

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS

TEMA

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE
LA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE
REFACCIONAMIENTO DE PRENDAS DE VESTIR
UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA
CIUDAD DE QUITO, EN EL AÑO 2017

Proyecto de Tesis previo la obtención del Título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios

AUTOR

Mendoza Nicolalde Silvia Elizabeth

DIRECTOR

Ing. Freddy Bravo

QUITO – ECUADOR

2018

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE REFACCIONAMIENTO DE PRENDAS DE VESTIR UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2017.” presentado por la señora Mendoza Nicolalde Silvia Elizabeth, para optar por el título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, 02 agosto de 2018

Ing. MBA, Freddy Bravo

DIRECTOR

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Silvia Elizabeth Mendoza Nicolalde, declaro ser la autora del plan de negocios titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE REFACCIONAMIENTO DE PRENDAS DE VESTIR UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2017” como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al sistema de Biblioteca de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios RDI- UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y exterior, con las cuales la universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos del autor, Morales y Patrimoniales sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerde términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, firmo en la ciudad de Quito, a los días del mes de septiembre del 2018.

Autora: Silvia Elizabeth Mendoza Nicolalde

Firma:

C.I.: 1002349221

Correo Electrónico: mn_silvia76@hotmail.com

Telf. 0999124863

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Silvia Elizabeth Mendoza Nicolalde

C.I.: 1002349221

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito,.....

Para Constancia firman:
TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL 1

F.....

VOCAL 2

AGRADECIMIENTO

Agradezco a ti Raúl por tu amor, paciencia, apoyo incondicional, e impulso a seguir con mi desarrollo profesional.

A mi tutor Ing. Freddy Bravo por su aporte invaluable al compartir su conocimiento y asesoramiento expresado en este proyecto.

A la Universidad Tecnológica Indoamérica por permitir desarrollarme profesionalmente y alcanzar la meta deseada.

Gracias

DEDICATORIA

A mi madre por su impulso y constancia
pues, ella fue mi motivación para
superarme con su apoyo incondicional en
todo momento de esta carrera.

A Dayana David y Dome los motores de
mi vida, gracias por su paciencia y aliento
para seguir en las aulas sin importar los
obstáculos.

La Autora

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xvii
SUMARIO INVESTIGATIVO.....	xviii
INVESTIGATIVE SUMMARY	xix
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
ÁREA DE MARKETING	3
1. 1. DEFINICIÓN DE NEGOCIO	3
1.1.1. Especificación del Servicio.....	3
1.1.2. Aspectos innovadores.....	4
1.2. DEFINICIÓN DEL MERCADO	4
1.2.1. ¿Qué mercado se va a tocar en general?.....	5
1.2.1.1. Categorización de sujetos	5
1.2.1.2. Estudio de Segmentación.....	5
1.2.1.3. Necesidades de Información requerida previo a la Encuesta	8
1.3. LA MUESTRA	9
1.3.1. Plan de muestreo	9
1.4. DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	15

1.4.1 Encuesta.....	15
1.4.2. Análisis e Interpretación.....	15
1.5. LA DEMANDA.....	27
1.5.1 Demanda Potencial.....	27
1.6. ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE Y MACROAMBIENTE	31
1.6.1. Poder de negociación con los proveedores.....	31
1.6.2. Poder de Negociación con los Clientes	32
1.6.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes	32
1.6.4. Amenaza de productos sustitutos	32
1.7. ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE (FACTORES EXTERNOS)	33
1.7.1. Factor económico	33
1.7.2. Factor Social Cultural.....	34
1.7.3. Factor Tecnológico.....	34
1.7.4. Factores Demográficos	34
1.7.5. Factor Gubernamental	34
1.8. MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS	35
1.8.1. Matriz EFI (Factores Internos).....	36
1.8.2. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)	38
1.8.3. Plan de Contingencia.....	40
1.8.4. Precio del servicio	40
1.8.5. Fijación del precio	40
1.9. PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	40
1.9.1. PLAN DE MEDIOS.....	42
1.9.1.1. Objetivo de Plan de Medios.....	42
1.9.1.2. Logotipo.....	43
1.9.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	45
1.9.3. SEGUIMIENTO A CLIENTES	45
 CAPÍTULO II	 46
ÁREA DE PRODUCCIÓN	46
 2.1. MAPA DE PROCESOS.....	 46

2.1.1. Descripción del Proceso	47
2.1.1.1. Descripción del Proceso de Transformación del Servicio.....	48
2.1.1.2. Procedimiento del servicio al cliente.....	48
2.1.1.3. Procedimiento de refaccionamiento de prendas de vestir	50
2.1.1.4. Procedimiento de entrega de prendas	52
2.1.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas	54
2.1.2.1. Maquinaria requerida.....	57
2.1.2.2. Personas	57
2.1.2.3. Horarios de Atención al Cliente	57
2.1.2.4. Tecnología a Utilizar	58
2.1.2.5. Nivel de Inventario Promedio	58
2.1.2.6. Número de Trabajadores.....	60
2.1.2.7. Capacidad de tiempo de refacción de las prendas.....	60
2.2. DEFINICIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN	61
2.2.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar	61
2.3. CALIDAD DE REFACCIONAMIENTO DE PRENDAS	62
2.4. NORMAS DE PERMISO QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN	64
2.4.1. Seguridad e Higiene Ocupacional.....	64
2.4.2. Seguridad industrial.....	65
2.4.3. Normas Eléctricas	65
2.4.4. Iluminación	66
2.4.5. Actividades de relajación.....	66
 CAPÍTULO III	 68
ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	68
 3.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	 68
3.1.1. Visión de la Empresa.....	68
3.1.2. Misión de la Empresa	68
3.1.3. Objetivo General	69

3.1.4. Análisis FODA.....	69
3.2. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA	71
3.2.1. Organigrama Funcional	72
3.2.2. Descripción Cargos	73
3.3. CONTROL DE GESTIÓN.....	74
3.3.1. Indicadores de gestión administrativa	75
3.3.2. Indicadores de eficacia	75
3.3.3. Indicadores de eficiencia	76
3.3.4. Uso de la capacidad instalada	76
3.3.5. Rendimiento de calidad	76
3.3.6. Rendimiento de servicio	77
3.4. NECESIDADES DEL PERSONAL	78
 CAPÍTULO IV	 79
ÁREA JURÍDICO LEGAL	79
 4.1. SISTEMA DE RENTAS INTERNAS SRI	 79
4.1.1. A quién reconoce el SRI como Artesanos	79
4.1.2. Registro Único de Contribuyentes (RUC) (Servicio de Rentas Internas SRI, 2017)	80
4.1.3. Solicitud de Patente Municipal del Distrito Metropolitano de Quito	80
4.1.4. Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos de Quito DMQ.....	81
4.1.4.1. (LUAE) Licencia Metropolitana Única Para El Ejercicio De Actividades Económicas en El Distrito Metropolitano de Quito	81
 CAPÍTULO V	 83
ÁREA FINANCIERA	83
 5.1. PLAN DE INVERSIONES	 83
5.1.1. Capital de Trabajo	85
5.1.2. Plan de Financiamiento	85
5.1.2.1. Forma de Financiamiento	85

5.1.2.2. Amortización.....	86
5.2. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	87
5.3. GASTOS OPERACIONALES	91
5.3.1. Gastos no operacionales	91
5.4. PROYECCIÓN DE GASTOS ANUALES	93
5.5. DEPRECIACIONES.....	99
5.6. PROYECCIÓN DE INGRESOS	102
5.7. FLUJO DE CAJA	104
5.8. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	107
5.8.1. Cálculo del Punto de Equilibrio	107
5.9. ESTADO DE RESULTADOS	110
5.10. EVALUACIÓN FINANCIERA	111
5.10.1. Valor actual neto	111
5.10.2. Tasa interna de retorno	112
5.10.3. Beneficio costo.....	113
5.11. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	114
5.12. RAZONES FINANCIERAS	115
5.12.1. Indicadores de liquidez	116
5.12.2. Razón corriente	116
5.12.3. Prueba ácida	117
5.12.4. Indicadores de rentabilidad	117
CAPÍTULO VI.....	119
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	119
6.1. CONCLUSIONES	119
6.2. RECOMENDACIONES	120
BIBLIOGRAFÍA	122
ANEXOS.....	123

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 1: Categorización de sujetos.....	5
Tabla N° 2: Dimensión Conductual.....	6
Tabla N° 3: Dimensión Geográfica	7
Tabla N° 4: Crecimiento Poblacional para Dimensión Demográfica.....	7
Tabla N° 5: Dimensión Demográfica	8
Tabla N° 6: Tabla de Necesidades Previa Encuesta	8
Tabla N° 7: Necesidades de información al aplicar la encuesta.....	9
Tabla N° 8: Diseño del cuestionario	12
Tabla N° 9: Aceptación de servicio	16
Tabla N° 10: Preferencia de servicio	17
Tabla N° 11: Frecuencia de arreglo	18
Tabla N° 12: Lugares de preferencia de reparación	19
Tabla N° 13: Frecuencia de prenda a refaccionar.....	20
Tabla N° 14: Tipo de servicio en reparación.....	21
Tabla N° 15: Grado de satisfacción del servicio	22
Tabla N° 16: Promedio de precios.....	23
Tabla N° 17: Satisfacción del servicio frente a la competencia	24
Tabla N° 18: Medios de comunicación preferencial	25
Tabla N° 19: Valor agregado.....	26
Tabla N° 20: Tabla demanda potencial de la población de Ponceano.....	28
Tabla N° 21: Oferta en base a la competencia	29
Tabla N° 22: Demanda Potencial Insatisfecha	29
Tabla N° 23: Matriz evaluación de factores externos EFE	35
Tabla N° 24: Matriz de Factores Internos.....	36
Tabla N° 25: Matriz del perfil Competitivo	39
Tabla N° 26: Oferta en base a la competencia	41
Tabla N° 27: Distribución de presupuesto para publicidad	45
Tabla N° 28: Descripción de instalaciones	54
Tabla N° 29: Equipos de computación	56

Tabla N° 30: Muebles y enseres	56
Tabla N° 31: Descripción de maquinaria	57
Tabla N° 32: Recurso Humano.....	57
Tabla N° 33: Horario de atención	58
Tabla N° 34: Nivel de Inventario Promedio.....	59
Tabla N° 35: Número de trabajadores	60
Tabla N° 36: Tiempo de refaccionamiento	60
Tabla N° 37: Materia primas, grado de sustitución y proveedores	61
Tabla N° 38: Matriz Foda	70
Tabla N° 39: Ficha Funciones Gerente Propietario I Información Básica	73
Tabla N° 40: Ficha funciones Operarios 1-2.....	74
Tabla N° 41: Necesidades del personal	78
Tabla N° 42: Plan de Inversión Inicial.....	84
Tabla N° 43: Capital de Trabajo	85
Tabla N° 44: Forma de financiamiento.....	86
Tabla N° 45: Valores para el Préstamo	86
Tabla N° 46: Amortización	86
Tabla N° 47: Tabla informativa para el costo de venta por hora.....	87
Tabla N° 48: Costos de producción y en unidades	88
Tabla N° 49: Proyección de costos anuales	89
Tabla N° 50: Gastos Administrativos	91
Tabla N° 51: Gastos Operativos	92
Tabla N° 52: Gastos Ventas	92
Tabla N° 53: Gastos Financieros	92
Tabla N° 54: Proyección de Gastos Administrativos anual	93
Tabla N° 55: Proyección de Gastos Operativos anual	93
Tabla N° 56: Proyección de Gastos Financieros anual.....	93
Tabla N° 57: Proyección de Gastos de Ventas.....	94
Tabla N° 58: Beneficios sociales.....	95
Tabla N° 59: Proyección anuales de Gastos administrativos	96
Tabla N° 60: Proyección anuales de Gastos Ventas	97
Tabla N° 61: Proyección anuales de Gastos Financieros.....	98

Tabla N° 62: Depreciación de Activos	99
Tabla N° 63: Proyección de la Depreciación de Maquinaria	100
Tabla N° 64: Proyección de la Depreciación de Muebles y Enseres.....	100
Tabla N° 65: Proyección de la Depreciación de Equipos de Computación	101
Tabla N° 66: Proyección de Ingresos	102
Tabla N° 67: Flujo de caja proyectado	105
Tabla N° 68: Valores para cálculo del punto de equilibrio	107
Tabla N° 69: Datos gráfico Punto de Equilibrio	109
Tabla N° 70: Estado de Resultados Proyectado	110
Tabla N° 71: Cálculo del TMAR.....	111
Tabla N° 72: Cálculo del VAN y TIR	113
Tabla N° 73: Cálculo Costo Beneficio.....	113
Tabla N° 74: Recuperación de la Inversión	114

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1: Aceptación de servicio	16
Gráfico N° 2: Preferencia de servicio	17
Gráfico N° 3: Frecuencia de arreglo	18
Gráfico N° 4: Lugares de preferencia de reparación	19
Gráfico N° 5: Frecuencia de prenda a reparación.....	20
Gráfico N° 6: Tipos de servicio en reparación	21
Gráfico N° 7: Grado de satisfacción del servicio	22
Gráfico N° 8: Promedio de precios.....	23
Gráfico N° 9: Satisfacción del servicio frente a la competencia	24
Gráfico N° 10: Medios de comunicación preferencial	25
Gráfico N° 11: Valor agregado.....	26
Gráfico N° 12: Proyección de la demanda	30
Gráfico N° 13: Análisis del microambiente (5 fuerzas Porter)	31
Gráfico N° 14: Fuerzas Del Macroentorno	33
Gráfico N° 15: Resultados obtenidos de la matriz EFE Oportunidades	35
Gráfico N° 16: Resultados obtenidos de la matriz EFE Amenazas	36
Gráfico N° 17: Resultados obtenidos de la matriz EFI Fortalezas	37
Gráfico N° 18: Resultados obtenidos de la matriz EFI Debilidades	38
Gráfico N° 19: Proyección de la oferta.....	42
Gráfico N° 20: Logotipo microempresa “Costuras y Composturas”.....	43
Gráfico N° 21: Flujograma de proceso de servicio al cliente.....	49
Gráfico N° 22: Flujograma de proceso de refaccionamiento de prendas de vestir	51
Gráfico N° 23: Flujograma de proceso de entrega de prendas	53
Gráfico N° 24: Plano de la Instalación “Costuras Y Composturas”.....	55
Gráfico N° 25: Orden de trabajo.....	63
Gráfico N° 26: Organigrama estructural “Costuras y Composturas”	71
Gráfico N° 27: Organigrama funcional.....	72
Gráfico N° 28: Punto de Equilibrio	109

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración N° 1: Cartografía Parroquia Ponceano Alto	6
Ilustración N° 2: Mapa de Procesos.....	47
Ilustración N° 3: Ergonomía con maquinaria textil (htt5)	65
Ilustración N° 4: Iluminación de maquinaria textil (htt6).....	66
Ilustración N° 5: Relajación (htt8).....	66
Ilustración N° 6: Diferencia entre costo y gasto.....	90

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE REFACCIONAMIENTO DE PRENDAS DE VESTIR UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO 2017”

AUTOR: Silvia Elizabeth Mendoza Nicolalde

TUTOR: Ing. Freddy Bravo

Este plan de negocios consiste en la creación de una microempresa de Confección que brindará el servicio de refaccionamiento de prendas de vestir transformación de diseño y servicio personalizado, está dirigida especialmente a la población económicamente activa del sector de Ponceano donde se ubicará el negocio. El propósito de este servicio es el ajuste de cada prenda en base a la necesidad de cada cliente, brindando un valor agregado con asesoramiento de imagen precios accesibles. En la actualidad las cadenas de moda está en constante evolución tanto en su estilo como diseño, temporada y colecciones, estas tiendas de ropa adquieren prendas importadas o de empresas que realizan la confección en serie, las mismas que cuentan con fallas de fábrica y el tallaje no acorde a las necesidades de los clientes, debido a un escaso control de calidad, es así que se crea una oportunidad de negocio, al ofrecer soluciones al cliente con la reparación de su vestuario de forma profesional y con estándar de calidad, en todas las operaciones y procesos que se desarrollaran en esta microempresa. Para el desarrollo de este plan de negocios se utilizó la metodología de observación, estudio, descripción y análisis de la información de los temas a investigar que permita conocer el entorno, tomar decisiones o evaluar estrategias ya adoptadas. También se describe a la competencia, factores externos e internos que pueden afectar a la microempresa, el público objetivo que son personas que comprenden entre 20 y 54 años de edad segmento que se ha tomado como población de investigación, por medio de la técnica de encuesta, que determina la población objetivo al que está enfocado. También se analizó en el capítulo uno el de marketing, en el capítulo dos el área operacional, en el capítulo 3 el área de organización y gestión en el capítulo 4 jurídico legal, y en capítulo 5 el plan económico y financiero detallando los recursos necesarios para el inicio del proyecto y su funcionamiento con las conclusiones y recomendaciones requeridas.

DESCRIPTORES: Atención personalizada, clientes, diseño, moda, oportunidad, prendas de vestir, refaccionamiento, transformación

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA**

INVESTIGATIVE SUMMARY

THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A MICROENTERPRISE OF REFACCIONAMIENTO SERVICE OF GARMENTS LOCATED IN THE NORTH OF QUITO, YEAR 2017

AUTHOR: Silvia Elizabeth Mendoza Nicolalde

TUTOR: Ing. Freddy Bravo, MBA

This business plan consists of the creation of a clothing microenterprise that will provide the garment repair service, design transformation and personalized service, is aimed especially at the economically active population of the Ponceano sector where the business will be located. The purpose of this service is the adjustment of each garment based on the need of each client, providing added value with image advice accessible prices. At present, fashion chains are constantly evolving, both in style and design, season and collections, these clothing stores acquire imported garments or companies that carry out mass production, which have faults in the factory and the size not according to the needs of the clients, due to a poor quality control, this is how a business opportunity is created, by offering solutions to the client with the repair of his wardrobe in a professional manner and with quality standard, in all operations and processes that will be developed in this microenterprise. For the development of this business plan we used the methodology of observation, study, description and analysis of the information of the topics to be investigated that allows us to know the environment, make decisions or evaluate strategies already adopted. It also describes the competition, external and internal factors that may affect the microenterprise, the target audience are people who comprise between 20 and 54 years old segment that has been taken as a research population, through the survey technique, which determines the target population to which it is focused. Marketing was also analyzed in chapter one, chapter two in the operational area, chapter 3 in the area of organization and management in legal legal chapter 4, and chapter 5 the economic and financial plan detailing the resources needed to the start of the project and its operation with the conclusions and recommendations required.

DESCRIPTORS: Clients, clothing, design, fashion, opportunity, personalized attention, transformation.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto es un “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE REFACCIONAMIENTO DE PRENDAS DE VESTIR UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2017”, tiene como objetivo primordial un nuevo concepto de servicio accesible a la comunidad ubicada en el sector de Ponceano de la ciudad Quito Provincia Pichincha, ofreciéndoles el refaccionamiento de las prendas de vestir con insumos de alta calidad, cumpliendo así las expectativas de los clientes. Nace así la idea de negocio como una oportunidad de trabajo, enfocándose principalmente a la población socioeconómicamente activa. A través de las encuestas necesarias efectuadas se determinará la demanda de negocio y su precio, por la importancia que tiene el conocer el comportamiento del consumidor.

En el capítulo I, Área de Marketing, utilizando la metodología descriptiva se realizará una breve descripción del mercado y su comportamiento, utilizando herramientas estadísticas como la encuesta, se establecerá la demanda potencial, junto a una investigación de campo para conocer la oferta de mercado existente y así determinar la demanda potencial insatisfecha.

En el capítulo II, y utilizando como base la metodología descriptiva se identificarán los diferentes factores que afectan los procesos existentes, la capacidad de producción los equipos, maquinaria e instalaciones requeridas para un óptimo funcionamiento del negocio, igualmente se diseñarán tanto el mapa de procesos como el organigrama de los diferentes procesos y subprocesos.

En el capítulo III, haciendo uso de la descripción como una metodología de investigación se identifica la misión, visión y filosofía de la empresa, se realizará un análisis FODA y los diferentes organigramas funcionales y estructurales del negocio.

En el capítulo IV, se realizará un breve descripción de los diferentes factores legales que determinan el funcionamiento del negocio, para esto se hará uso de la descripción como metodología de investigación.

En el capítulo V, gracias a la metodología inductiva y la aplicación de herramientas estadísticas se podrá determinar la factibilidad del funcionamiento del negocio.

En el capítulo VI, mediante el análisis se obtendrán las diferentes conclusiones y recomendaciones de la investigación.

CAPÍTULO I

ÁREA DE MARKETING

1. 1. DEFINICIÓN DE NEGOCIO

1.1.1. Especificación del Servicio

Este plan de negocios desea cubrir la necesidad observada en el ámbito de la moda actual, ya que al adquirir una prenda de vestir las personas desean verse y sentirse bien con sus prendas, las cuales por el crecimiento y entorno del mercado son creadas de forma seriada, con fallas de confección, prendas que no se ajustan al tallaje y medida exacta.

Esta microempresa brindará el servicio de reparación, costuras express, y entallado de prendas de vestir. También se cubrirá las necesidades de costura, en clientes que buscan y quieren cambiar el diseño de sus prendas con modelos novedosos, a bajos costos, renovando prendas que tienen en sus closets, de acuerdo a la última tendencia de la moda.

Este servicio ayudará a sus futuros clientes a solucionar problemas en su vestuario y cubrir sus necesidades experimentando cambios personalizados, en los diseños, dando así una “segunda oportunidad” a sus prendas o mejorar las actuales, enfocando en la satisfacción individual a cada cliente.

1.1.2. Aspectos innovadores

Según McKinsey (Company, 2009) expresa que para asegurar el desarrollo de un producto se debe generar valor agregado y aprovechar las tendencias globales que están en el entorno del mercado.

Este plan de negocios fue creado para satisfacer las necesidades del cliente, en cuanto se refiere al servicio de refaccionamiento de prendas de vestir y soluciones rápidas de costura, enfocada y diferenciada en calidad del servicio que cumplan con las expectativas del cliente para ello se enfocará primordialmente en ofrecer:

- Asesoramiento de imagen
- Cambio de diseño de prendas
- Precios accesibles.

La innovación en la tendencia, será refaccionar una prenda de vestir a la medida del cliente. En otras prendas se ofrecerá el cambio de diseño de prendas, que consiste en la adaptación o remodelación de la prenda adaptándola a otro modelo que se estime conveniente realizar. Esto va ligado con asesoramiento de imagen personalizado, así también como la recuperación de las prendas usadas.

Además se ofrecerá servicios están direccionados a soluciones rápidas en las prendas como: bastas, cambio de cierres, ojales, puños, zurcidos entre otros.

También se realizará entallado a la medida en vestidos formales e informales, pantalones, chaquetas, blusas, y otras soluciones específicas.

1.2. DEFINICIÓN DEL MERCADO

En términos económicos generales el mercado designa aquel conjunto de personas y organizaciones que participan de alguna forma en la compra y venta de los bienes y servicios o en la utilización de los mismos. Para definir el mercado en el sentido más específico, hay que relacionarlo con otras variables, como el producto o una zona determinada. (María, 2002)

Para este plan de negocios se ha tomado como mercado objetivo, a las personas económicamente activas del sector de Ponceano, cuya necesidad de verse y sentirse bien con vestimenta de calidad y vanguardista hacen que encuentre en nosotros la mejor alternativa tanto de arreglo, innovación y mejora de sus prendas de vestir.

1.2.1. ¿Qué mercado se va a tocar en general?

1.2.1.1. Categorización de sujetos

Tabla N° 1: Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién usa el servicio?	Las personas económicamente activas que trabajen y tengan ingresos.
¿Quién decide arreglar sus prendas de vestir?	Hombre y mujeres que necesiten el servicio.
¿Quién influye para uso del servicio del refaccionamiento de las prendas de vestir?	La familia, amistades, entorno social y laboral.

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: La Autora

1.2.1.2. Estudio de Segmentación

Esta microempresa tiene como segmento geográfico a la parroquia de Ponceano de la ciudad de Quito, ubicado en el Norte del Distrito Metropolitano. Es uno de los sectores que están en crecimiento a nivel habitacional y económico, donde se presentan la oportunidad de este servicio, lo que permite acertar la ubicación en la que se va a enfocar este negocio.

A continuación presentamos el mapa donde estará ubicada la empresa:

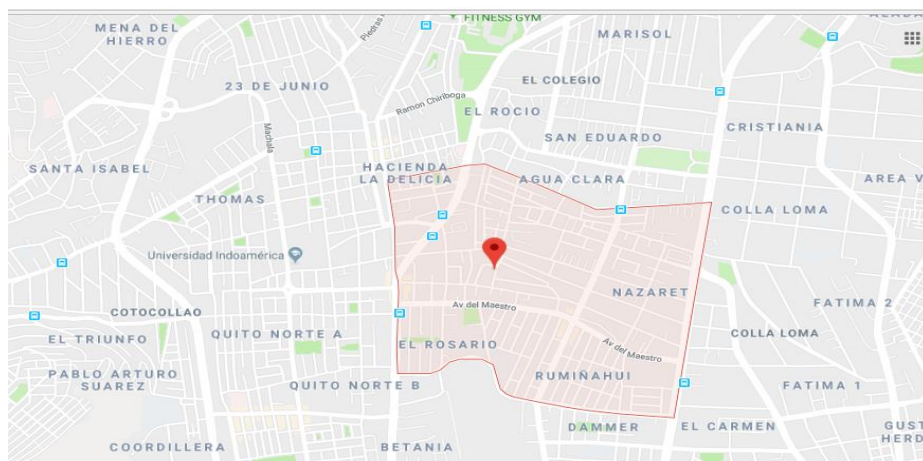


Ilustración N° 1: Cartografía Parroquia Ponceano Alto

Fuente: Google Maps Imágenes

Elaborado por: Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda – MDMQ

Ponceano, es una parroquia urbana de la ciudad de Quito, parte de las 65 que conforman el área metropolitana de la capital de Ecuador. Está ubicada al noreste de la urbe, y sus límites son las parroquias de Carcelén al norte, Kennedy y La Concepción al sur, Comité del Pueblo al este y Cotocollao al oeste.

Tabla N° 2: Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de servicio:	Refaccionamiento de prendas de vestir y diseño personalizado
Tipo de necesidad:	Social, estima y seguridad
Actitud frente al servicio:	Positivo
Relación con la marca:	Ninguno

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: La Autora

En la Dimensión conductual se detalla el tipo de necesidad que existe en la utilización de un servicio de refaccionamiento de prendas de vestir que comprende en lo social ya que en el medio donde se desenvuelven las personas desean verse y sentirse bien, aporta también en la autoestima proporcionando seguridad, y la actitud ante este servicio será positiva, sin que sea necesario la relación con la marca ya que es nuevo servicio.

