

**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y  
Comercial**

**Carrera:**

Tecnología en Administración de Empresas

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Tema:**

“Diseño de un plan de negocio para la creación de la microempresa CONFECIONES  
JETUP CÍA LTDA, ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil”.

Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de  
Empresas

**Autora:**

Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

**Tutor:**

M.sc. César Andrés Valenzuela Velasco

Guayaquil – Ecuador

2022



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional, Administrativa y  
Comercial**

**Carrera:**

Tecnología en Administración de Empresas

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Tema:**

“Diseño de un plan de negocio para la creación de la microempresa CONFECIONES  
JETUP CÍA LTDA, ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil”.

Requisito previo para la obtención del título de Tecnóloga en Administración de  
Empresas.

**Autora:**

Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

**Tutor:**

M.sc. César Andrés Valenzuela Velasco

Guayaquil – Ecuador

2022



Factura: 001-003-000136671



20220901016P01084

NOTARIO(A) CECILIA PAULINA CALDERON JACOME  
NOTARÍA DÉCIMA SEXTA DEL CANTON GUAYAQUIL  
EXTRACTO

Escritura N°:		20220901016P01084					
<b>ACTO O CONTRATO:</b>							
DECLARACIÓN JURAMENTADA, PERSONA NATURAL							
FECHA DE OTORGAMIENTO:		7 DE FEBRERO DEL 2022, (9.49)					
<b>OTORGANTES</b>							
<b>OTORGADO POR</b>							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo interviniente	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que la representa
Natural	TUAREZ PALACIOS JENNIFER MONSERRATE	POR SUS PROPIOS DERECHOS	CÉDULA	0958100588	ECUATORIANA	MANDANTE	
<b>A FAVOR DE</b>							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo interviniente	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que representa
<b>UBICACIÓN</b>							
Provincia		Cantón		Parroquia			
GUAYAS		GUAYAQUIL		CARBO/CONCEPCION			
DESCRIPCIÓN DOCUMENTO:							
OBJETO/OBSERVACIONES:							
CUANTIA DEL ACTO O CONTRATO:		INDETERMINADA					

Ab. Cecilia Calderón Jácome  
Notaría Pública Décimo Sexta  
del Cantón Guayaquil

NOTARIO(A) CECILIA PAULINA CALDERON JACOME  
NOTARÍA DÉCIMA SEXTA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



No. 20220901016P0184

DECLARACION JURAMENTADA QUE  
REALIZA LA SEÑORITA JENNIFER  
MONSERRATE TUAREZ PALACIOS.-----  
CUANTIA: INDETERMINADA. -----  
DI 2 COPIAS. -----

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7 En la ciudad de Guayaquil, cabecera cantonal del mismo  
8 nombre, Provincia del Guayas, República del Ecuador, hoy siete  
9 de Febrero del año dos mil veintidós, ante mí, ABOGADA  
10 CECILIA CALDERON JACOME, Notaria Titular Décima Sexta de  
11 éste Cantón, comparecen ante mí con plena capacidad, libertad  
12 y conocimiento, a la celebración de la presente escritura, la  
13 señorita JENNIFER MONSERRATE TUAREZ PALACIOS, quien  
14 declara ser Ecuatoriana, de estado civil soltera, estudiante  
15 superior, con cédula número (095810058-8) **cero nueve cinco**  
16 **ocho uno cero cero cinco ocho ocho**, por sus propios derechos.-  
17 La compareciente es mayor de edad, domiciliada en el cantón  
18 Guayaquil de la provincia del Guayas, con el objeto de rendir su  
19 Declaración, capaz para obligarse y contratar a quien de conocer  
20 doy fe, la otorgante comprueba su identidad con su cédula de  
21 ciudadanía y solicita expresamente incorpore a este  
22 instrumento una copia debidamente certificada de la misma; de  
23 igual forma autoriza de conformidad a lo prescrito en el artículo  
24 setenta y cinco de la Ley Orgánica de Gestión de la Identidad y  
25 Datos Civiles el Acceso al Sistema Nacional de Identificación  
26 Ciudadana para consultar sus datos de identificación personal y  
27 generar el documento que se deberá incorporar a este  
28 instrumento. Bien instruida sobre la naturaleza y resultados de

