo y de las materias primas. Ecuador tiene que convertirse en un país tecnológico con soberanía y con inversión en los bienes y servicios de lo que será rentable en el futuro.

Análisis

Se analiza el factor tecnológico como una **oportunidad** en el mercado textil confeccionista ya que ASTER S.A llegara con una bordadora profesional que le permitirá realizar bordados de alto contraste en pocos minutos optimizando tiempo y procesos generando así aparte de rentabilidad prendas de alta calidad

2.01.04 Factor Ambiental

Entorno ambiental

Ecuador es el único país a nivel mundial que, a partir de la constitución aprobada en 2008, considero a la naturaleza como un sujeto de derecho para que se respete integralmente su existencia, manteniendo y regeneración de sus ciclos de vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos

Esto ha permitido al estado trabajar activamente en el fomento de la conservación y protección de la biodiversidad, priorizando cuatro ejes vinculados a la mitigación del cambio climático, la conservación del patrimonio natural nacional, la gestión integral de residuos sólidos y a la reforestación. A través del sistema nacional de áreas protegidas el estado ecuatoriano reconoce los derechos de la naturaleza y garantiza la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la forma en la cual las empresas se comprometen a contribuir al desarrollo humano sostenible, mejorando la calidad del capital económico, social, humano y ambiental, en lugar de erosionarlo y destruirlo, motivo este por lo cual la empresa no se considera como un ente abstracto sino como una institución social, coalición o asociación de agentes económicos aparte de los individuos que la componen, con derechos y obligaciones en cuanto tal.

La sostenibilidad tiene sus raíces en el movimiento ambiental, pero en la actualidad existe el consenso sobre la necesidad de equilibrar la triple cuenta o triple balance de resultados de los desempeños económico, social y ambiental aunados al desempeño ético enmarcado en la RSE.

La RSE ha ido evolucionando a través de varias etapas, donde las responsabilidades de los negocios se han movido de un enfoque concentrado en los beneficios y en los accionistas hacia una preocupación más holística por los grupos de interés, salud y bienestar de la sociedad y del medio ambiente.

Los factores clave que dan sentido y valor a la integración de los modelos y elementos de la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial son varios y tienen diferentes enfoques, tales como: el empresarial, el social, el legal y el político.

Desde el punto de vista empresarial prima la correlación positiva y bi-direccional entre rentabilidad financiera y responsabilidad social, la reducción de riesgos por conflictos con los grupos de interés, la generación de una buena reputación e imagen corporativa, el desarrollo de la innovación y la gestión de las externalidades de la actividad de la empresa sobre el medioambiente y la sociedad.

En el orden social y ético, la RSE persigue el bien común, se cuestiona sobre la realidad de la sociedad y sobre el tipo de sociedad que se desea lograr. Influenciado por ello, la empresa adopta un nuevo rol y hace un compromiso con la comunidad y es por tanto, una respuesta a los problemas de la globalización y al menor poder del Estado, garante de los bienes públicos.

En lo que respecta a los factores legales, el carácter global de la responsabilidad social de las empresas pone en evidencia la existencia de vacíos legales y la necesidad de cubrir dichos vacíos a través de políticas públicas de alcance nacional y de iniciativas internacionales que establezcan unos estándares mínimos sociales y ambientales, y restablecer la autoridad de los estados y de las instituciones intergubernamentales sobre las grandes corporaciones.

Los aspectos de la responsabilidad social deben ser considerados de interés público y no exclusivamente privado ya que las decisiones sobre el uso, consumo y deterioro del capital natural, social y humano, afectan a toda la sociedad presente y venidera. Por tanto, debe ser la sociedad, a través de sus representantes públicos, quien decida los límites al uso de dichos recursos y las cuestiones básicas de RSE que deben garantizarse desde los poderes políticos públicos. De manera, que los factores anteriores generan estos factores de ámbito político.

Queda evidenciado que todos los factores que integran y dan valor a la Responsabilidad Social Empresarial se debe ver a cada uno por separado como elementos aislados, sino más bien como un conglomerado interrelacionado de factores que generan un valor agregado para la propia empresa que la incorpora y asume en su modelo de gestión, para las empresas y grupos de interés que intervienen en la cadena de valor de las mismas, la sociedad en general y el planeta.

Análisis

ASTER S.A se ve involucrado en una época donde lo primordial es salvaguardar la vida del planeta tierra además del querido país y se pretende contribuir con el planeta a la no contaminación con señale ticas e indumentaria de recepción de residuos además de fijarse en el ahorro de energía por lo que se pretende utilizar focos ahorradores en todo momento además de utilizar energía eléctrica cuando sea el caso, se pretende planificar campañas de reciclaje (papel, cartón, botellas) o a la vez un programa de chatarrización se analiza como una **oportunidad** para ser recíprocos y poder ayudar contra la contaminación

2.02 Entorno local

2.02.01 Clientes.

Cliente Interno

Los clientes internos son aquellos que se encuentran en estrecha relación con la empresa, son consumidores también de productos y servicios y se les debe tomar en cuenta en la toma de decisiones.

Los proveedores que proveen de materias primas, artículos diversos para realizar las labores, energías, uniformes, papelería, cómputo, y otros servicios necesarios para la empresa, también son nuestros clientes, pueden llegar a serlo o pueden recomendarnos con sus conocidos, por lo que es de vital importancia que las relaciones de la empresa con los proveedores siempre sea sana y cordial.

Los empleados también son consumidores de productos y servicios; y sus familiares y amigos también los son, no los descuides, consiéntelos como a tus clientes sin llegar a malcriarlos

Cliente Externo

Los clientes externos son la sociedad en general, cada individuo y grupo que se encuentra o no en situación de ser consumidor. No olvides que los niños y adolescentes generan consumo aunque no cuenten con ingresos aún.

Los medios de comunicación de la localidad que tal vez no se ha contratado y no se encuentra en nuestros planes, deben considerarse también como clientes, posibles clientes o gente que nos puede recomendar.

Los organismos gubernamentales que consumen de acuerdo a políticas y presupuestos establecidos, que emplean gran cantidad de personas que son consumidores y que su recomendación puede generar ganancias a futuro

Tabla 9
Cientes

CLIENTE	LOCALIDAD CLIENTE	TELEFONO CLIENTE
Gran pasaje local 102	Plaza grande (centro de la ciudad)	0998997989
Centro Comercial Comité del Pueblo 104	Comité del pueblo(norte de la ciudad)	0960656293
Centro Comercial Michelena Local 303	Michelena (sur de la ciudad)	0988877897

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

La cartera de clientes que pretende obtener ASTER S.A se analiza como **fortaleza** ya que está en puntos clave norte, sur y centro de la ciudad pretendiendo así se reconozca a nivel cantonal la marca de ropa el lugar de acceso al producto es por motivo que existe mayor demanda de movilidad para todo tipo de clase social en centro comerciales populares

2.02.02 Proveedores.

Un proveedor es un ente que se encarga del abastecimiento de un bien o servicio hacia otro ente al que le haga falta sobretodo en el ámbito empresarial, y es para referirse a la persona o empresa que se encarga de hacer llegar, suministrar o proveer a las demás empresas de los artículos y materiales que necesiten para poder desempeñar su actividad, los elementos que se consideran normalmente cuando se trata de cosas que pueden ser surtidas por un proveedor a una compañía son la materia prima, maquinaria y prestación de servicio para mantenimiento técnico

Proveedor De Bienes

Encargado de suministrar a las empresas objetos y artículos tangibles por lo que ASTER S.A ha tomado en cuenta precios, accesibilidad, transporte y tiempo de traslado por lo que en un arduo análisis y con una abierta negociación se pretende tener los siguientes proveedores

Tabla 10
Proveedores De Bienes

PROVEEDORES	DIRECCION PROVEEDOR	TELEFONO PROVEEDOR	INSUMO/ BIEN
Neymatex	García moreno entre sucre y bolívar	3801430	Telas e hilos
Almacenes Sonia Dávila	Mideros e Imbabura	2954565	Telas e hilos
MERYLAN	Venezuela y sucre	2952502/2582868	Telas e hilos

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

En la adquisición de materia prima se analiza como una **fortaleza** ya que se cuenta con una sólida y nutrida cartera de proveedores poseedores de las más finas y retocadas telas además de contar con proveedores extensionistas distribuidores en artículos de primera en alta costura pretendiendo así llegar con los mejores materiales para la elaboración de una prenda de vestir de alta calidad y de suma comodidad se ha determinado proveedores de un mismo sector ya que es donde mayor demanda en la ciudad existe con precios cómodos y apalancamiento en referencia entrega y pagos

Proveedor De Servicios

Es aquel que no aporta material sino más bien una actividad para que de este modo sus clientes puedan desempeñar sus funciones, normalmente los servicios van conectados de bienes tangibles por lo que ASTER S.A pretende obtener servicios básicos además de poseer servicios de mantención a las maquinas

Tabla 11
Proveedores De Servicios

PROVEEDOR	SERVICIO	DIRECCION PROVEEDOR	TELEFONO PROVEEDOR
EMAP	Agua potable	Cualquier sucursal Mariana de Jesús (cede principal)	1800EMAP
Empresa eléctrica quito	Energía eléctrica	Cualquier Sucursal Sector el Inca (cede principal)	2226620
CNT	Red telefónica	Av el maestro	24858684
NETFLIX	Internet	Av el maestro	24858684
Olympus	Mantención maquinaria	Sector América	0998585957

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Proveedores de servicio se los analiza como una **fortaleza** ya que son los responsables de brindar un bien intangible pero accesible y vital para el correcto funcionamiento de ASTER S.A por lo que pretende generar buenas relaciones con cualquier ente que se vea inmerso en su actividad

2.02.03 Competencia.

El término competencia en un ámbito económico hace referencia a las situaciones propias de un mercado donde se puede encontrar una gran cantidad de demandantes y ofertantes de un bien o servicio específico. Esto hace que una empresa “pelee” o “luche” por posicionarse entre los competidores en un mercado específico ofreciendo facilidades u oportunidades que los demás no hacen.

Tabla 12
Competidores Directos

COMPETIDOR	DIRECCION COMPETIDOR	TELEFONO PROVEEDOR
Adidas	Cedes en quito: CCI - Quisentro sur/shopinh Condado, etc.	2458787(adidas)
Reebok	Sector Naciones Unidas	2478746
NIKE	Cedes en quito: CCI- Quisentro sur/shopinh-Condado, etc.	2485877(nike)

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

En el mercado local se tiene bien en claro que marcas son preferidas y poseídas con años de trayectoria en el mercado por lo que ASTER S.A. valora como **amenaza**, se percibe, pretende renovar y apoyar al sector textil confeccionista con innovación y combinación en sus diseños anhelando estar a la par con sus competidores en calidad e innovación.

2.03 Ambiente Interno

2.03.01 Gestión Administrativa.

La idea actual es la de siempre tener prendida la antorcha del desarrollo, para que la administración privada encamine a la par del avance científico y tecnológico que hoy por hoy ofrece el mundo actual globalizado con el fin de obtener un manejo profesional de la microempresa.



Figura 3 *Logotipo*
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero



Figura 4 *Logotipo Y Slogan*
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Colores Del Logotipo

ASTER S.A considera dos colores para su logotipo y slogan por motivos de presencia, elegancia y sus componentes

Color blanco: el color blanco transmite paz, tranquilidad, serenidad y comodidad, es uno de los colores más elegido para cualquier evento social y de fácil acceso a ser combinado

Color negro: el color negro transmite seriedad, poder, autoridad y responsabilidad. Es el color más usado alrededor el mundo por poseer varios componentes de elegancia, la capacidad de combinar con todo, además de aparentar adelgazamiento

ASTER S.A no tomo en cuenta el significado de los colores más bien sus características únicas de estos dos colores que son polos opuestos pero en su combinación se pueden derivar varias tonalidades dándoles múltiples facetas de acceso a su diseño

Slogan

“ Tu elegancia nuestra comodidad ”

Organigrama.

Organizar un organigrama es útil ya que permitirá diseñar una estructura organizada y organizar los cargos de manera jerárquica, las diferentes áreas que la complementan, las distintas líneas de autoridad y de comunicación

En el caso la microempresa ASTER S.A se requerirán cinco áreas primordiales: El gerente, la secretaria, administración, bodega y producción

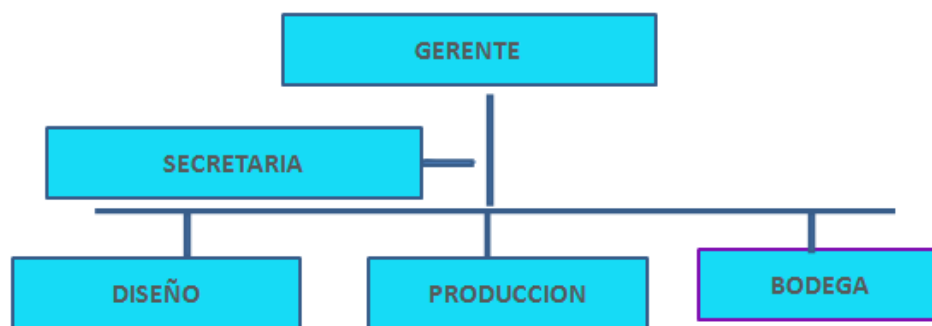


Figura 5 *Organigrama Estructural*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

El grafico muestra cómo va a estar estructurada la empresa empieza con el gerente general que va a desempeñar las funciones de administrador de la microempresa. la secretaria como una de sus funciones primordiales es la compra de materia prima e utensilios anticipadamente además de llevar la contabilidad y pago de impuestos, el área de administración se dedica específicamente a diseñar las prendas de vestir es decir diseño, color de telas, bordados, accesorios que se implementaran en la prenda de vestir, además de realizar con anticipación pedidos de materias primas e utensilios en el área de administración se maneja toda actividad legal eficiente referente a la producción , el área de producción se dedicara a confeccionar camisetas y chompas de acuerdo a planos ya elaborados con medidas exactas, en el área de producción se pretende tener 5 sub áreas la primera se llamara cortado esta área será exclusiva para el cortado de tela con medidas exactas para ser cocida además de llevar a cabo el inventario de toda la materia prima existente a diario seguida confección donde se unirá y se pulirá fallas continuando el área será bordados en esta área se realizaran los bordados y todos los tratos que tenga que ver con el diseño de la prenda externos, continuamente costura y corte en esta se le cose a la prenda de vestir lo interno y externo y por ultima área será etiqueta en esta se adherirá tikets, etiquetas, planchado y guardado por último se tiene el área de bodega en esta se encuentra todo lo que es producto terminado y materias primas en este se lleva un conteo de todo lo que ingresa y todo lo que se produce en el área de producción se contara con cuatro personas

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

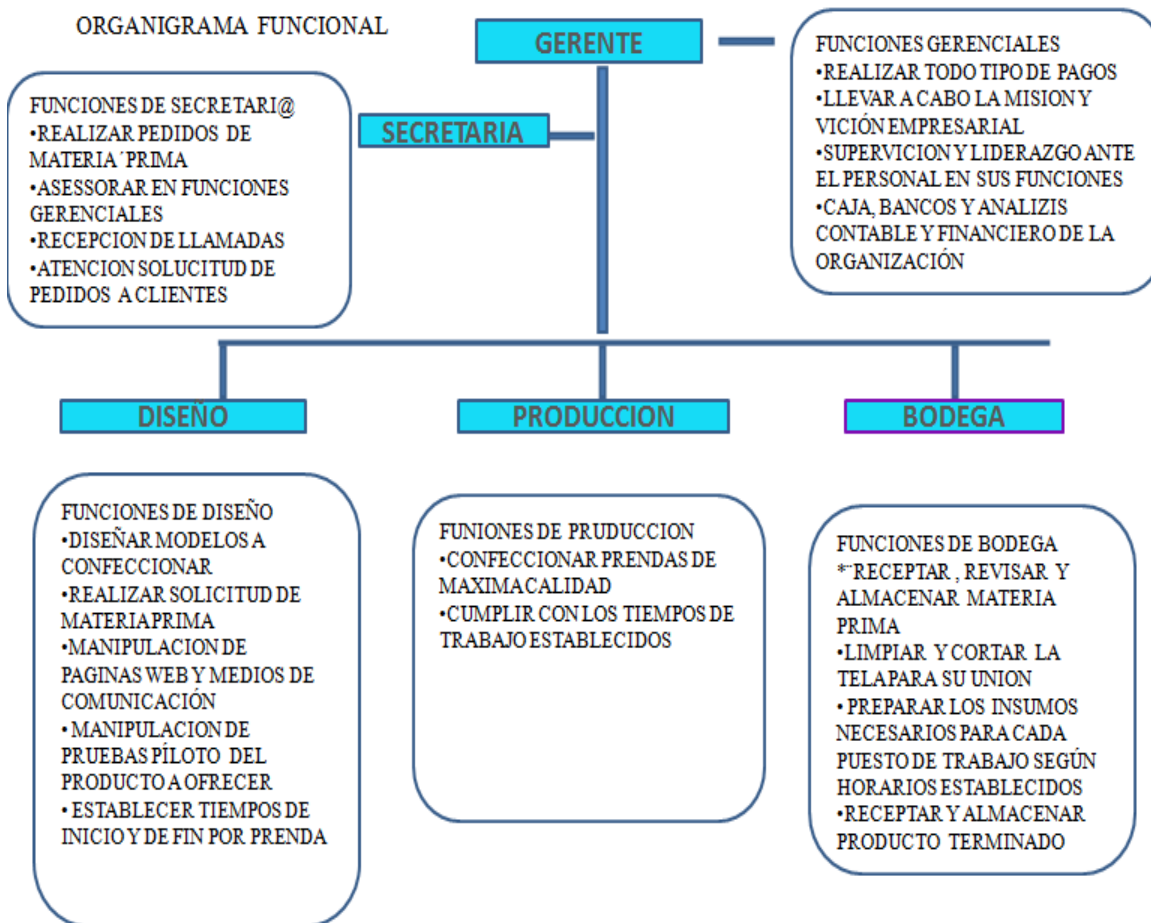


Figura 6 Organigrama Funcional

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

2.03.02 Propuesta Estratégica

ASTER pretende usar una propuesta estratégica con el fin de evitar tiempos muertos y la máxima productividad en cada área controlando la salud de nuestros colaboradores teniendo en cuenta sus aptitudes y actitudes al momento de trabajar bajo presión por motivos que ya se hace una micro empresa nueva en el mercado y se tiene que rendir al máximo las capacidades y talento

2.03.02.01 Misión

Ser una micro empresa solvente que lidere la tendencia de moda confeccionista local con prendas de máxima calidad, elegantes y cómodas con los mejores utensilios para su elaboración basados en las futuras tendencias de moda además de buscar la satisfacción de nuestro cliente interno y externo mediante una actitud comprometida con la responsabilidad social y calidad

2.03.02.02 Visión

ASTER asimila lograr contratos con el exterior y lograr ser una micro empresa productora de prendas de vestir de alto linaje además de ser reconocido a nivel mundial con prendas diseñadas y confeccionadas en Ecuador

Ser una primordial elección al adquirir prendas de vestir confeccionadas en el país bajo estándares de calidad e innovación textil confeccionista visionaria, reaccionando con inteligencia y proactividad ante términos competitivos en el sector, respetando las múltiples etnias, culturas existentes en el país

2.03.02.03 Objetivos

2.03.02.04 Objetivo General

Diseñar y confeccionar chompas y camisetas con bordados de alta gama en el menor tiempo posible para jóvenes con telas finas y accesorios para hacer reconocer a ASTER S.A como una excelente microempresa textil diseñadora confeccionista

2.03.02.05 Objetivos Específicos

1-Realizar una investigación de mercado, mediante una segmentación de mercado, para que se determine los potenciales clientes

2-Diseñar y confeccionar prendas con acabados de primera insertando decorativos según la demanda y gustos de la juventud en la actualidad para satisfacer sus gustos con plenitud buscando realizar en un mínimo tiempo posible

3-Adquirir una cartera de clientes solida mediante un producto de amplia calidad

2.04 Principios y Valores.

Principios

Trabajo en equipo, se refiere a trabajar todos con un solo objetivo tanto personal operativo y administrativo para un bien común, en este caso para confeccionar y diseñar prendas de muy buena calidad, tiene que haber comunicación asertiva con todas las áreas de la organización

Proactividad: hace referencia en ser colaboradores y activos en nuestro puesto o área de trabajo para así evitar tiempos muertos y lograr así ser productores y contribuidores para la microempresa

Responsabilidad social empresarial: se utiliza este principio por motivos de cómo se encuentra el planeta en la actualidad con tachos de color y fundas de color para identificar que contenido no deseado se desecha y donde se ubica y así poder administrar de una manera correcta la basura

Innovación. Comprometidos con lo novedoso, llamativo y elegante siempre se tendrá en cuenta ya que es el plus que mantendrá sólido a ASTER S.A en el mercado y para ello es la conciencia de crecimiento intelectual propio

Valores

Integridad sinónimo de honestidad y rectitud en toda actividad o función a realizarse ya que se necesita personal serio y pulcro al desplegarse en su área o puesto de trabajo mirando y compaginando a su equipo de trabajo donde cada uno es su propio líder

Respeto tratar la situación con toda sutileza acatando con todo buen ánimo las actividades a cumplir con todo su equipo de trabajo, primordialmente el respeto así mismo, de qué imagen quiere mostrar y como quiere ser tratado en toda situación.