Tabla N° 3: Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad , urbana y rural	Quito
Sector	Norte
Parroquia	Ponceano
Tamaño	53.892

Fuente: Censo de población y vivienda CPV 2010

Elaborado por: La Autora

En la dimensión geográfica se parte de un macro, como país, región, ciudad llegando a la población objetivo de Ponceano con un total tamaño de población total de 53.892 dato tomado del último Censo del INEC 2010 ya que no existe dato actual se ha segmentado y proyectado manualmente desde el año 2017, con un resultado de a 32.087 entre hombres y mujeres.

Tabla N° 4: Crecimiento Poblacional para Dimensión Demográfica (Ver Anexo 1)

AÑO	CRECIMIENTO POBLACIONAL	POBLACIÓN H Y M (DE 20 A 54 AÑOS) PEA
2010	0,15	28891
2011		29327
2012		29770
2013		30220
2014		30676
2015		31139
2016		31609
2017		32087
2018		32571
2019		33063
2020		33562
2021		34069

Fuente: Censo de población y vivienda CPV 2010

Elaborado por: La Autora

Partiendo de la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y censos INEC del 2010, se tomó los datos estadísticos del total de la población de Ponceano posteriormente se segmentó a hombres y mujeres de 20 a 54 años de edad, con una población de 28.891 con este dato se realizó la proyección de la población desde EL año 2017 de con una tasa de 1.51% de crecimiento poblacional, y se obtuvo un universo de 32.087 personas.

Tabla N° 5: Dimensión Demográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
Edad	20-54 años	32.087
Sexo	Hombres / Mujeres	15.190 / 16897
Socioeconómico	-	32.087
Ocupación	NO APLICA	NO APLICA

Fuente: Censo de población y vivienda CPV 2010

Elaborado por: La Autora

En la dimensión demográfica se ha dividido por edad, género, para establecer los datos de la población de Ponceano, hombres y mujeres entre 20 y 54 años de edad se ha tomado el dato del Censo del año 2010 y se ha proyectado al año 2017. (Ver anexo)

1.2.1.3. Necesidades de Información requerida previo a la Encuesta

Objetivo específico 1. Obtener la información necesaria y requerida de la población de estudio para la realización de la encuesta y desarrollo de los temas a tratar.

Tabla N° 6: Tabla de Necesidades Previa Encuesta

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Población por Parroquias de Quito	Secundaria	INEC- Censo 2010	Banco de datos INEC

Número total de personas del sector de Ponceano	Secundaria	INEC-Censo 2010	Banco de datos INEC
Personas económicamente activas	Secundaria	INEC-Censo 2010	Banco de datos INEC
Hombres y mujeres entre 20 y 54 años de edad de la población Ponceano	Primaria	Población Ponceano	Encuestas

Fuente: Elaboración Propia (Anexo 1)

Elaborado por: La Autora

Objetivo específico 2. Conocer las necesidades, gustos preferencias precios aceptación del mercado de los futuros clientes a los que se brindará el servicio por medio de las encuestas.

Tabla N° 7: Necesidades de información al aplicar la encuesta

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Diseño e innovación	Primaria	Clientes	Encuestas
Precios referenciales	Primaria	Clientes	Encuestas
Aceptación del mercado	Primaria	Clientes	Encuestas

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: La Autora

1.3. LA MUESTRA

1.3.1. Plan de muestreo

En estadística “cuando no es posible investigar a todos los elementos se conoce como muestreo a la técnica para la selección de una muestra a partir de una

población” (Martínez, 2012), que se basa en el cálculo de las probabilidades y utiliza fórmulas para calcular el tamaño de la muestra.

Población

Una población es un grupo conformado de personas que viven en un determinado lugar o región con características definitorias. Por lo tanto “la población es la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de la población poseen una característica común la que estudia y da origen a los datos de la investigación”. (Tamayo y Tamayo 1997).

n: Representa el tamaño de la muestra es la cantidad representativa de esa población.

z: Representa la distancia media, se obtiene de una tabla de probabilidades de una distribución normal y se conoce como el número de errores estándar asociados con el nivel de confianza. Su valor es 1.96 (obtenido de la tabla de distribución normal), para tener un nivel de confianza del 95%, lo cual disminuirá el error.

p: Equivale a la probabilidad de ocurrencia de un evento, para la investigación se tomará el 95%.

q: Equivale a la probabilidad de no ocurrencia de un evento, para la investigación se tomará el 0.5%.

N: representa el tamaño de la población con característica afines, que equivale a 32.087 de población con empleo de 20 Y 54 años de sector Ponceano. Dato tomado del Instituto Nacional Estadística y Censo proyectado al 2017.

e: Es el margen o posibilidad de error máximo obtenido con la muestra y los que se hubiesen obtenido si la encuesta se aplicara a toda la población. En la investigación se considerará el 5%. (PYSIMA, s.f.)

La proyección al año 2017 dio como resultado 32.087 la población o universo, con la cual se ha estimado para obtener el cálculo de la muestra. El muestreo tiene su propia metodología y se aplicó con la siguiente fórmula:

n=Tamaño De La Muestra

Z= nivel de confiabilidad (95 %) (1.96)

P= probabilidad de ocurrencia (0.5%)

Q= probabilidad de no ocurrencia (0.5%)

N= población o universo) 32.286

e= error de la muestra (0.5%)

Para alcanzar la muestra se deberá aplicar la siguiente formula.

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{z^2 * P * Q + Ne^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 32.087}{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 + 32.087 * (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 8022}{3,8416 * 0,25 + 80}$$

$$n = \frac{30816}{81,177}$$

$$n = 379,62$$

$$n = 380 \text{ Encuestas}$$

Con el cálculo de la muestra con una población de 32.286 entre hombre y mujeres se obtiene un total de 380 personas a quienes se aplicó una encuesta las que deberán ser aplicadas para conocer la aceptación y requerimientos sobre el servicio que se brindará de reparación de prendas de vestir.

Tabla N° 8: Diseño del cuestionario

CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA DE CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE REFACCIONAMIENTO EN EL SECTOR DE PONCEANO			
1. INFORMACIÓN GENERAL			
SEXO			
EDAD			
OCUPACIÓN			
OBJETIVO 1			
1.1 Determinar el rango de edad, entre hombres y mujeres, y el sector donde se va a ofertar el servicio de reparación de prendas de vestir			
1.2 Investigar si son personas que poseen un empleo.			
2. CRITERIO DE POSIBLES USUARIOS DEL SERVICIO			
Pregunta N. 1: ¿Ud. refacciona su prenda de vestir?			
OBJETIVO 2			
2.1 Percibir el nivel de aceptación del servicio de refaccionamiento.			
3. CRITERIO DE PREFERENCIA DE LUGAR			
Pregunta N. 2: ¿Dónde refacciona sus prendas de vestir?			
sastrerías	centros comerciales	otros establecimientos	lavanderías
OBJETIVO 3			
3.1 Deducir a los lugares que acuden con frecuencia los clientes			
3.2 Determinar si se podría abrir el negocio en el sector de Ponceano			
4. CRITERIO DE TIEMPO DE USO DEL SERVICIO			
Pregunta N. 3: ¿Con que frecuencia lleva sus prendas de vestir a refaccionarlas?			
De 1 a 30 días	de 31 a 60 días	de 61 en adelante	
OBJETIVO 4			
4.1 Estimar el tiempo de tiempo en que las personas usan el servicio de reparación.			

5. CRITERIO DE TIPO DE REPARACIÓN DE PRENDAS							
Pregunta N. 4: ¿Prefiere Ud. refaccionar su prenda de vestir o confeccionar a la medida?							
Refaccionar		confeccionar					
OBJETIVO 5							
5.1 Deducir cuantas personas refaccionan sus prendas que podrían acceder a servicio.							
5.2 Conocer cuántas personas confeccionan sus prendas a la medida y no acceden al servicio de reparación de prendas.							
6. CRITERIO DE FRECUENCIA DE REPARACIÓN DE PRENDAS							
Pregunta N. 5: ¿Qué tipo de prenda refacciona con frecuencia?							
falda	vestido	blusa	chompa	pantalón	ropa deportiva	uniforme	otros
OBJETIVO 6							
6.1 Determinar cuáles son las prendas de mayor frecuencia en arreglos para estimar los tiempos de producción							
7. CRITERIO TIPO DE PRODUCTOS							
Pregunta N. 6: ¿Qué tipo de arreglo normalmente realiza usted a las prendas?							
Entallado General		Cambio de diseño					
Bastas		Cambios de cierres					
Zurcidos		Otros					
OBJETIVO 7							
7.1 Percibir el tipo de productos a ofertar y frecuencia de arreglo							
8. CRITERIO SOBRE GRADO DE SATISFACCIÓN							
Pregunta N. 7: ¿Porque usted utiliza el servicio de refaccionamiento para prendas de vestir?							
Servicio		Calidad		Costo			

OBJETIVO 8	
8.1 Comprender los factores que mantienen la relación entre empresa y cliente	
8.2 Conocer es el grado de satisfacción de los clientes ante las otras empresas	
9. CRITERIO SOBRE PRECIOS	
Pregunta N. 8: ¿Qué valor cancela usted por refaccionar sus prendas?	
De \$1 a \$5	De \$11 a \$20
De \$6 a \$10	De \$21 o más
OBJETIVO 9	
9.1 Conocer cuánto estaría dispuestas a pagar las personas que utilizaran este servicio lo que determina el costo de cada servicio	
10. CRITERIO SOBRE SATISFACCIÓN DE LA COMPETENCIA	
Pregunta N. 9: ¿Cómo calificaría el servicio de refaccionamiento que ha recibido?	
Excelente	Bueno
Muy Bueno	Regular
OBJETIVO 10	
10.1 Comprender el grado de satisfacción ante la competencia factores externos.	
11. CRITERIOS SOBRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	
Pregunta N. 10: ¿Por cuál medio de comunicación ha recibido información del servicio de refaccionamiento?	
Redes sociales, correo	volantes
Anuncios publicitarios (TV/radio)	Recomendados (familiares, amigos)
OBJETIVO 11	
11.1 Determinar los medios de comunicación más utilizados por los clientes para acceder al servicio.	
12. CRITERIOS SOBRE VALOR AGREGADO	
Pregunta N. 11: ¿Qué valor agregado le gustaría a ud. recibir cuando visita este tipo de servicio?	

Parqueadero	Tiempo de entrega	
WIFI	Asesoramiento de imagen	
OBJETIVO 12		
12.1 Conocer el valor agregado que se podría ofrecer en el establecimiento a los clientes.		
FECHA	ENCARGADO	
ENCUESTA		

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: La Autora

1.4. DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Información Primaria

1.4.1 Encuesta

La encuesta es una técnica que se utilizó como un método de la recopilación de la información para las investigaciones estadísticas, la cual se diseñó específicamente para determinar las expectativas del cliente tomando en cuenta criterios de las personas a las que se realizó dicho encuesta, alineados a objetivos específicos en varios aspectos como: precio, diseño, preferencias, frecuencia de uso del servicio, valor agregado, gustos y necesidades. (Ver Anexo 2).

1.4.2. Análisis e Interpretación

Las encuestas fueron aplicadas a los clientes económicamente activos los mismos que residen en el Sector Norte de Ponceano, estos resultados verificarán que nuestra Microempresa es factible para iniciar nuestra actividad económica.

Pregunta 1. ¿Ud. refacciona sus prendas de vestir?

Tabla N° 9: Aceptación de servicio

VARIABLES	PERSONAS	%
SI	320	84%
NO	60	16%
Total	380	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

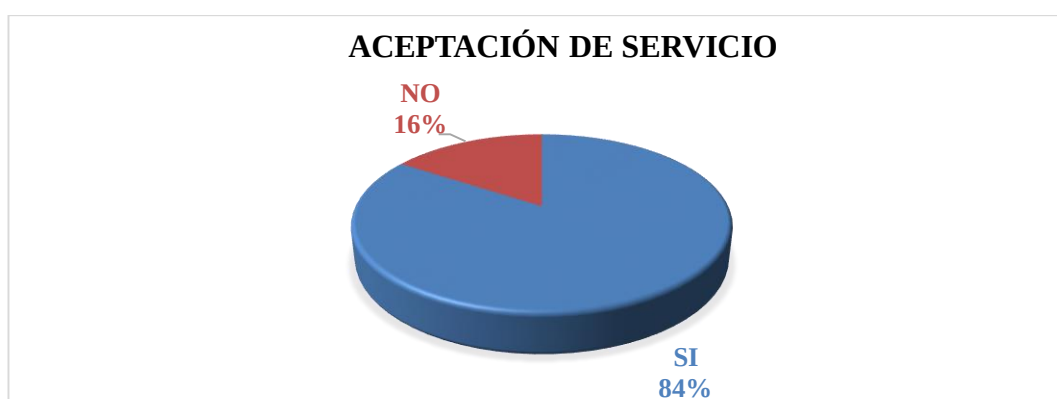


Gráfico N° 1: Aceptación de servicio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

La pregunta 1 determina de las 380 personas encuestadas, 320 que pertenecen al 84% si refaccionan las prendas de vestir esta pregunta reduce la muestra inicial, lo que nos ayuda a definir que hay una aceptación de este servicio, y el 16% (60) personas no usan este servicio.

Interpretación

Con la pregunta inicial de personas encuestadas entre hombres y mujeres de 20 a 54 años de edad se pretende apreciar la aceptación del servicio de refaccionamiento de prendas de vestir que si utilizarían el servicio o que en algún momento han realizado una reparación en sus prendas.

Pregunta 2. ¿Prefiere Usted refaccionar su prenda de vestir o confeccionar a la medida?

Tabla N° 10: Preferencia de servicio

VARIABLES	PERSONAS	%
Refaccionar	260	81%
Confeccionar	60	19%
Total	320	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora



Gráfico N° 2: Preferencia de servicio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

En la pregunta No 2 en preferencia de confeccionar o reparar, se determinó que el 81%, (260) de los encuestados prefieren reparar, ya que en la actualidad por la gran demanda de prendas que se adquieren tienen alguna imperfección. Y el 19% (60), personas desean confeccionar sobre medida porque no encuentran su tallaje exacto. De esta cantidad de personas se tomará como referencia de aceptación para las siguientes preguntas.

Interpretación

En la preferencia del servicio de refaccionamiento de prendas de vestir, se desea conocer cuántas personas utilizarían este servicio y se estima que las personas si acuden a esta prestación por diferentes servicios motivos de entallado de acorde a su figura. Mientras que el otro porcentaje menor, confeccionan sus prendas en lugares de modistería o sastrería específicos.

Pregunta 3. ¿Con qué frecuencia lleva sus prendas de vestir a refaccionarlas?

Tabla N° 11: Frecuencia de arreglo

VARIABLES	PERSONAS	%
De 1 a 30 días	185	71%
De 31 a 60 días	60	23%
De 61 días o más	15	6%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora



Gráfico N° 3: Frecuencia de arreglo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

En esta pregunta se puede determinan que de 260 personas, el 71% que son (185) personas si usan este servicio frecuentemente, 23% que equivale 60 personas utilizan en fechas específicas y el 6% (15), personas ocasionalmente utilizan el servicio.

Interpretación

En la pregunta de frecuencia de arreglo se puede deducir que la mayoría de personas si llevan sus prendas a reparar entre 1 a 30 días frecuentemente con variables que pueden ser prendas propias, prendas de hijos, familiares, cónyuges, otros encuestados llevan sus prendas entre 31 a 60 días, y otras personas refaccionan sus prendas entre 61 días en adelante lo que determina la frecuencia de los futuros clientes que si necesitan este servicio.

Pregunta 4. ¿Prefiere Ud. refaccionar su prenda de vestir o confeccionar a la medida?

Tabla N° 12: Lugares de preferencia de reparación

VARIABLES	PERSONAS	%
Sastrerías	40	15%
Centros comerciales	42	16%
Lavanderías	29	11%
Otros	149	57%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

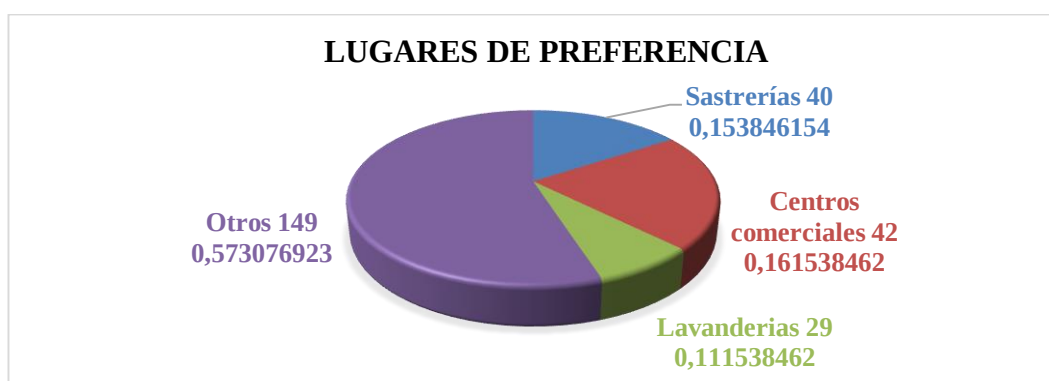


Gráfico N° 4: Lugares de preferencia de reparación

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

Se estima que el 57% (149) personas llevan a refaccionar en otros, dentro del cual está este servicio, el 16% (42) personas acuden a centros comerciales, el 15% (40) personas refaccionan en sastrerías, y el 11% (29) en lavanderías.

Interpretación

De los 260 encuestados se estima los lugares donde las personas realizan sus reparaciones de prendas, los que corresponden a otros, serían posibles clientes que aceptarían la idea del negocio, así como también otro porcentaje se direccionan a los centros comerciales, otros usuarios del servicio en sastrerías y lavanderías, es decir que los tres últimos grupos pueden ser nuestros posibles clientes si utilizamos estrategias de alianza.

Pregunta 5. ¿Qué tipo de prenda refacciona con frecuencia?

Tabla N° 13: Frecuencia de prenda a refaccionar

VARIABLES	PERSONAS	%
Falda	8	3%
Vestido	60	23%
Blusa	45	17%
Chompa	25	10%
Chaqueta	15	6%
Pantalón	85	33%
Ropa Deportiva	5	2%
Uniforme	10	4%
Otros	7	3%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

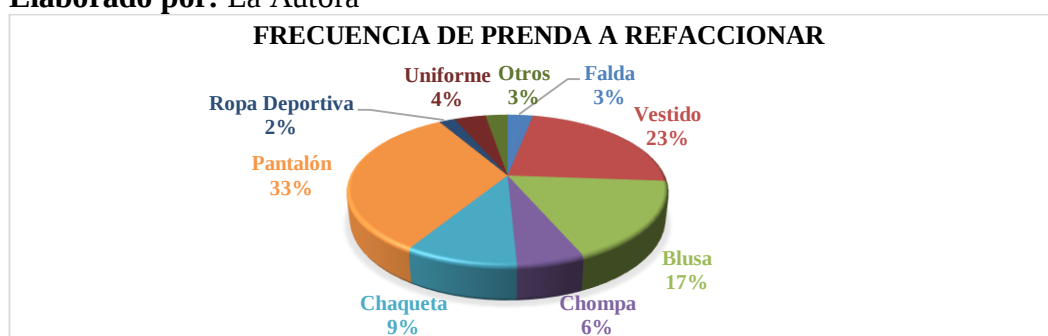


Gráfico N° 5: Frecuencia de prenda a reparación

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

Del total de 260 encuestados, se obtuvo el 33% (85) de personas que reparan pantalones entre hombres y mujeres, seguido del 23% (60) de usuarias vestidos, el 17% (45) personas que reparan blusas y camisas, el 10% (25) personas arreglan chompas, un 6% (15) chompas, 4% (10) uniformes, 3% (8) personas faldas, y otros con el 3% (7), personas están composturas express como botones, zurcidos, cuellos etc. el 2% ropa deportiva, lo que determina que hay variedad en el servicio.

Interpretación

Esta pregunta se enfoca a la variedad de prendas de reparación más recurrentes y nos da una estimación de incremento en la demanda, de acuerdo a la temporada, fechas importantes y los distintos eventos sociales, laborales y familiares, donde las personas reparan sus prendas.

Pregunta 6. ¿Qué tipo de arreglo normalmente realiza usted a las prendas?

Tabla N° 14: Tipo de servicio en reparación

VARIABLES	PERSONAS	%
Entallado General	72	28%
Cambio de diseño	30	12%
Bastas	110	42%
Cambios de cierres	30	12%
Zurcidos	8	3%
Otros	10	4%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

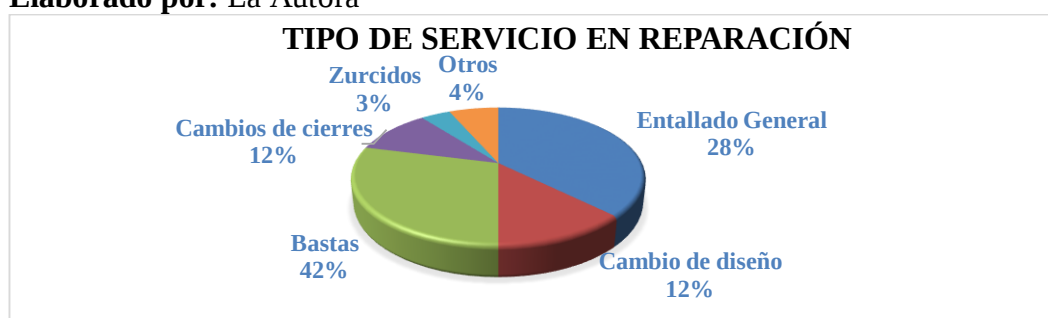


Gráfico N° 6: Tipos de servicio en reparación

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

De las 260 encuestas se observó que las personas que corresponden el 42% (110) personas realizan reparaciones básicas como subir la basta (dobladillo), al 28% (72) realizan un entallado general, ya sea por talla intermedio, o necesitan varios ajustes en sus prendas, el 12% (30) personas se inclinaron por un cambio de diseño para recuperar sus prendas, el 12% (30) de personas utilizan el servicio de cambio de cierres, 4% (10) de personas realizan otros, que se denominan como soluciones rápidas de costura, y el 3% (8) personas solicitan zurcidos.

Interpretación

Esta pregunta tiene relación con los tipos de servicio que se va a ofrecer nuestro negocio al cliente, en si el giro del negocio, también detalla las preferencias del cliente al momento de reparar las prendas y el tipo de servicio demandado.

Pregunta 7. ¿Por qué usted contrata el servicio de refaccionamiento para sus prendas de vestir?

Tabla N° 15: Grado de satisfacción del servicio

VARIABLES	PERSONAS	%
Servicio	120	46%
Costo	60	23%
Calidad	80	31%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

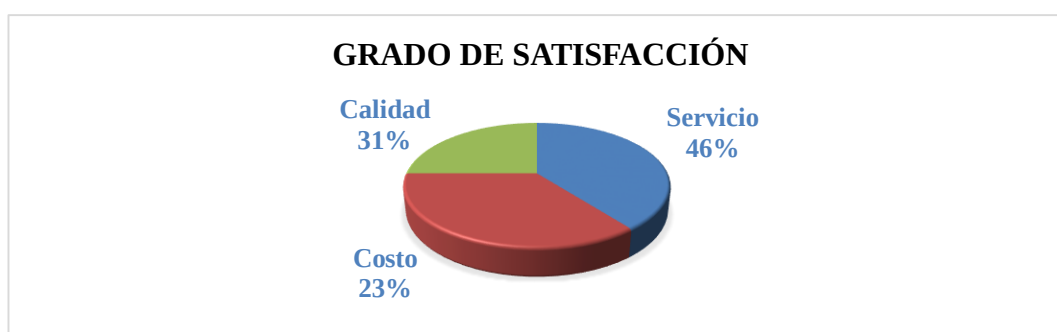


Gráfico N° 7: Grado de satisfacción del servicio

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

La variables en el servicio siempre ha ejercido una atracción fuerte en los negocios, buscando el diferenciador en calidad precio servicio por eso el 39% (150) personas resaltan que el servicio es fundamental el tiempo que se dedica a la atención al cliente, seguido del costo que se desean que sea accesible .con el 36% (135) personas, seguido de la calidad, elemento importante y determinante que definieron 95 personas para el momento de contratar el servicio.

Interpretación

En esta pregunta se podría resaltar que las personas están dispuestas a pagar un buen servicio que ofrezca calidad a un precio accesible y que sea bien atendido al momento acceder al mismo.

Pregunta 8. ¿Qué valor cancela usted por refaccionar sus prendas?

Tabla N° 16: Promedio de precios

VARIABLES	PERSONAS	%
De \$1 a \$5	80	31%
De \$6 a \$10	90	35%
De \$11 a \$20	50	19%
De \$21 o más	40	15%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

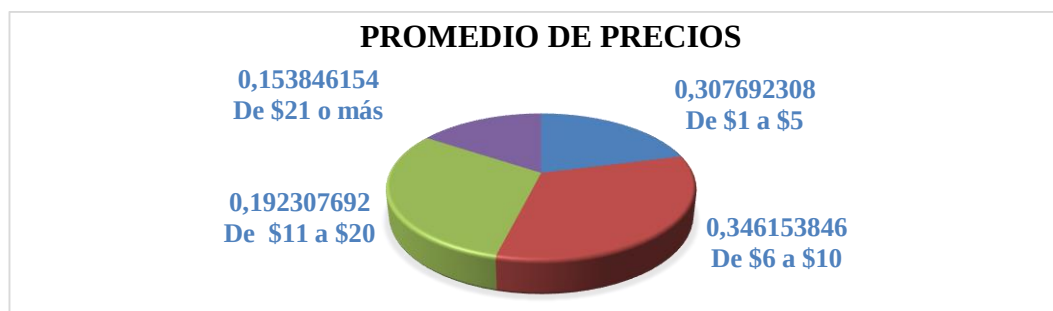


Gráfico N° 8: Promedio de precios

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

De las 260 encuestas se ha consultado cuanto invierte en sus prendas el 35% que son 90 personas expresaron que si estarían dispuestos a gastar de \$6 a \$10 en sus prendas. Seguidas del 35% que son (90) personas. En cambio un 19% (50) si invertirían de \$11 a \$20 y el 15 % (40) personas estarían dispuestos a pagar de \$21 en adelante.

Interpretación

En el promedio de precios se estima que de 260 encuestas, las personas si están dispuestas a pagar entre 1 y 20 dólares en refaccionamiento de sus prendas, determinando que si tienen esta necesidad de utilizar este servicio y un porcentaje menor de personas si invertirían de 21 dólares en adelante en prendas que amerite un cambio de diseño o una reparación total.

Pregunta 9. De acuerdo a su experiencia. ¿Qué calidad de servicio le han proporcionado las empresas de refaccionamiento que existen?