  
Ab. Cecilia Calderon Jacome  
Notaria Pública Décimo Sexta  
del Cantón Guayaquil



1 la presente escritura de **DECLARACION JURAMENTADA** A la que  
2 procede como queda expresado con amplia y entera libertad,  
3 para su otorgamiento me expone: **CLAUSULA UNICA:**  
4 **DECLARACION JURAMENTADA.-** Yo, **JENNIFER MONSERRATE**  
5 **TUAREZ PALACIOS**, declaro bajo juramento que el presente  
6 Trabajo de titulación, válido para optar por el título de  
7 Tecnóloga en Administración de Empresas, titulado: "**Diseño de**  
8 **un plan de negocio para la creación de la microempresa**  
9 **CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA**, ubicada en el sector norte de  
10 **la ciudad de Guayaquil**", es de mi autoría; que no lo he  
11 presentado en ninguna otra institución educativa para obtener  
12 algún título, grado o calificación profesional. Reconozco que he  
13 consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo. De  
14 la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad  
15 Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto  
16 Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y  
17 Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este  
18 trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado. Autorizo la  
19 reproducción parcial o total de este trabajo con fines  
20 académicos por cualquier forma, medio o procedimiento,  
21 siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.-  
22 Es todo lo que puedo decir en honor a la verdad. **HASTA AQUÍ,**  
23 **LA MINUTA QUE QUEDA ELEVADA A ESCRITURA PÚBLICA**, la  
24 misma que se encuentra firmada por el abogado Gonzalo  
25 Santillán Minchala, con Registro número siete mil quinientos  
26 treinta y uno del Colegio de Abogados del Guayas.- Para la  
27 celebración y otorgamiento de la presente escritura se  
28 observaron los preceptos legales que el caso requiere; y leída

1 que le fue por mí, la Notaria a la compareciente, quien se  
2 ratifica en la aceptación de su contenido y firma conmigo en  
3 unidad de acto; se incorpora al protocolo de esta Notaria la  
4 presente escritura, de todo lo cual doy fe.-

5

6

7 *Jennifer Tovar P.*  
**Srta. JENNIFER MONSERRATE TUAREZ PALACIOS**

8 **C.C. No. 095810058-8**

9

10

11

*[Signature]*  
**AB. CECILIA CALDERON JACOME**

**NOTARIA XVI DE GUAYAQUIL**

12

13

14

15

16

SE OTORGÓ ANTE MI. EN FE DE ELLO CONFIERO  
ESTE *[Signature]* TESTIMONIO. QUE  
RUBRICO, FIRMO Y SELLO EN ESTA CIUDAD DE  
GUAYAQUIL EN LA FECHA DE SU OTORGAMIENTO



17

18



*[Signature]*  
**Ab. Cecilia Calderón Jácome**  
NOTARIA XVI - GUAYAQUIL

19

20

*[Signature]*  
**Ab. Cecilia Calderón Jácome**  
Notaria Pública Décimo Sexta  
del Cantón Guayaquil

21

22

23

24

25

26

27

28



REPÚBLICA DEL ECUADOR  
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL  
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CECULA DE CIUDADANIA N. 095810058-8

APPELLIDOS Y NOMBRES  
TUAREZ PALACIOS  
JENNIFER MONSERRATE

LUGAR DE NACIMIENTO  
MANABI  
PICHINCHA  
PICHINCHA (GERMUDI)

FECHA DE NACIMIENTO 1997-09-23  
NACIONALIDAD ECUATORIANA  
SEXO F  
ESTADO CIVIL SOLTERO




IDENTIFICACION PROFESION / OCUPACION  
BACHILLERATO BACHILLER V43423V4244

APPELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE  
TUAREZ TUAREZ WILSON UBENCIO

APPELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE  
PALACIOS DOMO BELLA ROSA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICION  
GUAYAQUIL  
2016-03-15