Puntualidad exacta en llegar a la hora y al hacer las cosas, detallado, preciso se puede decir que es una actitud de coordinación cronológicamente al realizar una actividad en un tiempo determinado o en un plazo anteriormente comprometido

Aprendizaje es un proceso mediante el cual se conoce de ciertos temas muy relevantes para nuestro ámbito laboral promoviendo con innovación y creatividad alimentando el área de trabajo y la trayectoria de nuestro cliente interno

Disciplina.- Es la coordinación de las actitudes con las cuales se instruye para desarrollar sus actividades de una manera ordenada y ágil generando una mayor rapidez en sus funciones.

2.04.01 Objetivos Corporativos

- 1) Elaborar un estudio critico situacional a través del análisis interno y externo para determinar el impacto que generara la micro empresa
- 2) Producir un bien de estricta calidad con el fin de llenar la necesidad y las expectativas del consumidor
- 3) Inducir al pueblo ecuatoriano a la adquisición de prendas de vestir diseñadas y confeccionadas en ecuador como prendas de primera alternativa

2.05 Gestión Operativa

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

Los objetivos operativos se derivan directamente de los objetivos tácticos, por lo que se encuentran involucradas cada una de las actividades de la cadena de valor interno. Por lo tanto, dentro de la gestión operativa quedan englobadas también las diversas gestiones de producción, distribución, aprovisionamiento, recursos humanos y financieros

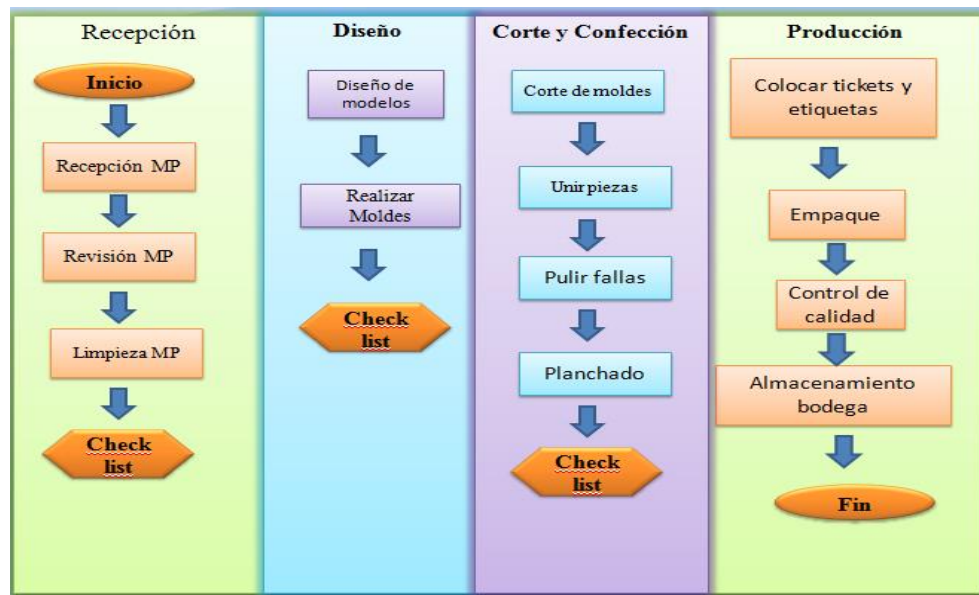
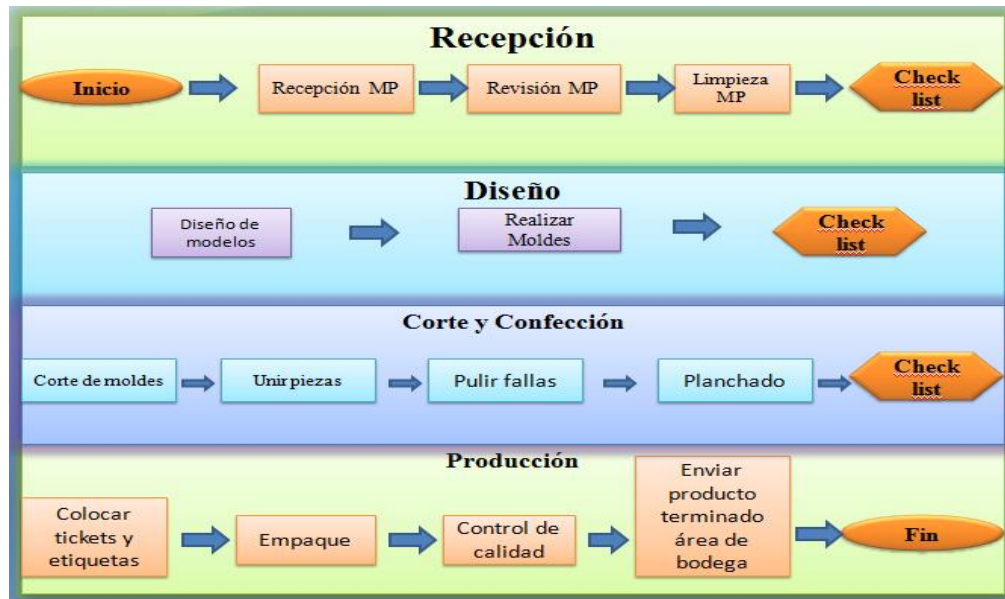


Figura 7 Macroproceso

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Recepción está diseñada específicamente a realizar la intervención directa de materia prima además de su revisión y limpieza por último ingresar datos al sistema

Diseño en esta parte del macro proceso se diseña la prenda y se identifica los materias a usarse además de generar medidas y tiempos de producción

Corte y Confección en esta parte es la parte de elaboración en esta parte de se inicia en el corte de moldes seguida de la unión de piezas continuando con pulir fallas para así seguir al planchado y por último stock de mercadería terminada y fallas

Producción en producción se le da los últimos toques como es colocar tickets, etiquetas continuamente se seguirá sujeta al control de calidad y almacenamiento en bodega



Figura 8 Mapa De Procesos

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Procesos gubernamentales son aquellos que aglomeran las funciones propias de cada área y en ellas se ha identificado las siguientes: planificación de que se quiere y que se va hacer seguida de la organización quien muestra el proceso de que se necesita, como se lo necesita, para que se lo necesita y donde se lo necesita previamente se necesita la dirección quien muestra la ejecución, el sentido y destino de nuestro trabajo con la guía de un líder y por último análisis de resultados se ha optado por este ya que se planea estudiar

minuciosamente cada proceso de los primeros meses de vida de la empresa hasta poder posesionar a ASTER S.A y nutrida en el mercado

Procesos gubernamentales son de manera global cada función que tiene cada área por lo que ASTER S.A pretende estudiar minuciosamente cada puesto de trabajo con cada función y sus respectivas actividades para así evitar sobre carga laboral, tiempos muertos, cuellos de botella, para lograr una optimización de recursos con la mayor efectividad.

Procesos principales o productivo en este tipo de procesos se encuentran aquellas funciones vitales de ASTER S.A como primordial proceso productivo se ha optado por la adquisición de materia prima que en nuestro caso es la tela, los hilos y las agujas seguida de la confección en este la tela sufre cortes e incorpora nuevos procesos de cosido, bordado, etiquetado, etc. Seguido el proceso de ventas quien es el encargado de mantener a ASTER S.A latente en el mercado con la adquisición de nuevos clientes y asegurando convenios gratos que aseguren rentabilidad, credibilidad e imagen de partida ganar y ganar. Finalmente se procede al análisis por parte de logística comparando la inversión con los resultados obtenidos

Análisis

Son las principales funciones donde se lleva a cabo la ejecución del producto con áreas y actividades determinadas por lo que ASTER S.A usara la pro actividad constante en su estudio de estos ya que de ellos depende ofrecer un producto de calidad finalizado

Procesos de apoyo se a estimado gratamente cuatro procesos de apoyo el primero de auditoria el cual ayudara en análisis interno de ASTER S.A el segundo se a tomado en cuenta al departamento de talento humano ya que es el encargado de realizar funciones severas en una entidad el tercer proceso de apoyo es el de contabilidad el cual se encarga de realizar funciones económicas y financieras referentes a ASTER S.A y por último proceso pero no menos importante marketing el encargado de brindar una integra y elegante

presentación de ASTER S.A y sus diseños pretendidos confeccionar con la mejor de su distinción además de su creatividad innovadora

Análisis

Son funciones claves para el surgimiento y el rendimiento de ASTER S.A por lo que se idealiza con el pasar del tiempo ubicar estos departamentos de manera permanente ya que con la existencia de estos se puede mejorar y satisfacer de una manera más eficaz las necesidades y anhelos del cliente

2.06 Gestión Comercial

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad

ASTER S.A a optado por elegir como modelo principal a un animal denominado perro de raza bulldog francés principalmente se eligió por ser amante de esta raza de perros y por su peculiar característica de ser amigable y elegante



Figura 9 *Márquetin MIX*
Fuente: Google imágenes marketing MIX
Elaborado por: David Romero

Producto

El producto es la variable por excelencia del marketing mix ya que engloba tanto a los bienes como a los servicios que comercializa una empresa. Es el medio por el cual se satisfacen las necesidades de los consumidores. Por tanto el producto debe centrarse en resolver dichas necesidades y no en sus características tal y como se hacía años atrás. Dentro del producto se encuentra aspectos tan importantes a trabajar como la imagen, la marca, el packaging o los servicios posventa. El director de marketing también debe tomar decisiones acerca de la cartera de productos, de su estrategia de diferenciación de productos, del ciclo de vida o incluso de lanzamiento de nuevos productos.

Para la confección de chompas y camisetas se tomara como base los siguientes modelos y diseños de perro bulldog francés como imagen presencial de la prenda.



Figura 10 *Presentación De Imagen ASTER*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

La microempresa ASTER S.A al momento de promocionar el producto, hablará de las características y beneficios del mismo como son

- Prendas de vestir de alta calidad (producto terminado)
- Producto cómodo
- Prendas elegantes
- Acabados de primera
- Prendas de vestir con garantía
- Prendas de vestir de larga durabilidad

Precio

El precio es la variable del marketing mix por la cual entran los ingresos de una empresa. Antes de fijar los precios de los productos se debe estudiar ciertos aspectos como el consumidor, mercado, costes, competencia, etc. En última instancia es el consumidor quien dictaminará si se ha fijado correctamente el precio, puesto que comparará el valor recibido del producto adquirido, frente al precio que ha desembolsado por él.

Establecer correctamente la estrategia de precios no es tarea fácil y tal y como se ha comentado anteriormente, todas las variables, incluido el precio tienen que trabajar conjuntamente y con total coherencia. La variable del precio ayuda a posicionar nuestro producto, es por ello que si comercializamos un producto de calidad, fijar un precio alto ayudará a reforzar su imagen.

El precio de venta al público será determinado una vez elaborado el costo de producción del mismo. Para poner el precio se pretende:

- El precio sea accesible.
- Que el precio sea competitivo.
- Precio acorde a la prenda, diseño y procesos

Los precios que pretende estipular ASTER S.A son variados ya que se debe analizar cada proceso desde la llamada de adquisición de materia prima hasta servicios extracurriculares

Los precios se determinaran además por el tipo de tela, tamaño de prenda, accesorios entre otros

El precio que se pretende ubicar en camisetas se encuentra desde 15\$ hasta 30\$ por motivos de materia prima de primera, mano de obra calificada y costos indirectos de fabricación vitales. Para las chompas tendrán un valor entre 25\$ hasta 50\$ cave recalcar que los precios pueden subir ya que se pretende entregar un producto terminado profesional para lo que se a tomado un margen de rentabilidad del 80% al 90% a partir de todos sus proceso e inversión a utilizar

Los precios también se verán afectados o beneficiados según épocas del año y tendencias existentes en el mercado

Distribución

En términos generales la distribución consiste en un conjunto de tareas o actividades necesarias para trasladar el producto acabado hasta los diferentes puntos de venta. La distribución juega un papel clave en la gestión comercial de cualquier compañía. Es necesario trabajar continuamente para lograr poner el producto en manos del consumidor en el tiempo y lugar adecuado. No hay una única forma de distribuir los productos, sino que dependerá de las características del mercado, del mismo producto, de los consumidores, y de los recursos disponibles. Dentro del marketing mix, la estrategia de distribución trabaja aspectos como el almacenamiento, gestión de inventarios, transporte, localización de puntos de venta, procesos de pedidos, etc.

Gracias a la correcta ubicación su efecto es que llegue en rápidas y óptimas condiciones sin ningún contratiempo ASTER S.A pretende realizar la venta de sus productos por anticipado y así poder realizar las entregas a tiempo

ASTER S.A realizara sus entregas a través de vía terrestre en vehículo propio de la entidad la distribución del producto se realizar una vez pactada la compra como mínimo un día de anterioridad a la entrega, en la distribución se cuenta con un vehículo en óptimas condiciones

Comunicación

Gracias a la comunicación las empresas pueden dar a conocer, como sus productos pueden satisfacer las necesidades de su público objetivo. Se puede encontrar diferentes herramientas de comunicación: venta personal, promoción de ventas, publicidad, marketing directo y las relaciones públicas. La forma en que se combinen estas herramientas dependerá del producto, mercado, público objetivo, competencia y de la estrategia que haya definido.

ASTER S.A en la actualidad propone usar el internet como su principal herramienta de comunicación ya sea en redes sociales como es facebook, twiter, instagran o a su vez sea en youtube o blocks propios de ASTER S.A para así poder hacer llegar el trabajo, los avances, la ideología, la propuesta y el mundo que ASTER S.A propone al mundo entero



Figura 11 Tarjeta De Presentación

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

ASTER S.A. ha optado por su respectivo nombre por motivos personales la palabra áster es elegancia y comodidad en una sola palabra este término no tiene significado griego ni ninguna otra descendencia es propia de un ecuatoriano que la representa con una elegante mascota denominada perro de raza bulldog francés, quien tiene una muy amigable, elegante y cómoda manera de sociabilizar con las personas, lo peculiar de esta raza de mascota es que es energético, carismático e indagador

El slogan TU ELEGANCIA NUESTRA COMODIDAD hace énfasis a la satisfacción mutua del cliente y ASTER S.A.

TU ELEGANCIA ya que en la actualidad niños, jóvenes, adultos y adultos mayores buscan su presencia en una apariencia que lo haga lucir elegante y con su respectiva comodidad interna en todo momento

NUESTRA COMODIDAD esto se da ya que si el cliente se siente satisfecho su consumo puede aumentar, se puede generar fidelización y sobre todo se puede complacer una necesidad con calidad que asegura una integra reputación

La tarjeta de presentación que representa a ASTER S.A se diseñó de la siguiente manera por la parte delantera se implanto el slogan y el logotipo y por la parte trasera se colocó toda la información oportuna para el contacto con ASTER S.A por medio telefónico, vía internet (correo electrónico) y de manera directa (dirección del establecimiento)

Publicidad

La publicidad que pretende brindar ASTER S.A se realizara vía internet ya que es el medio por el cual en la actualidad está más apegada le gente para lo cual se realizara las siguientes actividades

- Páginas web lugar intangible donde se puede adquirir información de ASTER S.A y su trabajo en la actualidad, prendas de vestir, promociones, descuentos, temporada, y todo da información oportuna para el cliente
- Cortometrajes dibujados animados que representen lo que ASTER S.A significa y ofrece a su público en general
- Fotografías de alta gama de cómo se trabaja y productos finales
- Entrevistas y promociones donde se interactué con el cliente de cómo se siente con su nueva prenda adquirida y que espera de ASTER S.A en el futuro
- Calendarios donde se promoció el slogan con logotipo
- Trípticos específicamente para la publicidad de prendas de vestir referente a la moda actual que este sobrellevando ASTER S.A

2.07 Análisis FODA.

La matriz de análisis DAFO o FODA es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz DAFO en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis dafo permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra ASTER S.A

Tabla 13
FODA

VARIABLES INTERNAS	VARIABLES EXTERNAS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Costo de fabricación del producto por debajo de la competencia	Oportunidad de confeccionar en grandes cantidades.
Espacio físico óptimo para la elaboración del producto.	Generar fuentes de trabajo y disminuir el índice de desocupación en el país.
Conocimiento de las áreas del proceso de producción	Aumento a la matriz productiva
Información tecnológica de fácil acceso y disponible.	Facilidad de conseguir apoyo por parte del estado tanto financiero como capacitación
Apalancamiento con proveedores	Fácil acceso a proyectos medioambientales

Producto de calidad

Mercado amplio para la innovación

Amparó con entes gubernamentales o leyes

Inversión continua sin altos aranceles

DEBILIDADES

Falta de comunicación en equipo por ser nuevos en el mercado

Tramites demasiado extensos al realizar un crédito.

Los proveedores no son muy Conocidos en el área de recepción de materia prima.

Falta de empoderamiento por parte de los colaboradores

AMENAZAS

Competencia sólida en el mercado

Aumento de intereses en las tasas actuales de las entidades financieras.

Difícil de acceder a un crédito por no tener garantías hipotecarias o prendarias.

Desastres naturales

Pérdidas materiales a causa de terceros.