Tabla N° 17: Satisfacción del servicio frente a la competencia

VARIABLES	PERSONAS	%
Excelente	30	12%
Muy Bueno	54	21%
Bueno	130	50%
Regular	46	18%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

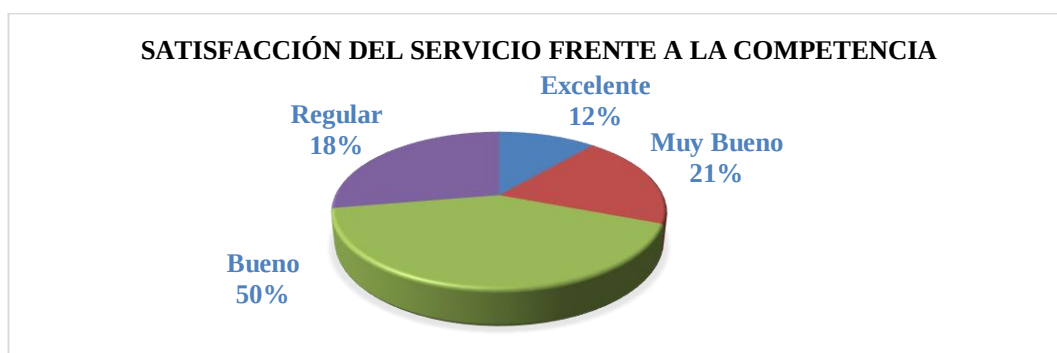


Gráfico N° 9: Satisfacción del servicio frente a la competencia

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

De acuerdo a la calidad del servicio frente a la competencia se determina que el 42% que corresponde a 158 personas han experimentado un servicio bueno, el 28% regular lo cual indica una experiencia de servicio no tan satisfactoria, el 19 % muy bueno que corresponde a 74 personas que tuvieron un servicio de su agrado y 43 personas que son el 11% que tuvieron resultados excelentes.

Interpretación

En esta pregunta se busca indagar el comportamiento de la competencia en base a la calidad del servicio y también conocer cuál ha sido la experiencia del cliente frente al mismo. También destaca que lo que busca el usuario es calidad en el trabajo ofertado.

Pregunta 10. ¿Cuál es el medio de comunicación por el que le gustaría saber la existencia de este servicio?

Tabla N° 18: Medios de comunicación preferencial

VARIABLES	PERSONAS	%
Redes sociales, Radio	120	46%
Boletines	45	17%
Recomendados familiares, amigos	95	37%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora



Gráfico N° 10: Medios de comunicación preferencial

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

Tomando en cuenta que las redes sociales son el medio por el cual se informarían de nuestro servicio con el 53% que corresponde a 200 personas seguido por el 34% (130) recomendaciones, familiares, amigos, y por ultimo boletines con un 13% que corresponde 50 personas que podrían receptar dicha publicidad.

Interpretación

En esta pregunta nos permite conocer por cual medio de comunicación los clientes tienen más acceso a enterarse de la existencia de nuestro servicio. También las personas se enteran por recomendaciones motivo por el cual el servicio debe inclinarse a un mejoramiento continuo.

Pregunta 11. ¿Qué valor agregado le gustaría a ud. recibir cuando visita este tipo de servicio?

Tabla N° 19: Valor agregado

VARIABLES	PERSONAS	%
Parqueadero	40	15%
WIFI	40	15%
Tiempo de entrega	80	31%
Asesoramiento de imagen	100	38%
Total	260	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

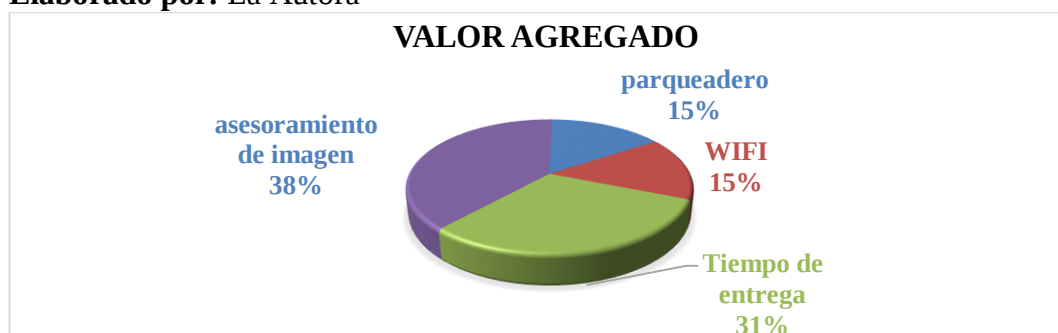


Gráfico N° 11: Valor agregado

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis

La percepción que se tiene en ofrecer un valor agregado a nuestros clientes con 18% que son (68) personas que buscan la comodidad de un parqueadero y el 12% que destacan (45) personas, que usan, wifi y también lo que se relaciona con el servicio y diferenciador como un asesoramiento de imagen con el 31% que representan a 121 personas que desearían recibir este beneficio y el tiempo de entrega óptimo, que son el 39% correspondiente a 148 encuestados que resaltan este factor como importante.

Interpretación

De 260 personas encuestadas prefieren recibir asesoramiento de imagen seguido de tiempo de entrega, factores determinantes en un servicio de confección se ha tomado como valor agregado que se convierte en eficacia al recibir este servicio de reparación.

Interpretación General

Por medio de la información recopilada en las encuestas a personas en el sector de Ponceano en el norte de la ciudad de Quito se puede concluir que; la mayoría de personas encuestadas entre los 20 y 54 años de edad son personas que han reaccionado de manera positiva ante la existencia de este negocio que ofrecerá los servicios de refaccionamiento de prendas de vestir, también se incluyen familiares que aunque no están comprendidas en la segmentación, como personas menores a 20 años de edad podrían ser futuros clientes.

1.5. LA DEMANDA

La demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual cuando involucra a un consumidor o demanda total, con la participación de todos los consumidores de un mercado. (Hernández, 2014)

1.5.1 Demanda Potencial

“Es lo que define el máximo límite de la demanda real enfocado en un bien o servicio expresado en unidades monetarias, en un periodo de tiempo y de acuerdo a proyecciones futuras”. (Hernandez, 2014)

En el caso de esta microempresa de refacción de prendas de vestir se enfocará en la población económicamente activa. El target se encuentra dirigido a hombres y mujeres de 20 y 54 años de edad, determinado por el poder adquisitivo del norte de la ciudad de Quito sector Ponceano.

Para realizar la demanda de este plan de negocios se ha estimado como referencia los datos de la encuesta con la pregunta 1 ¿Usted refacciona sus prendas de vestir?, donde se determina que el 84% de personas **SI** refaccionan sus prendas de vestir, dato que se utilizará para el cálculo de la demanda.

Con los resultados de la pregunta No. 1 de 26.953 personas, se aplicó éste a la pregunta No. 2 ¿Prefiere Ud. refaccionar su prenda de vestir o confeccionar a la medida?, en la que se refiere al 81% de personas que si prefieren refaccionar sus prendas

Tabla N° 20: Tabla demanda potencial de la población de Ponceano

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA				
RESULTADO DE LA ENCUESTA				
AÑO	PREGUNTA No 1 SI REFACCIONAN	PREGUNTA No 2 PREFIEREN REFACCIONAR	DEMANDA POTENCIAL	TASA DE CRECIMIENTO 1,51%
	84%	81,25%		101,51%
2.017	26953	21899	21.899	
2.018			22.230	
2.019			22.566	
2.020			22.906	
2.021			23.252	

Fuente: INEC 2010 Población a nivel cantonal parroquial zona y sector censal

Elaborado por: La Autora

Interpretación:

$$32.087 \times 84 / 100 = 26.953 \text{ demanda potencial}$$

Se estima que de 32087 personas entre hombres y mujeres comprendidas entre 20 y 54 años de edad tomada del dato de la población activa, la pregunta número 1, ¿Ud. refacciona su prenda de vestir?, Indica que el 84% de aceptación, porcentaje que determina la demanda potencial de 26.953 personas a la cual se podría brindar este servicio relacionando con el número de personas que equivale al 16%, que no refaccionarían sus prendas.

De 26953 personas se ajustó la demanda con la pregunta No 2 que expresa 2. ¿Prefiere Ud. refaccionar su prenda de vestir o confeccionar a la medida? como resultado da una demanda potencial de 21.899 personas que corresponden a 81% (260) si refacciona y el 16% (60) prefiere confeccionar.

Tabla N° 21: Oferta en base a la competencia

OFERTA EN BASE A LA COMPETENCIA					
COMPETENCIA	FACTURAS DIARIAS	FACTURAS MES	UNIDADES PRODUCIDAS MES	UNIDADES PROMEDIO DÍA	PARTICIPACIÓN
COSTURAS Y COMPOSTURAS	18	396	580	32	6%
DOCTOR PARCHE	38	836	2400	63	24%
LA BASTILLA	48	1.056	3250	68	32%
EL SASTRE	45	990	3800	84	38%
TOTAL	149	3.278	10030	67	100%

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** La Autora

Para obtener la demanda insatisfecha se ha realizado una investigación de campo a la competencia para obtener datos que permita calcular dicha demanda con la oferta, ya que no existen datos estadísticos relacionados con el presente plan de negocios, se estima que la competencia realiza factura al mes de 3.278 que se estiman en personas que utilizan los servicio de reparación de prendas de vestir. En el cual el porcentaje de participación de nuestra empresa seria el 6%, con 580 unidades producidas.

Tabla N° 22: Demanda Potencial Insatisfecha

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2017	21899	3278	18.621
2018	22230	3327	18.903
2019	22566	3378	19.188
2020	22906	3429	19.477
2021	23252	3481	19.771

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** La Autora

Se ha calculado con la demanda potencial proyectada del año 2017, en base al crecimiento poblacional de 1.51%, con el resultado de la diferencia entre demanda y oferta obteniendo así la demanda potencial insatisfecha.

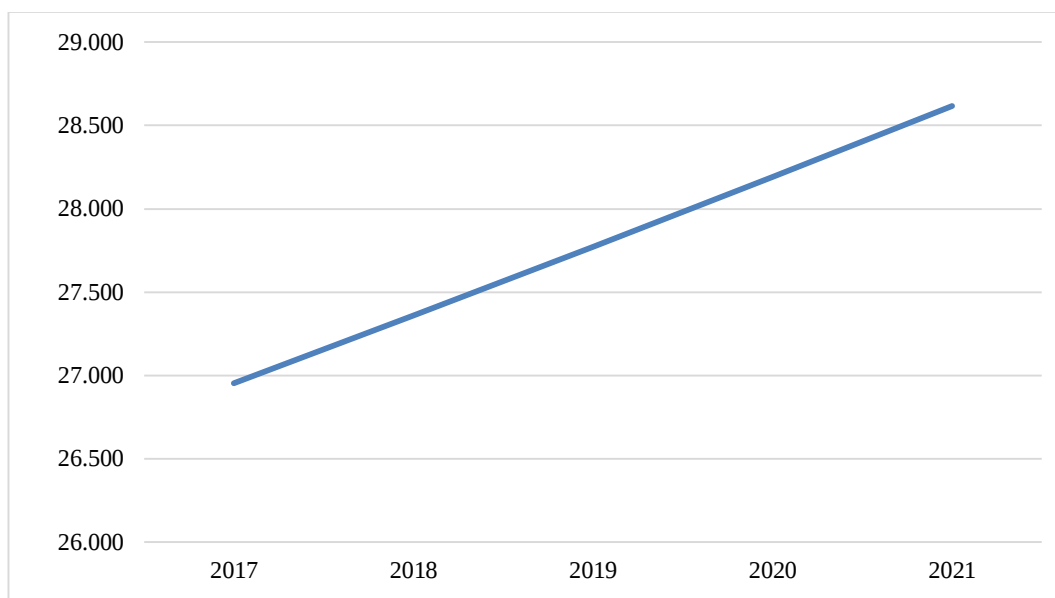


Gráfico N° 12: Proyección de la demanda

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Mediante el resultado del cálculo de la proyección de la demanda para la utilización del servicio de refaccionamiento de prendas de vestir, tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional según el (INEC 2017) de 1,51% se estima una demanda potencial de 21.899.

Como se menciona anteriormente al no contar con datos históricos y se calculó la oferta con un estimado en base a la competencia es decir que 3.278 facturas realizadas, que corresponde al 15% de futuros clientes que podrían utilizar este servicio.

1.6. ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE Y MACROAMBIENTE



Gráfico N° 13: Análisis del microambiente (5 fuerzas Porter)
Fuente: Administración Estratégica Zacarías Torres Hernández 2014
Elaborado por: La Autora

El microambiente está formado por las cinco fuerzas de Porter, que consideran “a la satisfacción de los clientes, como la empresa, los consumidores, los canales que se utiliza, y los competidores, dichas fuerzas permiten lograr los objetivos deseados”. (Hernández, 2014)

1.6.1. Poder de negociación con los proveedores

La empresa mantiene contacto con varios proveedores lo que permite controlar la calidad y precio de los insumos necesarios para la confección y reparación de las prendas de vestir.

También existen lugares de distribución que están ubicados en áreas de fácil acceso, incluso cerca al sector Norte donde se estabilizará la microempresa.

1.6.2. Poder de Negociación con los Clientes

Los clientes serán un factor muy importante en este plan de negocios ya que son los que generaran los ingresos para la futura microempresa. El precio o el costo serán establecidos de acuerdo al tipo de refaccionamiento de cada prenda y al costo de los insumos utilizados. Los clientes tendrán una lista de precios de acuerdo a la descripción de servicio que se ofrece.

1.6.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes

En este factor se podría determinar que actualmente no existe en el sector un negocio que atienda esta necesidad de refaccionamiento de prendas de vestir en el sector de Ponceano motivo por el cual se desea crear esta microempresa. Se tendrá como amenaza a la competencia externa existente en centros comerciales, sin embargo de acuerdo como la microempresa se vaya posicionando, se puede lograr generando mayor confiabilidad y preferencia de los clientes en un marco de calidad, servicio, y precios accesibles en relación con la competencia.

1.6.4. Amenaza de productos sustitutos

Se determina como sustituto las prendas llamadas desechables, estas son prendas que tienen exclusivamente baja calidad y precios bajos que se utilizan por una sola ocasión. Relativamente podrían suplantar con relación a la inversión (costo) que se estima al invertir en la reparación de prendas de vestir, que podría ser más barato que el servicio.

Sin embargo para este servicio no hay productos sustitutos ya que el refaccionamiento de prendas de vestir, se enfoca al mejoramiento del vestuario y ajuste perfecto de acuerdo a la necesidad del cliente.

1.7. ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE (FACTORES EXTERNOS)

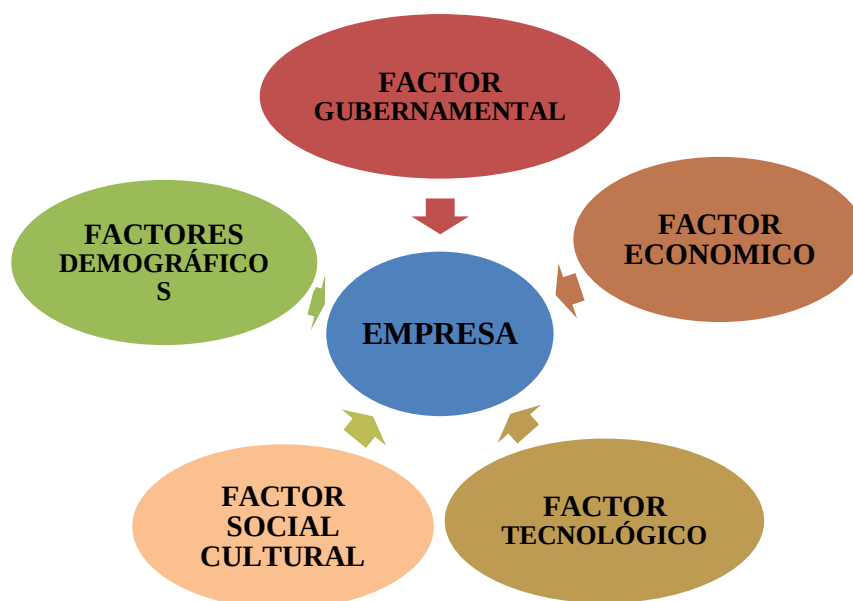


Gráfico N° 14: Fuerzas Del Macroentorno

Fuente: Administración Estratégica Zacarías Torres Hernández 2014

Elaborado por: La Autora

El Macroambiente son las fuerzas externas que rodean a la empresa y no pueden ser controladas por ningún miembro de la organización. Estas fuerzas dan forma a las oportunidades externas pero también representan una amenaza para la empresa, así tenemos: factores económicos, socio cultural, tecnológico demográfico y gubernamental.

1.7.1. Factor económico

Uno de los aspectos considerados en la actualidad es el factor económico que determinará la compra de prendas de vestir, recuperación de prendas nuevas o usadas ajustes, que precisan cualquier tipo de arreglo, transformación, o cambio de diseño. Esto beneficiará a la población en invertir en vestuario y les permitirá rehusar los mismos.

En relación a los insumos que se adquiere de otros países se podría detallar que no afecta agresivamente en el costo ya que son de un valor accesible para la elaboración y confección de las prendas.

1.7.2. Factor Social Cultural

Este proyecto va dirigido a la población en crecimiento, del sector de Ponceano ya que la compra por medios online de prendas de vestir, permite realizar actividades de reparación en la vestimenta, que incrementan clientes potenciales.

1.7.3. Factor Tecnológico

El internet es un factor esencial para el conocimiento de estos servicios los cuales serán conocidos por redes sociales mediante anuncios o página web, que permitirán informar a los futuros clientes las características de lo que se oferta en el mercado.

1.7.4. Factores Demográficos

Se refiere al tamaño y crecimiento poblacional que se identifica en el sector de Ponceano ya que un gran parte de esta área continúa en desarrollo habitacional y aumento potenciales clientes para nuestro negocio.

1.7.5. Factor Gubernamental

La barrera principal que podría percibir es el incremento en el interés bancario a futuro si se desearía, expandirse con otro local, de acuerdo con las políticas gobierno en relación a las tasas de impuestos al sector textil. Los evaluaremos según las siguientes herramientas.

- a.** Matriz Evaluación De Factores Externos, EFE
- b.** Matriz de Factores Internos, EFI
- c.** Matriz de Perfil Competitivo, MPC.

1.8. MATRIZ DE FACTORES EXTERNOS

Tabla N° 23: Matriz evaluación de factores externos EFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS				
AMENAZAS				
		CALIFICACIÓN	PESO	CALIFICACIÓN PONDERADA
1	Competencia que ingresa al sector	2	15%	0,3
2	Mínima mano de obra en el mercado	3	20%	0,6
3	Deficiencia de seguridad para la población	2	5%	0,1
4	Incremento de costo en materia prima	1	5%	0,05
5	Riesgo país para el siguiente año	1	5%	0,05
			50%	1,1
OPORTUNIDADES				
1	Demanda no cubierta alta	3	15%	0,45
2	Alto crecimiento de población en el sector	3	9%	0,27
3	Nuevo servicio para el sector de Ponceano	4	9%	0,36
4	Precios accesibles y asesoramiento	4	12%	0,48
5	Ubicación en calle principal y posicionamiento	2	5%	0,1
			50%	1,66
TOTAL				2,76
Calificación entre 1 Y 4		4	muy importante	
		3	importante	
		2	poco importante	
		1	nada importante	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

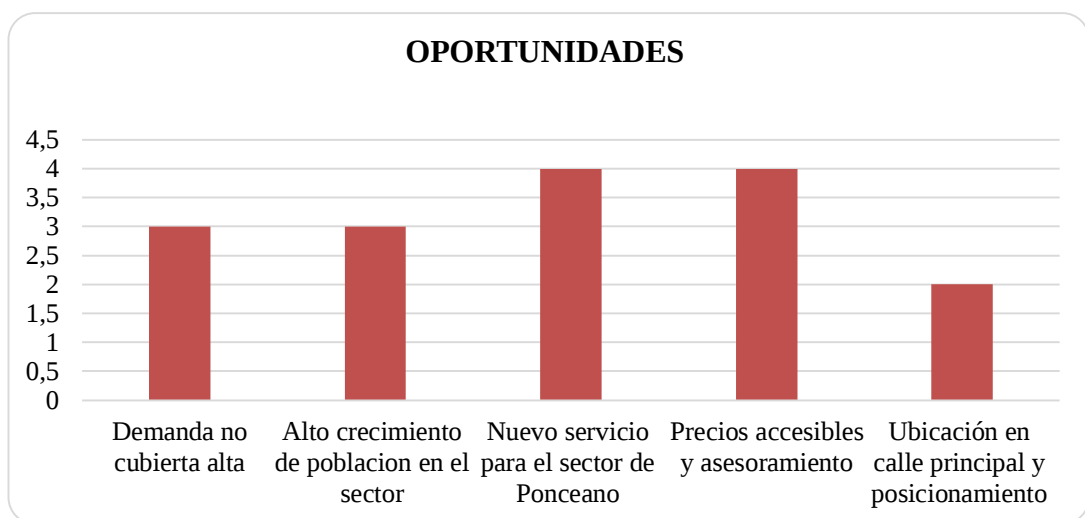


Gráfico N° 15: Resultados obtenidos de la matriz EFE Oportunidades

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

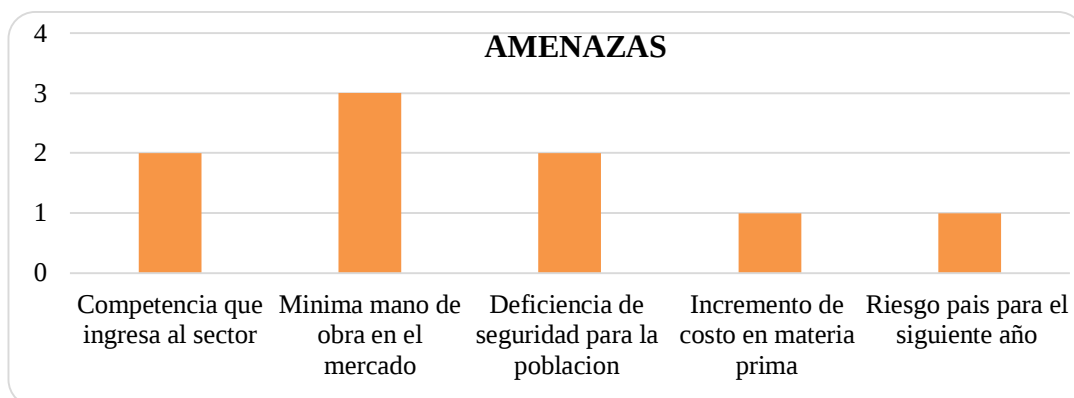


Gráfico N° 16: Resultados obtenidos de la matriz EFE Amenazas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Para analizar los factores externos se ha desarrollado la matriz EFE, que es un instrumento para formular estrategias y evaluar la información económica, social cultural demográfica ambiental, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva, en esta matriz se le ha asignado una calificación entre 1 y 4, se obtuvo una ponderación de 2,76 que determina el grado de importancia de las oportunidades que posee este plan de negocios, relacionando con las amenazas que se podrían solucionar con nuevas estrategias.

1.8.1. Matriz EFI (Factores Internos)

Tabla N° 24: Matriz de Factores Internos

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS				
	FORTALEZAS	CALIFICACIÓN	PESO	PONDERACIÓN
1	Precios Diferenciados de la Competencia	4	20%	0,8
2	Calidad y Exclusividad en el terminado de prendas	3	15%	0,45
3	Baja inversión y disponibilidad de capital de trabajo	2	5%	0,1
4	Personal capacitado en moda	3	5%	0,15
5	Maquinara nueva	4	5%	0,2
			50%	1,7

DEBILIDADES				
1	Inicio empírico al iniciar la implementación del negocio	3	20%	0,6
2	No aceptación de otras empresas para convenios	2	10%	0,2
3	Pocos proveedores en la adquisición de materia prima	2	10%	0,2
4	Poco reconocimiento del logotipo de la empresa	1	5%	0,05
5	No disponer de coordinación en marketing	2	5%	0,1
			50%	1,15
TOTAL				2,85

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

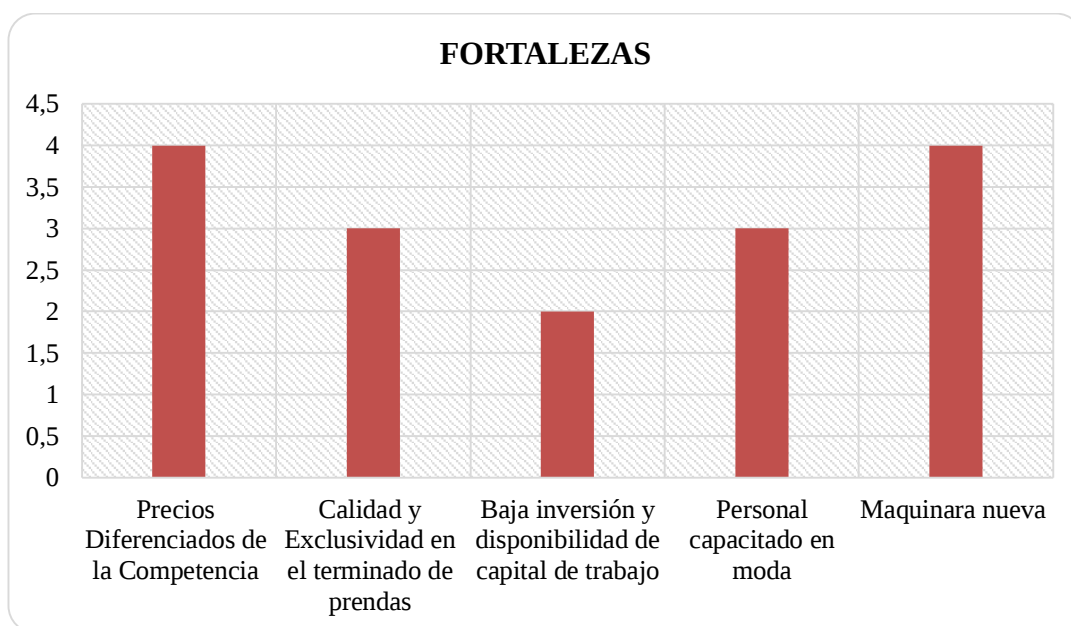


Gráfico N° 17: Resultados obtenidos de la matriz EFI Fortalezas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

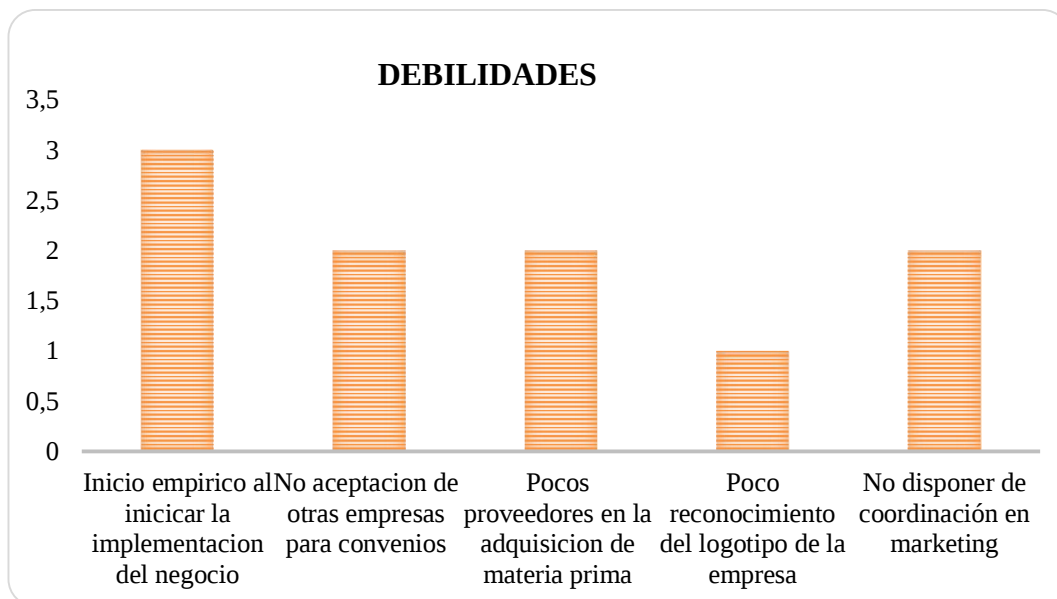


Gráfico N° 18: Resultados obtenidos de la matriz EFI Debilidades

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En esta matriz EFI se puede detectar los factores internos de nuestra microempresa en la cual se obtuvo una ponderación de 2.85, significa que las fortalezas están correctamente relacionadas con las debilidades, las cuales se podría mitigar, en el transcurso del pocesionamiento de la microempresa.