Fidelización a marcas ya existentes en el país

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Tabla 14
Oportunidades Y Amenazas

Indicadores	Oportunidades			Amenazas		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Oportunidad de confeccionar y diseñar en grandes cantidades.	X					
Generar fuentes de trabajo y disminuir el índice de desocupación en el país		X				
Aumento a la matriz productiva	X					
Facilidad de conseguir apoyo por parte del estado tanto financiero como capacitación		X				
Fácil acceso a proyectos medioambientales.	X					
Mercado amplio para la innovación	X					
Amparo con entes gubernamentales o leyes		X				
Competencia sólida en el mercado				X		
Aumento de intereses en las tasas actuales de las entidades financieras.						X
Difícil de acceder a un crédito por no tener garantías hipotecarias o prendarias						X
Fidelización a marcas ya existentes en el país						X
Aumento de precios.				X		
Desastres naturales					X	
TOTAL	4	3	0	2	1	3
ALTA	6					
MEDIA	4					
BAJA	3					

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Tabla 15
Oportunidades Y Amenazas

Indicadores	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	ALTA	MEDIA	BAJO	ALTA	MEDIA	BAJA
Inflación						X
Tasa de interés			X			
PIB		X				
Balanza Comercial		X				
Riesgo país						X
Entorno Político	X					
Entorno Social	X					
Entorno Tecnológico	X					
Entorno legal		X				
Total	2	3	1	0	0	2
ALTA	2					
MEDIA		3				

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Tabla 16
Oportunidades Y Amenazas

Indicadores	Fortalezas			Debilidades		
	Alta	Medio	Bajo	Alta	Medio	Bajo
Costo de fabricación del producto por debajo de la competencia		X				
Espacio físico óptimo para la elaboración del producto.	X					
Conocimiento de las áreas del proceso de producción	X					
Información tecnológica de fácil acceso y disponible.	X					
Información tecnológica de fácil acceso y disponible.	X					
Apalancamiento con proveedores	X					
Producto novedoso	X					
Falta de comunicación en equipo por ser nuevos en el mercado					X	
Tramites demasiado extensos al realizar un crédito						X
Falta de empoderamiento por parte de los colaboradores						X
TOTAL	6	1	0	0	1	2
Alta	6					
Media	2					
Bajo	2					

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Tabla 17
Fortalezas Y Debilidades

FORTALEZAS				DEBILIDADES		
indicadores	ALTA	MEDIA	BAJO	ALTA	MEDIA	BAJA
Clientes			X			
Proveedores		X				
Competencia				X		
Filosofía Corporativa		X				
Gestión Administrativa		X				
Gestión Operativa			X			
Gestión Comercial		X				
Total						
Alta				1		
Media		3				
Baja			2			

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

2.08 Acciones Estratégicas

Es vital identificar y analizar los principales procedimientos estratégicos en los cuales se enmarcará los más primordiales objetivos y desafíos para el futuro de la micro empresa ASTER S.A. estos programas estratégicos se basan y se fundamentan en el análisis DAFO elaborado previamente

Las acciones estratégicas que se proponen son:

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

- Elaborar e implementar la Planificación estratégica para lograr una mejor, eficiente y eficacia en la microempresa.
- Crear manuales de las funciones e incentivos remunerados y no remunerados para los diferentes cargos dentro de la empresa.
- Diseñar e implantar una estructura orgánica funcional acorde a las necesidades de la microempresa.
- Crear políticas de control, evaluación y supervisión.(diario, semanal, mensual, trimestral, semestral y anual
- Implementar planes de capacitación para el personal.
- Adquirir tecnología de punta para la elaboración y control de los productos.
- Generar y difundir manuales de procedimientos de la empresa.
- Diseñar campañas de publicidad para fortalecer la imagen de la empresa.
- Incorporar proyectos con respecto al cuidado medio ambiental

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.01 Análisis Del Consumidor

El análisis del consumidor es una fuente donde se analiza la aceptación tanto de la clientela como de la competencia, ayuda y permite tomar decisiones cuidadosas, optar por referencias, aceptación, puntos de vista, gustos de consumir, anhelos, o diseñar estrategias entre otros indicadores que muestren información oportuna que permita estar a la par ante la competencia, la actualidad para así poder lograr la satisfacción del cliente que es mantener una imagen impecable con la mayor comodidad

Las chompas y camisetas que pretende diseñar y confección se basara en su mayoría en tres pilares vitales que es el poliéster, el algodón y la nilón, además de bordados de alta gama con estilos propios de ASTER S.A y más, se confeccionar prendas de diseño exclusivamente para personas que les guste, prendas salidas de lo común

Concepto De Consumidor

En términos económicos se considera consumidor a la persona que proceda a la adquisición de un producto o servicio con el fin de satisfacer una necesidad dando a cambio un valor monetario

ASTER S.A pretende satisfacer desde el punto de vista de consumidor dos necesidades primordiales en la actualidad, la una es la vestimenta y la otra la elegancia en su vestimenta que van de la mano para una sumisa presencia de glamur

3.01.01 Determinación De La Población Y Muestra

La determinación de la población y la muestra es un apoyo ya que brinda puntos específicos de vista del consumidor dando a ASTER S.A posibles maneras de mejorar o en caminar de una manera positiva su presencia en el mercado

Población

La población según el INEC Ecuador en este 2017 cuenta con 16.776.977 habitantes siendo que en la región sierra se localizan 7.504.942; así Pichincha se ubica como la provincia más poblada con un saldo de 3.059.971 personas, por un lado cuenta con una población urbana de 1.984.667 y por otro lado una población rural de 1.075.304 personas. La población foco en encuentra con edades que van desde los 15 a 44 años. De éstos corresponden 1.492.938 a habitantes de sexo masculino y de sexo femenino 1.567.033, en el Cantón Quito se encuentra 2.644.145, el cual el 54% representa al género femenino es decir 1.427.838 con un total de 1.216.307 individuos del género masculino de los cuales representan un 50% personas que oscilen entre los 14 y 40 años de edad que es 608.154 de los cuales se ubica un 73% en la clase social media 443.952 de los cuales se estima que por lómenos un 10% adquiere una prenda vía internet 443.595 deduciendo que un 10%

adquiere una prenda de vestir de una distinta marca de la habitual 44.360 más del 50%
adquiere por lómenos dos prendas de vestir al año 22.179 el de los cuales

Muestra

La muestra es el subconjunto de la población determinada para obtener resultados reales de la investigación

Define que muestra es una parte de la población a estudiar.

Para el presente proyecto se pretende enfocarse en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito. En el comité del pueblo número uno Por varios motivos benefactores personales

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

Dónde:

N= Tamaño de la población 44.360

E=Error máximo admisible (5%).

P= Probabilidad de éxito0.50%.

Q= probabilidad de fracaso0.50%.

Z= nivel de confianza1.96%.

$$n = \frac{(1.95)^2 * (0.50) * (0.50) * 44.360}{(0.05)^2 (44.360 - 1) + (1.95)^2 * (0.50) * (0.50)} =$$

N=377

El número de encuestas a realizarse en Quito son de 377 que se realizara a cualquier persona que viva en la ciudad o en la provincia

3.01.02 Técnicas De Obtención De Información

Determinación del instrumento de investigación

- Exploratoria: observación-focus group-test
- Descriptivo: encuestas- entrevistas
- Concluyente: unión de la investigación exploratoria y descriptiva

Para la presente investigación se pretende utilizar el instrumento denominado encuesta enfocada en preguntas abiertas y cerradas con el fin de poder interactuar y contraer información verídica y confiable para una mejor toma de decisiones

3.01.02.01 Formato Encuesta**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA****ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE TALENTO HUMANA-
PERSONAL****MICRO EMPRESA .ASTER S.A , UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017.**Datos de encuestado: sexo: M ☐ F ☐

SECTOR DONDE VIVE ESTADO ACTUAL

FECHA:

☐ soltero ☐ vive solo ☐ unión**1) Qué tipo de tela preferiría para su prenda de vestir**

- Piel durazno ☐
- Galleta ☐
- Nueva capo ☐
- polar ☐
- nesoltex ☐
- pique ☐
- Poliéster ☐

2) Está usted de acuerdo con la implementación de una micro empresa que se dedique a diseñar y confeccionar prendas de vestir en el sector norte de la ciudad de Quito.Sí ☐ No ☐**3) Al adquirir una prenda de vestir concurre al mismo lugar**Sí ☐ No ☐**4) Promedio de ingresos**

- 400\$-500\$ ☐
- 500\$-600\$ ☐
- 700\$-800\$ ☐
- Más de 900\$ ☐

5) Qué porcentaje considera que invierte en prendas de vestir mensualmente de sus ingresos netos

- 0.5%-10% ☐
- 10%-20% ☐
- 20%-30% ☐
- Más de 30% ☐

6) Cuando va a comprar una prenda de vestir lo primero en que se fija es

Diseño ☐ Calidad- ☐ Color ☐

7) Cada que tiempo usted adquiere por lómenos una prenda de vestir

1 prenda cada mes ☐ 1 prenda cada tres meses ☐ 2 veces al año ☐

8) Que prenda de vestir adquiere con mayor frecuencia

Camisa ☐	camiseta ☐	pantalones jean ☐
calentadores ☐	buzos ☐	chompas ☐
ropa interior ☐	calcetines ☐	

9) Estaría dispuesto a cambiar su marca habitual de ropa por una Nacional que muestre calidad

Sí ☐ No ☐

3.01.03 Análisis De La Información Personal

Información referente a encuestado

Tabla 18
Información Sexo De Encuestado.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	200	53%
Femenino	177	47%
Total	377	100%

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

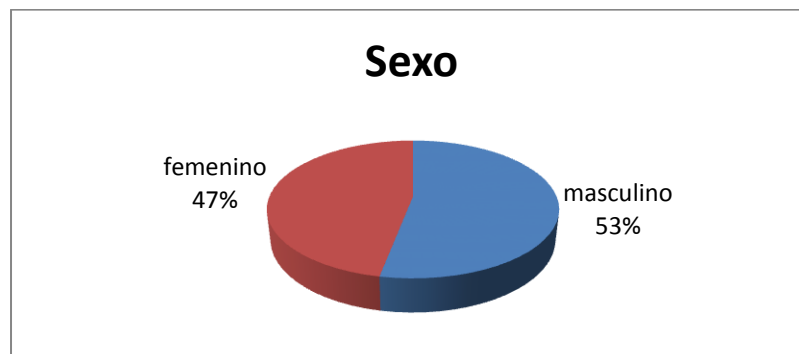


Figura 12 Datos Informativos
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Se analiza con un porcentaje de 53% que los encuestados son de sexo masculino que nos da un total de 200 individuos del mismo sexo y con un 47% de género femenino que vendría hacer 177 individuos

Tabla 19
Información Personal Encuestado.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero	140	37%
Vive solo	60	17%
Unión	177	46%
Total	377	100 %

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

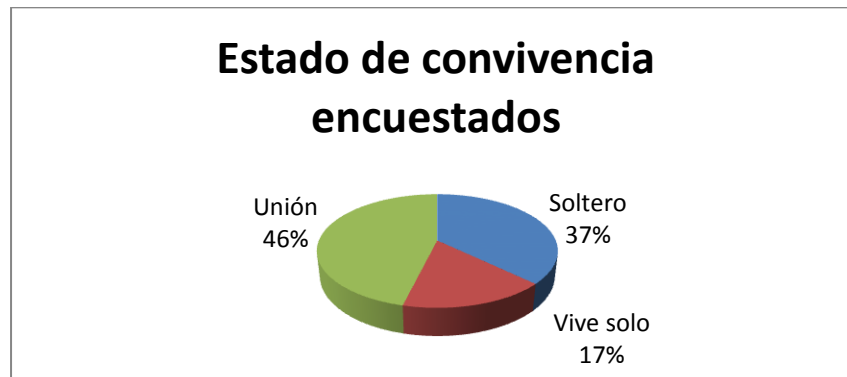


Figura 13 *Datos Informativos*

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Se examina con un 46% que los encuestados están en una relación de unión con su pareja seguida de un estado de convivencia de soltero con un 37% lo que se analiza positivo para la adquisición de prendas de vestir como lo son chompas y camisetas

Análisis de Información

Pregunta 1

- Qué tipo de tela preferiría para su prenda de vestir

Tabla 20
Pregunta 1.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Poliéster	50	13.0%
Piel Durazno	60	16.0%
Galleta	40	11.0%
Nueva Capo	30	7.0%
Polar	70	18.0%
Nexoltec	72	20.0%
Pique	55	15.0%
Total	377	100%

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

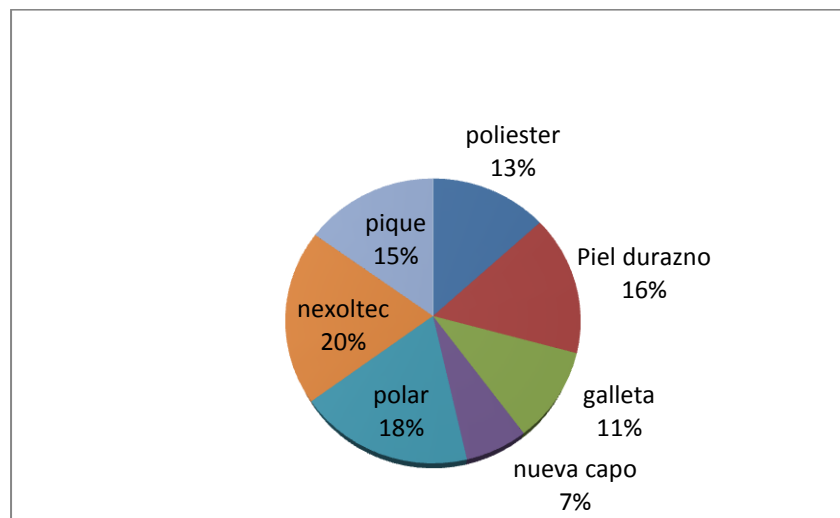


Figura 14 Pregunta 1

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede identificar que los encuestados se apegan con un 20% a la tela nesoltex puesto que es muy cómoda y abrigada, seguida con un 18% resorte gabardina es un tipo de tela muy elegante y cómoda los valores no varían tanto por lo que se realizara prendas con distintos tipos de tela para así poder mantener a ASTER S.A a la par en la actualidad y con la competencia

Pregunta 2

- Está usted de acuerdo con la implementación de una micro empresa que se dedique a diseñar y confeccionar prendas de vestir en el sector norte de la ciudad de Quito.

Tabla 21
Pregunta 2.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	377	100%
No	0	0%
Total	377	100%

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

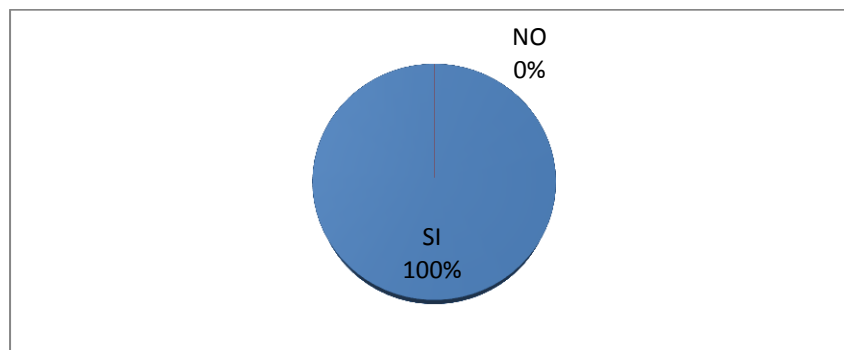


Figura 15*Pregunta 2*
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede analizar y deducir clara mente que las personas están 100% de acuerdo con la implementación de una empresa textil confeccionista en el sector norte de Quito por motivos varios como es generar nuevas plazas de trabajo, apoyo a la matriz productiva, mejora en productos ecuatorianos etc.

Pregunta 3

- Al adquirir una prenda de vestir concurre al mismo lugar

Tabla 22
Pregunta 3.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	257	67%
No	127	33%
Total	377	100%

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

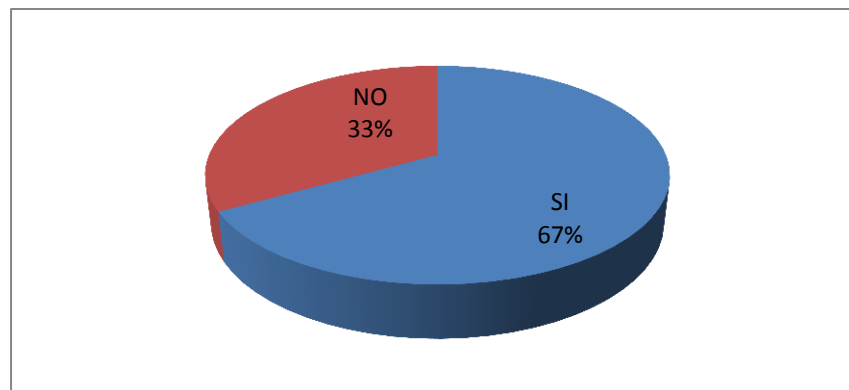


Figura 16 Pregunta 3
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede ver notoriamente que las personas concurren al mismo sitio con un 67% lo que es un peligro para la implementación de una nueva marca de ropa nacional ya que existe fidelidad hacia una marca o lugar de adquisición de prendas de vestir y esto provoca que posibles clientes ignoren nuestro producto

Pregunta 4

- **Promedio de ingresos**

Tabla 23
Pregunta 4.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
400-500	130	46%
500-600	120	20%
700-800	72	17%
MÁS 900	55	17%
TOTAL	377	100%

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

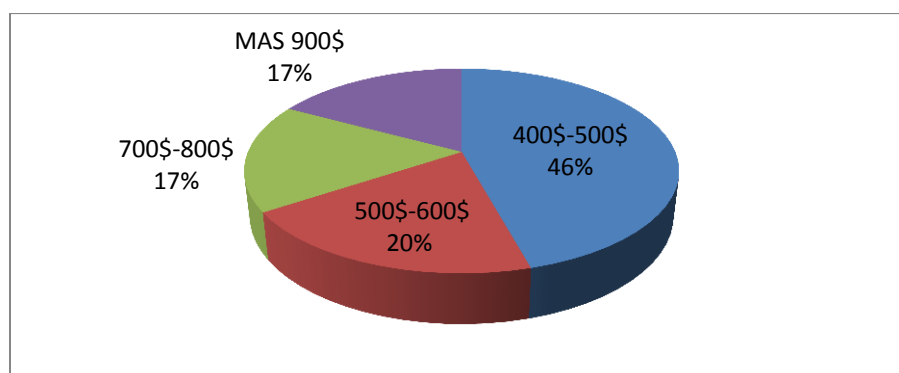


Figura 17 *Pregunta 4*
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede analizar que la mayoría de encuestados se encuentra en el promedio de 400 a 500 dólares con un 46% mensuales con una canasta básica vital está en promedio de 750 dólares lo que es un problema adquirir prendas de vestir con precios un poco altos por su calidad

Pregunta 5

- Qué porcentaje considera que invierte en prendas de vestir mensualmente de sus ingresos netos

Tabla 24
Pregunta 5.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0.5%-10%	159	42%
10%-20%	116	28%
20%-30%	50	15%
30%-40	35	10%
Mas del 50%	17	0.5%
Total	377	100%

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

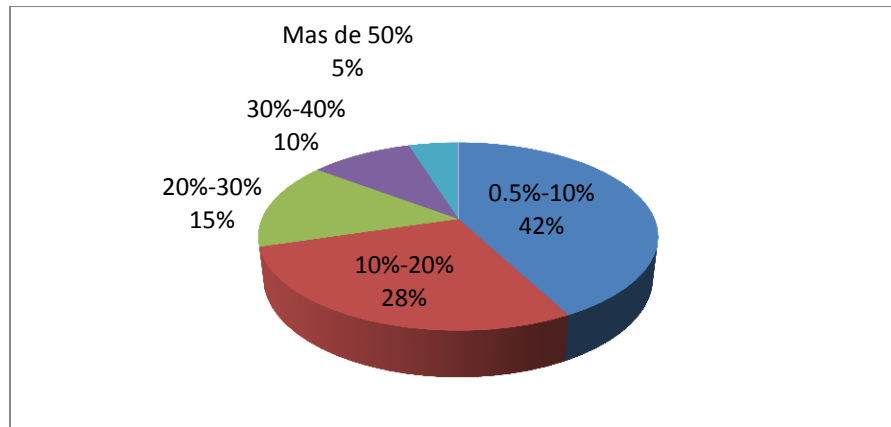


Figura 18 *Pregunta 5*
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Es notoria el porcentaje que invierte una familia en el Ecuador en vestimenta con un porcentaje de 42% de personas que eligen gastar entre un 0.5% a 10% de sus ingresos lo que si indica que si una persona está percibiendo entre 300 a 400 estaría gastando alrededor de 15\$ a 40\$ mensuales en vestimenta

Pregunta 6

- Cuando va a comprar una prenda de vestir lo primero en que se fija es

Tabla 25
Pregunta 6.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Acabados	80	23%
Bordados	60	18%
Color	140	37%
Tela	97	22%
Total	377	100%

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

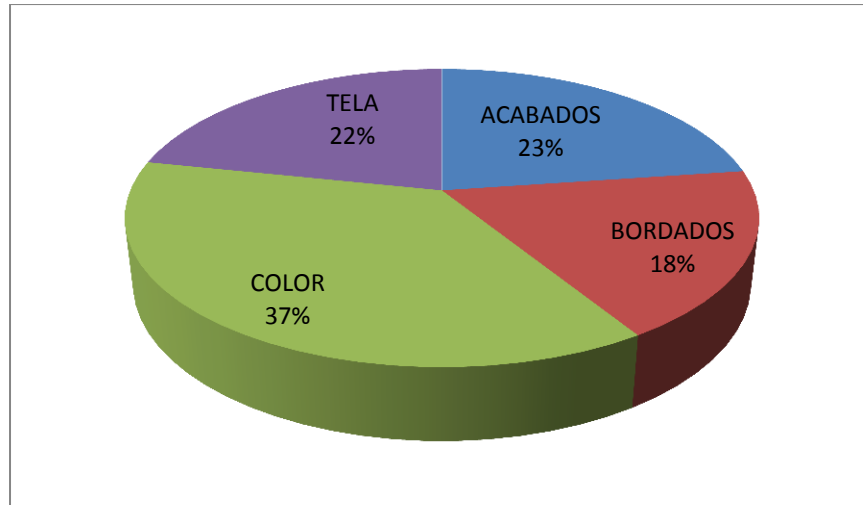


Figura 19 *Pregunta 6*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

Las personas encuestadas indican que al momento de adquirir una pieza de vestir se fijan primero en su color con un 37% seguido con un 23% de acabados con un 22% que fija en la tela y un 18% que se persuade por los bordados ASTER S.A al analizar estos resultados se mantendrá combinando todos estos factores vitales para así poder llegar a la mente de sus posibles clientes

Pregunta 7

- Cada que tiempo usted adquiere por lómenos una prenda de vestir

Tabla 26
Pregunta 7.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 prenda por semana	10	5%
1 prenda cada mes	120	30%
1 prenda cada tres meses	210	57%
2 prendas al año	37	8%
Total	377	100%

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

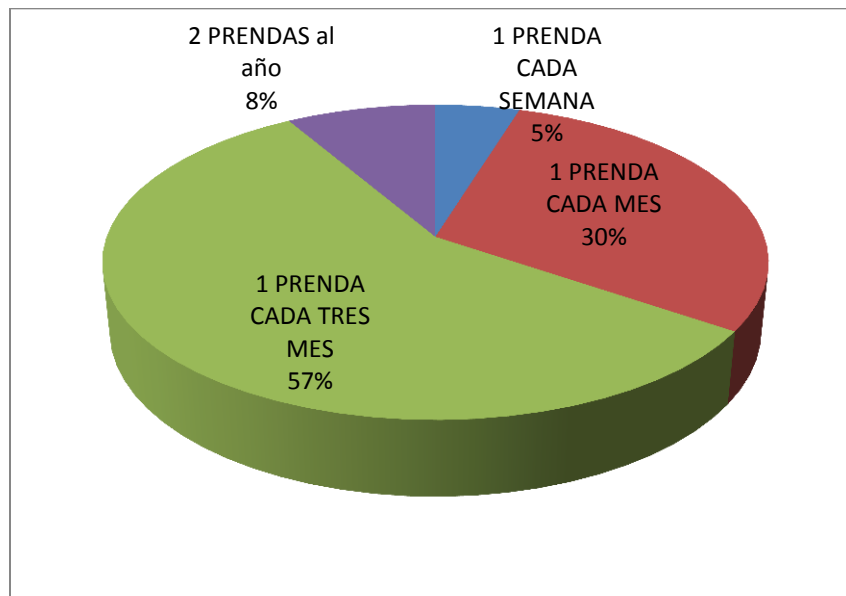


Figura 20 *Pregunta 7*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

El grafico muestra claramente con un 57% que por lómenos cada 3 meses se adquiere una pieza de vestir seguida con un 30% de personas que adquieren por lómenos una prenda de vestir al mes este es un resultado favorable ya que el consumismo de prendas de vestir esta en ascenso y se analiza de manera positiva

Pregunta 8

- Que prenda de vestir adquiere con mayor frecuencia

Tabla 27
Pregunta 8.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Buso	50	15%
camiseta	70	14%
camisa	80	21%
calentador	30	8%
chompa	60	18%
calcetines	30	8%
pantalones	40	12%
Ropa interior	17	4%
Total	377	100%

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

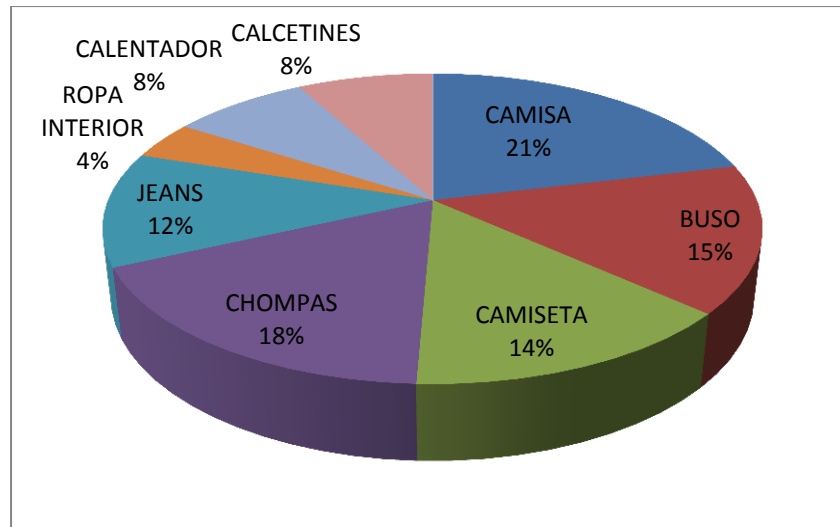


Figura 21 *Pregunta 8*
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

El gráfico muestra que las personas se inclina más asía camisas con un 21% y a chompas con un 18% seguida de camisetas con un 14% y Jeans con un 12% que son datos más relevantes por lo que se analiza una ardua confección de chompas y camisetas

Pregunta 9

- Estaría dispuesto a cambiar su marca habitual de ropa por una Nacional que muestre calidad

Tabla 28
Pregunta 9.

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	327	86%
No	50	14%
Total	377	100%

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

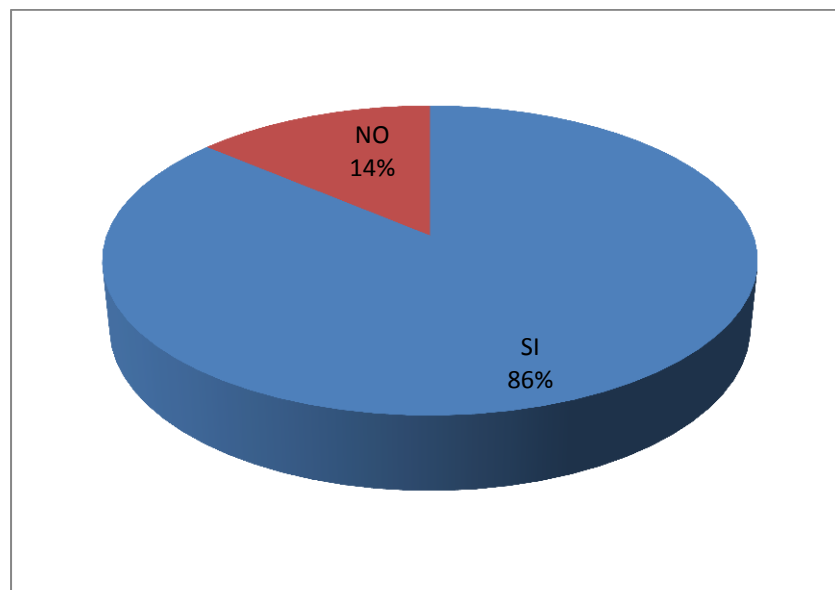


Figura 22 *Pregunta 9*
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede analizar claramente con un 86% que la ciudadanía en la actualidad está dispuestos a cambiar su marca habitual de ropa por una nacional que muestre calidad y es lo que ASTER S.A propone como misión

3.02 Oferta

Se puede deducir como la cantidad producida de un producto, bien o servicio en cierto periodo de tiempo siendo el precio favorable para el consumidor

Para determinar el cálculo de la oferta es necesario tomar como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia es decir el número de encuestas a favor.

3.02.01 Oferta Histórica.

La oferta histórica arroja datos pasados en cifras numéricas en este caso se refleja la producción de chompas y camisetas por lo que esto sirve para reflejar el incremento o disminución del sector textil confeccionista con estos datos se puede proyectar a producciones futuras tomando en cuenta y analizarlo minuciosamente a cada aspecto

Tabla 29
Oferta Histórica

Años	Oferta Histórica	% Crecimiento
2013	2.547826.51	1,3%
2014	2.879.043.96	1.3%
2015	3.253.319.67	1.3%
2016	3.676.251.22	1.3%

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede detectar un incremento notorio en la industria textil en los últimos años con una tasa de crecimiento del 1.30% en ventas lo que hace ver un crecimiento positivo para la industria y los entes encargados de fortalecer el mencionado sector

3.02.02 Oferta Actual

Ayuda a reflejar cifras y artículos detallados con el que el competidor está liderando sus ventas

Tabla 30
Oferta Actual

Años	Oferta Actual	Factor
2017	11628	0.86%

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

3.02.03 Oferta Proyectada

La primordial función de la oferta proyectada es deducir cuantas prendas de vestir serán integradas en el mercado por los competidores durante el periodo a evaluar

Tabla 31
Oferta Proyectada.

Años	Oferta Actual	Aceptación De La	
		Competencia	Oferta Proyectada
		1.86%	
2018	11628	86%	11628
2019	14675	86%	14675
2020	18519	86%	18519
2021	23372	86%	23372

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede deducir que en la investigación realizada se pudo deducir un 86% de aceptación sobre la implementación de una empresa textil confeccionista que muestre calidad en productos nacionales

3.03 Demanda.

Hace referencia a la capacidad de adquirir un bien, servicio o producto ya sea por el deseo o necesidad del consumidor

3.03.01 Demanda Histórica.

La demanda histórica arroja datos pasados en cifras numéricas en este caso se refleja la solicitud de prendas de vestir para así conocer el comportamiento del consumidor por lo que esto sirve para reflejar el incremento o disminución del sector

Tabla 32
Demanda Histórica

Años	Demanda Histórica	Factor
2013	2.421.169.69	2.18
2014	2.948.984.53	2.18
2015	3.930.996.38	3.33
2016	5240018.17	3.33

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

3.03.02 Demanda Actual.

La demanda actual ayudara en la toma de decisiones en la actualidad ya que es al que indica cómo se comportara el consumidor en el año en transcurso

Tabla 33
Demanda Actual.

Años	Demanda	Factor PIB sectorial
2017	10714	1.262

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

3.03.03 Demanda Proyectada

El objetivo de la demanda proyectada es indicar como posible mente varié la adquisición de cierto producto poniendo a deducción de cada empleador la viabilidad del mismo

Tabla 34
Demanda Proyectada.

Demanda Actual	PIB sectorial	Demanda Proyectada
10714	1,262	13521
13521	1,262	17064
17064	1,262	21534
21534	1,262	27176
27176	1,262	34296

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

3.04 Balance Oferta- Demanda

Tabla 35
Balance Oferta- Demanda

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2013	2.421.169.69	2.547.826.51	126.656.82
2014	2.948.984.53	2.879.043.96	69.940.57
2015	3.930.996.38	3.253.319.67	677.676.71
2016	5.240.018.17	3.676.251.22	1.563.766.95

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

De acuerdo a datos presentados se puede ver que existe una insatisfacción en el sector textil confeccionista en la actualidad aunque este en una época de innovación y dotada por tecnología

3.04.01 Balance Actual

Tabla 36
Balance Actual

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
2017	10714	11628	-914

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

3.04.02 Balance Proyectado

Tabla 37
Balance Proyectado

Demanda Proyectada	oferta proyectada	Demanda insatisfecha
13521	11628	1893
17064	14675	2389
21534	18519	3015
27176	23372	3805
34296	29495	4801

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico hace referencia a todas las necesidades que tenga que ver con la entidad para este estudio se analiza minuciosamente cada departamento, área, insumo y recursos a utilizarse para su correcto funcionamiento

4.01 Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto muestra la capacidad, el perímetro de una infraestructura que realice alguna actividad por lo que ASTER S.A persuasivamente estudiara clara mente su capacidad para así poder desenvolverse de una correcta manera con todos sus recursos alineados de tal manera que exista una circulación positiva del proyecto

4.01.01 Capacidad Instalada

ASTER S.A cuenta con un área de 150m² distribuido de la siguiente manera:

Tabla 38
Capacidad Instalada.

Lugar	Longitud
Bodega materia prima y producto terminado	25m x 10m =70m
Producción	25m x 20m=90m
Área de Diseño	10m x 5m=30m
Baño Administrativo	4m x 3m=14m
Baños producción	5m x 5m=20m
Comedor	10m x 5m=30m
Parqueadero	15m X 15m =60m
TOTAL	157m

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

4.01.02 Capacidad Óptima.

La capacidad optima es la infraestructura en su totalidad dividida por áreas y departamentos con el fin de producir algún bien o servicio de acuerdo a la naturaleza del negocio

Tabla 39
Capacidad Optima

Áreas	Longitud
Bodega materia prima y producto terminado	25m x 10m =70m
Producción	25m x 20m=90m
Área de Diseño	10m x 5m=30m
Administración	25m x 20m=90m
TOTAL	140m

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

4.02 Localización.

Es la ubicación exacta del proyecto basada en un micro y macro territorio ASTER S.A incorporara sus actividades en la av. Jorge Garcés y Cesar Endara ubicado en el sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito

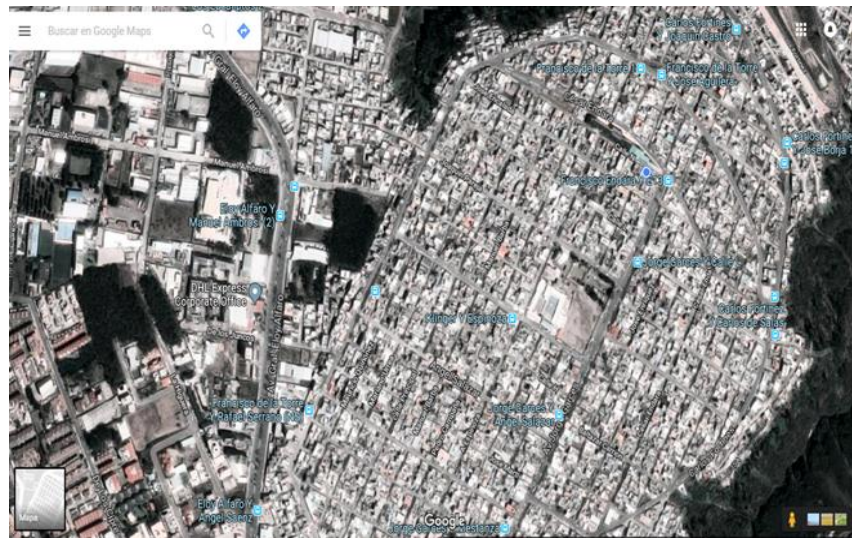


Figura 23 *Micro Localización Del Proyecto (calles comité del pueblo)*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

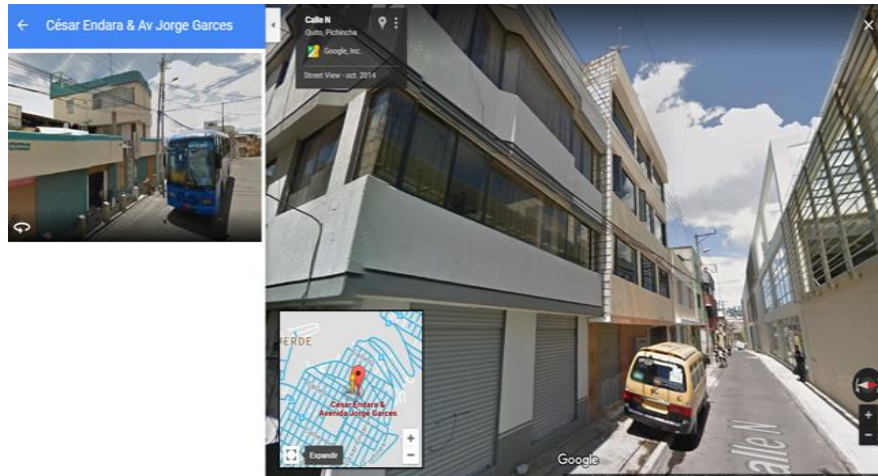


Figura 24 *Micro Localización Del Proyecto (calles comité del pueblo dirección exacta)*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

4.02.01 Macro Localización.

Es la localidad del proyecto y sus alrededores en este caso se ubica en el comité del pueblo como punto directo al norte se encuentra con las parroquias Kennedy y Rumiñahui las más cercanas al sur con calderón y Carapungo al oeste con Carcelén, la Ofelia, y por ultimo al este con la esperanza y Llano chico

Tabla 40
Macro Localización.

concepto	Lugar
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cuidad	Quito
Cantón	Quito
Sector	Norte

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

MACRO LOCALIZACION DEL PROYECTO.

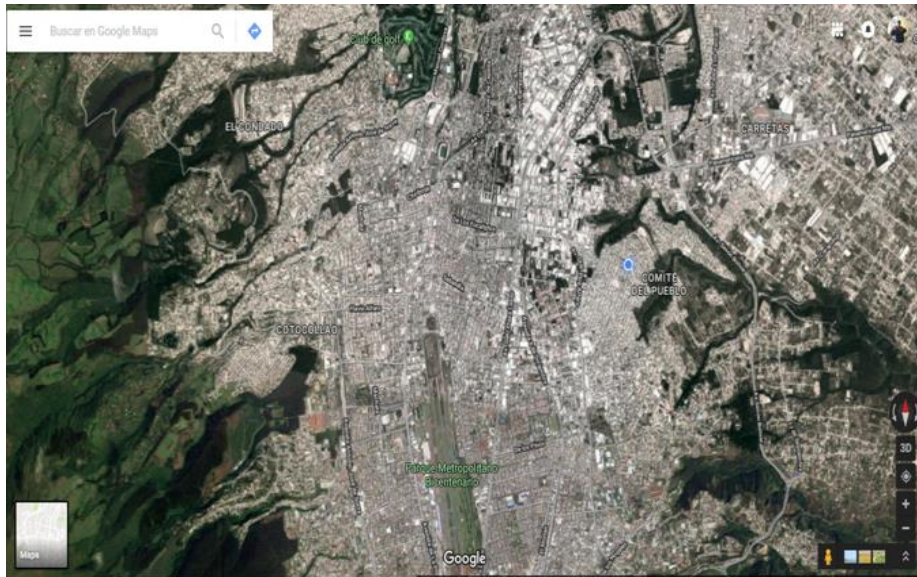


Figura 25 *Macro Localización Del Proyecto (comité del pueblo)*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

4.02.02 Micro Localización.

Estará ubicado la empresa en la ciudad de Quito en el sector norte del Distrito Metropolitano en el Comité del Pueblo número uno la av. Jorge Garcés y Cesar Endara

4.02.03 Localización Óptima.

La localización optima del proyecto contribuye a lograr una mayor tasa de rentabilidad para obtener el costo mínimo de los productos en la siguiente tabla se puede ver los factores que inciden a contribuir con el proyecto

Tabla 41
Matriz De Localización Óptima.

FACTORES RELEVANTES	Ponderación	CENTRO		SUR		NORTE	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Cercanía con el mercado	0.20	10	2	9	1.80	9	1.80
Cercanía con proveedores	0.15	9	1.35	6	0.90	8	1.20
infraestructura	0.10	7	0.70	8	0.80	10	1
Seguridad	0.10	8	0.80	8	0.80	9	0.90
Guardianía	0.15	7	1.05	9	1.35	9	1.35
servicios básicos	0.10	7	0.70	8	0.80	10	1.
vías de acceso	0.10	6	0.60	8	0.80	9	0.90
Parqueadero	0.10	6	0.60	6	0.60	7	0.70
TOTAL	1		7.80		7.85		8.85

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

4.03 Ingeniería del Producto

Es un concepto concreto donde se determina que se va a producir y como se lo va a realizar fase por fase observando necesidades que este conlleve para llevar a cabo un bien o servicio garantizado hacia el cliente en este se determina qué tipo de insumos, tecnología se va a proceder a utilizar para su total calidad

4.03.01 Definición del Bien o Servicio

El bien es un producto tangible palpable mientras que el servicio es intangible el fin de estos dos es satisfacer una necesidad o varias del ser humano basándose siempre en brindar un bien material o un servicio a cambio de un valor monetario, venta y producción para que este se de el precio de este son definidos por la oferta y la demanda

4.03.02. Distribución de Planta

La distribución de planta consiste en una óptima ubicación de las áreas pertenecientes a la organización considerando las actividades, funciones que va a realizar cada una de ellas determinando el grado de importancia que deben tener para el normal funcionamiento en la organización y no generar tiempos muertos y cuellos de botella en la generación del servicio o elaboración del producto.