1.8.2. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)

Esta matriz permite realizar un análisis comparativo con la competencia con relación nuestro negocio, también muestra las exigencias del cliente en el momento de solicitar nuestros servicios, los mismos que se han enfatizado en calidad, diseño y servicio personalizado que se pretende ofrecer. Permite también visualizar las falencias de la competencia y como nosotros podríamos mejorarlo.

En primera instancia se realiza un autoanálisis de la idea del negocio en relación con los que se estima como competidores, identifica sus fuerzas y debilidades en relación con una muestra de posición estratégica determinado los factores que resaltan.

Tabla N° 25: Matriz del perfil Competitivo

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO									
IDEA DEL NEGOCIO				DOCTOR PARCHÉ		LA BASTILLA		EL SASTRE	
FACTORES	% PESO	CALIFICACIÓN	CALIF PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIF PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIF PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIF PONDERADA
Calidad de Servicio	20%	5	1	4	0,8	4	0,8	5	1
Competitividad del Precio	15%	5	0,75	4	0,6	3	0,45	5	0,75
Personal Capacitado	15%	5	0,75	3	0,45	5	0,75	5	0,75
Asesoramiento de Imagen	10%	5	0,5	3	0,3	4	0,4	5	0,5
Maquinaria nueva con bajo costo en mantenimiento	6%	3	0,18	5	0,3	5	0,3	3	0,18
Ubicación cercana al sector de crecimiento	5%	4	0,2	3	0,15	3	0,15	3	0,15
Ubicación en calle principal	5%	4	0,2	5	0,25	4	0,2	4	0,2
Facilidad de parqueadero	5%	2	0,1	4	0,2	5	0,25	3	0,15
Arriendo	5%	4	0,2	3	0,15	3	0,15	2	0,1
Cercanía a Proveedores	5%	2	0,1	4	0,2	4	0,2	4	0,2
Infraestructura	5%	3	0,15	4	0,2	4	0,2	4	0,2
Seguridad	4%	1	0,04	1	0,04	3	0,12	2	0,08
TOTAL COMPARACIÓN PONDERADA	100%	43	4,17	43	3,64	47	3,97	45	4,26

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.8.3. Plan de Contingencia

Un plan de contingencia para esta microempresa se basaría específicamente en el personal que labore, quienes son el motor de este negocio ya que poseemos 2 operarios los cuales si llegaría a tener algún inconveniente personal, se apalancarán con establecimientos similares que podrían cubrir con la producción requerida.

El plan de contingencia requiere fases que contengan metodología específica como:

- Planificación: preparación de esfuerzos
- Identificación de soluciones: evaluación de riesgos
- Estrategias: alternativas y soluciones
- Documentación del proceso: manual de proceso realización de pruebas
- Implementación : soluciones requeridas de los casos a tratar
- Monitoreo: comprobación y validación de casos.

1.8.4. Precio del servicio

El precio se fijará en función a la complejidad de la reparación de la prenda establecido también de acuerdo con un promedio de la competencia y al costo del material utilizado en su refacción.

1.8.5. Fijación del precio

Se debe señalar valores máximos y mínimos, tomando en cuenta a los precios de la competencia y en el sector donde se ubicará esta microempresa.

1.9. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Se considera a la oferta la cantidad de bienes o servicios que los productores, o entidades quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un período de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos.

En el sector de Ponceano por ser un área en crecimiento habitacional no existe lugares que ofrezcan el servicio de reparación y diseño lo cual permite brindar nuestros servicios. El más cercano es el “Sastre”, el cual está ubicado en el centro comercial y ofrece reparaciones express.

La oferta de este negocio no posee datos históricos en los cuales nos podemos apoyar, lo que ha llevado a realizar una metodología de investigación mediante observación directa, basándonos en la demanda de servicio a ofertar con relación a la competencia de negocios similares, como “El Sastre, La Bastilla, Dr. Parche”.

En la proyección de la oferta se ha tomado la información realizada por medio de investigación de campo a los establecimientos de la competencia, se ha considerado la cantidad de facturas al día y posteriormente al mes, lo que detalla como cantidad de personas atendidas al mes y la participación que tiene en el mercado.

Tabla N° 26: Oferta en base a la competencia

OFERTA EN BASE A LA COMPETENCIA					
COMPETENCIA	FACTURAS DIARIAS	FACTURAS MES	UNIDADES PRODUCIDAS MES	UNIDADES PROMEDIO DÍA	PARTICIPACIÓN
COSTURAS Y COMPOSTURAS	18	396	580	32	6%
DOCTOR PARCHE	38	836	2400	63	24%
LA BASTILLA	48	1056	3250	68	32%
EL SASTRE	45	990	3800	84	38%
TOTAL	149	3278	10030	67	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

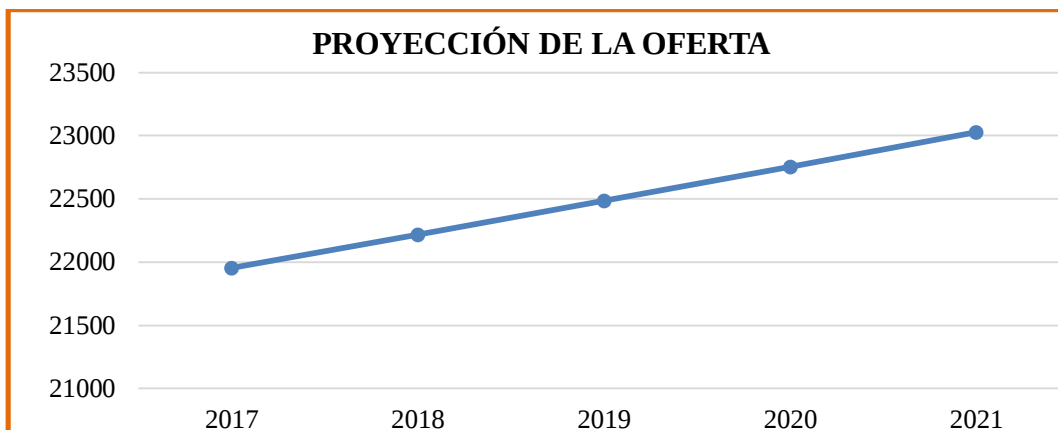


Gráfico N° 19: Proyección de la oferta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En el sector de Ponceano no existen otros negocios similares, pero de acuerdo con la competencia podemos encontrar empresas que destacan en trayectoria y con los cuales se ha determinado su participación en el mercado, datos que han servido para la proyección de la oferta.

1.9.1. Plan de medios

Los canales a los que nos ayudaran a contactarnos serán la publicidad, redes sociales, y referidos. Actualmente el cliente consume bienes y servicios por experiencia y esa sería nuestra mayor forma de comunicarnos de forma personalizada y con un servicio de calidad.

Para la realización del plan de medios deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos: el público objetivo al que va dirigido el mensaje, los objetivos de la campaña, el presupuesto asignado y el calendario previsto.

1.9.1.1. Objetivo de Plan de Medios

El objetivo principal del Plan de Medios de Costuras y Composturas, es dar a conocer el servicio de diseño, confección y modificación de prendas de vestir por medio de publicidad orientada a informar a la descripción del servicio a ofertar con un valor agregado de asesoramiento de imagen, y servicio personalizado al cliente para llenar las expectativas de los clientes y satisfacer sus necesidades de vestuario.

Darse a conocer como una microempresa responsable, comprometida e íntegra, donde los clientes mantengan confianza y seguridad que se les brindará un excelente trabajo.

1.9.1.2. Logotipo



Gráfico N° 20: Logotipo microempresa “Costuras y Composturas”

Fuente: Elaboración Propia

Elaborado por: La Autora

El Logotipo de Costuras y Composturas, fue diseñado con el objetivo de dar a conocer el tipo de servicio que se va a prestar a los futuros clientes, de forma clara y atractiva que transmite con la marca de “Costuras y Composturas” y posesionarse en el mercado.

El Branding es una marca reconocible con personalidad y que se recuerda por unos conceptos e ideas claras. Eso es crear una marca que todos reconozcan o la asocien con algo. Está determinado por:

- Naming: nombre adecuado que facilite el recuerdo y asociación.
- Identidad visual: logo que tenga que ver con lo que realiza la empresa.
- Tonos de comunicación uniforme: la empresa debe tener las mismas características reconocidas en anuncios twitter, o cualquier medio de comunicación.
- Marketing de contenidos: el contenido que se comparte define la empresa y todo lo que oferta.

Este logo fue creado apoyándose en la técnica Branding que hace referencia al proceso de construir una marca mediante un conjunto de elementos de forma directa con el nombre, que es la identidad corporativa. El logo está expresando con una imagen de maniquí que representa el refaccionamiento y el slogan de “Dale una segunda oportunidad a tu prenda”, que transmite la claridad de lo que la marca representa.

Este logotipo ira representado en tarjetas de presentación y rótulo para poderlo identificar con mayor facilidad a nuestro servicio.

Canales de Comunicación

Promociones de servicio

Inicialmente se realizará promociones por apertura y también por días que motiven para captar clientes. Como el 2x1 en reparaciones express, un día a la semana, un descuento adicional por cambio de diseño en prendas.

Publicidad

El objetivo primordial con la publicidad es dar a conocer por medio de Flyers, tarjetas de presentación, y Afiches Publicitarios los servicios que se ofrecerán a los clientes relacionados con sus necesidades en cuanto a la reparación de prendas de vestir. También se creará una página web en la cual se dará la información del

negocio como ubicación, horarios, tipo de servicios a ofertar. La Publicidad ayudará a crear y mejorar la relación de nuestra marca con tus potenciales clientes.

En el sector se entregará Flyers y tarjetas de presentación, con toda la información, promociones, también se dará a conocer con publicidad en el mismo local.

Tabla N° 27: Distribución de presupuesto para publicidad

PRESUPUESTO INICIAL	CANTIDAD UNIDADES	COSTO TOTAL
Tarjetas de presentación.	1000	\$ 25,00
Flyers	2000	\$ 20,00
Afiches Publicitarios	2000	\$ 20,00
PRESUPUESTO ANUAL		\$ 65,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.9.2. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Por ser una empresa de servicio se atenderá personalmente a sus clientes en el establecimiento propio, y su canal de distribución es directo, ya que se realizará la recepción de prendas y entrega de las mismas de forma presencial, posteriormente se podrá dar un servicio a domicilio.

1.9.3. SEGUIMIENTO A CLIENTES

Mediante una base de datos de clientes realizaremos un seguimiento por medio de correos, página web, y llamadas donde se podrá informar promociones por temporadas para atraer a los clientes.

CAPÍTULO II

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

En este capítulo se determinarán todas las necesidades requeridas para la implementación de este taller de refaccionamiento de prendas de vestir destacando la infraestructura, las herramientas, las maquinarias y el factor humano, el cual debe estar calificado y preparado ya que se trabajará enfáticamente en el servicio al cliente, diseño y asesoramiento personalizado, de la misma manera se establecerán los procesos necesarios procurando optimizar tiempo y recursos, buscando el mejoramiento dentro de cada operación.

2.1. MAPA DE PROCESOS

El Mapa de procesos tiene como utilidad algunos aspectos importantes para el buen desarrollo de la empresa en todas las áreas, a continuación mencionaremos las siguientes:

- Detectar ventajas competitivas así como nuevas oportunidades para el negocio.
- Identificar posibles mejoras con los recursos y actividades de la empresa.
- Identificar los roles claves de la compañía.
- Definir las responsabilidades y funciones de cada empleado
- Identificar las necesidades actuales y futuras de los clientes.
- Mejorar el flujo de información entre los diferentes procesos y/o departamentos.

En el mapa de Procesos de entradas y salidas podemos apreciar los lineamientos a realizarse en cada uno de los procesos, realizados por el gerente, operarios y apoyo.



Ilustración N° 2: Mapa de Procesos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.1.1. Descripción del Proceso

Para el inicio de las actividades de la microempresa “Costuras y Composturas”, se desarrollan los siguientes procesos con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes y de las políticas de la empresa. Para tal efecto enunciaremos tres procesos principales:

- Servicio al cliente
- Refaccionamiento de prendas de vestir
- Tiempos de entrega

2.1.1.1. Descripción del Proceso de Transformación del Servicio

Se observa que todas las actividades en este plan de negocios son exclusivamente manuales, de contacto directo con el cliente y sus procesos son sencillos en conjunto con la parte operativa quien es el centro del negocio, y de ésta depende todo su éxito.

Los macro proceso de esta microempresa se derivan de subprocesos cortos, desde el ingreso de la prenda, hasta el terminado final.

2.1.1.2. Procedimiento del servicio al cliente

En este negocio que es específicamente de servicio, se orienta directamente al cliente, brindándole una excelente atención desde el momento que ingresa con un cordial saludo, y receptando sus necesidades, posteriormente se receptarán las prendas de vestir, se definirá la necesidad del cliente asesorándole de la mejor manera buscando alternativas de moda de acuerdo a la necesidad requerida. Se realizará cambio de diseño, se fijará el precio, se ingresarán los datos y posteriormente se emitirá una factura.

Se realizará las siguientes actividades:

- Ingresar el cliente
- Receptar las prendas de vestir
- Asesorar con tendencias de moda
- Dar alternativas para elegir diseño o reparación express
- Cambiar el diseño si fuese necesario
- Fijar el precio de acuerdo al tipo de refaccionamiento
- Ingresar los datos y guardarlos en la base de datos de la microempresa
- Emitir comprobante como constancia de las prendas y valor total a cancelar.

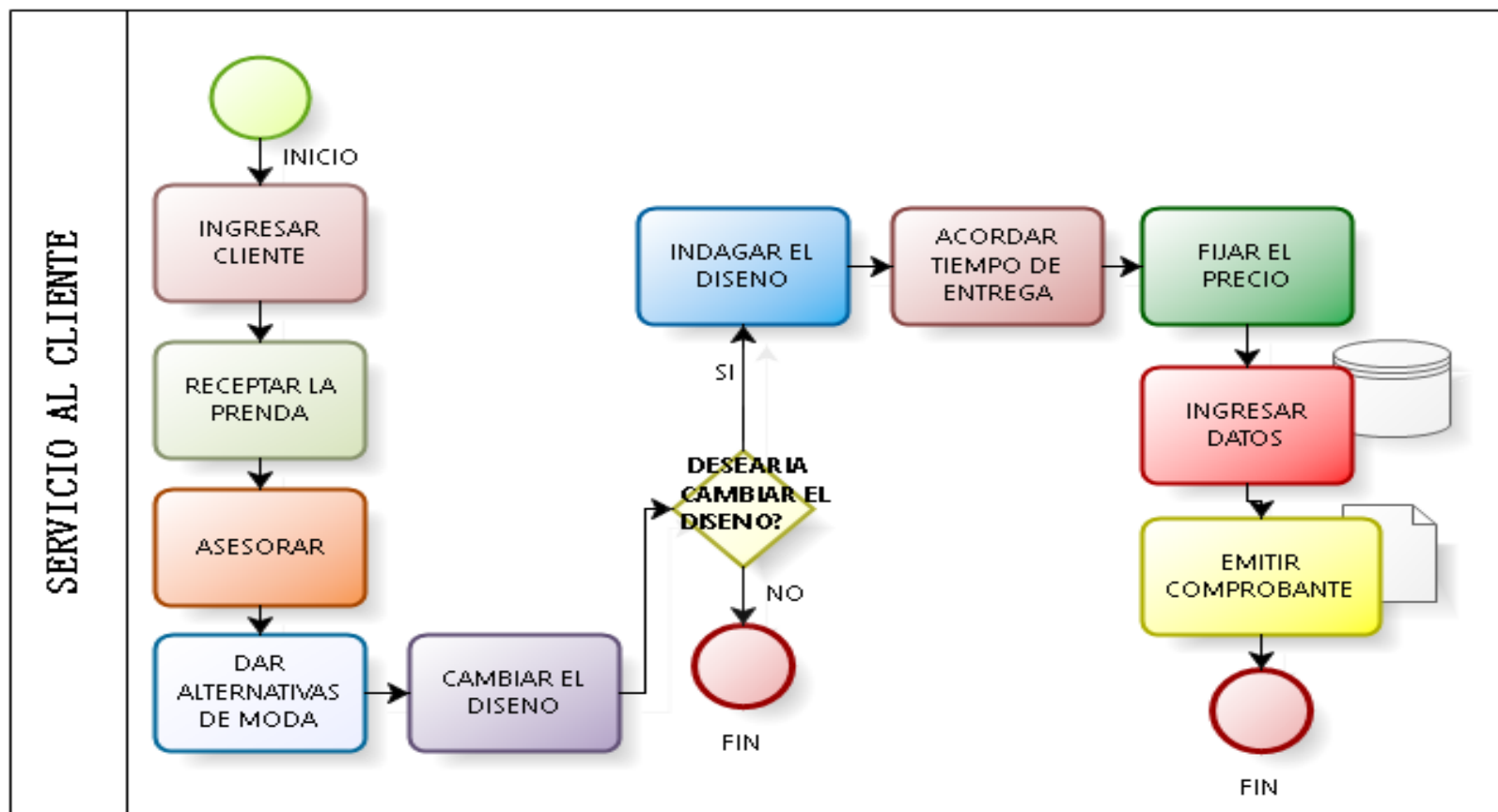


Gráfico N° 21: Flujograma de proceso de servicio al cliente

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.1.1.3. Procedimiento de refaccionamiento de prendas de vestir

Para el inicio de la operación de refaccionamiento se procede a identificar el procedimiento de refaccionamiento de cada prenda el tipo de arreglo a realizarse, como entallado, cambio de diseño, reparaciones simples, zurcido, etc., los que estarán especificados en las órdenes de trabajo.

- Las actividades a realizar son:
- Identificar el tipo de arreglo
- Establecer las medidas del cliente
- Verificar el tipo de reparación cambio de diseño o reparación express
- Decidir si cambiar el diseño o algún otro tipo de reparación.
- Trazar sobre medida.
- Confeccionar las prendas.
- Recortar exceso de tela.
- Pulir.
- Planchar
- Perchar

Posteriormente se establecerá las medidas tomadas al cliente, el diseño acordado si es necesario, y se procederá a realizar el trazado, cocido, recortado luego terminado planchado y empacado y perchado hasta la fecha acordar con cada cliente.

En este procedimiento actúa la parte operativa del negocio quien enfatiza su conocimiento para la óptima realización del trabajo.

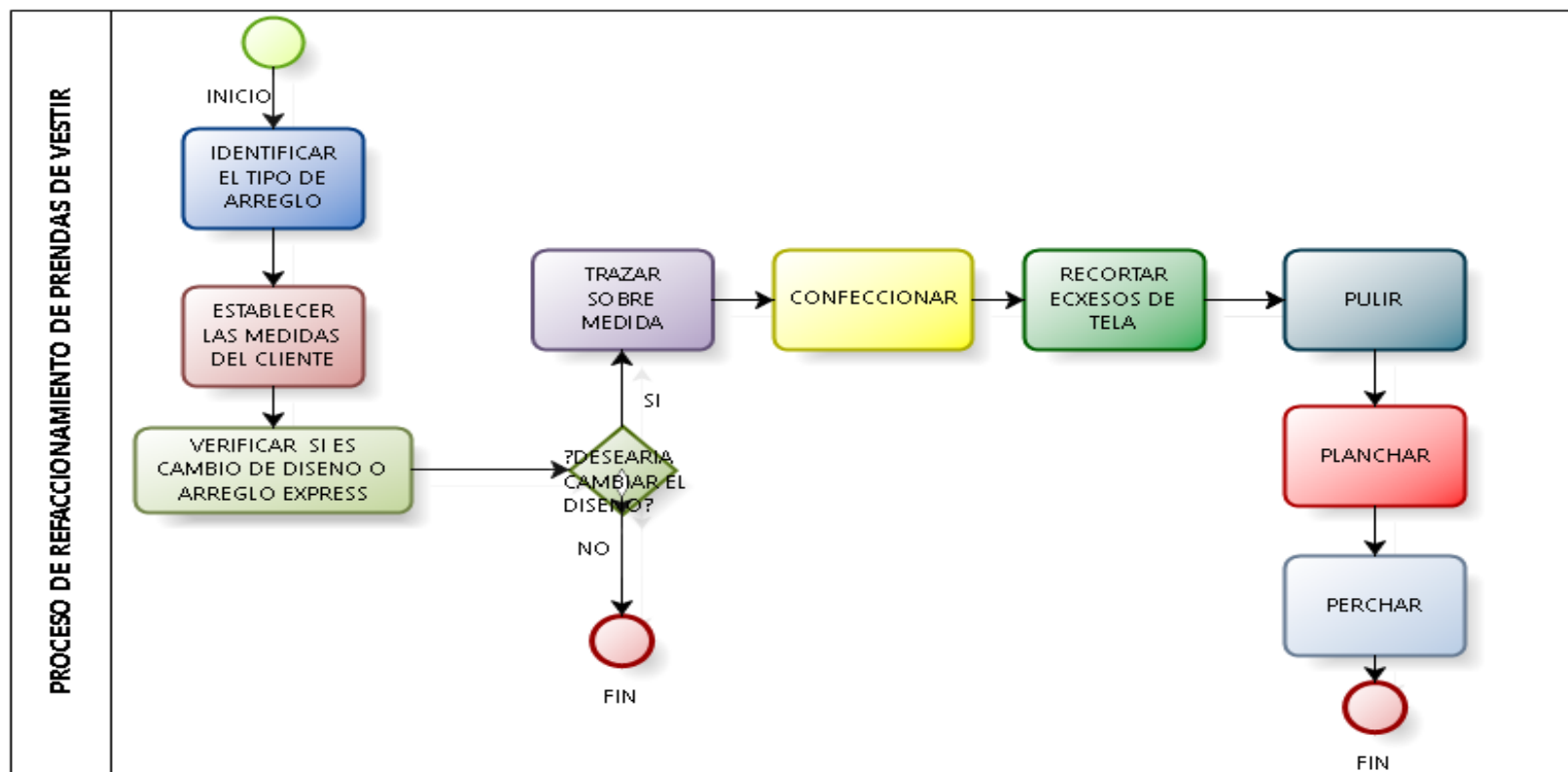


Gráfico N° 22: Flujograma de proceso de refaccionamiento de prendas de vestir

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.1.1.4. Procedimiento de entrega de prendas

Con respecto al proceso de entrega de prendas, nos ayudará para llevar un control apropiado, al realizar la revisión de orden de trabajo se ingresará a la base de datos posteriormente se confirmará la orden de entrega comparando con el pago de la factura por parte del empleado, y finalmente se entregará la factura y la prenda al cliente.

Las actividades a realizar son:

- Revisar orden de trabajo de acuerdo al tiempo acordado
- Ingresar a base de datos para verificar datos
- Confirmar orden de entrega
- Pagar la factura
- Entregar factura
- Entregar prendas al cliente.

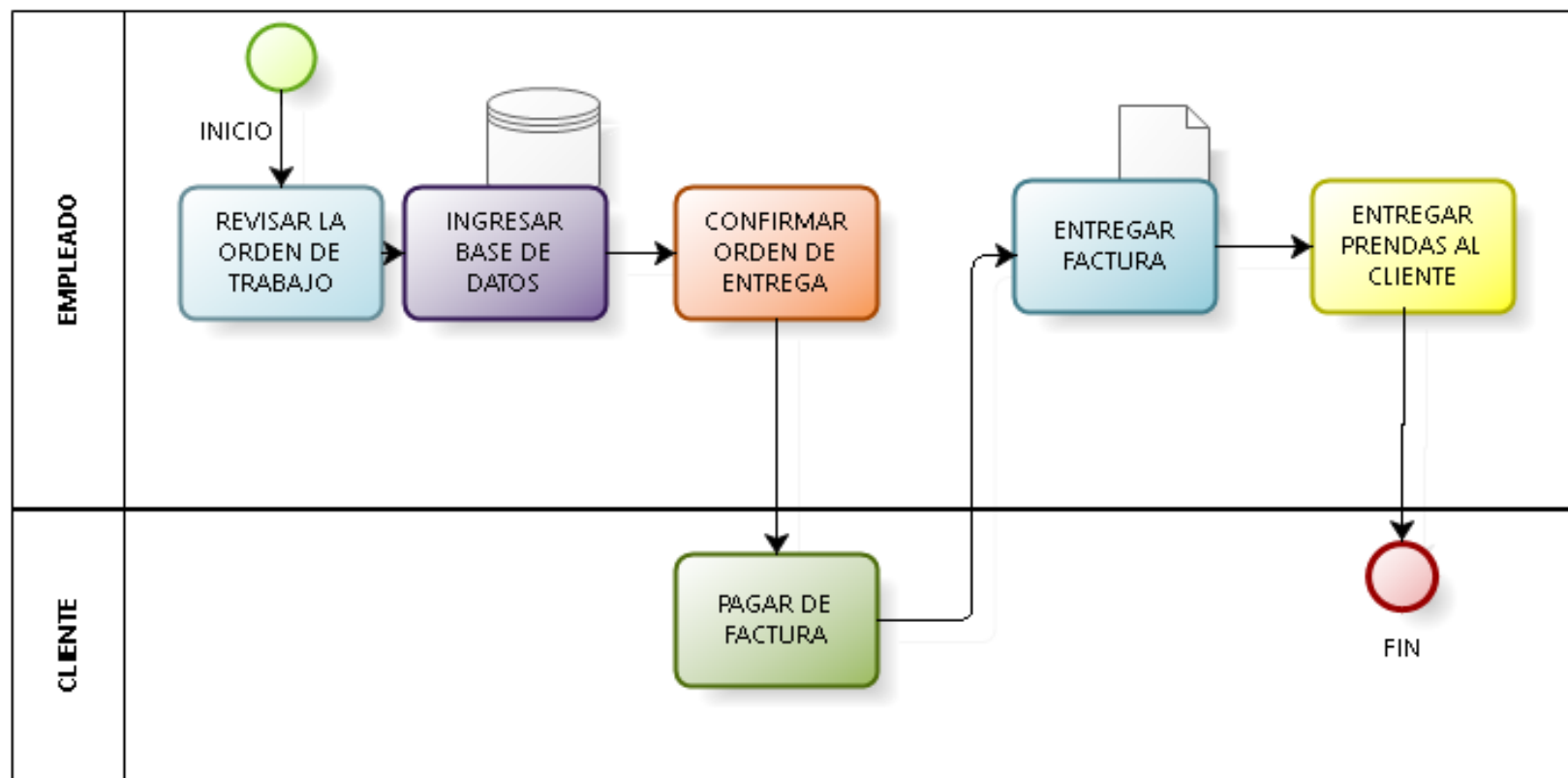


Gráfico N° 23: Flujograma de proceso de entrega de prendas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.1.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

Para el inicio de las actividades de este taller de compostura se requiere de las siguientes instalaciones para el desarrollo óptimo del trabajo a desarrollarse, equipos necesarios, y recurso humano calificado.