Códigos de cercanía

Son claves que permite analizar el grado de cercanía y la relación que tiene las diferentes áreas de la micro empresa

Tabla 42
Códigos De Cercanía.

Razones De Cercanía	
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía no importante

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Factores del Proceso

Hace referencia al motivo del porque cada área debe de ir de la mano en lo más cerca posible de las otras áreas para lograr así una máxima eficiencia y eficacia al momento de realizar cualquier actividad

Tabla 43
Factores De Proceso

GRADOS DE CERCANIA	
1	Por Proceso
2	Administración
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: David Romero

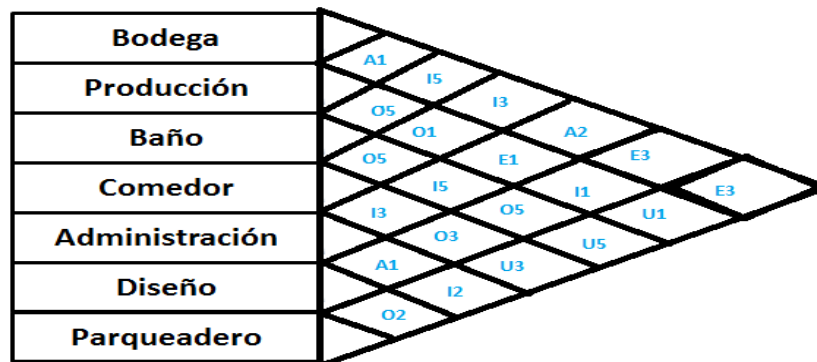


Figura 26 *Matriz Triangular*

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Distribución de planta y sus aéreas

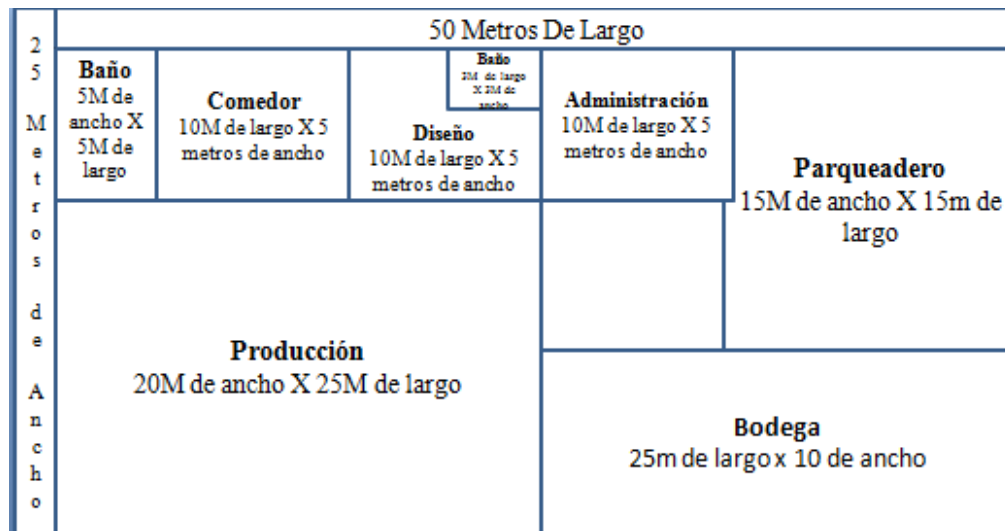


Figura 27 Distribución De La Planta

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Administración

La administración es el departamento donde se encuentra ubicado el gerente y la secretaria en este sector se ubican funciones gerenciales, contables, financieras, supervisión y sobre todo la guía práctica para el alcance de los objetivos



Figura 28 *Administración*

Fuente: Imágenes Google

Elaborado por: David Romero

Baño

En la infra estructura de ASTER S.A se a optado por la implementación de dos baños uno ubicado exactamente en el are de diseño alado de la administración con una superficie de 3M de ancho por 4M de largo para el uso exclusivo de personal administrativo, bodega y diseño.

El segundo baño se encuentra ubicado a lado derecho del comedor y frente el área de producción esta cuenta con una superficie de 5 M de largo por 5 M de ancho este es más grande por motivos que será ocupado por más personas



Figura 29 *Baño Producción*

Fuente: Imágenes Google

Elaborado por: David Romero



Figura 30 *Baño Administrativo*

Fuente: Imágenes Google

Elaborado por: David Romero

Bodega

La bodega se encuentra ubicada en medio del parqueadero y de producción en frente de la administración por motivos que esta área es de recepción y de emanación por lo que es necesario que los altos mandos estén cerca de este departamento supervisando su trabajo



Figura 31 Bodega
Fuente: Imágenes Google
Elaborado por: David Romero

Comedor

Es un espacio dedicado para convivir con los colaboradores a la hora del almuerzo sesiones, capacitaciones, reuniones, programas, etc. Este espacio tiene una superficie de 10M de largo por 5M de ancho



Figura 32 *Comedor*
Fuente: Imágenes Google
Elaborado por: David Romero

Diseño

Es el área dedicada exclusiva mente a producir los futuros modelos de confección en el are de producción

Parqueadero

Es un lugar exclusivo para proveedores y clientes interno como externo que posea un medio de movilización



Figura 33 *Parqueadero*
Fuente: Imágenes Google
Elaborado por: David Romero

Producción

Es el área dedica a elaborar chompas y camisetas desde el corte de tela hasta el etiquetado en este se tiene una serie de procesos



Figura 34 *Producción*
Fuente: Imágenes Google
Elaborado por: David Romero

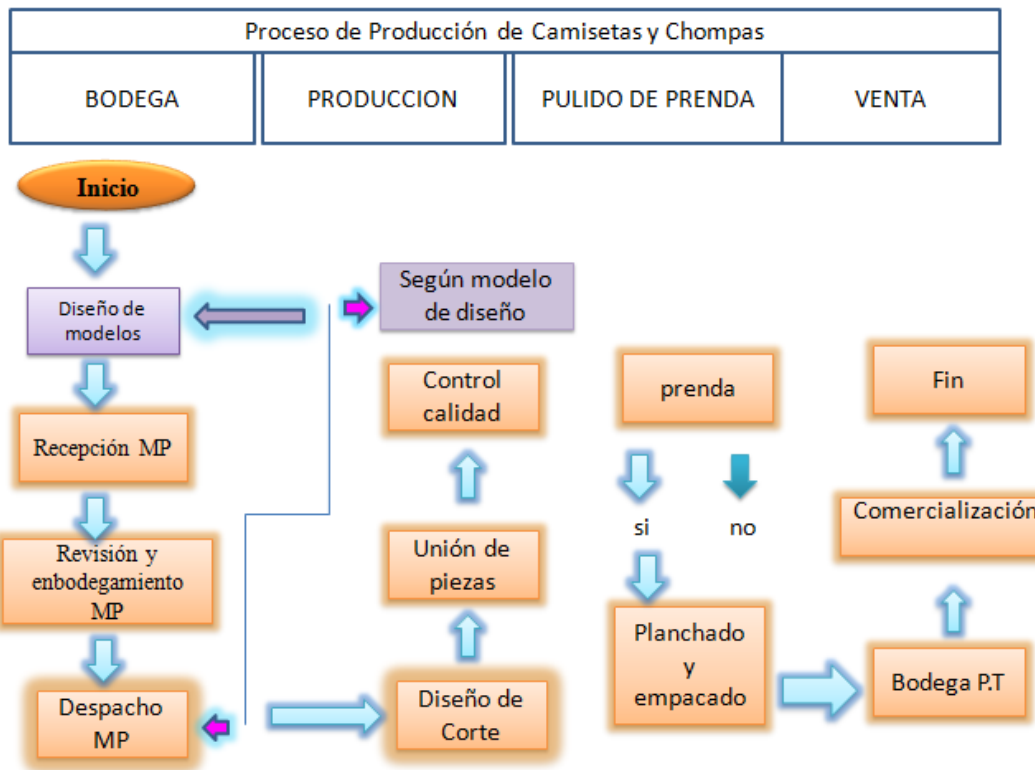


Figura 35 Producción Proceso

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

4.03.03 Proceso Productivo

Diseño de modelos

La primera fase que se aplica en ASTER S.A es el diseño total de la prenda de vestir esto consiste en dibujar el modelo con todos los utensilios necesarios para su elaboración en esta etapa se profundiza medidas, colores, telas, cierres, botones, broches, bordados entre otros de aquí nace la segunda fase

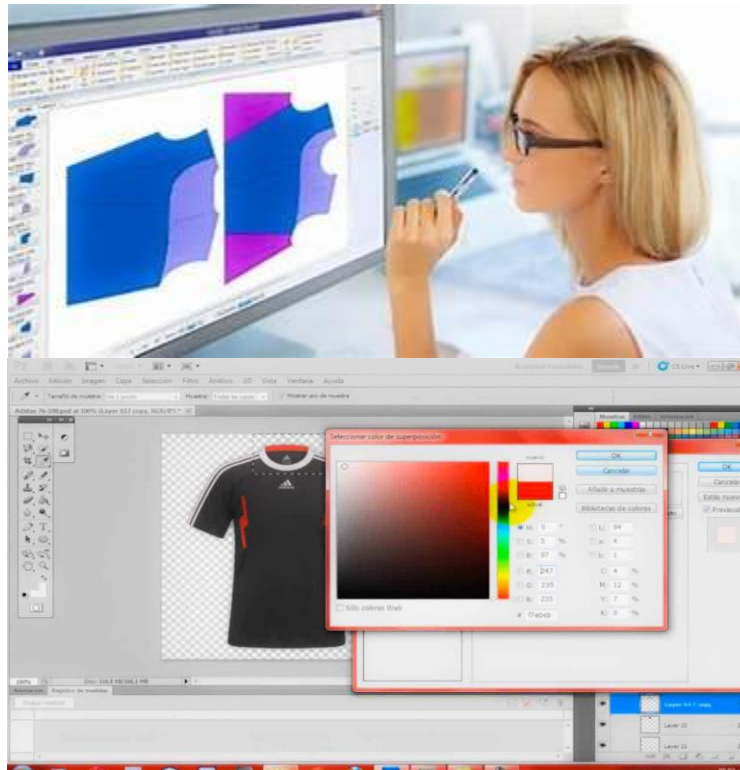


Figura 36 *Diseño De Modelos*

Fuente: Imágenes Google

Elaborado por: David Romero

Recepción materia prima

En la recepción de materia prima se verifica que el pedido sea tal cual como en las indicaciones propuestas por el departamento de diseño en esta etapa se recepta todos los insumos necesarios para la elaboración de chompas y camisetas.

Revisión y almacenamiento

Los insumos al llegar al establecimiento son sometidos a una estricta supervisión con el fin de evitar falencias en su recepción y verificar que llegue tal cual es el pedido requerido, después de la revisión de la materia prima se procede al debido almacenamiento de insumos por sectores y por orden alfabético en la bodega con su respectivo orden en el caso de ASTER S.A se procederá acomodar en orden alfabético todos sus insumos



Figura 37 *Revisión Y Almacenamiento De Materia Prima*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Despacho materia prima

En este proceso se procede a alimentar a toda el área de producción con todos los insumos requeridos para su correcto funcionamiento en esta fase se prepara las telas, para su debido cortado, cierres, botones, broches, hilos, agujas , etc.

- En el despacho de materia prima se estima un aproximado máximo de 30 minutos para todas las áreas de producción



Figura 38 *Despacho De Materia Prima*

Fuente: Imágenes Google

Elaborado por: David Romero

Diseño de corte

Siguiendo con el despacho de materia prima en el caso de las telas se procede a cortar conforme las medidas establecidas por el departamento de diseño y en el caso de los cocedores deben preparar las maquinas con su debido color de hilo a base de la prenda



Figura 39 *Corte De Tela*

Fuente: Imágenes Google

Elaborado por: David Romero

Unión de piezas

En esta etapa se une cociendo todas las piezas que conforme la prenda de vestir ya sea chompa o camisetitas ASTERS S.A en la unión de piezas consta de dos fases de cosido que asegura su durabilidad y calidad además de una fase de bordado una de botones y cierres



Figura 40 *Unión De Piezas*

Fuente: Imágenes Google

Elaborado por: David Romero

Cosida recta doble es un cosido sobre otro que asegura que la chompa o camiseta no sufra ningún daño en sus alrededores, cambio de tela, unión de bordados etc.



Figura 41 *Cocido Recto*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Cosida zigzag doble este tipo de costura asegura los acabados tanto del exterior como el interior este ayuda a que su prenda no tienda a dañarse internamente como lo es el deshilado usual en prendas de vestir



Figura 42 *Cocido Zig Zag*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Bordado es la estación donde la chompa o camiseta sufre todo tipo de adhesivo que tenga que ver con bordados propios del modelo y de ASTER S.A

Botones, Cierres, Broches, Pegatinas son artículos que se pretenden adherir a chompas, camisetas y este tiene una sola estación



Figura 43 *Modelo Maquina Bordadora*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

- Para esta cosida recta se estima un aproximado de 3 minutos por camiseta y 6 minutos en chompas
- Para la cosida zigzag se estima un aproximado de 4 minutos por camiseta y 8 en chompas
- Los bordados serán unidos directa o indirectamente
- Directa: es la unión de un bordado de la maquina a la tela propia de la chompa o a una parte especifica de la camiseta o chompa para la implementación de este tipo de bordado se considera el tamaño con un mínimo de 3 a 10 minutos
- Indirecta: es la unión de un bordado ya elaborado en otro espacio fuera de la prenda y se la une a través de una máquina de coser según el diseño esta tiene un tiempo aproximado de acople de 1 a 5 minutos

Control de calidad

Al terminar la unión de las prendas de vestir se realiza una inspección rigurosa prenda por prenda donde se analiza si el producto final es apto para su comercialización en esta etapa se proceda a la etiquetación del producto

En esta etapa se posee varias opciones al no cumplir con los requisitos para su comercialización y una de ellas es su venta a menor costo dependiendo de las fallas se procederá a colocar su precio otra es el estudio de su falla y tratar de remediarlo para así poder integrarla al mercado y la última opción es donar prendas en buen estado que no posean solución de venta pero que sean útiles



Figura 44 *Control De Calidad*
Fuente: Imágenes Google
Elaborado por: David Romero

Planchado y empacado

En esta fase del proceso productivo se procede a quitar toda arruga de las prenda de vestir para así seguir a un empacado de primera

- Se estima un tiempo máximo de 5 minutos por prenda



Figura 45 *Planchado Y Empacado*
Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Bodega producto terminado

En esta fase se procede a embodegar cada prenda terminada con su respectivo orden para continuar con su despacho hacia la venta dependiendo el centro de expendio



Figura 46 *Almacenamiento De Producto Terminado*

Fuente: Imágenes Google

Elaborado por: David Romero

Venta

Al finalizar con todas las fases del proceso productivo se continúa con la venta para así lograr con la misión expuesta.

4.03.04 Maquinaria Y Equipo

Tabla 44
Maquinaria Y Equipo

Descripción	oficio/utilidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Máquina de coser recta	Permite cocer tela de manera zigzag	3	500,00	1.500,00
Máquina de coser zigzag	Permite cocer tela de manera recta	2	600,00	1.200,00
Bordadora	Elabora todo tipo de costura con diseño y color real	1	6.000,00	6.000,00
Cortadora de tela industrial	Cortes precisos, de todo tipo	2	550,00	1.100,00
Codificador	Diseña un código para cada prenda y temporada	1	200,00	200,00
Botonera	Pega instantánea mente botones de todo tipo	1	400,00	400,00
Plancha industrial	Permite borrar todo tipo de arruga existente en tela	1	500,00	500,00
Hiladora	Evana el hilo en rollos de grandes cantidades	1	150,00	150,00
Juego de regla acero inoxidable	Permite realizar medidas exactas y de gran longitud	1	35,00	35,00
TOTAL		3	8.935,00	11.085,00

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 45
Equipo Informático

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador de escritorio	4	650	2.600,00
Impresora	1	150	150,00
Parlante con micrófono	1	75	75,00
Enfocus	1	75	75,00
TOTAL	7,00	950,00	2.900,00

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 46
Muebles Y Enceres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	N- UNIDADES	P. UNITARIO	P. TOTAL
Escritorio	8	120	960
Sillas	16	25	400
Mesas	4	50	200
Estanterías acero inoxidable	10	75	750
Basurero metálico	8	20	160
Espejo	2	15	30
Dispensador de jabón	2	25	50
Archivador metálico	6	40	240
Dispensador papel higiénico	2	25	50
Sillas de espera	4	15	60
Total			2900

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.01 Ingresos Operacionales y No operacionales

Ingresos operacionales

Es la cantidad de dinero que percibe un ente encargado de brindar un bien o servicio que sea propio de su actividad o su fin de ser en el mercado. Estos ingresos hacen énfasis a la pertenencia de procesos propios para el origen de un bien o servicio en el caso de ASTER S.A sus ingresos operacionales se basan en el diseño y confección de chompas y camisetas

Tabla 47
Referencia De Costos

Camisetas	valor	Chompas	valor
Costo De Producción	10.56\$	Costo De Producción	15.31\$
Utilidad Precio	89%	Utilidad De Precio	96%
Precio De Venta	20	Precio De Venta	30\$

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Tabla 48
Referencia De Precios

Camisetas	
Camiseta con más de dos tipos de telas y tres bordados	20\$-30\$
Camisetas con dos tipos de telas y dos bordados	15\$-20\$
Camisetas con cuello dobles	15\$-20\$
Camisetas dobles	25\$-30\$
Chompas	
Chompa térmica con adhesivos	20\$- 40\$
Chompa doble tela y bordados	20\$- 40\$
Chompa triple tela y bordados	20\$- 40\$
Chompa rompe viento y bordados	20\$- 40\$
Chompa reflectores con gráficos	20\$- 40\$

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 49
Capacidad De Producción

Cantidad	Descripción	capacidad de producción				
		Cada Minutos	Por Hora	Por Día	Por Mes	Por Año
1	Camiseta	15	4	16	320	3840
1	Chompa	30	2	8	160	1920

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 50
Ingreso Proyectado Camisetas

AÑOS	EN CANTIDAD	EN DOLARES	
	camisetas por año	Valor Unitario	Total Ingresos
2018	3.840	20,00	76800,00
2019	3.994	20,00	79872,00
2020	4.153	20,00	83066,88
2021	4.319	20,00	86389,56
2022	4.492	20,00	89845,14
2023	4.672	20,00	93438,94

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Tabla 51
Ingreso Proyectado Chompas

AÑOS	EN CANTIDAD	EN DOLARES	
	Chompas por año	Valor Unitario	Total Ingresos
2018	1920	30,00	57600,00
2019	1997	30,00	59904,00
2020	2077	30,00	62300,16
2021	2160	30,00	64792,17
2022	2246	30,00	67383,85
2023	2336	30,00	70079,21

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

En la deducción de la producción y los ingresos proyectados se basó en la capacidad para producir cada artículo a ofrecer en el caso de ASTER S.A se propone la idea de trabajar cuatro horas diarias en la confección de camisetas produciendo un total de dieciséis camisetas por día dándonos un total de 3.840 camisetas anuales con un ingreso de 76.800 dólares americanos por año en las próximas cuatro horas cuatro horas de trabajo se dedicara a la confección de chompas con un alcance de producción de dos chompas por hora lo que nos da cuarenta chompas semanales con un total de 1.920 chompas al año con un ingreso de 57600 dólares americanos con estos dos productos se proyecta un total en ventas de 134.400 dólares americanos

Ingresos no operacionales

Ingresos no operacionales son aquellas ganancias monetarias no propias de su razón de ser en el mercado que recibe un ente que sea productor de un bien o servicio.

El siguiente proyecto no cuenta con otros ingresos puesto que está iniciando en el mercado

5.02 costos

5.02.01. Costos Directos

Costo Directo es aquel costo que se puede identificar fácilmente dentro de la fabricación del producto o prestación del servicio, es decir reconocerlo es viable, beneficioso económicamente, necesario y de cierta manera cómodo. Si se habla de la fabricación de un armario, la madera se considera materia prima directa debido a que claramente se puede identificar y denotar su participación. Aquel trabajador encargado de cortar la madera, ensamblar el armario es considerado como mano de obra directa porque intervino directamente en la elaboración del producto (**abcfianzas**)

En la siguiente tabla se presenta la tela y su cantidad para la elaboración de chompas y camisetas, como son productos similares se pretende combinar sus distintos tipos y muestra enfocados en los siguientes tipos de tela:

Tabla 52
Materia Prima Para Camisetas

Inventario	cantidad	precio kg	P. UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Tela Galleta	50	Rollos	24	1.200,00	14400
Tela Pique	25	Rollos	16	400,00	4800
Tela Felpa	15	30KG	4,5	67,50	810
Tela Nesoltex	10	Rollos	29,25	292,50	3510
Broches	10	1000 U	9	90,00	1080
Hilo Delgado	50	Cono	2,39	119,50	1434
Cierre Pequeño	5	200u	7	35,00	420
TOTAL					26454

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 53
Materia Prima Para Chompas

Materia prima para Chompas					
Inventario	cantidad	precio kg	P. UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Tela plis	15	Rollos	20	300,00	3600
Tela poliéster	15	40kg	23	345,00	4140
TELA poliéster rompe viento	15	Rollos	25	375,00	4500
Broches	5	1000u	10	50,00	600
polar	15	Rollos	25	375,00	4500
Hilo grueso	50	Cono	3,55	177,50	2130
Elástico reforzado	5	1000m	5,04	25,20	302,4
Pegatinas	20	100u	4,84	96,80	1162
Cierre largo	10	200u	5,5	55,00	660
Extensión	5	Rollos	2,67	13,35	160
TOTAL					21754

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Tabla 54
Costos Directos

TOTAL REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA				
Descripción	Mensual	Trimestre	Semestre	Anual
Materia Prima en camiseta	2204,5	6613,5	13227	26454
Materia Prima en chompa	1812,83	5438,5	10877	21754
TOTAL	4017,33	12052	24104	48208

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

Se observan una variedad de materia prima por motivos de idealizar un producto de alta calidad además de dar mayor oportunidad de combinar y lograr así algunos diseños novedoso llamativos, por otro lado los costos de estos son favorables ya que al momento

de adquirir al por mayor y por alianzas estratégicas los costos tienden a bajar en una cantidad considerable

Tabla 55
Nomina

MANO DE OBRA										
DESCRIPCIÓN	Número de personas	Pago mensual	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Aporte Patronal	Total a pagar	Aporte al Iess	Pago Anual
Cortador	1	400,00	33,33	33,33	33,32	16,67	44,60	544,58	37,80	6.535,00
Costurera	1	400,00	33,33	33,33	33,32	16,67	44,60	544,58	37,80	6.535,00
Costurera	1	400,00	33,33	33,33	33,32	16,67	44,60	544,58	37,80	6.535,00
Bordador	1	400,00	33,33	33,33	33,32	16,67	44,60	544,58	37,80	6.535,00
Gerente	1	400,00	33,33	33,33	33,32	16,67	44,60	544,58	37,80	6.535,00
Secretaria	1	450,00	37,50	33,33	37,49	18,75	50,18	608,49	42,53	7.301,88
Diseñador	1	450,00	37,50	33,33	37,49	18,75	50,18	608,49	42,53	7.301,88
TOTAL	7	2.900,00	241,67	233,31	241,57	120,83	323,35	3.939,90	274,05	47.278,76

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

La nómina que pretende mantener a ASTER S.A es cortador, costurera zigzag, costurera en recta y el bordador ya que son personas que intervienen directamente al momento de realizar las chompas y camisetas con una proyección mensual en el área de producción de 2178.33 en dólares para su manutención sin conflictos y legal pero además se debe de tener en cuenta el personal de apoyo como lo es la secretaria, diseño y gerente los cuales también son parte fundamental al momento de concretar todo trámite para que este se mueva desde la adquisición de materia prima hasta su venta por lo que se pretende un costo de 1761.56 en dólares mensual en el área de apoyo se desea mantener esta tabla de valores ya que todos los miembros del equipo de trabajo de ASTER actúan directamente en el proceso productivo

5.02.02 Costos Indirectos

Son todos aquellos desembolsos monetarios que se realiza para la elaboración de un producto bien o servicio que no tenga que ver con materia prima o mano de obra directa, son aquellos gastos que no tienen que ver con el proceso productivo pero están inmersos en el llevar legal mente lo estipulado con la ley e integridad propia de ASTER S.A

Tabla 56
Costos Indirectos Suministros De Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA				PROYECCIONES				
Descripción	Unidades	Precio unitario	Total	2019	2020	2021	2022	2023
Papel bon resma	10	3,25	32,5	35,75	39,32	43,25	47,58	52,34
Esferos caja 12 u	2	1,8	3,6	3,96	4,35	4,79	5,27	5,79
Grapadora	2	2,25	4,5	4,95	5,44	5,98	6,58	7,24
Perforadora	2	2,5	5	5,5	6,05	6,65	7,32	8,05
Factureros	2	25	50	55	60,5	66,55	73,20	80,52
Calculadora	3	7	21	23,1	25,41	27,95	30,74	33,82
Caja de clips	5	0,7	3,5	3,85	4,23	4,65	5,12	5,63
Caja de lápices	2	1,5	3	3,3	3,63	3,99	4,39	4,83
Caja de resaltadores	2	3,5	7	7,7	8,47	9,31	10,24	11,27
Goma	2	3,5	7	7,7	8,47	9,31	10,24	11,27
Grapas caja	4	1,25	5	5,5	6,05	6,65	7,32	8,05
Sacador de grapas	2	1,5	3	3,3	3,63	3,99	4,39	4,83
Recibo de ingreso a bodega	5	12	60	66	72,6	79,86	87,84	96,63
Recibo de egresos a bodega	5	12	60	66	72,6	79,86	87,84	96,63
Tijeras	2	3,5	7	7,7	8,47	9,317	10,248	11,27
Total suministros oficina	50	81,25	272,1	299,31	329,24	362,16	398,38	438,22

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 57
Costos Indirectos Suministros De Aseo

SUMINISTROS DE ASEO				PROYECCIONES				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL	2019	2020	2021	2022	202
Papel higiénico industrial	50	3,5	175	192,5	211,75	232,925	256,21	281,83
Gel antibacterial galón	10	8	80	88	96,8	106,48	117,18	128,84
Cloro	12	6	72	79,2	87,12	95,83	105,41	115,95
Jabón líquido galón	6	7	42	46,2	50,82	55,90	61,49	67,64
Desinfectante galón	12	7	84	92,4	101,64	111,80	122,98	135,28
Ambientales	6	3	18	19,8	21,78	23,95	26,35	28,98
Escobas industriales	2	2,5	5	5,5	6,05	6,65	7,32	8,05
Trapeadores	2	3	6	6,6	7,26	7,98	8,78	9,66
Palas metálicas	2	2	4	4,4	4,84	5,32	5,85	6,44
Basureros metálicos	8	20	160	176	193,6	212,96	234,25	257,68
TOTAL SUMINISTROS OFICINA	110	62	646	710,6	781,66	859,82	945,80	1040,38

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 58
Costos Indirectos Servicios Básicos

Servicios Básicos			
Descripción	Cantidad	Monto Mensual	Valor Anual
Internet Netflix	1	40	480
Energía Eléctrica	1	45	540
Teléfono	1	50	600
Agua Potable	1	20	240
Total		155	1380

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 59
Costos Indirectos Suministros De Seguridad

suministros de seguridad				PROYECCIONES				
DESCRIPCIÓN	MESES DEL AÑO	PAGO MENSUAL	TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023
Extintor	1	20	20	22	24,2	26,62	29,28	32,21
Botiquín	1	15	15	16,5	18,15	19,96	21,96	24,15
Señale tica	1	20	20	22	24,2	26,62	29,28	32,21
TOTAL	3	55	55	60,5	66,55	73,205	80,52	88,57

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 60
Costos Indirectos Totales

PROYECCIONES							
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023
Sunistros de oficina	110	\$272,10	\$299,31	\$329,24	\$362,17	\$398,38	\$438,22
Suministros de aseo	85	\$646,00	\$710,60	\$781,66	\$859,83	\$945,81	\$1.040,39
Servicios básicos	36	\$1.380,00	\$1.518,00	\$1.669,80	\$1.836,78	\$2.020,46	\$2.222,50
Suministros de seguridad	3	\$55,00	\$60,50	\$66,55	\$73,21	\$80,53	\$88,58
Mano de obra indirecta	3	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL SUMINISTROS		\$2.353,10	\$2.588,41	\$2.847,25	\$3.131,98	\$3.445,17	\$3.789,69

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede analizar que ASTER S.A pretende salvaguardar todo ámbito interno para el correcto y normal funcionamiento de sus actividades para así no presentar ningún inconveniente al momento de realizar sus actividades por lo que sus costos indirectos totales está en 2353.10 en dólares lo que se analiza un poco elevado y un riesgo para la organización

5.02.03 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los gastos en los que incurre una empresa que no está directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas. Estos gastos están relacionados con la organización en su conjunto en lugar de un departamento individual.

Los gastos administrativos son gastos no técnicos necesarios para el funcionamiento básico de una empresa. Estos gastos son vitales para el éxito de la organización, siempre y cuando sean para aumentar la eficiencia de una organización (**webyempresas**)

Tabla 61
Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Suministros de Oficina	0	0,00	0,00	272,10
Suministros de aseo	0			646,00
Suministros de seguridad	0			55,00
Depreciación de Activos Fijos	4	199,34	199,34	2.392,13
Equipos de Oficina	1	2,25	2,25	26,96
Equipos de Computación	1	80,56	80,56	966,67
Equipo y maquinaria	1	92,38	92,38	1.108,50
Muebles y enseres	1	24,17	24,17	290,00
Agua Potable	1	20,00	20,00	240,00
Luz Eléctrica	1	45,00	45,00	540,00
Teléfono	1	50,00	50,00	600,00
Internet	1	40,00	40,00	480,00
Varios - Imprevistos	1	50,00	50,00	600,00
TOTAL			603,69	8.217,35

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Los gastos administrativos arrojados por la tabla se deducen en un valor total mensual de 603.69 en dólares y con un valor anual de 8.217.35 dólares que se analiza como un valor alto pero necesario para el normal funcionamiento

5.02.04 Costos De Ventas

En esto se ve involucrada toda actividad, bien o servicio que pueda fortalecer la venta del producto

Tabla 62
Costos De Ventas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Diseño de página web	1	300,00	300,00	300,00
Dípticos	1000	0,05	50,00	600,00
Tarjetería	1000	0,03	30,00	360,00
TOTAL				1.260,00

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

La tabla muestra que herramientas de publicidad ASTER S.A pretende utilizar para su comunicación y atracción con el público en general por lo que se a tomado en cuenta factores modernos como lo es el internet además de tarjetas de presentación y volantes que permita a la posible cliente conocer el trabajo, los modelos, es decir que conozca lo que ASTER S.A pretende realizar para la satisfacción de su posible cliente

5.02.05 Costos Financieros

Costo financiero hace referencia al monto de dinero a pagar a una entidad financiera por cierta cantidad de dinero prestada bajo un porcentaje de interés en un determinado tiempo de pago.

Tabla 63
Amortización De Capital

Descripción	Porcentaje	Detalle
Entidad	75%	Banco del pacifico
Tipo de crédito		
Capital necesario	100%	47583.08
Capital propio	53%	25197
Capital financiado	47%	22386,06
Tiempo de pago	Meto de pago	Descripción
3 años	Meses	36
	% Interés por Préstamo	15%

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Tabla 64
Costos Financieros

Descripción	Monto
Alícuota	776,02
Alícuota Sin Interés	496,19
Interés Cobrado Mensual	279,83
Interés Cobrado al año	2931,00
Interés Cobrado al segundo año	1905,19
Interés Cobrado al tercer año	714,47
Interés Total Pagado	5550,66

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

En los costos financieros se muestra las cifras que tiene que desembolsar ASTER S.A por ayuda financiera entidades financieras anuales con un valor total de 5550 dólares generados en intereses por dos años plazo

5.02.06 Costos Fijos y Variables

Tabla 65
Costos Fijos Y Variables

costos fijos y variables		
costos y gastos	P Fijo	P Variable
Costo de producción del producto		X
Materia Prima Directa		X
Prestaciones sociales		X
Costos indirectos de fabricación		X
Repuestos		X
Combustibles y lubricantes		X
Otros materiales indirectos		X
Depreciación Maquinaria y herramientas		X
Gastos de Administración		X
Depr. Muebles y enseres	X	
Depr. Equipo de Computación	X	
Depr. Vehículo	X	
Publicidad	X	

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

5.03 Inversiones

Son aquellas cantidades de dinero que son destinadas a algún bien o servicio con el fin de que este genere más ingresos es decir que produzca rentabilidad y utilidad al cabo de finalizar una actividad (**eco-finanzas**)

5.03.01 Inversión Fija

Es el pago de un bien o servicio estipulado dependiendo al giro de negocio puesto que este se mantiene en la organización dependiendo de su relevancia y productividad

5.03.01.01 Activos Fijos

Es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, explotado a su máxima capacidad por la empresa

Tabla 66
Activos Fijos

Vehículo									
Descripción	Unid	P. UN.	P. TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Vanz	unidades	1	3500	3500	560	560	560	560	560
Total				3500	560	560	560	560	560

Fuente: Fuente propia
Elaborad por: David Romero

Tabla 67
Equipo Y Maquinaria

Descripción		oficio/utilidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Máquina de coser recta	Permite cocer tela de manera zigzag		3	500,00	1.500,00
Máquina de coser zigzag	Permite cocer tela de manera recta		2	600,00	1.200,00
Bordadora	Elabora todo tipo de costura con diseño y color real		1	6.000,00	6.000,00
Cortadora de tela industrial	Cortes precisos, de todo tipo		2	550,00	1.100,00
Codificador	Diseña un código para cada prenda y temporada		1	200,00	200,00
Botonera	Pega instantánea mente botones de todo tipo		1	400,00	400,00
Plancha industrial	Permite borrar todo tipo de arruga existente en tela		1	500,00	500,00
Hiladora	Evana el hilo en rollos de grandes cantidades		1	150,00	150,00
Juego de regla acero inoxidable	Permite realizar medidas exactas y de gran longitud		1	35,00	35,00
TOTAL			3	8.935,00	11.085,00

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 68
Muebles Y Enseres

MUEBLES Y ENSERES								
DESCRIPCIÓN	N- UNIDADES	P. UNITARIO	P. TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023
Escritorio	8	120	960	86,4	86,4	86,4	86,4	86,4
Sillas	16	25	400	36	36	36	36	36
Mesas	4	50	200	18	18	18	18	18
Estanterías acero inoxidable	10	75	750	67,5	67,5	67,5	67,5	67,5
Basurero metálico	8	20	160	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4
Espejo	2	15	30	2,7	2,7	2,7	2,7	2,7
Dispensador de jabón	2	25	50	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Archivador metálico	6	40	240	21,6	21,6	21,6	21,6	21,6
Dispensador papel higiénico	2	25	50	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Sillas de espera	4	15	60	5,4	5,4	5,4	5,4	5,4
2900				261	261	261	261	261

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 69
Equipo De Cómputo

EQUIPO DE CÓMPUTO				DEPRECIACIÓN		
DESCRIPCIÓN	N- UNIDADES	P. UNITARIO	P. TOTAL	2019	2020	2021
Computador De Escritorio	4	650	2600	580,67	580,67	580,67
Impresora	1	150	150	33,50	33,50	33,50
Enfocus	1	75	75	16,75	16,75	16,75
Total Activos Fijos	6	875	2825	630,9	630,9	630,9

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 70
Equipo De Oficina

EQUIPO DE OFICINA				DEPRECIACIÓN					
Descripción	N-UNIDADES	P. UNITARIO	P. TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Parlante con micrófono	1	75	75	6,75	6,75	6,75	6,75	6,75	6,75
Modem internet	1	35	35	3,15	3,15	3,15	3,15	3,15	3,15
Teléfono	2	30	60	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40	5,40
Total activos fijos	4	140	170	15,30	15,30	15,30	15,30	15,30	15,30

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 71
Total Activos

Activos fijos

DESCRIPCIÓN	P. TOTAL	P. TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Vehículo	\$3.500,00	560	560	560	560	560	560	560
Muebles Y Enseres	\$2.900,00	261	261	261	261	261	261	261
Equipo De Oficina	\$170,00	15,3	15,3	15,3	15,3	15,3	15,3	15,3
Equipo Y Maquinaria	\$11.085,00	5542,5	5542,5	5542,5	5542,5	5542,5	5542,5	5542,5
Equipo De Computo	\$2.900,00	647,7	647,7	647,7				
Inversión Fija	\$20.555,00	7026,47	7026,47	7026,47	6378,80	6378,8	6378,8	6378,8

Fuente: Fuente Propia
Elaborado Por: David Romero

Análisis

Se puede observar que ASTER S.A para el inicio de sus actividades posee un total de 20555 dólares lo que se ve una cantidad hábil para generar un préstamo para solventa ciertos gastos necesarios

5.03.01.02 Activos Nominales (diferidos)

Los activos nominales son aquellas actividades a realizar cada institución para su normal y legal funcionamiento, dependiendo de los requerimientos que existan en su localidad

Tabla 72
Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
DESCRIPCIÓN	MONTO
Gasto de constitución	412
Gastos De Estudio De Factibilidad	200
Total Activos Diferidos	612

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede analizar que los trámites para abordar una acción economía está sujeta a varios requisitos para que se encuentre legal mente en su funcionamiento y sin inconvenientes ASTER S.A para realizar todos sus trámites legales pretende invertir 612 dólares para su correcto funcionamiento ante las leyes ecuatorianas

5.03.02 Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo también se conoce como Activos Corrientes los cuales se los conoce como los pilares para la operación normal del proyecto durante una época o temporada (solocontabilidad)

En esta tabla se reflejan valores que corresponden a tres meses.