La capacidad instalada que posee la microempresa para brindar el servicio al cliente es de 10 personas, por lo tanto se distribuirá de la siguiente forma: personal que labora, clientes y visitas.

Tabla N° 28: Descripción de instalaciones

INSTALACIONES	CANTIDAD
Infraestructura de 6 metros de frente por 10 metros de fondo 9 (60 mtrs cuadrados).	1
Closet de 2.20 metros de alto por 1.80 metros de ancho	1
Área de recepción y atención al cliente	1
Vestidor	1
Baño	1
Área de confección	1
Parqueaderos	4

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Plano de Instalación de la microempresa “Costura y Composturas”

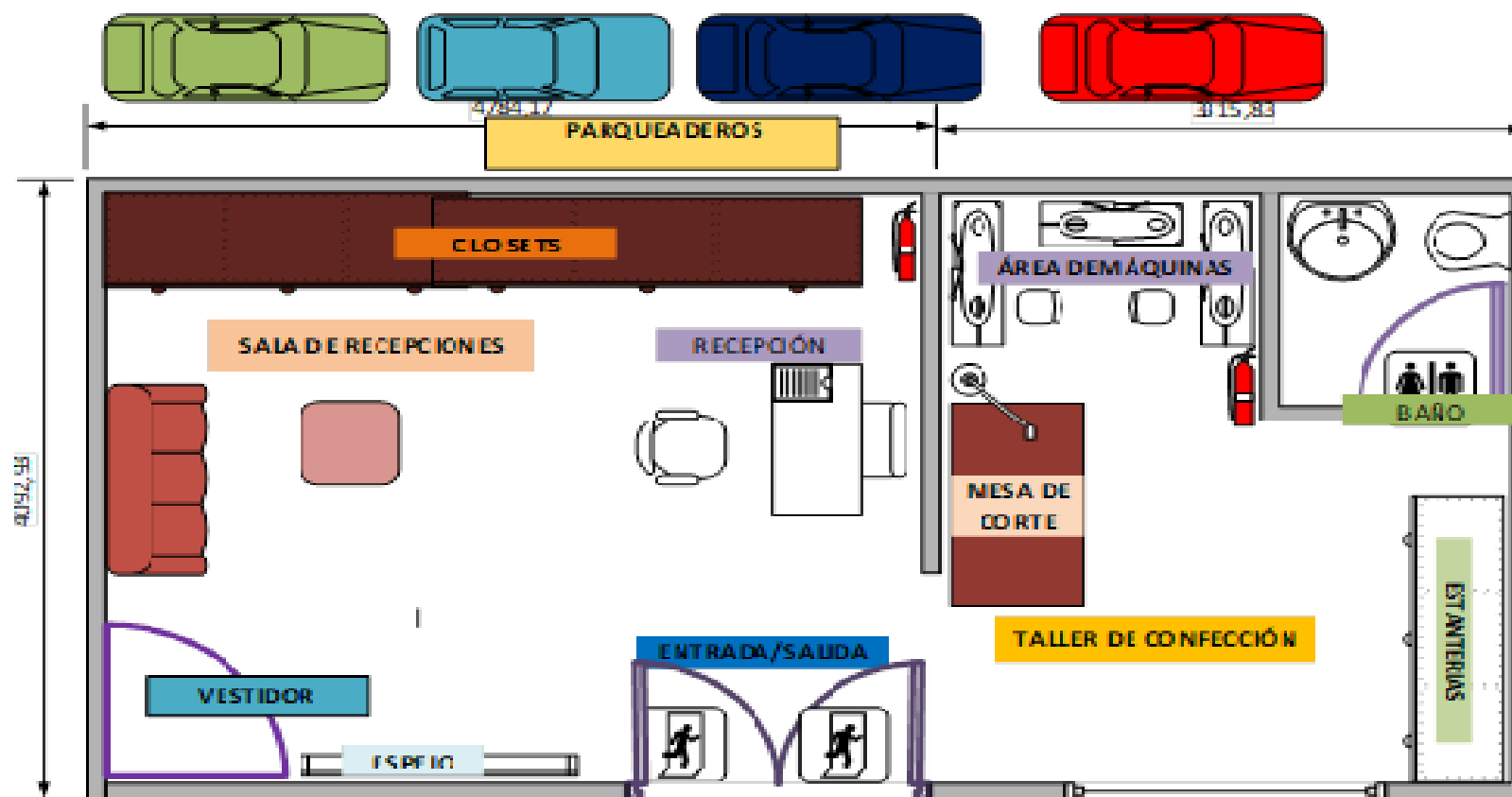


Gráfico N° 24: Plano de la Instalación “Costuras Y Composturas”

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En el plano de instalación se describe los espacios requeridos los cuales contarán con extintores, normas de seguridad como señalética, cámara de seguridad para el buen funcionamiento seguridad y comodidad, tanto para personal operativo como el área donde se atenderá a los clientes el cual cuenta con un área de 6 x 10 metros cuadrados. Distribuido en:

- 1 Sala de espera dentro de esta esta los closets donde se coloca las prendas terminadas.
- 1 Recepción formada por un escritorio computador y teléfono
- 1 Vestidor incluye espejo
- 1 Taller de confección :incluye 3 máquinas de coser , plancha industrial,3 sillas giratorias e implementos necesarios para la confección
- 1 Baño
- 2 estanterías
- 4 parqueaderos

Para el adecuado funcionamiento de y adecuación del negocio son necesarios los equipos de oficina básicos como:

Tabla N° 29: Equipos de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN	CANTIDAD
Computador de escritorio	1
Impresora	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 30: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD
Closet de 2.20 metros de alto por 1.80 metros de ancho	1
Mesa de corte	1
Silla Giratoria de Oficina	4
Sala	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.1.2.1. Maquinaria requerida

Para el funcionamiento y operación del negocio se requiere la siguiente maquinaria:

Tabla N° 31: Descripción de maquinaria

DESCRIPCIÓN DE LA MAQUINARIA	CANTIDAD
Máquina overlock de cuatro hilos (industrial)	1
Máquina recta (industrial)	1
Plancha industrial a vapor	1
Cortadora de tela	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.1.2.2. Personas

El Jefe de diseño junto con el operario, aplicarán el proceso de refaccionamiento de cada prenda, cumpliendo cada proceso para de esta forma satisfacer la necesidad del cliente por tal razón se deberá capacitar permanentemente al operario para el buen desarrollo de cada operación necesaria.

Tabla N° 32: Recurso Humano

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Gerente Propietario (Diseñador)	1
Operarios	4
Contador (Eventual)	1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.1.2.3. Horarios de Atención al Cliente

Para brindar este servicio se atenderá al cliente en los siguientes horarios:

Tabla N° 33: Horario de atención

DÍAS DE ATENCIÓN	HORARIO DE ATENCIÓN
Lunes	MAÑANA 8:30 AM a 13:00 PM TARDE 14:00 PM a 19:00 PM
Martes	
Miércoles	
Jueves	
Viernes	
Sábado	Desde 8:30 AM HASTA 13:00 PM
Domingo	PREVIA CITA

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.1.2.4. Tecnología a Utilizar

En la microempresa se va utilizar un computador que será utilizado acorde con las actividades que demanda diariamente como: la facturación, base de datos de clientes seguimiento a clientes y manejo de publicidad.

2.1.2.5. Nivel de Inventario Promedio

“El inventario es la relación detallada de los elementos que componen el patrimonio de una empresa en un momento determinado detalla las características del patrimonio en unidades monetarias”. (Wikipedia, 2018)

Para iniciar las actividades de la microempresa, a continuación detallaremos el inventario de los activos fijos para el desarrollo de la empresa.

Tabla N° 34: Nivel de Inventario Promedio

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNTARIO	SUBTOTAL	TOTAL
Computador	1	1.400,00	1.400,00	1.400,00
Teléfono	1	120	120,00	120,00
Tijeras	3	32	96,00	96,00
Cámaras De Seguridad	1	40	40,00	40,00
Cafetera	1	57	57,00	57,00
Botellón de agua	1	2,6	2,60	2,60
Dispensador de Botellón	1	22,4	22,40	22,40
Sala recepción	1	350	350,00	350,00
Mesa de Corte	1	150	150,00	150,00
Máquina Over lock industrial	1	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Máquina recta industrial	1	677	677,00	677,00
Máquina ojaladora	1	2.080,00	2.080,00	2.080,00
Plancha industrial a vapor	1	176	176,00	176,00
Tijeras	3	32	96,00	96,00
Safadores	5	1,2	6,00	6,00
Reglas de trazo	2	15	30,00	30,00
Marcadores de trazo	5	1,2	6,00	6,00
Espejo	2	70	140,00	140,00
Mostradores (Closet)	1	150	150,00	150,00
Extintor	2	45	90,00	90,00
Lámpara de mesa	1	35	35,00	35,00
Sillas ergonómica	4	27,5	110,00	110,00
cortadora	1	116	116,00	116,00
vestidor	1	50	50,00	50,00
TOTAL				7.080,00

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

2.1.2.6. Número de Trabajadores

Para el inicio de las operaciones y el correcto funcionamiento de la microempresa se necesitarán un gerente general, dos operarios y un contador el cual sería temporal.

Tabla N° 35: Número de trabajadores

PUESTO	FUNCIONES	FIJO	VARIABLE
Gerente	Planificar, organizar, dirigir y controlar. Atención al cliente	X	
Operarios	Realizar todo el procedimiento de confección. Atención al cliente	X	
Contador	Llevar la contabilidad de la Microempresa, de acuerdo a las obligaciones del SRI de acuerdo a la categoría.		X

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al desarrollo del negocio se estima abrir una sucursal lo cual permitirá incrementar el número de trabajadores y así poder crecer financieramente.

2.1.2.7. Capacidad de tiempo de refacción de las prendas

Representa el tiempo estimado que se utilizará para el refaccionamiento de cada prenda de vestir.

Tabla N° 36: Tiempo de refaccionamiento

TIPO DE PRENDAS	DIAS	HORARIO	No. PERSONAS	TIEMPO
Falda	DE LUNES A SABADO	9:AM_7PM	2 OPERARIOS	30 minutos
Vestido				60 minutos
Blusa				40 minutos
Chompa				35 minutos
Chaqueta				40 minutos
Pantalón				30 minutos
Ropa Deportiva				30 minutos
Uniforme				30 minutos
Otros				15 minutos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.2. DEFINICIÓN DE LOS RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.2.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

En la siguiente tabla se presentan las maquinarias a utilizar, los equipos, muebles y enseres, las herramientas de trabajo y las materias primas necesarias para la generación del servicio de refaccionamiento de prendas de vestir, en las que se podría determinar si es de fácil acceso o difícil acceso para su obtención.

Tabla N° 37: Materia primas, grado de sustitución y proveedores

DESCRIPCIÓN - EQUIPO	GRADOS DE SUSTITUCIÓN			PROVEEDORES 1		PROVEEDORES 2	
	ALTO	MEDIO	BAJO	FACIL ACCESO	DIFICIL ACCESO	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR 2
Computador	X			X		Novicompu Av. Los Shyris y Rio Coca, Quito EC170138	Mercado Libre
Impresora	X			X			
Teléfono	X			X			
Calculadora	X			X			
Cámaras De Seguridad	X			X			
Cafetera			X	X		Mercado Libre	Mercado Libre
Botellón de agua			X	X			
Dispensador De Botellón Agua	X			X			
Maquina overlock		X		X			
Maquina recta industrial		X		X			
Plancha industrial			X	X		José Puebla Dirección Av. De la Prensa y Jorge Piedra	Almacenes Lesly Dirección Av. De la Prensa N 67-45
Tijeras			X	X			
Safadores			X	X			
Reglas de trazo			X	X			
Marcadores de trazo			X	X			
Espejo			X	X			
Mostradores	X			X			
Extintor			X	X		Mercado Libre	Mercado Libre
Lámpara	X			X			
Silla Giratoria	X			X		Mercado Libre	Mercado Libre

Hilos	X			X		José Puebla Dirección Av. De la Prensa y Jorge Piedra	Almacenes Lesly Dirección Av. De la Prensa N 67-45
Agujas	X			X			
Elástico	X			X			
Botones	X			X			
Cierres	X			X			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.3. CALIDAD DE REFACCIONAMIENTO DE PRENDAS

Se define como la capacidad de satisfacer necesidades implícitas o explícitas, es la manera de que un producto o servicio sea bueno o malo en relación con las características que requiere el cliente. La mejora continua es un proceso que no termina nunca y recibe el impulso del conocimiento de la resolución de problemas. (Administración de operaciones)

En la confección la calidad se encuentran en varias modalidades de inspección de control de fabricación o elaboración de la prenda. En este caso se impulsará a la verificación rigurosa que se efectuará antes de que la prenda sea entregada al cliente.

Entre algunos factores que se podrían controlar son:

- Verificar los Hilos sin pulir (cortar).
- Comprobar que la maquinaria a utilizar este en opimas condiciones para que no afecten al producto terminado.
- Controlar Puntadas interiores y exteriores: costuras sueltas, imperfectos en costura.
- Diferenciar en color de los hilos a usarse en prendas.
- Revisar la prenda por el derecho y revés (imperfecciones).
- Inspección en operación del planchado antes de entregar al cliente.
- Instruir a los operarios en el proceso de refaccionamiento de prendas.

La calidad aplicada en los cambios de diseño, se determinará antes de que la prenda se elabore ya que se establecerá de acuerdo al gusto y preferencia del cliente en conjunto con la modista. Esto significa crear un diseño que satisfaga las necesidades del cliente.

En la microempresa se utilizara como método de control, un formato establecido por órdenes de trabajo, que constan con algunos datos específicos del día de ingreso de la prenda y el día de entrega, y datos personales necesarios, que facilitará a los operarios en la organización y cantidades de prendas diarias que se estima refaccionar. Establecidas del siguiente formato:

Formato orden de trabajo

REFACCIONAMIENTO ORDEN		COSTURA & COMPOSTURA		NRO		0000001	
CLIENTE :		FECHA DE INGRESO DE PRENDA		2-ene-18			
FACTURA:		FECHA DE PRUEBA		15-ene-18			
TELEFONO		FECHA DE ENTREGA		18-ene-18			
TIPO DE PRENDAS							
BLUSA		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
OBSERVACION:							
PANTALON		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
OBSERVACION:							
VESTIDO		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
OBSERVACION:							
CHAQUETA		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
OBSERVACION:							
CAMISA		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
OBSERVACION:							
BASTAS		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
OBSERVACION:							
OTROS		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
OBSERVACION:							
RECIBIDO POR :				ENTREGADO A:			
CI:				CI:			
NOTA: DESPUES DE 90 DIAS NO SE ENTREGARA LA PRENDA.							

Gráfico N° 25: Orden de trabajo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.4. NORMAS DE PERMISO QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

Durante la segunda parte del año 1999 se publicó la norma OHSAS 18000. Se dio inicio a la serie de normas internacionales que se relacionan con la seguridad y salud en el trabajo. La norma OHSAS 18001 es certificable y complementa a la norma ISO 9001 e ISO 14001. Por lo que se puede indicar que es una serie de estándares en materia de seguridad y salud en el trabajo. Integra las experiencias más avanzadas en este campo, por lo que se constituye un modelo global de gestión de prevención de riesgos y control de pérdidas.

La norma ISO 45001:2018 Sistemas de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, tiene el objetivo de prevenir los riesgos laborales, de seguridad (accidentes) y de salud (enfermedades). (htt2)

La Seguridad y Salud Ocupacional es una multidisciplina en asuntos de protección, seguridad, salud y bienestar de las personas involucradas en un ambiente trabajo seguro y -saludable.

Es importante determinar las seguridades de la microempresa, como: salidas de emergencia, linternas de emergencia, extintores la recolección de desperdicios.

2.4.1. Seguridad e Higiene Ocupacional

En nuestras instalaciones, procederemos a evaluar y controlar los agentes ambientales y las tensiones que se originan en el lugar de trabajo y que pueden causar enfermedades, perjuicios a la salud o al bienestar, o incomodidades e ineficiencia entre los operarios como alergias. Como contingencia usaremos mascarillas para el contacto de telas con pelusas como el plumón, telas de hilos muy finos.

2.4.2. Seguridad industrial



Ilustración N° 3: Ergonomía con maquinaria textil (htt5)

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

También se manejará la ergonomía adecuada, con la utilización de sillas ajustables de asientos acochados y bases giratorias con soporte para la espalda que se adapten a los movimientos operativos.

Igualmente se capacitará a los operarios, con métodos y técnicas que deberán aplicarse y entendiendo los beneficios que ofrecen al trabajador y sobre todo en el ahorro a la empresa, dando como resultado mejoramiento en la calidad de vida de todos los operarios. (htt3)

2.4.3. Normas Eléctricas

Nuestras instalaciones, llevarán un control y seguimiento de seguridad de acuerdo a las operaciones, así como el funcionamiento de los equipos y maquinaria textil, que deben estar a cargo de personal capacitado de mantenimiento que realizará inspecciones trimestrales.

Especialmente cuando se trate de instalaciones de alta tensión eléctrica es necesario impedir que accidentalmente alguna persona o material tome contacto con los mismos.

2.4.4. Iluminación



Ilustración N° 4: Iluminación de maquinaria textil ([htt6](#))

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

La iluminación es un factor importante de seguridad para el operario. Una iluminación suficiente aumenta la máxima producción y reduce la ineficiencia y número de accidentes.

2.4.5. Actividades de relajación

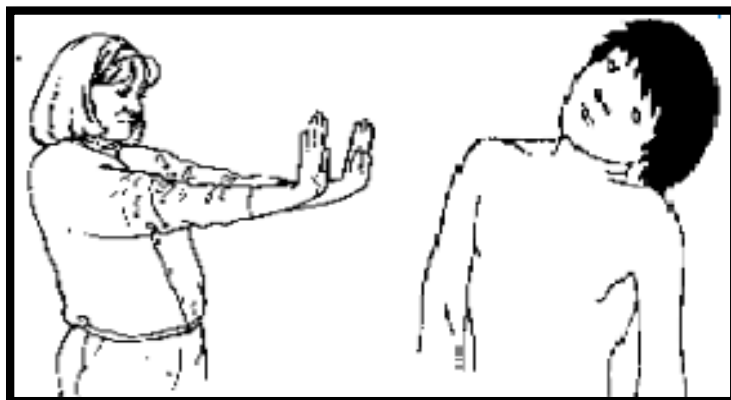


Ilustración N° 5: Relajación ([htt8](#))

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al ritmo de trabajo, se realizarán pausas activas cada dos horas laborables de 15 minutos, que permitan la sucesión de movimientos corporales y actividades para la relajación de cabeza, extremidades superiores (muñecas, dedos hombros y brazos).

Este negocio pertenece a la rama de la confección, en la cual se establecerá capacitación, información correcta en el uso de la maquinaria y todo lo que conlleva este negocio también la realización de procedimientos peligrosos y que los operarios tanto como jefes deberían tomar en cuenta.

Los operarios deberán estar capacitados para la utilización correcta con: la maquinaria, la plancha a vapor, maquinarias con partes móviles herramientas filosas o puntiagudas.

En el momento de cortar alejarse del cuerpo con algún instrumento de uso, las agujas deben tener resguardo. Protección en la respiración con mascarillas y ventilación apropiada.

CAPÍTULO III

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

En este capítulo se enfocará en la visión y misión de la empresa, la situación de la empresa con herramientas de estudio como el análisis Foda, definiendo las fortalezas y oportunidades así como también las amenazas y debilidades, estructura jerárquica, descripción de cargos y necesidades del personal.

3.1.1. Visión de la Empresa

Para el 2021 ser los mejores en la transformación y refacción de prendas de vestir en base a la innovación, eficiencia y buenas prácticas en nuestros procesos para satisfacer las necesidades y superar las expectativas de nuestros clientes, empleados y comunidad.

3.1.2. Misión de la Empresa

Somos una Microempresa de costura que ofrece la mejor opción en la reparación de ropa, con una constante innovación en diseños y productos de excelente calidad, asegurando la disponibilidad y el servicio, conservando costos competitivos a través del aprovechamiento de nuestros recursos.

3.1.3. Objetivo General

Brindar al sector de Ponceano un servicio de calidad, mediante eficiencia y eficacia, abierto a las tendencias de la moda que integren las necesidades de los clientes. Asegurando la calidad en cada uno de los procesos, destinados a la reparación de cada prenda, mediante el mejoramiento continuo.

3.1.4. Análisis FODA

El análisis Foda permite determinar la situación actual en la que se encuentra la organización, obteniendo así un diagnóstico preciso que permita tomar decisiones óptimas para su mejor funcionamiento nos permitirá formar las estrategias en los factores externos como amenazas y oportunidades, e internos enfocados en las fortalezas y debilidades.

Tabla N° 38: Matriz Foda

MATRIZ DE ESTRATEGIAS		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Demanda no cubierta alta	Competencia que ingresa al sector
	Alto crecimiento de poblacion en el sector	Incremento de costo en materia prima
	Nuevo servicio para el sector de Ponceano	Mínima mano de obra en el mercado
	Precios accesibles y asesoramiento	Deficiencia de seguridad para la población
	Ubicación en calle principal y posicionamiento	
	Tasa de interes financiera baja	
FORTALEZAS	FO ESTRATEGIAS OFENSIVAS	FA ESTRATEGIAS RE ORIENTACIÓN
Precios Diferenciados de la Competencia	Posicionar la marca Costuras y Composturas SM en el sector de Ponceano	Mantener precios diferenciados y promociones ante la competencia
Calidad y Exclusividad en el terminado de prendas	Establecer un horario de trabajo donde el cliente del sector se sienta beneficiado y atendido	Contratar personal pasante de carreras de diseño y confeccion para fortalecer el servicio
Baja inversión y disponibilidad de capital de trabajo	Brindar servicio personalizado en asesoria de imagen para sostener a nuestro cliente y lograr alto indice de recomendación	Realizar negociacin proveedores de materia prima en el sector para disminuir o mantener costos
Personal capacitado en moda		
Maquinaria nueva		
Espacio fisico adecuado para el servicio		
DEBILIDADES	DO ESTRATEGIAS DEFENSIVAS	DA ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA
Precios de las prendas de vestir en en el mercado.	Direccionar estrategia de marketing para posicionar la marca en el sector de Ponceano	Direccionar estrategias de expansión en el sector para abastecer la demanda insatisfecha
No disponer de coordinación en marketing	Realizar acercamiento con marcas de moda para ofertar servicio	Establecer campaña de marketing direccionada a promover al mercado el uso de nuestro servicio y obtener lealtad
No aceptación de otras empresas para convenios	Establecer negociacion con proveedores para cubrir abastecimiento de materia prima a bajo costo	Realizar capacitación y entrenamiento previo para el personal contratado, para sostener y disminuir rotación de personal.
Pocos proveedores en la adquisición de materia prima		
mano de obra escasa		

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.2. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

La empresa “Costuras y composturas SM”, estará estructurada de forma horizontal con el fin de alcanzar los objetivos y metas planteadas dentro de la organización.

El recurso humano, se adaptará a cumplir las políticas y reglamento de la Microempresa, para lo cual su selección y precalificación será de acuerdo al cargo que desempeñará en actividades laborales. El personal deberá estar calificado para cumplir las funciones para lo que fue contratado.

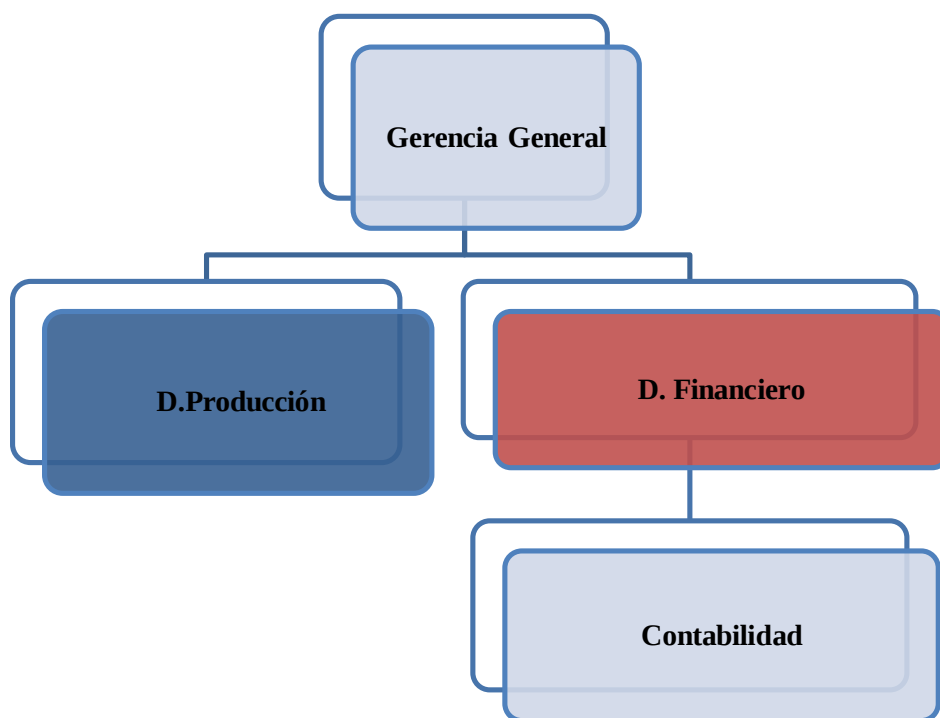


Gráfico N° 26: Organigrama estructural “Costuras y Composturas”

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.2.1. Organigrama Funcional

En el siguiente organigrama se describe las funciones que deberán ser realizadas por el personal a cargo de cada puesto dentro de la microempresa.

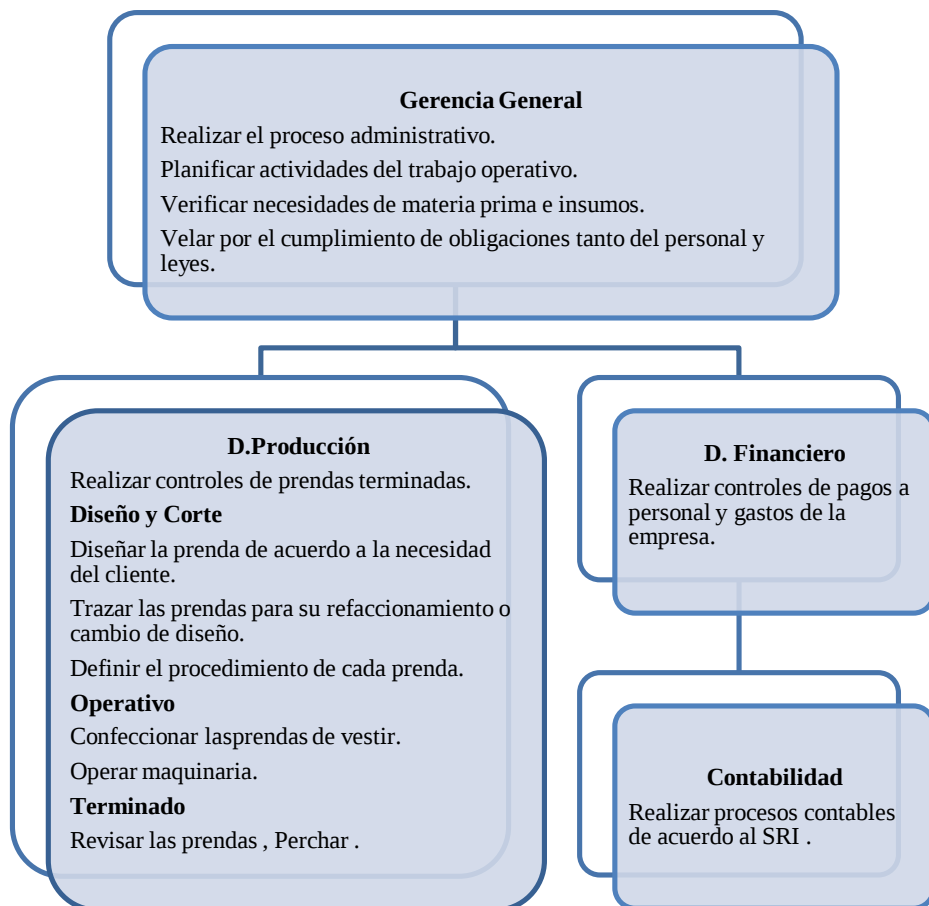


Gráfico N° 27: Organigrama funcional

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

La microempresa contratará con un Contador part-time (medio tiempo), el cual llevará la contabilidad de acuerdo con las obligaciones del SRI de conformidad a la categoría de la Microempresa.

3.2.2. Descripción Cargos

Tabla N° 39: Ficha Funciones Gerente Propietario I Información Básica

	
FICHA FUNCIONES GERENTE PROPIETARIO	
I Información Básica	
Puesto	Gerente Diseñador (propietario)
Jefe inmediato superior	-
Supervisa a	Operarios
II Naturaleza del puesto	
Representará a la empresa, Controlará a los operarios la correcta realización de actividades, rediseñará las prendas y brindará asesoramiento personalizado.	
III Funciones	
Realizar el proceso administrativo. Planificar actividades del trabajo operativo. Verificar necesidades de materia prima e insumos. Velar por el cumplimiento de obligaciones tanto del personal y leyes.	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Administración de empresas o a fines
Experiencia	De 1 a 3 años
Habilidades	Liderazgo, capacidad de tomar decisiones, trabajo en equipo.
Formación	Ing. Administración de empresas o a fines Diseñador

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 40: Ficha funciones Operarios 1-2

	
FICHA FUNCIONES OPERARIOS 1-2	
I Información Básica	
Puesto	Operarios 1-2
Jefe inmediato superior	Gerente General (propietario)
Supervisa a	Ninguno
II Naturaleza del puesto	
Encargado del trabajo operativo	
III funciones	
Recibir a los clientes y recepción de prendas Será el encargado de definir el procedimiento de cada prenda a refaccionar. Operar las maquinarias y confeccionar las prendas. Revisar prendas antes de la entrega.	
IV Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Artesano de Sastrería Tecnólogo o artesano en modas
Experiencia	De 2 a 4 años en adelante
Habilidades	Creatividad, Responsabilidad y trabajo en equipo
Formación	Maestra en la Rama de Corte y Confección.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

3.3. CONTROL DE GESTIÓN

Permitirá a la microempresa guiar los procesos de una forma óptima, detallados en los indicadores de gestión reflejen datos veraces y fiables, que consideren las bases para acciones a tomar en el presente y en el futuro de la microempresa.

3.3.1. Indicadores de gestión administrativa

- Al analizar de los Indicadores de Gestión Administrativas: Cada medidor o indicador debe satisfacer los siguientes criterios o atributos:
- Medible: El medidor o indicador debe ser medible. Esto significa que la característica descrita debe ser cuantificable en términos ya sea del grado o frecuencia de la cantidad.
- Entendible: El medidor o indicador debe ser reconocido fácilmente por todos aquellos que lo usan.
- Controlable: El indicador debe ser controlable dentro de la estructura de la organización.

3.3.2. Indicadores de eficacia

Relacionados con aspectos externos (cliente). Eficaz tiene que ver con hacer efectivo un intento o propósito. Los indicadores de eficacia están relacionados con las razones que indican capacidad o acierto en la consecución de tareas y/o trabajos. Ejemplo: grado de satisfacción de los clientes con relación a Las reparaciones por semana.

Fórmula:

$$\text{EFICACIA} = \frac{\text{grado de satisfacción de clientes} * 100}{\text{Reparaciones por semana}}$$

$$\begin{array}{lcl} \text{ÍNDICE} & \text{Grado de satisfacción de} & \\ \text{DE} & \text{clientes} & \\ \text{EFICACIA} & \text{Reparaciones por semana} & \end{array} = \frac{130}{145} \times 100$$

$$\text{ÍNDICE DE EFICACIA} = 89 \%$$

3.3.3. Indicadores de eficiencia

Los indicadores de eficiencia estarán relacionados en la consecución de tareas y/o trabajos con la optimización de recursos. Ejemplo: Tiempo fabricación de un producto, razón de piezas / hora, rotación de inventarios.

$$\text{EFICIENCIA} = \frac{\text{Ventas por semana}}{\text{Visitas esperadas por semana}} \times 100$$

$$\begin{matrix} \text{ÍNDICE DE} \\ \text{EFICIENCIA} \end{matrix} = \frac{\text{ventas por semana}}{\text{Ventas esperadas x semana}} = \frac{90}{145} \times 100$$

$$\text{ÍNDICE DE EFICIENCIA} = 62\%$$

Se ha calculado la eficiencia de acuerdo a la cantidad de prendas a realizar por semana que se estima de 90 con relación a las ventas esperadas por semana lo cual nos indica que se lograra las metas con los recursos disponibles.

3.3.4. Uso de la capacidad instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o máximo que la empresa puede lograr en un periodo de tiempo determinado con recurso humano, tecnología equipos de producción experiencia, conocimiento en este caso sería de la capacidad en las instalaciones, si permite incluir una maquinaria y un operario adicional.

3.3.5. Rendimiento de calidad

Mide la calidad de los procesos, permitiendo detectar las deficiencias en etapas próximas en su origen (en las operaciones). El indicador es medido porcentual (%).

$$\text{RENDIMIENTO DE CALIDAD} = \frac{\text{Volumen de Producción Conforme}}{\text{Volumen Total del Producto}} \times 100$$

$$\text{RENDIMIENTO DE CALIDAD} = \frac{\text{Volumen de Producción Conforme}}{\text{Volumen Total del Producto(servicio)}} = \frac{464}{580} \times 100$$

$$\text{RENDIMIENTO DE CALIDAD} = 80\%$$

Se ha calculado el volumen de producción conforme que es un 80% en relación al volumen total que se va a realizar.

3.3.6. Rendimiento de servicio

Mide la proporción de las entregas a los clientes con respecto a la cantidad de que llegaron y fueron entregadas en el tiempo pactado solicitado por los clientes. El indicador es medido porcentualmente (%).

$$\text{SERVICIO} = \frac{\text{Volumen de Productos Entregados}}{\text{Volumen de Productos Recibidos}} \times 100$$

$$\text{SERVICIO} = \frac{\text{Volumen de Productos Entregados}}{\text{Volumen de Productos Recibidos}} = \frac{464}{580} \times 100$$

$$\text{SERVICIO} = 80 \%$$

Se estima que 464 prendas que equivalen al 80% de servicios que se brindará serian el volumen de productos entregados versus 580 prendas que se estima recibir. Lo cual nos permite analizar estrategias que nos permitan llegar al 100 por ciento de servicio.

3.4. NECESIDADES DEL PERSONAL

Para el inicio de este proyecto La microempresa “Costura y Compostura SM” necesitará el siguiente personal:

Tabla N° 41: Necesidades del personal

PUESTO	FUNCIONES	FIJO	VARIABLE
Gerente Diseñador	Poseer con conocimientos básicos de administración. Diseñar las prendas y brindar asesoramiento a clientes. Controlar a los operarios la correcta realización de las tareas encomendadas.	X	
Operario 1-2	Cumplir las disposiciones del Diseñador. Confeccionar y transformar las prendas de vestir con destreza y habilidad ajustándose a la exigencia de los clientes.	X	
Contador	Llevar la contabilidad de la Microempresa, de acuerdo a las obligaciones del SRI de acuerdo a la categoría.		X

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

ÁREA JURÍDICO LEGAL

Para el desarrollo y cumplimiento del área Jurídico Legal de la Empresa Costura y Composturas, se cumplirán las leyes y ordenanzas que exige cada ente de control, para iniciar las actividades económicas y organizacionales de la empresa.

- Esta microempresa se registrará en el SRI, como exige la ley obteniendo el RUC con los requisitos de personas natural, ya que está conformado por solo socio (propietario), se registrará como artesano.
- Posteriormente se solicitará el permiso de Licencia Única metropolitana par ejercicio económico LUAE en el Distrito Metropolitano de Quito en el cual se detalla la información del establecimiento, tipo de contribuyente e información para categorización de la actividad económica,
- También se solicitará el permiso de funcionamiento Municipal de bomberos

A continuación se detalla los requisitos para cada trámite.

4.1. SISTEMA DE RENTAS INTERNAS SRI

4.1.1. A quién reconoce el SRI como Artesanos

El SRI reconoce como artesanos a los trabajadores que realicen trabajos con sus propias manos, maestros de taller que realicen trabajos manuales o artesanos que realicen actividades con sus propias manos de manera independiente. En esta categoría están la modista que elabora una prenda de vestir. Servicio de Rentas Internas SRI. (2017).

4.1.2. Registro Único de Contribuyentes (RUC) (Servicio de Rentas Internas SRI, 2017)

TRÁMITE

Requisitos para personas naturales:

- a) Original y copia de cedula de ciudadanía
- b) Original y copia de papeleta de votación
- c) Original y copia de un servicio básico donde se desarrollara la actividad económica. (Planilla de energía eléctrica, agua potable, teléfono)
- d) Contrato de arrendamiento del lugar donde se desarrollara la actividad económica.

Proceso para el trámite:

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

4.1.3. Solicitud de Patente Municipal del Distrito Metropolitano de Quito

Para realizar el trámite de obtención de la patente, se necesita para: Personas naturales **NO** obligadas a llevar contabilidad

- a) Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno. Éste se puede obtener en la página www.quito.gob.ec
- b) Copia de la cédula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- c) Copia del Registro Único de Contribuyentes. En el caso de que posea, registro de comerciantes. No necesita el RUC actualizado.
- d) Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.

Proceso para el trámite

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al cliente.

4.1.4. Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos de Quito DMQ

Requisitos:

- a) Informe de inspección favorable
- b) Copia de RUC
- c) Original y copia de cedula de ciudadanía
- d) Original y copia de cedula de papeleta de votación
- e) Copia de Patente Municipal
- f) Plan de evacuación (Manual)
- g) Plano del lugar donde se iniciará la actividad económica

4.1.4.1. (LUAE) Licencia Metropolitana Única Para El Ejercicio De Actividades Económicas en El Distrito Metropolitano de Quito

La LUAE es el acto administrativo único con el cual el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito autoriza al titular el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el territorio del DMQ. La emisión de la LUAE se efectúa a través de tres procesos administrativos. (Ser1)

Requisitos para su emisión (primera vez):

Generales:

- a) Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.
- b) Copia de RUC actualizado.

- c) Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones.
- d) Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera).
- e) Certificado Ambiental (cuando se requiera).

Proceso para el trámite:

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Atención al cliente del Distrito Metropolitano de Quito a la zona que le corresponda, portando los requisitos antes detallados para la aprobación y entrega del documento. (Ver anexo)

CAPÍTULO V

ÁREA FINANCIERA

5.1. PLAN DE INVERSIONES

Para la creación de la microempresa Costuras y Composturas se describen las necesidades básicas que implica la apertura de este negocio. Se utilizará un plan de financiamiento ya que a través de esta herramienta se podrá describir de donde se originan los recursos para la viabilidad económica y financiera a mediano y largo plazo, de este proyecto empresarial, si cumple con las expectativas de rentabilidad y liquidez esperadas, pues en él se define toda la información desarrollada y cuantificada en unidades monetarias de cada uno de los planes de actuación, y de este modo, nos permitirá tomar las decisiones adecuadas y oportunas en cada una de las áreas funcionales de la empresa.

Tabla N° 42: Plan de Inversión Inicial

PLAN DE INVERSION " COSTURAS Y COMPOSTURAS "			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO (USD)	TOTAL (USD)
Local			
	Arriendo		200,00
	Garantia de Local		500,00
	TOTAL	\$	700,00
Instalaciones y remodelaciones			
1	Rotulo	200,00	200,00
2	Extintor	45,00	90,00
1	Cafetera	57,00	57,00
1	Dispensador y Botellon de agua	25,00	25,00
	TOTAL	\$	372,00
Muebles y Enseres			
3	Sillas	27,50	82,50
2	Estanterías	18,00	36,00
1	Mesa de corte	150,00	150,00
1	Vestidor	50,00	50,00
2	Espejos	70,00	140,00
2	Lampara de mesa	35,00	70,00
	TOTAL	\$	528,50
Maquinaria			
1	Máquina de coser Over lock	1.080,00	1.080,00
2	Máquina de coser Recta	677,00	1.354,00
1	Plancha de vapor	176,00	176,00
1	Cortadora de 4 pulgadas	116,00	116,00
	TOTAL	\$	2.726,00
Equipos			
1	Computador	1.400,00	1.400,00
1	Impresora	360,00	360,00
2	Camaras de Seguridad	40,00	80,00
1	Telefono	120,00	120,00
1	Radio	80,00	80,00
1	Televisor	200,00	200,00
	TOTAL	\$	2.240,00
Materia Prima (insumos)			
100	Hilos	2,00	200,00
20	Agujas de maquina	2,50	50,00
100	Agujas de mano	0,10	10,00
3	Tijeras	32,00	96,00
3	Safadores	1,20	3,60
10	Carreteles	3,00	30,00
5	Cintas métricas	1,00	5,00
2	Reglas de trazo	15,00	30,00
48	Armadores	0,25	12,00
100	Entreleta	0,50	50,00
50	Cierres	0,60	30,00
50	Botones	0,15	7,50
10	Elastico	0,40	4,00
	TOTAL	\$	528,10
Suministros de Oficina			
100	Tarjetas de Presentacion	0,15	15,00
2	Marcadores de trazo	1,20	2,40
10	Esfero graficos	0,45	4,50
1	Block de facturas	30,00	30,00
1	Blocks de Orden de Pedidos	30,00	30,00
1	Resmas de papel bond A4	4,50	4,50
	TOTAL	\$	86,40
Costos de Constitución			
1	RUC	-	-
1	Permiso de funcionamiento (LUA E)	12,00	12,00
1	Constitución de marca y logo	-	-
	TOTAL	\$	12,00
	SUMA TOTAL	\$	7.193,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora

5.1.1. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios). La empresa para poder operar requiere de recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc.

Para el inicio de las actividades de la Empresa “Costuras y Composturas SM”, el Capital de Trabajo será una herramienta que asegure el tiempo que podrá cubrir los gastos a corto plazo, que incurran en 3 meses desde la apertura del negocio.

Tabla N° 43: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
	MES 1	MES 2	MES 3
Sueldo Gerente Propietario	1.278,67	1.278,67	1.278,67
Sueldo Operario 1	513,32	513,32	513,32
Arriendo Local	200	200	200
Servicios Básicos	30	30	30
Empaque	5	5	5
Facturas	3	3	3
total mensual	2.029,98	2.029,98	2.026,98
TOTAL			6.086,95

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.1.2. Plan de Financiamiento

5.1.2.1. Forma de Financiamiento

Para el inicio de actividades se utilizará el 13.90% con recursos propios, y, 86.10% de financiamiento, a través de un préstamo otorgado por BanEcuador a una tasa de interés anual del 16.80%, así como también un tiempo de pago de 5 años (60 meses).

Tabla N° 44: Forma de financiamiento

FINANCIAMIENTO		
DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	TOTAL (%)
Recursos Propios	1.000,00	13,90
Préstamo Bancario	6.193,00	86,10
TOTAL	\$ 7.193,00	100,00

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

Es la acción de aportar dinero para comenzar una empresa o proyecto que se canaliza en préstamos para devolverlos a futuro con un interés.

5.1.2.2. Amortización

Tabla N° 45: Valores para el Préstamo

FINANCIAMIENTO	
VALOR DEL PRÉSTAMO	6193,00
TASA INTERÉS	16,80%
CUOTA ANUAL	1.731,47
CUOTA MENSUAL	145,92
AÑOS	5
PERÍODOS	60

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución de gasto en el tiempo de un valor duradero.

Tabla N° 46: Amortización

PROYECCIÓN DE FINANCIAMIENTO						
AMORTIZACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
CAPITAL ANUAL	918,54	1056,29	1214,73	1396,95	1606,50	6193,01
INTERÉS ANUAL	831,17	690,29	528,30	341,99	127,74	2519,49
TOTAL	1749,71	1746,58	1743,03	1738,94	1734,24	8712,50

Fuente: Investigación Propia (ver anexo)**Elaborado por:** La Autora

En la proyección del financiamiento permitirá analizar el pago de capital e interés anualmente hasta el último año proyectado.

5.2. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

El costo es el valor que se paga para la obtención de bienes o servicios. Tiene la finalidad de conocer y hallar cuánto cuesta la transformación total o parcial de un determinado artículo, además se determinará el detalle de gastos operacionales.

Tabla N° 47: Tabla informativa para el costo de venta por hora

COSTO DE VENTAS	MENSUAL	DIARIO (22 DÍAS)	HORA (8 DÍA)
OPERARIO	\$ 1.026,63	46,67	5,83
ARRIENDO incluye servicios básicos	\$ 200,00	9,09	1,14
MATERIA PRIMA	\$ 44,01	2,00	0,25
TOTAL	\$ 1.270,64		
COSTO DE VENTAS (HORA) 3,97			

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El costo de ventas se ha calculado tomando el dato de costo mensual que incurre con el costo de operario, arriendo que incluye servicios básicos y promedio de materia prima dividiendo por las 320 horas laborables.

b. Proyección de Costos

Para proyectar los costos de un producto o servicio nos basamos en las estimaciones de venta, en referencia a la inflación del último año contable, en este caso tomaremos como referencia el Año 2017 donde de acuerdo a la información del Banco Central del Ecuador el índice de Inflación es de 1.10%.

Tabla N° 48: Costos de producción y en unidades

COSTO DE PRODUCCIÓN Y UNITARIA									
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL REQUERIDA (UNIDADES)	TIEMPO REQ (MINUTOS)	TIEMPO (PROD HORA)	TIEMPO DE PROD (HORA)	TIEMPO DE SERVICIO	TIEM TOTAL COSTO VENTAS	COSTO DE VENTA MENSUAL	TOTAL COSTO DE VENTAS UNITARIO
Entallado de Vestido	Unidad	20	25	0,42	8,33	4,47	12,80	50,83	2,54
Entallado de Blusa	Unidad	50	30	0,50	25,00	13,40	38,40	152,48	3,05
Entallado de Camisa	Unidad	50	25	0,42	20,83	11,17	32,00	127,06	2,54
Cambio de Cuellos/Puños	Unidad	30	30	0,50	15,00	8,04	23,04	91,49	3,05
Entallado y de Basta Chaqueta	Unidad	50	30	0,50	25,00	13,40	38,40	152,48	3,05
Entallado de Pantalón	Unidad	90	20	0,33	30,00	16,08	46,08	182,97	2,03
Basta de Pantalón	Unidad	110	15	0,25	27,50	14,74	42,24	167,72	1,52
Cambio de Cierres Chompa	Unidad	40	25	0,42	16,67	8,93	25,60	101,65	2,54
Basta de Chaqueta	Unidad	30	25	0,42	12,50	6,70	19,20	76,24	2,54
Cambio de Cierres Pantalón	Unidad	110	15	0,25	27,50	14,74	42,24	167,72	1,52
TOTALES		580		4,00	208,33	111,67	320,00		
HORAS LABORABLES	320								

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

c. Proyección de Costos anuales

Para el cálculo de los costos en producción por se han determinado en base a la inflación del 1.10% y el cálculo para determinar el crecimiento en unidades producidas se ha determinado en base al crecimiento de la población de 1.51%.

Tabla N° 49: Proyección de costos anuales

PROYECCIÓN DE COSTOS															
	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
DESCRIPCIÓN	UNID	COSTO UNID PRO	TOTAL AÑO 1	UNID	COSTO UNI PRO	TOTAL AÑO 2	UNID	COSTO UNID PRO	TOTAL AÑO 3	UNID	COSTO UNID PRO	TOTAL AÑO 4	UNID	COSTO UNI PRO	TOTAL AÑO 5
Entallado de Vestido	20	2,54	50,83	20	2,57	52,16	21	2,60	53,53	20,92	2,63	54,94	21,24	2,65	56,38
Entallado de Blusa	50	3,05	152,48	51	3,08	156,48	52	3,13	161,24	52,30	3,16	165,48	53,09	3,20	169,83
Entallado de Camisa	50	2,54	127,06	51	2,57	130,40	52	2,57	132,37	52,30	2,60	135,85	53,09	2,63	139,42
Cambio de Cuellos/Puños	30	3,05	91,49	30	3,08	93,89	31	3,08	95,31	31,38	3,12	97,81	31,85	3,15	100,38
Entallado y Basta de Chaqueta	50	3,05	152,48	51	3,08	156,48	52	3,08	158,84	52,30	3,12	163,02	53,09	3,15	167,30
Entallado de Pantalón	90	2,03	182,97	91	2,06	187,78	93	2,06	190,61	94,14	2,08	195,62	95,56	2,10	200,76
Basta de Pantalón	110	1,52	167,72	112	1,54	172,13	113	1,54	174,73	115,06	1,56	179,32	116,80	1,58	184,03
Cambio de Cierres Chompa	40	2,54	101,65	41	2,57	104,32	41	2,57	105,90	41,84	2,60	108,68	42,47	2,63	111,53
Basta de Chaqueta	30	2,54	76,24	30	2,57	78,24	31	2,57	79,42	31,38	2,60	81,51	31,85	2,63	83,65
Cambio de Cierres Pantalón	110	1,52	167,72	112	1,54	172,13	113	1,54	174,73	115,06	1,56	179,32	116,80	1,58	184,03
TOTALES	580		1270,64	589		1304,02	598		1326,69	606,67		1361,54	615,83		1397,30
INFLACIÓN	1,10%		TOTAL AÑO 1			TOTAL AÑO 2			TOTAL AÑO 3			TOTAL AÑO 4			TOTAL AÑO 5
CRECIMIENTO	1,51%		15247,70			15648,20			15920,26			16338,42			16767,57
Materiales			528,10			533,91			539,78			545,72			551,72
Depreciación Equipos de Computación			672,00			672,00			672,00						
TOTAL COSTOS			16447,80			16854,11			17132,04			16884,14			17319,29

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

d. Detalle de los Gastos

El gasto siempre llevará asociada al pago relacionado con los departamentos de administración y ventas e implicará el desembolso de una cantidad de dinero. (gerencie.com/capital-de-trabajo.html).

COSTOS	• Forma parte del valor de los productos
	• Se incorpora al Activo junto con los productos terminados
	• Se origina en la fábrica.
	• Se deriva del proceso de fabricación. Ej. Las materias primas consumidas en la producción.
GASTOS	• No forma parte del valor de los productos.
	• Se registra directamente como una pérdida en el Estado de Pérdidas y Ganancias.
	• Se origina en la administración.
	• Relacionado con la comercialización de los productos y la administración y financiación de las operaciones de la empresa. Ej. Sueldos del personal administrativo.

Ilustración N° 6: Diferencia entre costo y gasto

Fuente: Investigación Propia (2, 2005)

Elaborado por: La Autora

5.3. GASTOS OPERACIONALES

Los gastos operacionales son los que la empresa incurre para generar ingresos en las actividades del día a día tales como: los administrativos (gastos en personal, honorarios, papelería, capacitaciones) o de ventas (labores de promoción, distribución, publicidad). (Gas)

5.3.1. Gastos no operacionales

Son lo que no garantizan un ingreso, pero son necesarios para la empresa como los gastos financieros (sobre pagos al banco, pago de intereses).

Por tal razón los gastos clasifican en:

- a) Gastos Administrativos
- b) Gastos de Ventas
- c) Gastos Financieros

Detalle de Gastos

Tabla N° 50: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
DETALLE	SUELDO MENSUAL	APORTE IESS	PAGO SUELDO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY ANUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo Gerente Propietario	1000,00	121,50	13458,00	1886,00	1278,67	15344,00
Permiso de funcionamiento (LUAE)					1,00	12,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	1000,00	121,50	13458,00		1279,67	15356,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 51: Gastos Operativos

GASTOS OPERATIVOS						
DETALLE	SUELDO MENSUAL	APORTE IESS	PAGO SUELDO ANUAL	BENEFICIOS DE LEY ANUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo Operario 1	386,00	46,90	5194,80	965,00	513,32	6159,80
Sueldo Operario 2	386,00	46,90	5194,80	965,00	513,32	6159,80
TOTAL GASTOS OPERATIVO	772,00	93,80	10389,60		1026,63	12319,60

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora**Tabla N° 52: Gastos Ventas**

GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	1	15,00	4	60,00	720,00
Mantenimiento Maquinaria	3	15,00	1	45,00	540,00
Empaque	1	5,00	1	5,00	60,00
Facturas	1	3,00	1	3,00	36,00
Arriendo	1	200,00	1	200,00	2400,00
Instalaciones y Remodelaciones			1	31,00	372,00
Suministros de Oficina			1	7,20	86,40
Servicios Básicos	1	30,00	1	30,00	360,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS				381,20	4574,40

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora**Tabla N° 53: Gastos Financieros**

GASTOS FINANCIEROS				
DETALLE	VALOR PRÉSTAMO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	PAGO MENSUAL	VALOR ANUAL
Préstamo Bancario	6193,00	60,00	1,63	1749,71
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	6193,00	60,00	1,63	1749,71

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

5.4. PROYECCIÓN DE GASTOS ANUALES

Para la proyección de gastos anuales estará determinado en base a la inflación de 1.10% anual proyectando con los siguientes 5 años en gastos administrativos, operativos, financieros y de ventas en el cual se enfoca el plan de negocios.