Tabla 73
Capital De Trabajo

Descripción	Mensual	Bimensual	Requerimiento trimestral
Materia prima	4017,35	8034,7	12052,05
Nomina	3939,9	7879,8	11820
Costos indirectos de fabricación	196,09	392,18	588
Gastos de Publicad	100	200	315
Gastos administrativos	684,78	1369,56	2.054,34
Total capital de trabajo	8938,12	17876,24	26.829,34

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Para ASTER S.A el capital de trabajo es vital lo que ha puesto su atención materia prima, nomina, y costos indirectos de fabricación. Ya que de estas dependen el funcionamiento, el financiamiento y la ejecución del objetivo propuesto anteriormente Con un valor de 26829.34 dólares para su primer trimestre de labores

5.03.03 Fuentes de Financiamiento y uso de Fondos

Tabla 74

Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos

Fuentes de Financiamiento				
N	Detalle	total	Recursos propios	financiamiento
1	INVERSIÓN (a+b)	20997	15197	5800
a	INVERSIÓN FIJA (a)	20385		
1	Vehículo de trabajo	3500	3500	
2	Maquinaria y equipo	11085	11085	
3	Equipo de computación	2900		2900
4	Muebles y Enseres	2900		2900
b	Inversión diferida	612	612	
1	Gastos estudio de factibilidad	200		
2	Gastos de constitución	412		
2	Capital de trabajo	26586		
1	Nomina Trimestral	11820	10000	1820
2	Gastos Administrativos	1811,06		1811,06
3	Materia Prima 1trimestre	12052,05		12052
4	Costos Indirectos De Fabricación	588		588,28
5	Gastos De Publicidad	315,00		315
INVERSIÓN TOTAL				
	Total	47583,08	25197,00	22386,06

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

Son entidades financieras que prestan una cierta cantidad de dinero con algunas restricciones y con varios requisitos, con tiempo de pago y porcentajes por dicho préstamo

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

para lo cual ASTER S.A en sus uso de fondos necesitara 47583.08 en dólares para ejercer sus actividades de las cuales 25197 en dólares son recursos propios con una diferencia de 2822386.06 dólares que se ve en la necesidad de recurrir a apalancamiento financiero

5.03.04 Amortización De Financiamiento

Tabla 75

Amortización De Préstamo Bancario

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
ASTER S.A					
Monto		22386,06			
Tasa interés		15 %			
Tiempo		36			
AÑOS	SALDO	CUOTA	INTERES	CAPITAL	SALDO
1	-22386,06	\$ 776,02	279,83	\$ 496,19	\$ 21.889,87
2	(\$ 21.889,87)	\$ 776,02	273,62	\$ 502,40	\$ 21.387,47
3	(\$ 21.387,47)	\$ 776,02	267,34	\$ 508,68	\$ 20.878,79
4	(\$ 20.878,79)	\$ 776,02	260,98	\$ 515,04	\$ 20.363,76
5	(\$ 20.363,76)	\$ 776,02	254,55	\$ 521,47	\$ 19.842,28
6	(\$ 19.842,28)	\$ 776,02	248,03	\$ 527,99	\$ 19.314,29
7	(\$ 19.314,29)	\$ 776,02	241,43	\$ 534,59	\$ 18.779,70
8	(\$ 18.779,70)	\$ 776,02	234,75	\$ 541,27	\$ 18.238,43
9	(\$ 18.238,43)	\$ 776,02	227,98	\$ 548,04	\$ 17.690,39
10	(\$ 17.690,39)	\$ 776,02	221,13	\$ 554,89	\$ 17.135,50
11	(\$ 17.135,50)	\$ 776,02	214,19	\$ 561,83	\$ 16.573,67
12	(\$ 16.573,67)	\$ 776,02	207,17	\$ 568,85	\$ 16.004,82
13	(\$ 16.004,82)	\$ 776,02	200,06	\$ 575,96	\$ 15.428,86
14	(\$ 15.428,86)	\$ 776,02	192,86	\$ 583,16	\$ 14.845,70
15	(\$ 14.845,70)	\$ 776,02	185,57	\$ 590,45	\$ 14.255,25
16	(\$ 14.255,25)	\$ 776,02	178,19	\$ 597,83	\$ 13.657,42
17	(\$ 13.657,42)	\$ 776,02	170,72	\$ 605,30	\$ 13.052,12
18	(\$ 13.052,12)	\$ 776,02	163,15	\$ 612,87	\$ 12.439,25
19	(\$ 12.439,25)	\$ 776,02	155,49	\$ 620,53	\$ 11.818,72
20	(\$ 11.818,72)	\$ 776,02	147,73	\$ 628,29	\$ 11.190,44
21	(\$ 11.190,44)	\$ 776,02	139,88	\$ 636,14	\$ 10.554,30
22	(\$ 10.554,30)	\$ 776,02	131,93	\$ 644,09	\$ 9.910,21
23	(\$ 9.910,21)	\$ 776,02	123,88	\$ 652,14	\$ 9.258,06
24	(\$ 9.258,06)	\$ 776,02	115,73	\$ 660,29	\$ 8.597,77

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)

25	(\$ 8.597,77)	\$ 776,02	107,47	\$ 668,55	\$ 7.929,22
26	(\$ 7.929,22)	\$ 776,02	99,12	\$ 676,90	\$ 7.252,32
27	(\$ 7.252,32)	\$ 776,02	90,65	\$ 685,37	\$ 6.566,95
28	(\$ 6.566,95)	\$ 776,02	82,09	\$ 693,93	\$ 5.873,02
29	(\$ 5.873,02)	\$ 776,02	73,41	\$ 702,61	\$ 5.170,41
30	(\$ 5.170,41)	\$ 776,02	64,63	\$ 711,39	\$ 4.459,02
31	(\$ 4.459,02)	\$ 776,02	55,74	\$ 720,28	\$ 3.738,74
32	(\$ 3.738,74)	\$ 776,02	46,73	\$ 729,29	\$ 3.009,45
33	(\$ 3.009,45)	\$ 776,02	37,62	\$ 738,40	\$ 2.271,05
34	(\$ 2.271,05)	\$ 776,02	28,39	\$ 747,63	\$ 1.523,42
35	(\$ 1.523,42)	\$ 776,02	19,04	\$ 756,98	\$ 766,44
36	(\$ 766,44)	\$ 776,02	9,58	\$ 766,44	(\$ 0,00)

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

Para la amortización se tomó en cuenta el valor solicitado en la utilización de fondos de 22.386.06 dólares y tomando en cuenta la producción de ASTER S.A se optó por un préstamo a 36 meses plazo con una tasa de interés del 15%

5.03.05 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Tabla 76
Depreciaciones

Descripción	P. TOTAL	P. TOTAL	2019	2020	2021	2022	2023
Vehículo	\$3.500,00	560	560	560	560	560	560
Muebles Y Enseres	\$2.900,00	261	261	261	261	261	261
Equipo De Oficina	\$170,00	15,3	15,3	15,3	15,3	15,3	15,3
Equipo Y Maquinaria	\$11.085,00	5542,5	5542,5	5542,5	5542,5	5542,5	5542,5
Equipo De Computo	\$2.900,00	647,7	647,7	647,7			
Total Depreciación	\$20.555,00	7026,47	7026,47	7026,47	6378,80	6378,8	6378,8

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede deducir que la depreciación está dada para ver qué cantidad de dinero se tiene que descontar de la indumentaria propia de la empresa según sus años de vida útil en el caso de ASTER S.A su total de indumentaria para el 2018 tiende hacer de 17154.60 dólares

5.03.06 Estado De Situación Inicial

ASTER S.A			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
Activos Corrientes		PASIVOS	
Disponibles		Pasivo Largo Plazo	
Bancos		Préstamo Bancario Por pagar	22.386,08
Caja	25156,08	Total Pasivo	22.386,08
Activos Fijos		PATRIMONIO	
		Capital Social	25197,00
Vehículo	3500		
Muebles y Enceres	2900	Total Patrimonio	25197,00
Maquinaria y Equipo	11.085,00		
Equipo de oficina	170,00		
Equipo de Computación	2.900,00		
Activos Diferidos			
Estudio de Factibilidad	200		
Gastos de Constitución	412		
Gastos de Publicidad	1.260,00		
TOTAL ACTIVOS	47.583,08	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	47.583,08
FIRMA GERENTE		FIRMA ENCARGADO	

Figura 47 Estado De Situación Inicial

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

5.03.07 Estado De Resultados Proyectados (a cinco años)

Tabla 77

Estado De Resultado Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMADO					
Tasa de Crecimiento:	0,013				1,26
Tasa de Inflación:	-0,009				0,0126
Descripción	Año	Año	Año	Año	Año
	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	134.400,00	136.093,44	137.808,22	139.544,60	141.302,86
(-) Costo de Producción	48.208	48.816	49.431	50.054	50.684
(=) Utilidad Bruta en Ventas	86.191,80	87.277,82	88.377,52	89.491,07	90.618,66
(-) Gastos Operacionales					
Nomina	47.278,76	49.642,70	52.124,83	54.731,07	57.467,63
Gastos Administrativos	8.217,35	8.143,40	8.070,11	7.997,48	7.925,50
Gastos de Ventas	1.260,00	1.248,66	1.237,42	1.226,29	1.215,25
Gastos Financieras	2.931,00	1.905,19	714,47	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	26.504,69	26.337,87	26.230,69	25.536,24	24.010,29
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	26.504,69	26.337,87	26.230,69	25.536,24	24.010,29
(-) 15 % Participación Laboral	3.975,70	3.950,68	3.934,60	3.830,44	3.601,54
(=) Utilidad Antes de I.R.	22.528,98	22.387,19	22.296,08	21.705,80	20.408,74
(-) 22% Impuesto a la Renta	4.956,38	4.925,18	4.905,14	4.775,28	4.489,92
(=) Utilidad Neta	17.572,61	17.462,01	17.390,94	16.930,53	15.918,82

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

5.03.08 Flujo Caja

Tabla 78

Flujo De Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	- 47.583,08			-2.900,00		8.093,97
Excedente Operacional		17.572,61	17.462,01	17.390,94	16.930,53	15.918,82
FLUJOS DE EFECTIVO	- 47.583,08	17.572,61	17.462,01	14.490,94	16.930,53	24.012,79

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

El flujo de caja muestra un valor positivo para los primeros años de vida de ASTER S.A para lo cual se tomo en cuenta la utilidad proporcionado por el estado de resultados para los flujos de caja es útil un valor positivo porque así muestra factibilidad de sobrevivir en el mercado

5.04 Evaluación

5.04.01 Tasa de descuento

La tasa de descuento se utiliza para “descontar” el dinero futuro. Es muy utilizado a la hora de evaluar proyectos de inversión. Esta indica cuánto vale ahora el dinero de una fecha futura (**economipedia**)

Cálculos de la TMAR

$$TMAR = i + f + (i \times f)$$

i = inflación
f = costo de oportunidad

Figura 48 *Formula Para Calcular TMAR*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

$$TMAR = 0,0009 + 0,0775 + (0,0009 \times 0,08)$$

$$TMAR = 0,0784 + 6,98E-05$$

$$TMAR = 16,70\%$$

Análisis

Para valorar los datos se ha optado por la tasa de interés costo de oportunidad que esta en 7.75 % con financiamiento y 0% sin financiamiento y la inflación que esta por debajo del 9% lo que nos proporciona un valor de 16.75% para la tasa de descuento del proyecto

5.04.02 VAN

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, quedara alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. **(crecenegocios)**

Tabla 79
Van Con Financiamiento

DESCRIPCIÓN	AÑO CERO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Inversión	-47583,08						
Flujo Neto de efectivo		17572,61	17462,01	17390,94	16930,53	15918,82	
$(1+i)^n$		1,17	1,36	1,59	1,85	2,16	
TOTAL	-47583,08	15057,93	12.821,90	10.942,35	9.128,24	7.354,56	55.304,99

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Tabla 80
Van Sin Financiamiento

DESCRIPCIÓN	AÑO CERO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Inversión	-47583,08						
Flujo Neto de efectivo		17572,61	17462,01	17390,94	16930,53	15918,82	
$(1+i)^n$		1,09	1,19	1,30	1,41	1,54	
TOTAL	-47583,08	16121,661	14.697,42	13.429,00	11.994,01	10.346,14	66.588,24

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

El van es un método financiero que mide la viabilidad del proyecto basándose en los flujos de dinero para así poder analizar si es un resultado positivo o negativo y deducir si es viable un negocio en el caso de ASTER S.A se puede analizar un VAN con financiamiento de 55.304,99 y un VAN sin financiamiento de 66.588,24 esta cantidad esta representada en dólares americanos

5.04.03 TIR

El TIR o la tasa interna de retorno, es la tasa de descuento que se tiene en un proyecto que permite que el BNA sea como mínimo igual a la inversión. Cuando se habla del TIR se habla de la máxima TD que cualquier proyecto puede tener para que se pueda ver como apto. **(economíafinanzas)**

Tabla 81

TIR Con Financiamiento

TIR (TASA INTERNA DE RETORNO) CON FINANCIAMIENTO							
DESCRIPCIÓN	AÑO CERO	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Inversión	- 47583,08						
Flujo Neto de efectivo		17572,61	17462,01	17390,94	16930,53	15918,82	
$(1+i)^n$		1,17	1,36	1,59	1,85	2,16	
TOTAL	- 47583,08	15057,935	12.821,90	10.942,35	9.128,24	7.354,56	24.87%

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede analizar que al aplicar la fórmula de la Tasa Interna De Retorno utilizando los flujos de caja se obtuvo un valor de 24.87% que se deduce como un valor positivo al comparar con el TMAR que está con un 16.70% se deduce como favorable ya que está sobrepasando el TMAR con un 8.17 puntos

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

El período de recuperación de la inversión (PRI) es un indicador que mide en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente. Puede revelarnos con

precisión, en años, meses y días, la fecha en la cual será cubierta la inversión inicial.
(esan.edu)

Para calcular el PRI se usa la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial.

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

Tabla 82
PRI Con Financiamiento

DESCRIPCIÓN	AÑO CERO	2019	2020	2021	2022	2023
Inversión	-47583,08					
Flujo Neto de efectivo		17572,61	17462,01	17390,94	16930,53	15918,82
$(1+i)^n$		1,17	1,36	1,59	1,85	2,16
TOTAL	-47583,08	15057,93	12821,90	10942,35	9128,24	
		AÑOS	MESES	DIAS		
		3	6,00	21,00		

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Al estudiar el periodo de recuperación de la inversión se dedujo que la inversión de 47583.08 tendrá una duración de retorno de 3 años con 6 meses a los 21 días por lo que se deduce un tiempo muy largo para recuperar lo invertido

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

(gestiopolis)

Tabla 83
RCB Con Financiamiento

DESCRIPCIÓN	AÑO CERO	2019	2020	2021	2022	2023	2019
Inversión	-47583,08						
Ingreso		134400,00	139776,00	145367,04	151181,72	157228,99	
$(1+i)^n$		1,17	1,36	1,59	1,85	2,16	
Ingreso Actualizado		115167,10	102633,92	91464,67	81510,93	72640,42	463417,03
Egreso		48208,00	48208,00	48208,00	48208,00	48208,00	
$(1+i)^n$		1,17	1,36	1,59	1,85	2,16	
Egreso Actualizado		41309,34	35397,89	30332,38	25991,76	22272,29	155303,66
TOTAL							2,98

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

Se puede deducir que en relación costo beneficio se mantendrá un margen de ganancia alto ya que por cada dólar que ASTER S.A invierta está generando una ganancia de 1.98 dólares americanos de margen de utilidad

$$PE = \frac{59.687,11}{20,00 - 5,70}$$

$$PE = \frac{59.687,11}{14,30} = 4.173 \text{ u}$$

DEMOSTRACION

VENTAS	83.478,48
(-) Costo Variable	23.791,37
(=) Margen Contribución	59.687,11
(-) Costo Fijos	59.687,11
(=) Utilidad Operacional	-

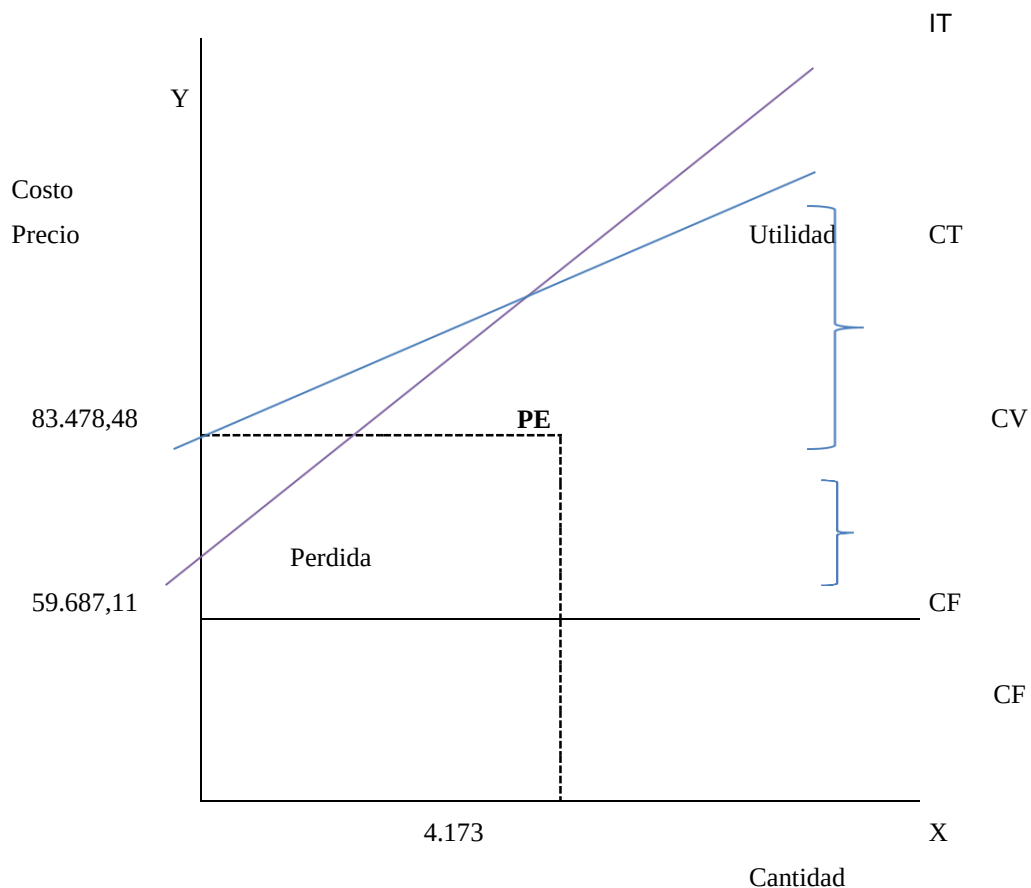


Figura 49 Punto De Equilibrio En Camisetas

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Tabla 85
Punto De Equilibrio En Chompas

CHOMPA	
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	8.217,35
Nomina	47.278,76
Gastos de Ventas	1.260,00
Gastos Financieros	2.931,00
TOTAL COSTOS FIJOS	59.687,11
Costo Variable unitario	10,45
precio	30

$$PE = \frac{59.687,11}{30,00 - 10,45}$$

$$PE = \frac{59.687,11}{19,55} = 3.053 \text{ u}$$

DEMOSTRACION

VENTAS	91.591,48
(-) Costo Variable	31.904,36
(=) Margen Contribución	59.687,11
(-) Costo Fijos	59.687,11
(=) Utilidad Operacional	-

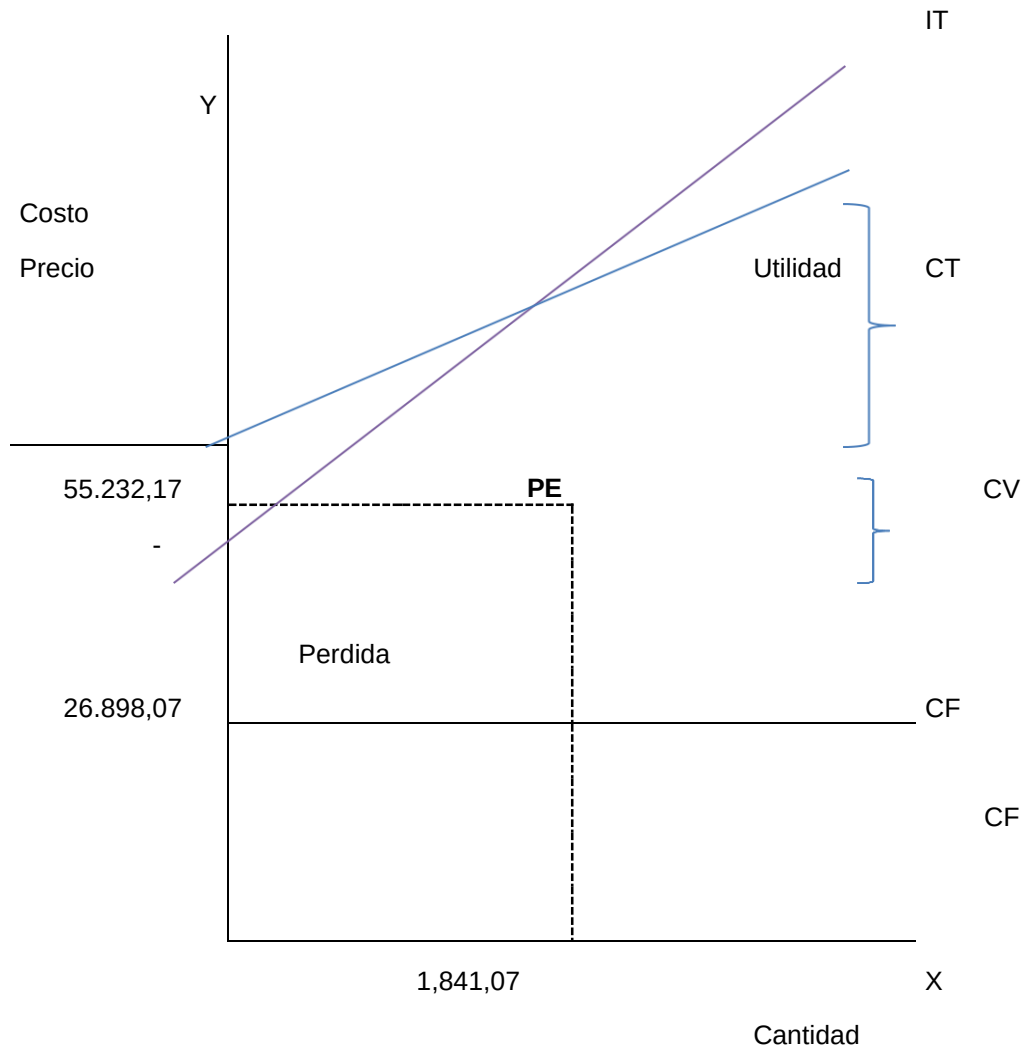


Figura 50 *Punto De Equilibrio En Chompas*

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

5.04.07 Análisis De Índices Financieros

El índice de liquidez es uno de los elementos más importantes en las finanzas de una empresa ya que indica la disponibilidad de liquidez de que dispone la organización

La operatividad de la empresa depende de la liquidez que tenga la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras con sus proveedores, colaboradores, renovar los recursos de producción

$$\text{Índice De Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Índice De Liquidez} = \frac{25.156,08}{22.386,08}$$

$$\text{Índice De Liquidez} = 1,12$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{22.386,08}{25.156,08}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0,89$$

Análisis

El índice de liquidez nos muestra un porcentaje de 1.12 y una posibilidad de endeudamiento de 0.89 que se deduce como valores no muy positivos pero se estudia su mejora para mejorar sus índices financieros

El ROE (return on equity) o retorno sobre el capital es una de las principales medidas financieras para los inversores y permite calcular el beneficio potencial que puede tener un accionista al invertir en un negocio.