Tabla N° 54: Proyección de Gastos Administrativos anual

PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDO ADMINISTRATIVO	15356,00	15524,92	15695,69	15868,34	16042,89
(LUAE) Permiso de funcionamiento	12,00	12,13	12,27	12,40	12,54
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	15368,00	15537,05	15707,96	15880,74	16055,43

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 55: Proyección de Gastos Operativos anual

PROYECCIÓN GASTOS OPERATIVO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS OPERATIVO (sueldo)	12319,60	12455,12	12592,12	12730,64	12870,67
TOTAL GASTOS OPERATIVO	12319,60	12455,12	12592,12	12730,64	12870,67

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 56: Proyección de Gastos Financieros anual

PROYECCIÓN GASTOS FINANCIERO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS FINANCIEROS (Préstamo)	831,17	690,29	528,30	341,99	127,74
TOTAL GASTOS FINANCIERO	831,17	690,29	528,30	341,99	127,74

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 57: Proyección de Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS					
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	1	15,00	4	60,00	720,00
Mantenimiento Maquinaria	3	15,00	1	45,00	540,00
Empaque	1	5,00	1	5,00	60,00
Facturas	1	3,00	1	3,00	36,00
Arriendo	1	200,00	1	200,00	2400,00
Instalaciones y Remodelaciones	1	31	1	31,00	372,00
Suministros de Oficina	1	7,20	1	7,20	86,40
Servicios Básicos	1	30,00	1	30,00	360,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS				381,20	4574,40

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 58: Beneficios sociales

BENEFICIOS SOCIALES								
DETALLE	SUELDO MENSUAL	APORTE IESS	PAGO SUELDO ANUAL	DÉCIMO 3RO	DÉCIMO 4TO	VACACIONES	BEN DE LEY ANUAL	SUELDO + BENEFICIO
Sueldo Gerente Propietario	1000,00	121,50	13458,00	1000,00	386,00	500,00	1886,00	15344,00
Sueldo Operario 1	386,00	46,90	5194,79	386,00	386,00	193,00	965,00	6159,79
Sueldo Operario 2	386,00	46,90	5194,79	386,00	386,00	193,00	965,00	6159,79
SUMA TOTAL	1772,00	215,30	23847,58	1772,00	1158,00	886,00	3816,00	27663,58

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 59: Proyección anuales de Gastos administrativos

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS																
DESCRIPCIÓN	GASTO	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
GASTO ADMINISTRATIVO																
Sueldo Gerente Propietario	1.278,67	1.278,67	-	15.344,00	1.292,73		15.512,78	1.306,95		15.683,42	1.321,33		15.855,94	1.335,86		16.030,36
Fondos de Reserva					93,30		1.119,55	104,49		1.253,90	117,03		1.404,37	131,07		1.572,89
GASTO OPERATIVO																
Sueldo Operario 1	513,32	513,32	-	6.159,80	518,96		6.227,56	524,67		6.296,06	530,44		6.365,32	536,28		6.435,34
Sueldo Operario 2	513,32	513,32	-	6.159,80	518,96		6.227,56	524,67		6.296,06	530,44		6.365,32	536,28		6.435,34
Fondos de Reserva 1					36,01		432,15	40,33		484,00	45,17		542,09	50,59		607,14
Fondos de Reserva 2					36,01		432,15	40,33		484,00	45,17		542,09	50,59		607,14
Patente Municipal	1,00	1,00	-	12,00	1,01		12,13	1,02		12,27	1,03		12,40	1,04		13,89
				27.675,60		-	29.963,88		-	30.509,72		-	31.087,51		-	31.702,08

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 60: Proyección anuales de Gastos Ventas

DESCRIPCIÓN	GASTO	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
GASTO DE VENTAS																
MATERIA PRIMA																
Publicidad (POP)	60,00		60,00	720,00		72,00	864,00		86,40	1.036,80		103,68	1.244,16		124,42	1.492,99
Mantenimiento Maquinaria	45,00		45,00	540,00		45,50	545,94		46,00	551,95		46,50	558,02		47,01	564,15
Depreciación Maquinaria	22,72	22,72		272,60	22,72		272,60	22,72		272,60	22,72		272,60	22,72		272,60
Depre Muebles y Enseres	8,81	8,81		105,70	8,81		105,70	8,81		105,70	8,81		105,70	8,81		105,70
Empaque	5,00	5,00	-	60,00	5,06		60,66	5,11		61,33	5,17		62,00	5,22		62,68
Facturas	3,00	3,00	-	36,00	3,60		43,20	4,32		51,84	5,18		62,21	6,22		74,65
Arriendo Local	200,00	200,00	-	2.400,00	219,96		2.639,52	241,96		2.903,47	266,15		3.193,82	292,77		3.513,20
Instal. y Remodelaciones	31,00		31,00	372,00			-			-			-			-
Suministros de Oficina	7,20		7,20	86,40		7,28	87,35		7,36	88,31		7,44	89,28		7,52	90,26
Servicios Básicos	30,00		30,00	360,00		30,33	363,96		30,66	367,96		31,00	372,01		31,34	376,10
				4.952,70			4.982,93			5.439,96			5.959,80			6.552,35

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 61: Proyección anuales de Gastos Financieros

DESCRIPCIÓN	GASTO	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
	MENSUAL	FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB		FIJOS	VARIAB	
GASTOS FINANCIEROS																
Préstamo Bancario	69,26		69,26	831,17		57,52	690,29		44,03	528,30		28,50	341,99		10,65	127,74
Chequera	30,00		30,00	360,00		30,33	363,96		30,66	367,96		31,00	372,01		31,34	376,10
				1.191,17			1.054,25			896,26			714,00			503,84
TOTALES		2.545,83	272,46	33.819,47	2.757,13	242,96	36.001,06	2.825,39	245,11	36.845,94	2.898,65	248,12	37.761,32	2.977,46	252,28	38.758,27
TOTAL ANUAL		30.549,90	3.269,57		33.085,56	2.915,50		33.904,66	2.941,28		34.783,84	2.977,47		35.729,56	3.027,36	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.5. DEPRECIACIONES

La depreciación de un activo es la disminución del valor de un bien a lo largo de su vida útil, debido al uso, deterioro o desuso o consecuencia del paso del tiempo o de un ajuste en la oferta y la demanda del mismo, depende de la variación del mercado y del uso del bien. (Gabriel Duarte 2015, Sitio definición depreciación).

En la microempresa “Costuras y Composturas SM” se expresará la depreciación directamente en maquinaria industrial de confección, muebles y enseres y equipos de oficina equipos de computación.

Tabla N° 62: Depreciación de Activos

TABLA INFORMATIVA DE DEPRECIACIÓN		
ACTIVO DEPRECIABLE	VIDA ÚTIL (AÑOS)	% DEPRECIACIÓN
Maquinaria y Equipos	10	10%
Equipo de Oficina	10	10%
Equipo de computación	3	33%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 63: Proyección de la Depreciación de Maquinaria

Depreciación Maquinaria	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
Máquina de coser Over lock	1.080,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	108,00	1.080,00
Máquina de coser Recta	1.354,00	135,40	135,40	135,40	135,40	135,40	135,40	135,40	135,40	135,40	135,40	1.354,00
Plancha de vapor	176,00	17,60	17,60	17,60	17,60	17,60	17,60	17,60	17,60	17,60	17,60	176,00
Cortadora de 4 pulgadas	116,00	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	11,60	116,00
TOTAL	2.726,00	272,60	272,60	272,60	272,60	272,60	272,60	272,60	272,60	272,60	272,60	2.726,00

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora**Tabla N° 64:** Proyección de la Depreciación de Muebles y Enseres

Muebles y Enseres	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Total
Sillas	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25	82,50
Estanterías	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	3,60	36,00
Mesa de corte	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	150,00
Vestidor	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	50,00
Espejos	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	14,00	140,00
Lámpara de mesa	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	70,00
TOTAL	52,85	52,85	52,85	52,85	52,85	52,85	52,85	52,85	52,85	52,85	528,50

Fuente: Investigación Propia**Elaborado por:** La Autora

Tabla N° 65: Proyección de la Depreciación de Equipos de Computación

Equipos de Computación	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Total
Computador	1.400,00	420,00	420,00	420,00	1.260,00
Impresora	360,00	108,00	108,00	108,00	324,00
Cámaras de Seguridad	80,00	24,00	24,00	24,00	72,00
Teléfono	120,00	36,00	36,00	36,00	108,00
Radio	80,00	24,00	24,00	24,00	72,00
Televisor	200,00	60,00	60,00	60,00	180,00
TOTAL	2.240,00	672,00	672,00	672,00	2.016,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.6. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Tabla N° 66: Proyección de Ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS													
AÑO 1				AÑO 2					AÑO 3				
DATOS INICIALES				TASA CRECIMIENTO		CRECIMIENTO			TASA DE CRECIMIENTO		CRECIMIENTO		
PRODUCTOS	UND	PRECIO	TOTAL	UND	PRECIO	UND	PRECIO	TOTAL	UND	PRECIO	UND	PRECIO	TOTAL
		UNIT.	AÑO 1		1.10%		UNIT.	AÑO 2		1.10%		UNIT.	AÑO 3
Entallado de Vestido	20	\$ 10.00	\$ 2,400.00	1	\$ 0.11	21	\$ 10.11	\$ 2,549.55	1	\$ 0.11	22	\$ 10.22	\$ 2,706.48
Entallado de Blusa	50	\$ 15.00	\$ 9,000.00	3	\$ 0.17	53	\$ 15.17	\$ 9,553.95	3	\$ 0.17	55	\$ 15.33	\$ 10,142.00
Entallado de Camisa	50	\$ 10.00	\$ 6,000.00	3	\$ 0.11	53	\$ 10.11	\$ 6,369.30	3	\$ 0.11	55	\$ 10.22	\$ 6,761.33
Cambio de Cuellos/Puños	30	\$ 8.00	\$ 2,880.00	2	\$ 0.09	32	\$ 8.09	\$ 3,057.26	2	\$ 0.09	33	\$ 8.18	\$ 3,245.44
Entallado y Basta de Chaqueta	50	\$ 15.00	\$ 9,000.00	3	\$ 0.17	53	\$ 15.17	\$ 9,553.95	3	\$ 0.17	55	\$ 15.33	\$ 10,142.00
Entallado de Pantalón	90	\$ 8.00	\$ 8,640.00	5	\$ 0.09	95	\$ 8.09	\$ 9,171.79	5	\$ 0.09	99	\$ 8.18	\$ 9,736.32
Basta de Pantalón	110	\$ 5.00	\$ 6,600.00	6	\$ 0.06	116	\$ 5.06	\$ 7,006.23	6	\$ 0.06	121	\$ 5.11	\$ 7,437.46
Cambio de Cierres Chompa	40	\$ 8.00	\$ 3,840.00	2	\$ 0.09	42	\$ 8.09	\$ 4,076.35	2	\$ 0.09	44	\$ 8.18	\$ 4,327.25
Basta de Chaqueta	30	\$ 10.00	\$ 3,600.00	2	\$ 0.11	32	\$ 10.11	\$ 3,821.58	2	\$ 0.11	33	\$ 10.22	\$ 4,056.80
Cambio de Cierres Pantalón	110	\$ 5.00	\$ 6,600.00	6	\$ 0.06	116	\$ 5.06	\$ 7,006.23	6	\$ 0.06	121	\$ 5.11	\$ 7,437.46
TOTALES	580		\$ 58,560.00	29	\$ 1.03	609		\$ 62,166.20	30	\$ 1.05	639		\$ 65,992.53

PROYECCIÓN DE INGRESOS									
AÑO 4					AÑO 5				
TASA DE CRECIMIENTO		CRECIMIENTO			TASA DE CRECIMIENTO		CRECIMIENTO		
UND	PRECIO	UND	PRECIO	TOTAL	UND	PRECIO	UND	PRECIO	TOTAL
5.00%	1.10%		UNIT.	AÑO 4	5.00%	1.10%		UNIT.	AÑO 5
1	\$ 0.11	23	\$ 10.33	\$ 2,873.06	1	\$ 0.11	24	\$ 10.45	\$ 3,049.90
3	\$ 0.17	58	\$ 15.50	\$ 10,766.24	3	\$ 0.17	61	\$ 15.67	\$ 11,428.90
3	\$ 0.11	58	\$ 10.33	\$ 7,177.49	3	\$ 0.11	61	\$ 10.45	\$ 7,619.26
2	\$ 0.09	35	\$ 8.27	\$ 3,445.20	2	\$ 0.09	36	\$ 8.36	\$ 3,657.25
3	\$ 0.17	58	\$ 15.50	\$ 10,766.24	3	\$ 0.17	61	\$ 15.67	\$ 11,428.90
5	\$ 0.09	104	\$ 8.27	\$ 10,335.59	5	\$ 0.09	109	\$ 8.36	\$ 10,971.74
6	\$ 0.06	127	\$ 5.17	\$ 7,895.24	6	\$ 0.06	134	\$ 5.22	\$ 8,381.19
2	\$ 0.09	46	\$ 8.27	\$ 4,593.59	2	\$ 0.09	49	\$ 8.36	\$ 4,876.33
2	\$ 0.11	35	\$ 10.33	\$ 4,306.49	2	\$ 0.11	36	\$ 10.45	\$ 4,571.56
6	\$ 0.06	127	\$ 5.17	\$ 7,895.24	6	\$ 0.06	134	\$ 5.22	\$ 8,381.19
32	\$ 1.06	671		\$ 70,054.37	34	\$ 1.07	705		\$ 74,366.22

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Los ingresos pueden ser en forma de retribución monetaria, bienes materiales, o de manera intangible como prestigio o cuota de mercado. (Dirección y Gestión de proyectos. (Ajeno, 2005).

Al igual que las proyecciones realizadas para costos y gastos, esta proyección se realizará con el cálculo de la tasa de crecimiento al 5% de forma conservadora y para los precios tomando el porcentaje de inflación 1.10%.

5.7. FLUJO DE CAJA

Es un informe financiero donde se detalla financiera la información sobre los ingresos y egresos de dinero que tiene la empresa. Esta información figura en los libros contables adicionalmente podemos proyectar los flujos de caja hacia el futuro. La importancia de elaborar un Flujo de Caja Proyectado es que nos permite:

- Medir la liquidez o capacidad de pago de la empresa en un periodo determinado.
- Anticiparnos a futuros déficit (o falta) de efectivo y, de ese modo, poder tomar la decisión de buscar financiamiento oportunamente.
- Establecer una base sólida para sustentar el requerimiento de créditos, por ejemplo, al presentarlo dentro de nuestro plan o proyecto de negocios.

Tabla N° 67: Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA " COSTURAS Y COMPOSTURAS SM"

DESCRIPCIÓN		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A.	INGRESOS OPERACIONALES						
	INGRESOS OPERACIONALES		58560,00	62166,20	65992,53	70054,37	74366,22
	TOTAL INGRESO OPERACIONAL	0,00	58560,00	62166,20	65992,53	70054,37	74366,22
B.	EGRESOS OPERACIONALES						
	Costo de Ventas		16447,80	16854,11	17132,04	16884,14	17319,29
	Gastos de administración		27292,85	29963,88	30509,72	31087,51	31702,08
	Gasto de Ventas		4952,70	4982,93	5439,96	5959,80	6552,35
	Gastos Financieros		360,00	364,03	368,11	372,23	376,40
	Anticipo Proveedores		500,00				
	Pago de participación de utilidades (15%)		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Impuesto a la Renta			2073,18	2543,81	3245,60	4123,22
	TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	0,00	49553,35	54238,13	55993,64	57549,29	60073,34
C.	FLUJO OPERACIONAL (A - B)						
	FLUJO OPERACIONAL (A - B)	0,00	9006,65	7928,07	9998,89	12505,08	14292,88
	TOTAL FLUJO OPERACIONAL	0,00	9006,65	7928,07	9998,89	12505,08	14292,88
D.	INGRESOS NO OPERACIONAL						
	Venta de Activos Fijos						
	TOTAL INGRESOS DE INVERSIÓN	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E.	EGRESOS NO OPERACIONAL						
	Inversión Inicial	7193,00					
	Compra de Activos Fijos		5494,50	0,00	0,00	0,00	0,00
	TOTAL EGRESOS DE INVERSIÓN	7193,00	5494,50	0,00	0,00	0,00	0,00
F.	FLUJO DE INVERSIÓN (D - E)						
	Capital propio		1000,00				
	Flujo de Inversión (D - E)	-7193,00	-5494,50	0,00	0,00	0,00	0,00

	TOTAL FLUJO DE INVERSIÓN	-7193,00	-4494,50	0,00	0,00	0,00	0,00
G.	FLUJO DE CAJA DISPONIBLE PARA ACREEDORES		4512,15	7928,07	9998,89	12505,08	14292,88
H.	INGRESOS POR FINANCIAMIENTO						
	Préstamo Bancario		6193,00				
	TOTAL INGRESO POR FINANCIAMIENTO		6193,00	0,00	0,00	0,00	0,00
I.	EGRESOS POR FINANCIAMIENTO						
	Créditos a contratarse a largo plazo		918,54	1056,29	1214,73	1396,95	1606,50
	Pago de intereses		831,17	690,29	528,30	341,99	127,74
	TOTAL EGRESO POR FINANCIAMIENTO	0,00	1749,71	1746,58	1743,03	1738,94	1734,24
J.	FLUJO POR FINANCIAMIENTO(H - I)						
	TOTAL FLUJO POR FINANCIAMIENTO	-7193,00	4443,29	-1746,58	-1743,03	-1738,94	-1734,24
K.	FLUJO NETO GENERADO (G - J)						
	TOTAL FLUJO NETO GENERADO	0,00	8955,44	6181,49	8255,86	10766,14	12558,64

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

En el punto de equilibrio, se determina cuando los costos una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

5.8.1. Cálculo del Punto de Equilibrio

Tabla N° 68: Valores para cálculo del punto de equilibrio

DATOS PUNTO DE EQUILIBRIO		
COSTOS FIJOS	33,819.47	33,819.47
COSTOS VARIABLES	15,775.80	27.20
PRECIO DE VENTA	58,560.00	100.97
PE	0.79	458.47
UTILIDADES	-	-

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Para determinar el punto de equilibrio se debe identificar los costos y gastos que intervienen en el proceso de servicio o de producción, por eso se determina que el costo se relaciona con volumen de producción y el gasto se relaciona con las ventas.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN VALOR

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{VENTAS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{33,819.47}{1 - \frac{15,775.80}{58,560.00}}$$

$$PE = \frac{33,819.47}{1 - 0.27}$$

$$PE = \frac{33,819.47}{0.73}$$

PE	=	46,289.71	USD.
----	---	-----------	------

PUNTO DE EQUILIBRIO PORCENTUAL

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{COSTO TOTAL U - COSTOS VARIABLES U}}$$

$$PE = \frac{49.73}{100.97 - 27.200}$$

$$PE = \frac{49.73}{73.77}$$

PE	=	0.6742
----	---	--------

PE	=	67.42%
----	---	--------

Tabla N° 69: Datos gráfico Punto de Equilibrio

UND PRODUCIDA	VENTAS	COSTOS	UTILIDAD
100.00	10,096.55	36,539.44	(26,442.88)
200.00	20,193.10	39,259.40	(19,066.30)
300.00	30,289.66	41,979.37	(11,689.71)
400.00	40,386.21	44,699.33	(4,313.13)
500.00	50,482.76	47,419.30	3,063.46
600.00	60,579.31	50,139.26	10,440.05
700.00	70,675.86	52,859.23	17,816.63
800.00	80,772.41	55,579.19	25,193.22
900.00	90,868.97	58,299.16	32,569.81
1,000.00	100,965.52	61,019.13	39,946.39
1,100.00	111,062.07	63,739.09	47,322.98
1,200.00	121,158.62	66,459.06	54,699.56

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

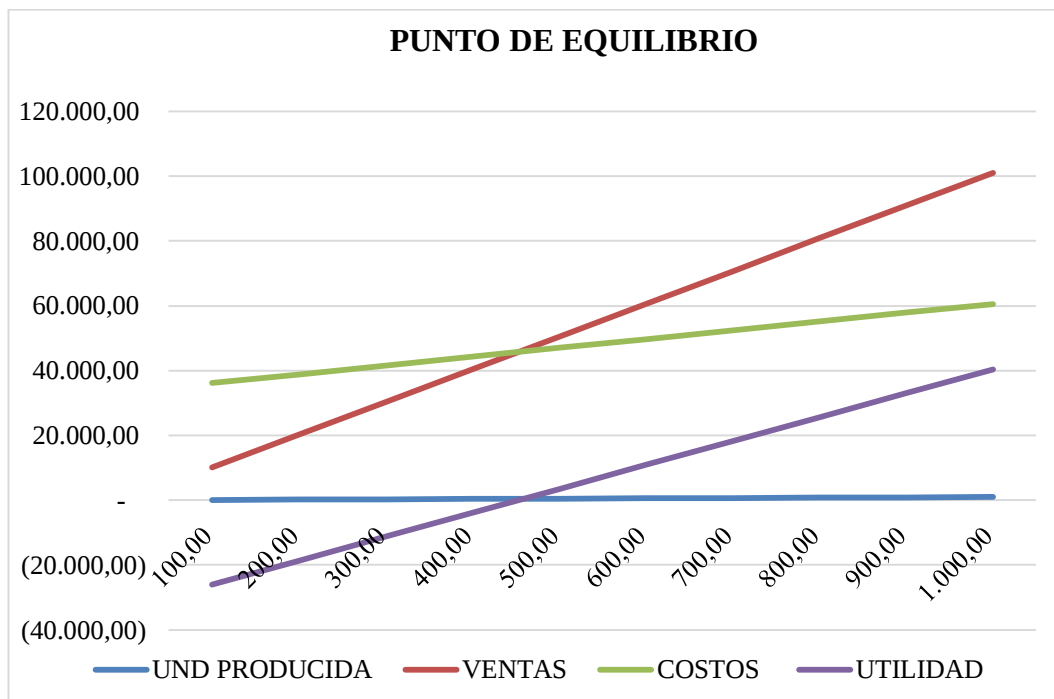


Gráfico N° 28: Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El punto de equilibrio en valor significa que cuando las ventas totales (Ingresos) lleguen a \$46.289.71, estarán cubriendo los gastos y costos del negocio. En porcentaje (%) significa que el 67.42% de ventas cubriría la operación del negocio, adicional un dato importante son las unidades producidas para alcanzar el equilibrio de los valores antes enunciados que están en 420 unidades.

5.9. ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados, también conocido como estado de pérdidas y ganancias, es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los valores del giro del negocio.

Este estado financiero brinda una visión panorámica de cuál ha sido el comportamiento de la empresa, si ha generado utilidades o pérdida, convirtiéndose en un reporte muy útil de cómo se administra la empresa y conocer si se genera utilidades en el período estudiado en el proyecto.

Tabla N° 70: Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS						
DESCRIPCIÓN		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingresos por ventas	58560,00	62166,20	65992,53	70054,37	74366,22
(-)	Costo de Ventas	16447,80	16854,11	17132,04	16884,14	17319,29
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	42112,20	45312,09	48860,49	53170,23	57046,93
(-)	Gastos de venta	17272,30	17438,05	18032,08	18690,43	19423,02
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	24839,90	27874,05	30828,41	34479,79	37623,90
(-)	Gastos Administrativos	15356,00	16644,47	16949,59	17272,71	17617,14
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	9483,90	11229,58	13878,82	17207,09	20006,77
(-)	Gastos Financieros	1191,17	1054,32	896,41	714,22	504,14
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	8292,73	10175,26	12982,41	16492,86	19502,63
(-)	15% Participación trabajadores					
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	8292,73	10175,26	12982,41	16492,86	19502,63
(-)	Impuesto a la renta	2073,18	2543,81	3245,60	4123,22	4875,66
(=)	UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	6219,55	7631,44	9736,81	12369,65	14626,97

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.10. EVALUACIÓN FINANCIERA

a) Indicadores

Los indicadores financieros son herramientas que se diseñan utilizando la información financiera de la empresa, y son necesarias para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, la capacidad de generar liquidez, los rendimientos y las utilidades de la entidad, a través de la interpretación de las cifras, de los resultados y de la información en general

Tabla N° 71: Cálculo del TMAR

CÁLCULO TMAR	
TASA PASIVA =	4,50%
INFLACIÓN 2017	1,10%
TP * INF =	0,049500%
TMAR =	4.5%+1.1%+0.0495%
TMAR =	5,65%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Para realizar los cálculos del VAN se realizará el cálculo del TMAR tasa mínima aceptable de Rendimiento, en este plan de negocios se utilizará el índice inflacionario del año 2017, dato tomado del Banco Central del Ecuador.

5.10.1. Valor actual neto

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. Consiste en medir los flujos netos de caja de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, en función del tiempo.

Fórmula para el Cálculo

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

$$VAN = - (7,193.00) + \frac{8,955.44}{1+0,08} + \frac{6,181.49}{(1+0,08)^2} + \frac{8,255.86}{(1+0,08)^3} + \frac{10,766.14}{(1+0,08)^4} + \frac{12,558.64}{(1+0,08)^5}$$

$$VAN = - (7,193.00) + \frac{8,955.44}{1.08} + \frac{6,181.49}{1.166} + \frac{8,255.86}{1.260} + \frac{10,766.14}{1.36} + \frac{12,558.64}{1.469}$$

$$VAN = - (7,193.00) + 8,292.07 + 5299.63 + 6553.77 + 7913.43 + 8547.20$$

$$VAN = - (7,193.00) + 36,606.10$$

$VAN = \$ 29,413.10$

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El VAN es un indicador que determina si el proyecto es factible, en este proyecto el Van es positivo con un valor de \$29.413,10 superando los flujos netos de caja, es decir el proyecto es rentable.

5.10.2. Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR mide la viabilidad de un proyecto o empresa en forma porcentual, (%), determinando la rentabilidad de los ingresos y gastos que genera la operación del negocio y como sustenta el valor invertido en el tiempo.

Fórmula para el Cálculo

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

Tabla N° 72: Cálculo del VAN y TIR

Datos Para Calculo del VAN					
VAN	Año	i	1+i	(1+i)n	Q/(1+i)n
\$ (7,193.00)	0	8.00%	108.00%	1.00	-7193.00
\$ 8,955.44	1	8.00%	108.00%	1.08	8292.07
\$ 6,181.49	2	8.00%	108.00%	1.17	5299.63
\$ 8,255.86	3	8.00%	108.00%	1.26	6553.77
\$ 10,766.14	4	8.00%	108.00%	1.36	7913.43
\$ 12,558.64	5	8.00%	108.00%	1.47	8547.20
				VAN	29413.10

Datos Para Calculo del TIR			
i	1+i	(1+i)n	Q/(1+i)n
97.00%	197.00%	1.00	-7193.00
97.00%	197.00%	1.97	4209.17
97.00%	197.00%	3.88	1365.57
97.00%	197.00%	7.65	857.22
97.00%	197.00%	15.06	525.41
97.00%	197.00%	29.67	288.07
		TIR	%52.44

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El TIR es un porcentaje o tasa de descuento que permite conocer si el Van es igual o se aproxima a la inversión, el TIR obtenido es de 52.44% comprendiendo que se trata de un proyecto rentable en relación a la inversión realizada de \$ 7193.

5.10.3. Beneficio costo

Permite comparar los ingresos del proyecto con relación a la inversión. Se asume la aceptación beneficio si la relación es mayor a 1 determinando la utilidad sobre el costo.

$\text{Costos Beneficio} = \frac{\text{Valor presente de los ingresos de caja}}{\text{Valor presente de desembolsos de caja}}$
--

Tabla N° 73: Cálculo Costo Beneficio

CÁLCULO COSTO BENEFICIO			
AÑO	INGRESO OPE	EGRESO OPE	C/B
1	\$ 58,560.00	\$ 49,553.35	1.19
2	\$ 62,166.20	\$ 54,238.13	
3	\$ 65,992.53	\$ 55,993.64	
4	\$ 70,054.37	\$ 57,549.29	
5	\$ 74,366.22	\$ 60,073.34	
TOTAL	\$ 331,139.32	\$ 277,407.75	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El beneficio- costo en comparación de los flujos de Ingresos proyectados anualmente con los flujos de egresos puede interpretarse que el beneficio costo es de \$1,19 por cada dólar invertido se obtendrá 19 centavos de beneficio.

5.11. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla N° 74: Recuperación de la Inversión

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL			
FLUJO DE CAJA	\$	12,558.64	5 AÑOS
INVERSIÓN	\$	7,193.00	2.864 AÑOS
$\begin{aligned} \text{PRC} &= 2.864 \text{ AÑOS} && = 2 \text{ AÑOS} \\ \text{PRC} &= 0.864 * 12 \text{ MESES} && 10.37 = 10 \text{ MESES} \\ \text{PRC} &= 0.37 * 30 \text{ DÍAS} && 11.1 = 11 \text{ DÍAS} \end{aligned}$			
PRC=		2 AÑOS 10 MESES Y 11 DÍAS	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

El Período de Recuperación (PRI) es un indicador de liquidez que permite calcular el tiempo en que los flujos de efectivo podrán recuperar por completo los valores monetarios de la inversión de un proyecto. El capital invertido de \$7193 se recupera en 2 años, 10 meses y 11 días desde el inicio del proyecto.

5.12. RAZONES FINANCIERAS

COSTURAS Y COMPOSTURAS		
BALANCE GENERAL		
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018		
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		
BANCOS	21.325,47	
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	500,00	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		21.825,47
ACTIVO FIJO		
EQUIPOS DE COMPUTACION	2.240,00	
MAQUINARIA	2.726,00	
MUEBLES Y ENSERES	528,50	
TOTAL ACTIVO FIJO		5.494,50
TOTAL ACTIVOS		27.319,97
PASIVOS		
PASIVO CORRIENTE		
APORTE PATRONAL X PAGAR	215,30	
APORTE PERSONAL X PAGAR	167,45	
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	5.168,58	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		5.551,33
PASIVO LARGO PLAZO		
PRESTAMOS BANCARIOS X PAGAR L/P	5.262,90	
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO		5.262,90
TOTAL PASIVO		10.814,23
PATRIMONIO		
CAPITAL		
CAPITAL SOCIAL	1.000,00	
TOTAL CAPITAL SOCIAL		1.000,00
RESULTADOS ACUMULADOS		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	15.505,74	
TOTAL RESULTADOS ACUMULADOS		15.505,74
TOTAL PATRIMONIO		16.505,74
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		27.319,97

Es el estado financiero de una empresa en un momento determinado demuestra contablemente los activos (lo que posee la organización) y los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos el patrimonio neto representado por aportes de accionistas. Sirve para consultar los datos mencionados en un determinado momento. Para realizar los cálculos de los indicadores financieros se realizará el Balance General o estado de situación Financiera Mide solvencia, mide

5.12.1. Indicadores de liquidez

Las razones de liquidez miden la capacidad del negocio para cubrir sus obligaciones a corto plazo con sus activos entre estos se ha calculado la prueba acida y la razón corriente sirven para medir cuantitativamente la realidad económica y financiera de una empresa.

5.12.2. Razón corriente

La razón corriente es uno de los indicadores financieros que permite determinar la liquidez en este análisis la relación de 3 a 1 veces, es decir que por cada dólar que se adeuda en el corto plazo se contara con 3.93 unidades para sostener las obligaciones adeudas por lo que establece que será solvente.

$$\text{RAZÓN CORRIENTE} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

$$\text{RAZÓN CORRIENTE} = \frac{21825.47}{5551.33}$$

RAZÓN CORRIENTE =	3.93
--------------------------	-------------

5.12.3. Prueba ácida

La prueba Ácida también demuestra que la microempresa Costuras y Composturas SM”, en el corto plazo podrá cubrir las obligaciones financieras, deudas. Básicamente con los saldos de efectivo, cuentas por cobrar, inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, sin considerar a los inventarios.

$$\begin{array}{r} \text{PRUEBA ÁCIDA=} \quad \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE - INVENTARIOS}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} \\ \\ \text{PRUEBA ÁCIDA=} \quad \frac{21825.47 \quad - \quad 614.50}{5551.33} \end{array}$$

$$\begin{array}{r} \text{PRUEBA ÁCIDA=} \quad \frac{21210.97}{5551.33} \end{array}$$

PRUEBA ÁCIDA =	3.82
-----------------------	-------------

Al igual que la razón corriente la empresa se encuentra en la capacidad de cubrir con el \$3.82 sus obligaciones con terceros. Y hay que tomar en cuenta que no posee inventarios por ser una empresa que brinda servicio.

5.12.4. Indicadores de rentabilidad

La rentabilidad nace de comparar las utilidades de los activos, el capital y la relación de deudas que tenemos con los proveedores. Nos permite visualizar todos los movimientos financieros, que nos permitan planear hacia el futuro.

- Rentabilidad sobre ventas (Estado de resultados)
- Rentabilidad sobre activos

$$\text{MARGEN DE UTILIDAD} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS NETAS}}$$

$$\text{MARGEN DE UTILIDAD} = \frac{6.219.55}{58.560.00}$$

MARGEN DE UTILIDAD =	11%
-----------------------------	------------

El margen de utilidad actúa como medida de rentabilidad de una empresa mide cuanto una empresa mantiene en las ganancias que se mide en unidades monetarias.

Cuando se recibirá sobre los activos, por cada dólar invertido genera centavos de ganancia neta.

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVO TOTAL}}$$

$$\text{RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS} = \frac{6,219.55}{27,319.97}$$

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS =	23%
-------------------------------------	------------

Este indicador permite analizar la **utilidad** obtenida sobre la inversión realizada lo que quiere decir que, en cada año, se genera 23% de rentabilidad sobre todos los activos que se posee en la empresa.

Se compara con el TMAR si es mayor representa la rentabilidad y demuestra si es viable el proyecto.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- En el presente Plan de Negocios dedicado al refaccionamiento de prendas de vestir se concluye como punto importante la utilización de metodologías en la búsqueda de soluciones y diseños novedosos para el entorno cambiante y cada vez más exigente de la moda.
- Se entiende que sólo bajo el dominio de las técnicas de elaboración de prendas se podrá dar rienda suelta a la imaginación para plasmar nuevos diseños que permitan complacer al cliente, que es el factor importante en este plan de negocios pero sobre todo, viabilidad a las propuestas más creativas. Todas Bajo el propósito de aumentar la calidad de los procesos que forman parte de esta microempresa y dar una respuesta más efectiva al desempeño en el sector productivo, y que en este caso es exclusivamente de servicio. A pesar de invertir un capital pequeño se puede obtener ganancias, como la implementación de este servicio de costura que está en auge.
- Se logró plantear como población de estudio, el mercado potencial del sector Ponceano dirigido a hombres y mujeres de 20 a 54 años de edad que trabajen y tengan ingresos económicos, como objetivo principal se segmentó dicha población para determinar la aceptación de este servicio en el sector.
- También se ha identificado las necesidades de este servicio, por medio de la técnica de la encuesta donde se concluyó, la aceptación del servicio, el valor que las personas encuestadas están dispuestas a pagar, las preferencias y frecuencia de arreglos en cada prenda, entre otras.

- Esta indagación ha permitido comprender el motivo de la apertura de esta microempresa. Con la información de la demanda se concluyó que es aceptable este servicio en el sector, y que la capacidad instalada si podría solventar dicha demanda.
- Los factores de externos de Macroambiente han permitido sociabilizar y comprender que la microempresa tiene la mayor parte de puntos a favor para su creación, el incremento de costo en materia prima es mínima y la ubicación de la competencia se encuentra directamente en centro comerciales que no influyen en el sector.
- Se identificó en los factores internos como: los precios competitivos, la calidad, personal capacitado y maquinaria nueva, oportunidades que permiten posesionarnos como negocio.
- Razones por las que se vinculan con el objetivo general y primordial de esta microempresa, el cual es brindar el servicio de refaccionamiento de prendas de vestir, con innovación en diseños, mediante eficiencia, calidad, y efectividad en cada proceso optimizando los recursos propios. La microempresa debe atender sus debilidades y estar pendiente de amenazas que puedan surgir.

6.2. RECOMENDACIONES

- Conseguir crecimiento en un emprendimiento no es tarea fácil, se convierte en un reto total tanto en recursos monetarios humanos y materiales es por eso que se busca las mejores estrategias para generar ingresos con recursos limitados.
- En la empresa “Costuras y Composturas” Se recomienda seguir realizando campaña publicitaria y estrategia de marketing donde se muestre todos los servicios a ofertar en lapsos continuos, para el conocimiento e información a nuevos clientes, que garanticen el prestigio y fortalecimiento de la microempresa.
- También se recomienda aplicar la estrategia de apalancamiento con negocios similares que podrían aportar al posicionamiento de marca en el tiempo.
- Negociar asertivamente con proveedores que faciliten la obtención de materia prima a precios convenientes que no influya en los costos de servicio.

- De acuerdo a la aceptación en el mercado se recomienda extender a futuro un nuevo local, enfatizando en calidad, precios competitivos y servicio personalizados.
- Se recomienda mantener un personal operativo capacitado constantemente para la realización de los procesos de confección, atención oportuna y eficiente hacia los clientes de los puntos de servicio.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos (Vol. VI). México: McGraw-Hill.
- Baca, G., (2010). Evaluación de Proyectos. México, DF. Recuperado de pág. 43.
- Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito (2017).
- Dirección y Gestión de proyectos, Domingo Ajeno, 2 edición, (2005).
- Estudio de mercado recuperado <https://es.slideshare.net/pecproyecto/tcnicas-de-proyeccion-o-pronostico-de-mercado-20567157>
- Gastos y costos recuperado https://www.slideshare.net/Marco-Ontiveros/costos-aplicados-a-la-industria-de-la-confeccion?next_slideshow=1
- González María. (2002, Julio 20). *Concepto de mercado y sus tipos*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipos/>
- McKinsey & Company Informe final Sector Textil, Confección Diseño y Moda
- ME Porter, MR Kramer, JW Lorsch - 2009 - Análisis Microambiente y Macroambiente. ecaths1.s3.amazonaws.com
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia, Bogotá (2009), pp. 18-20
- Municipio del Distrito de Quito. (2017), parroquia Ponceano indicadores población.
- Mercado libre Ecuador, maquinas industriales 2017.
- Periodo de recuperación recuperado de www.webyempresas.com
- Periodo de recuperación Crédito a microempresas recuperado de www.banecuador.fin.ec
- Población [www.ecuador](http://www.ecuador.gob.ec) en cifras.gob.ec
- Recuperado de www.pymesfuturo.com
- Servicio de Rentas Internas SRI. (2017). Inscripciones Personas Naturales. Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>

ANEXOS

ANEXO 1. POBLACIÓN PONCEANO

www.inec.gob.ec
www.ecuadorencifras.com
ECUADOR CUENTA CON EL INEC



TASA DE CRECIMIENTO POR PARROQUIAS

		2010	Tasa de Crecimiento Anual 2001-2010			Tasa de Crecimiento Anual 1990 - 2001		
		Hombre	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
160350	SANTA CLARA	1.470	-1,06%	-0,42%	-0,76%			
160351	SAN JOSÉ	386						
160450	ARAJUNO	1.979	3,45%	3,65%	3,54%			
160451	CURARAY	1.423	1,03%	1,67%	1,33%			
170150	QUITO	783.616	1,55%	1,48%	1,51%	2,24%	2,12%	2,17%
170151	ALANGASI	11.851	3,82%	3,66%	3,74%	4,02%	4,13%	4,08%
170152	AMAGUAÑA	15.395	2,89%	3,26%	3,08%	3,33%	2,87%	3,09%
170153	ATAHUALPA (HABASPAMBA)	947	-0,11%	0,52%	0,21%	-0,93%	-0,93%	-0,93%
170154	CALACALI	1.947	0,64%	0,95%	0,80%	0,14%	0,49%	0,31%
170155	CALDERÓN (CARAPUNGO)	74.682	6,52%	6,47%	6,50%	7,72%	7,72%	7,72%

ANEXO 2. FORMATO DE LA ENCUESTA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS	
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS	
Encuesta de factibilidad para la creación de la microempresa de refaccionamiento de prendas de vestir	
Marque con X su respuesta	
1.	¿Ud. refacciona sus prendas de vestir? SI <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="checkbox"/> NO <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="checkbox"/>
2.	¿Dónde refacciona sus prendas de vestir? Sastrerías <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="checkbox"/> centro comercial <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="checkbox"/> Lavanderías <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="checkbox"/> Otros <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="checkbox"/>
3.	¿Con que frecuencia lleva sus prendas de vestir a refaccionarlas? De 1 a 30 días _____ De 31 a 60 días _____ De 61 días en adelante _____
4.	¿Prefiere Ud. refaccionar su prenda de vestir o confeccionar a la medida? Refaccionar _____ Confeccionar _____
5.	¿Qué tipo de prenda refacciona con frecuencia? Falda _____ Vestido _____ Blusa _____ Chompa _____ Chaqueta _____ Pantalón _____ Ropa Deportiva _____ Uniforme _____ Otros _____ OPCIÓN MÚLTIPLE
6.	¿Qué tipo de arreglo normalmente realiza usted a las prendas? Entallado General _____ Cambio de diseño _____ Bastas _____ Cambios de cierres _____ Zurcidos _____ Otros _____ OPCIÓN MÚLTIPLE
7.	¿Porque usted utiliza el servicio de refaccionamiento para prendas de vestir? Servicio _____ Costo _____ Calidad _____
8.	¿Qué valor cancela usted por refaccionar sus prendas? De \$1 a \$5 _____ De \$6 a \$10 _____ De \$11 a \$20 _____ De \$21 o más _____

9. ¿Cómo calificaría el servicio de refaccionamiento que ha recibido? Excelente _____ Muy Bueno _____ Bueno _____ Regular _____
10. ¿Por cuál medio de comunicación ha recibido información del servicio de refaccionamiento? Redes sociales, correo _____ Anuncios publicitarios (TV/radio) _____ volantes _____ Recomendados (familiares, amigos) _____ OPCIÓN MÚLTIPLE
11. ¿Qué valor agregado le gustaría a ud. recibir cuando visita este tipo de servicio? Parqueadero _____ WIFI _____ Tiempo de entrega _____ Asesoramiento de imagen _____

ANEXO 3. FORMATO ORDEN DE TRABAJO

COSTURA & COMPOSTURA									
REFACCIONAMIENTO ORDEN	NRO 0000001								
CLIENTE :	FECHA DE INGRESO DE PRENDA 2-ene-18								
FACTURA:	FECHA DE PRUEBA 15-ene-18								
TELEFONO	FECHA DE ENTREGA 18-ene-18								
TIPO DE PRENDAS									
BLUSA	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">UNID</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">COLOR</td> <td style="width: 10%;">ABONO</td> <td style="width: 10%;">\$</td> <td style="width: 10%;">SALDO \$</td> </tr> </table>			UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$		
OBSERVACION:									
PANTALON	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">UNID</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">COLOR</td> <td style="width: 10%;">ABONO</td> <td style="width: 10%;">\$</td> <td style="width: 10%;">SALDO \$</td> </tr> </table>			UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$		
OBSERVACION:									
VESTIDO	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">UNID</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">COLOR</td> <td style="width: 10%;">ABONO</td> <td style="width: 10%;">\$</td> <td style="width: 10%;">SALDO \$</td> </tr> </table>			UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$		
OBSERVACION:									
CHAQUETA	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">UNID</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">COLOR</td> <td style="width: 10%;">ABONO</td> <td style="width: 10%;">\$</td> <td style="width: 10%;">SALDO \$</td> </tr> </table>			UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$		
OBSERVACION:									
CAMISA	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">UNID</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">COLOR</td> <td style="width: 10%;">ABONO</td> <td style="width: 10%;">\$</td> <td style="width: 10%;">SALDO \$</td> </tr> </table>			UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$		
OBSERVACION:									
BASTAS	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">UNID</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">COLOR</td> <td style="width: 10%;">ABONO</td> <td style="width: 10%;">\$</td> <td style="width: 10%;">SALDO \$</td> </tr> </table>			UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$		
OBSERVACION:									
OTROS	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">UNID</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;">COLOR</td> <td style="width: 10%;">ABONO</td> <td style="width: 10%;">\$</td> <td style="width: 10%;">SALDO \$</td> </tr> </table>			UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$
		UNID		COLOR	ABONO	\$	SALDO \$		
OBSERVACION:									
RECIBIDO POR : _____ ENTREGADO A: _____ CI: _____ CI: _____									
NOTA: DESPUES DE 90 DIAS NO SE ENTREGARA LA PRENDA.									

ANEXO 4. FORMATO DE INSCRIPCIÓN PATENTE

MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias
RAET - PERSONAS NATURALES



Fecha: aaaa/mm/dd

A. IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS:	
NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES:	
ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL:	
ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS:	

B. DATOS UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE

DOMICILIO TRIBUTARIO			
PARROQUIA:			
BARRIO:			
CALLE PRINCIPAL:			
No. CASA:			
INTERSECCIÓN:			
CORREO ELECTRÓNICO:			
TELÉFONO 1:	TELÉFONO 2:	TELÉFONO 3:	

POSEE ESTABLECIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:	SI		NO		No. DE ESTABLECIMIENTOS QUE POSEE	
No. PREDIO (S) DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA:						

C. EN CASO DE ARTESANOS

No. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL:	
FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:	

D. EN CASO DE DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES

No. DE CARNÉ CONADIS:	
FECHA DE CALIFICACIÓN:	
PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD:	



Firma del Contribuyente

Imprimir

Formulario gratuito, descargado del Portal Administrativo Municipal: <http://pam.quito.gob.ec> Página 1/1

ANEXO 5. AMORTIZACIÓN

Para: Silvia Mendoza Nicolalde
Tipo de Crédito: Microempresa
Destino: Activo Fijo / Comercio y Servicios
Forma de Pago: Mensual
Tasa: 15.00 %
Tasa Efectiva: 16.08 %
Monto Deseado: \$ 6,193.00
Plazo: 5 años
Sistema de Amortización: Cuota fija \$ 145.92

Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 6,193.00	\$ 71.74	\$ 72.55	\$ 1.63	\$ 145.92
2	\$ 6,121.26	\$ 72.58	\$ 71.71	\$ 1.61	\$ 145.90
3	\$ 6,048.69	\$ 73.43	\$ 70.86	\$ 1.59	\$ 145.88
4	\$ 5,975.26	\$ 74.29	\$ 70.00	\$ 1.57	\$ 145.86
5	\$ 5,900.98	\$ 75.16	\$ 69.13	\$ 1.55	\$ 145.84
6	\$ 5,825.82	\$ 76.04	\$ 68.25	\$ 1.53	\$ 145.82
7	\$ 5,749.78	\$ 76.93	\$ 67.36	\$ 1.51	\$ 145.80
8	\$ 5,672.85	\$ 77.83	\$ 66.46	\$ 1.49	\$ 145.78
9	\$ 5,595.02	\$ 78.74	\$ 65.55	\$ 1.47	\$ 145.76
10	\$ 5,516.28	\$ 79.66	\$ 64.62	\$ 1.45	\$ 145.74
11	\$ 5,436.62	\$ 80.60	\$ 63.69	\$ 1.43	\$ 145.72
12	\$ 5,356.02	\$ 81.54	\$ 62.75	\$ 1.41	\$ 145.70
13	\$ 5,274.48	\$ 82.50	\$ 61.79	\$ 1.39	\$ 145.67
14	\$ 5,191.99	\$ 83.46	\$ 60.82	\$ 1.37	\$ 145.65
15	\$ 5,108.52	\$ 84.44	\$ 59.85	\$ 1.34	\$ 145.63
16	\$ 5,024.08	\$ 85.43	\$ 58.86	\$ 1.32	\$ 145.61
17	\$ 4,938.65	\$ 86.43	\$ 57.86	\$ 1.30	\$ 145.59
18	\$ 4,852.22	\$ 87.44	\$ 56.84	\$ 1.28	\$ 145.56
19	\$ 4,764.78	\$ 88.47	\$ 55.82	\$ 1.25	\$ 145.54
20	\$ 4,676.31	\$ 89.50	\$ 54.78	\$ 1.23	\$ 145.52
21	\$ 4,586.81	\$ 90.55	\$ 53.73	\$ 1.21	\$ 145.49

20	\$ 4,676.31	\$ 89.50	\$ 54.78	\$ 1.23	\$ 145.52
21	\$ 4,586.81	\$ 90.55	\$ 53.73	\$ 1.21	\$ 145.49
22	\$ 4,496.26	\$ 91.61	\$ 52.67	\$ 1.18	\$ 145.47
23	\$ 4,404.64	\$ 92.69	\$ 51.60	\$ 1.16	\$ 145.44
24	\$ 4,311.96	\$ 93.77	\$ 50.51	\$ 1.13	\$ 145.42
25	\$ 4,218.19	\$ 94.87	\$ 49.42	\$ 1.11	\$ 145.40
26	\$ 4,123.32	\$ 95.98	\$ 48.30	\$ 1.08	\$ 145.37
27	\$ 4,027.33	\$ 97.11	\$ 47.18	\$ 1.06	\$ 145.35
28	\$ 3,930.23	\$ 98.24	\$ 46.04	\$ 1.03	\$ 145.32
29	\$ 3,831.98	\$ 99.39	\$ 44.89	\$ 1.01	\$ 145.29
30	\$ 3,732.59	\$ 100.56	\$ 43.73	\$ 0.98	\$ 145.27
31	\$ 3,632.03	\$ 101.74	\$ 42.55	\$ 0.96	\$ 145.24
32	\$ 3,530.29	\$ 102.93	\$ 41.36	\$ 0.93	\$ 145.21
33	\$ 3,427.36	\$ 104.13	\$ 40.15	\$ 0.90	\$ 145.19
34	\$ 3,323.23	\$ 105.35	\$ 38.93	\$ 0.87	\$ 145.16
35	\$ 3,217.87	\$ 106.59	\$ 37.70	\$ 0.85	\$ 145.13
36	\$ 3,111.28	\$ 107.84	\$ 36.45	\$ 0.82	\$ 145.10
37	\$ 3,003.45	\$ 109.10	\$ 35.19	\$ 0.79	\$ 145.08
38	\$ 2,894.34	\$ 110.38	\$ 33.91	\$ 0.76	\$ 145.05
39	\$ 2,783.97	\$ 111.67	\$ 32.61	\$ 0.73	\$ 145.02
40	\$ 2,672.29	\$ 112.98	\$ 31.31	\$ 0.70	\$ 144.99
41	\$ 2,559.31	\$ 114.30	\$ 29.98	\$ 0.67	\$ 144.96
42	\$ 2,445.01	\$ 115.64	\$ 28.64	\$ 0.64	\$ 144.93
43	\$ 2,329.36	\$ 117.00	\$ 27.29	\$ 0.61	\$ 144.90
44	\$ 2,212.37	\$ 118.37	\$ 25.92	\$ 0.58	\$ 144.87
45	\$ 2,094.00	\$ 119.76	\$ 24.53	\$ 0.55	\$ 144.84
46	\$ 1,974.24	\$ 121.16	\$ 23.13	\$ 0.52	\$ 144.81
47	\$ 1,853.09	\$ 122.58	\$ 21.71	\$ 0.49	\$ 144.77
48	\$ 1,730.51	\$ 124.01	\$ 20.27	\$ 0.46	\$ 144.74
49	\$ 1,606.49	\$ 125.47	\$ 18.82	\$ 0.42	\$ 144.71
50	\$ 1,481.03	\$ 126.94	\$ 17.35	\$ 0.39	\$ 144.68
51	\$ 1,354.09	\$ 128.42	\$ 15.86	\$ 0.36	\$ 144.64
52	\$ 1,225.67	\$ 129.93	\$ 14.36	\$ 0.32	\$ 144.61
53	\$ 1,095.74	\$ 131.45	\$ 12.84	\$ 0.29	\$ 144.57
54	\$ 964.29	\$ 132.99	\$ 11.30	\$ 0.25	\$ 144.54
55	\$ 831.30	\$ 134.55	\$ 9.74	\$ 0.22	\$ 144.50
56	\$ 696.75	\$ 136.12	\$ 8.16	\$ 0.18	\$ 144.47
57	\$ 560.63	\$ 137.72	\$ 6.57	\$ 0.15	\$ 144.43
58	\$ 422.91	\$ 139.33	\$ 4.95	\$ 0.11	\$ 144.40
59	\$ 283.58	\$ 140.96	\$ 3.32	\$ 0.07	\$ 144.36
60	\$ 142.62	\$ 142.62	\$ 1.67	\$ 0.04	\$ 144.32

ANEXO 6. BALANCE GENERAL

COSTURAS Y COMPOSTURAS		
BALANCE GENERAL		
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018		
ACTIVOS		
ACTIVO CORRIENTE		
BANCOS	21.325,47	
OTRAS CUENTAS POR COBRAR	500,00	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		21.825,47
ACTIVO FIJO		
EQUIPOS DE COMPUTACION	2.240,00	
MAQUINARIA	2.726,00	
MUEBLES Y ENSERES	528,50	
TOTAL ACTIVO FIJO		5.494,50
TOTAL ACTIVOS		27.319,97
PASIVOS		
PASIVO CORRIENTE		
APORTE PATRONAL X PAGAR	215,30	
APORTE PERSONAL X PAGAR	167,45	
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	5.168,58	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		5.551,33
PASIVO LARGO PLAZO		
PRESTAMOS BANCARIOS X PAGAR L/P	5.262,90	
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO		5.262,90
TOTAL PASIVO		10.814,23
PATRIMONIO		
CAPITAL		
CAPITAL SOCIAL	1.000,00	
TOTAL CAPITAL SOCIAL		1.000,00
RESULTADOS ACUMULADOS		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	15.505,74	
TOTAL RRESULTADOS ACUMULADOS		15.505,74
TOTAL PATRIMONIO		16.505,74
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		27.319,97