El ROA (return on assets) a rentabilidad de los activos de una empresa este indicador permite deducir lo eficiente que es una empresa al gestionar sus recursos mostrando si se obtendrá rentabilidad independientemente de la forma que se financie el activo

ANÁLISIS DE INDICADORES

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{17.572,61}{25.197,00}$$

$$\text{R.O.E} = 0,70$$

ANÁLISIS DE INDICADORES

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total Activos}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{17.572,61}{47.583,08}$$

$$\text{R.O.A} = 0,37$$

Análisis

Los valores que proporciona el ROE y el ROA se deduce de manera positiva ya que para la actividad económica es necesario poseer un

ingreso que supere los egresos con ganancias notables por lo que en este caso el ROE muestra un valor positivo en referencia con el ROA que muestra una cifra considerable pero satisfactoria

CAPITULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTO

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es una alteración en el medio ambiente provocado por la acción del ser humano con el fin de obtener algún beneficio de este y sus medios, la ciencia encargada de su estudio es la ecología la cual se propone como objetivo estudiar los efectos de las acciones del ser humano ante la naturaleza con el fin de conocer cual será su perjuicios y/o beneficio para la comunidad a corto, media y largo plazo siendo su misión la minimización de su consecuencia

En la antigüedad para la elaboración de telas se usaban pieles de animales, fibras vegetales, entre otros. En la actualidad la industria textil ha ido evolucionando de una manera inigualable sin afectar el medio ambiente puesto que en la actualidad se a obviado el uso de pieles de animales y así la casa de los mismo, en el presente se controla la producción de fibras procedentes de vegetales y animales ya que son de las cuales se procede a extraer filamentos para la elaboración de hilos (algodón, lana,,,,,,,) pero desde la década de los 80 comenzó el estudio de una nueva fibra que ya no dependía de medios naturales sino se basó como materia prima del petróleo siendo la base para su elaboración

dando oportunidad de generar varios prototipos de tela como lo es el poliéster siendo un material sumamente flexible a la combinación con otros elementos

La fabricación de fibras sintéticas no es objeto de provocar daños medio ambientales con su correcta utilización y su reciclaje óptimo ´por lo que se considera como una indefensa acción contra el medio ambiente

Fases de fabricación

1 Recolección y tratamiento de fibras

La primera fase para la producción de las fibras es su búsqueda puesto que para algunas fibras es necesario otros insumos naturales por lo que se tiene que buscar el lugar más óptimo para poder encontrar calidad en su naturaleza, lo que genera un consumo y desgaste de la naturaleza al momento de poseer la indumentaria necesaria se procede a su depuración lo cual implica su limpieza, tratamiento, cuidado y su perfilamiento dependiendo su destino de uso

Hoy en día, las fibras naturales se obtienen en gran escala, es decir, en "fábricas agrícolas" en las que predomina el monocultivo. Los problemas que ello conlleva (roturación de nuevas superficies de cultivo, transformación de los suelos en estepas, dificultad de realizar una reforestación con árboles jóvenes debido a una explotación abusiva de pastos y similares, problemas sociales) deben tenerse en cuenta a la hora de planificar los emplazamientos y explotaciones.

La fabricación de hilados/hilos/torzales se realiza, en función de la materia prima y de la finalidad ulterior, en hilanderías especiales: hilanderías de algodón o de 3 cilindros, hilanderías de lana peinada, de lana cardada, de fibra de libe si bien la mencionada en primer lugar es la más frecuente. En los dos últimos decenios, junto al clásico procedimiento de hilatura con anillos, se ha establecido firmemente el "procedimiento de hilatura de cabos abiertos mediante rotor", con el que se han reducido considerablemente los costes de producción, en especial en el sector de los hilados más gruesos.

Todas las hilanderías trabajan frecuentemente con el mismo procedimiento: el material fibroso se limpia de nuevo (si es necesario), ya que tiende a sufrir alguna contrariedad para su total calidad se paraleliza y se hila estirándolo y torsionándolo al mismo tiempo en dirección axial. Una parte del hilado obtenido de este modo es retorcido de nuevo, es decir, dos o más hilos son unidos bajo torsión conformando un hilo "retorcido".

Actualmente los hilos terminados se suelen suministrar a los siguientes niveles de procesamiento en forma de las llamadas bobinas cruzadas, es decir, bobinas con un peso entre 0,8 y 3,5 kg.

En cuanto a las emisiones, solamente el desengranado del algodón y el lavado de la lana virgen tienen especial importancia.

Solamente una tercera parte del peso de la cápsula del algodón consta de fibras hilables. En el desengranado del algodón, que por lo general se realiza, se obtiene como producto derivado la semilla del algodón, de la que se puede obtener aceite y harina. Otro producto derivado lo constituyen las fibras cortas (Linters), que se utilizan, entre otras cosas, para

la fabricación de seda artificial y viscosa. Las cáscaras y residuos representan aprox. el 15% del peso de la cápsula que pueden ser devueltos al suelo.

El desengranado es un proceso seco y mecánico en el que se origina mucho ruido y polvo. Mientras que este último se puede limitar en las empresas modernas mediante la utilización de instalaciones de ventilación y filtrado, en el caso del ruido es absolutamente necesario llevar colocada siempre una protección acústica individual.

Asimismo, se necesitan complejas instalaciones depuradoras para tratar las aguas residuales altamente contaminadas (demanda química de oxígeno aprox. 15.000) conforme a las normas sobre emisarios (para la limpieza de las aguas residuales, ver también los capítulos relativos a la construcción de máquinas, talleres, astilleros y disposición de aguas residuales).

2 Contaminación del agua

El impacto ambiental de las empresas daña principalmente al aire, agua y suelo, al igual que a la flora, fauna y la comunidad en general.

Recientemente, se está contemplando, de manera racional y metódica, la utilización y el reciclaje del agua para los procesos productivos textiles, fundamentalmente por los siguientes motivos:

- Prevención ante una escasez futura de agua
- Enormes presiones medioambientales en el ámbito jurídico y legislativo

- Aumento del costo del agua
- Existencia de tratamientos terciarios de depuración más eficientes, que aseguran una mejor calidad del agua para su reutilización y reciclaje.

Tabla 86

Proceso, Uso Y Formulas De Depuración De Agua

Consumo de Agua en la Industria Textil	
Tipo de fibra/acondicionamiento	Consumo medio de agua en l/kg de material
A) según tipo de fibra	
Algodón	50-120
Lana	75-250
Fibras sintéticas	10-100
B) según el acondicionamiento	
Floca/hilado	100-200
Malla	80-120
Estampado	0-400

Fuente: Fuente propia

Elaborado por: David Romero

Instituto Estadounidense de Fabricantes de Tinturas, American Dye Manufacturers Institute ADMI). Los efectos de los tres tratamientos químicos de oxidación proporcionan la reducción de color para las tres tinturas. Los resultados sugieren que los tratamientos UV/ClO₂ y UV/H₂O₂ proporcionan la reducción máxima de color de los colorantes rojo y azul, y el tratamiento UV/H₂O₂ para el colorante verde.

Una meta de la investigación fue proporcionar modelos predictivos del efluente de aguas residuales para los procesos de tratamiento, incluyendo el tiempo de exposición UV requerido para alcanzar el valor ADMI permitido de 300, y la dosis de ClO₂ efectiva para alcanzar dichas unidades. Los resultados de las investigaciones concernientes al efluente indicaron que los tratamientos UV/ClO₂ y UV/H₂O₂ (5 mg/L) proporcionaron la reducción a 300 unidades en menos de 10 minutos de exposición UV cuando el color de efluente inicial fue menor a 500 unidades ADMI. Sin la adición de oxidante, se requirieron tiempos

de contacto mayores a 10 minutos para decolorar estos efluentes a 300 unidades ADMI. Las dosis de dióxido de cloro entre 10 y 30 mg/L con y sin radiación UV alcanzaron los mismos resultados.

Impacto general sobre el medio ambiente

El impacto así el medio ambiente a provocar no va a mayores por motivo que se utilizara materias ya elaboradas y ya transformadas por lo que en la industria textil confeccionista se refiere a desperdicios como cartón, conos, agujas, carretes, pelusas, retazos de tela e hilos, fundas plásticas, plástico envasador también se hace énfasis al consumo de agua, energía eléctrica, ruido y desechos que genere la industria textil confeccionista. Para la minimización de estos se procederá a optar por soluciones viables para que reste el deterioro de este con su consumo o explotación

Soluciones viables

- Reutilización del cartón al igual que las fundas plásticas
- Utilización de energía eléctrica solo para procesos productivo o de apoyo, al igual que la implementación de lámparas de ahorro
- Conservación y del agua potable salvo el caso que sea necesario para cualquier actividad que beneficie a la organización
- El reciclaje de agujas dañadas o inservibles en un porta agujas para proceder con su venta a la chatarrización
- Tachos para cada tipo de tela para reciclar, en el momento de tenerlos llenos los tachos se procederá con su desintegración y así poder obtener nueva tela de estas

Tabla 87
Impacto Ambiental

Factores relevantes	Ponderación	Alta	Media	Baja
Telas inteligentes MP petróleo	4	X		
Consumo de servicios básicos	2			X
Caza de animales	0.5			X
Deforestación	0.5			x
Ruido	3		X	
TOTAL	10	1	1	3

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

La tabla muestra el impacto ambiental que provocara ASTER S.A con su postura en el sector textil por lo que se analiza como un impacto negativo deficiente ya que se trata de implantar un proyecto que ayude a mantener salvaguardado el planeta y se puede observar la carencia de puntos fuertes que refleje un impacto degradante para el medio ambiente

6.02 Impacto Económico

Basándonos al crecimiento en el sector textil se espera un inclinación favorable ya que la comunicación a mercados exteriores es óptima se puede adquirir y promover nuevas tendencias de calidad existentes alrededor del mundo con el fin de que la población foco este en posición de adquisición de elementos de calidad sin percances ya que si la economía aumenta la productividad y el flujo de dinero también poniendo a ASTER S.A en posición de calidad.

En la época actual la comunicación es más factible no solo entre cliente y la organización sino también entre distribuidores de materia prima lo que permite generar innovación en el mercado con ideas extranjeras pero personalizadas para la sociedad lo que

se conoce como innovador esperando activar la economía con tecnología que no genere tiempo muerto que se propone como productivo y factible, si bien es cierto el trabajo continuo es dinero cuando se lo realiza a cabalidad

Cuando recién llega al sector de cierta región algún bien o servicio novedoso la gente que aprecia la moda se pega a ella analizando desde su perspectiva si va con el/ella ASTER S.A estudia las necesidades del cliente desde el punto de evolución y lo pretende perfeccionar para así ser la organización con una cartera de productos amplios y de suma cálida para así mantener una cartera de clientes y una economía sólida.

6.03 Impacto productivo

El crecimiento textil confeccionista en el Ecuador va gradualmente con el cambio de la matriz productiva en donde lo más importante desde un punto de vista de desarrollo es dejar de ser simples exportadores de materia prima y llegar a ser también productores , para ello se necesita la capacitación de la mano de obra que se utilizará, implementación de tecnología de punta la cual ayudará a realizar una producción igual o mejor que la internacional, también a esto se necesitaría el control necesario para que no exista el contrabando que a diario se vive en las fronteras con los países vecinos como son Perú, Colombia y Brasil de donde provienen prendas de vestir y tienen gran valor para la ciudadanía en general dentro del país.

Es por ello que con el Cambio que se está dando con el Objetivo 10 “Impulsar la transformación de la matriz productiva” que consta en el Plan del Buen Vivir, se está valorando a la producción nacional y por ende se dará un desarrollo significativo a la industria textil y confección de prendas. Es por que el sector textil y de confecciones es una cadena productiva estratégica para el país.

Tabla 88
Impacto Productivo

Factores relevantes	Ponderación	Alta	Media	Baja
Aumento de consumo de producto ecuatoriano	2	X		
Mejorar la calidad de vida	2	X		
Producto de calidad	3	X		
Aumento de el volumen de expansión innovador del sector textil confeccionista	2	X		
Disminuye tasa de desempleo	1		X	
TOTAL	10	4	1	0

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

El impacto productivo a causa de ASTER S.A se deduce como positivo ya que muestra puntos fuertes en su realización ya que busca mejorar la imagen de productos ecuatorianos con calidad en su trabajo haciendo énfasis hacia una mejora continua.

6.04 Impactos Sociales

El presente proyecto tendría como impacto social la generación de fuentes de trabajo lo cual sería beneficioso para la disminución de la tasa de desempleo en la ciudad de Quito. Esto es lo que busca el Estado, que la sociedad sea parte importante en el progreso y desarrollo del país por lo tanto generando fuentes de trabajo las personas buscarán capacitarse en las diferentes áreas que sean prioritarias dentro del cambio que se está sufriendo la matriz productiva, para ello la sociedad en general se beneficiará de los diferentes cambios que atraerá el crecimiento económico y por ende la busca de un bienestar colectivo.

Este impacto es el que busca el crecimiento de la utilización de la mano de obra nacional y por ende el desarrollo de la industria textil dentro del país.

Tabla 89
Impacto Social

Factores relevantes	Ponderación	Alta	Media	Baja
Fuentes de trabajo directa e indirecta	3	X		
Crecimiento de entes del sector publico	2		X	
Consumo de recursos naturales	1			X
Consumo de servicios públicos	1			X
Innovación en presencia con chompas y camisetas	3	X		
TOTAL	10	2	1	2

Fuente: Fuente propia
Elaborado por: David Romero

Análisis

El impacto ante la sociedad de ASTER S.A se analiza positivo ya que por motivos de apoyo al país e inculcador de innovación y progreso en la manera de trabajar, producir y ser productivos

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- En la actualidad el Ecuador está en una época de cambio en el ámbito, político, económico, social, tecnológico y ambiental por lo que se concluye Ecuador un país fértil para la innovación en moda ya que Ecuador está pasando a actualizarse con el mundo entero
- Se concluye positivo por el apoyo que existe del estado para la evolución de la matriz productiva y el sector manufacturero textil confeccionista y negativo por una serie de impuestos y cláusulas que demanda costos sumamente alto
- Con el integro estudio técnico se concluye factible la implementación de una marca de ropa en el Distrito Metropolitano de Quito sector Norte en el la barrio Comité del Pueblo N°1 ya que existe una fluida economía y entrada a un mercado de mente abierta
- Se concluye factible la implantación en este lugar por varios factores positivos como lo es la demanda positiva, el sector comercial, accesibilidad para su optimo

consumo, clientes y proveedores a distancia oportuna y también porque se cuenta con un lugar propio donde ejercer la actividad deseada

- Se concluye oportuna la factibilidad por resultados positivos en el VAN y el TIR en base a la tasa de descuento
- El impacto a causa de la implantación de una empresa textil confeccionista es positivo y carente de factores negativos

7.02 Recomendaciones

- Análisis constante de la evolución del sector textil por medio de encuestas, entrevistas, análisis situacional, en todo ámbito relacionado para así mantenerse a la par con la evolución de insumos y materia prima
- Mantener caja con 5000\$ como mínimo para solventar sus gastos imprevistos además de estar al día con todo aspecto y trámite legal
- Estudio constante de la clientela, tecnología, proveedores e innovación en el sector para mantenerse a la par con la actualidad y poder mantener la satisfacción del cliente
- Generar accenso en la organización, con la implementación de plan carrera, capacitación, para así mantener un grado de intelectualidad dentro de la organización por medio de cumplimiento de metas, calidad de trabajo, actitud y aptitud del colaborador con la organización sus medios, áreas y compañeros
- Ejecutar el proyecto con personas que conozcan del sector y de procesos de confección con el fin de reducir tiempos muertos y de enseñanza, para así generar productividad en el área y reducir tiempos muerto
- Estudiar nuevos métodos de campañas de reciclaje referente al sector para así disminuir la degradación del planeta

Referencia Bibliografía

Abcfinanzas. (s.f.). *Www.abcfinanzas.com*. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de *www.abcfinanzas.com*: <https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/costos-directos-indirectos>

CreceNegocios. (s.f.). *Www.crecenegocios.com*. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de *www.crecenegocios.com*: <https://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>

Eco-finanzas. (s.f.). *Htwww.eco-finanzas.com*. Obtenido de *htwww.eco-finanzas.com*: <https://www.eco-finanzas.com/diccionario/i/inversion.htm>

Economiafinanzas. (s.f.). *Www.economiafinanzas.com*. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de *www.economiafinanzas.com*: <https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>

Economipedia. (s.f.). *Economipedia.com*. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de *economipedia.com*: <http://economipedia.com/definiciones/tasa-descuento.html>

Esan.edu. (s.f.). *Www.esan.edu.pe*. Obtenido de *www.esan.edu.pe*: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas/>

Gestion.org. (s.f.). *Www.gestion.org*. Obtenido de *www.gestion.org*: <https://www.gestion.org/costos-fijos-y-variables/>

Gestiopolis. (s.f.). *Www.gestiopolis.com*. Obtenido de *www.gestiopolis.com*: <https://www.gestiopolis.com/evaluacion-financiera-de-proyectos-caue-vpn-tir-bc-pr-cc/>

Researchgate. (s.f.). *Www.researchgate.net*. Recuperado el 15 de 10 de 2017, de *www.researchgate.net*: https://www.researchgate.net/publication/264875391_metodologias_de_diseño_para_la_industria_textil_y_ceramica_basadas_en_el_concepto_de_ingeniería_concurrente

Solocontabilidad. (s.f.). *Www.solocontabilidad.com*. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de www.solocontabilidad.com:

<https://www.solocontabilidad.com/bienes-de-uso/costo-financiero-adquisiciones-de-bienes-usados>

Textil.ibv. (s.f.). *Ww.textil.ibv.org*. Obtenido de ww.textil.ibv.org:

<http://textil.ibv.org/el-proyecto/el-sector-textil/>

Webyempresas. (s.f.). *Www.webyempresas.com*. Recuperado el 14 de 03 de 2018, de www.webyempresas.com: <https://www.webyempresas.com/gastos-administrativos/>

ANEXOS

(APOYO AL MERCADO TEXTIL CONFECCIONISTA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA, QUE SE DEDIQUE AL DISEÑO - CONFECCIÓN DE CHOMPAS Y CAMISETAS, UBICADA EN EL SECTOR NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, PERIODO 2017-2018)