FECHA DE EXPIRACION  
2026-03-15

*Jennifer Tuarez P.*




CERTIFICADO DE VOTACION 11 ABRIL 2021

PROVINCIA: GUAYAS I: 50587590  
CIRCUNSCRIPCION: 2 095810058-8

CANTON: GUAYAQUIL

PARRROQUIA: TARQUI

ZONA: 1

JUNTA No: 0424 FEMENINO

CC: 0958100588

TUAREZ PALACIOS JENNIFER MONSERRATE




CECULA DE CIUDADANIA

*Carla Urban H.*

*Ab. Cecilia Calderon Jacone*  
Notaria Pública Décimo Sexta  
del Cantón Guayaquil

*[Signature]*  
Ab. Cecilia Calderon Jacone  
NOTARIA PUBLICA DECIMO SEXTA  
DOY FE QUE ESTE DOCUMENTO  
ES FIEL COPIA DEL ORIGINAL  
Guayaquil 07 FEB 2022





## CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0958100588

Nombres del ciudadano: TUAREZ PALACIOS JENNIFER MONSERRATE

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/MANABI/PICHINCHA/PICHINCHA

Fecha de nacimiento: 23 DE SEPTIEMBRE DE 1997

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: BACHILLER

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: TUAREZ TUAREZ WILSON UBENCIO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: PALACIOS DOMO BELLA ROSA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 16 DE MARZO DE 2016

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 7 DE FEBRERO DE 2022

Emisor: IVETT ISABEL CALLE PRADO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 16 - GUAYAS - GUAYAQUIL



Jennifer Tuarez P.



N° de certificado: 221-676-58978



221-676-58978

*J. Alvear*

Ing. Fernando Alvear C.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



La Institución o persona ante quien se presente este certificado deberá validarlo en: <https://virtual.registrocivil.gob.ec>, conforme a la LOGIDAC Art. 4, numeral 1 y a la LCE. Vigencia del documento 1 validación o 1 mes desde el día de su emisión. En caso de presentar inconvenientes con este documento escriba a [enlinea@registrocivil.gob.ec](mailto:enlinea@registrocivil.gob.ec)

## **Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación**

M.sc. César Andrés Valenzuela Velasco, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

### **CERTIFICA**

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnóloga en Administración de Empresas, cuyo tema es: **“Diseño de un plan de negocio para la creación de la microempresa CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA, ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil”**, fue elaborado por la Srta. Jennifer Monserrate Tuarez Palacios, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

M.sc. César Andrés Valenzuela Velasco  
**Tutor del Trabajo de Titulación**

## **DEDICATORIA**

Dedico la presente tesis a Dios, por permitirme tener otro logro más en mi vida, por cada vez que he estado a punto de rendirme, renovarme de valores y seguir adelante para alcanzar mis metas. A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, por sus consejos y apoyo incondicional y a mis hermanos por siempre estar dispuesto a escucharme y compartir buenos momentos conmigo.

Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios por orientarme a hacer lo correcto y disfrutar de mi familia. A mis padres porque me dieron vida, educación y consejos por siempre estar cuando más los he necesitado. Agradezco mucho la institución por permitirme formar parte de ella, a mis maestros compañeros de estudio y amigas por los momentos que pasamos juntos incluyendo los conocimientos compartidos.

Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Índice

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>VIII</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>IX</b>
<b>CERTIFICACIÓN .....</b>	<b>XV</b>
<b>CERTIFICO .....</b>	<b>XV</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>XVI</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>XVII</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>Problema General.....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivo General.....</b>	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>7</b>
<b>1. FUNDAMENTACIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1. Marco Histórico .....</b>	<b>7</b>
<b>1.1.1. Plan de Negocio.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1.2. Industria de la Confección.....</b>	<b>8</b>
<b>1.1.3. Diseño de Moda .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2. Marco Teórico .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.1. Plan de negocio .....</b>	<b>9</b>
<b>1.2.2. Creación de empresas .....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.3. Emprendimiento.....</b>	<b>10</b>
<b>1.2.4. Administración .....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.5. Diseño de moda.....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.6. Confección.....</b>	<b>11</b>
<b>1.2.7. Mercado.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3. Marco Conceptual.....</b>	<b>12</b>
<b>1.4. Marco Jurídico .....</b>	<b>15</b>
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>24</b>
<b>2. METODOLOGÍA EMPLEADA.....</b>	<b>24</b>
<b>2.1. Enfoque de la Investigación .....</b>	<b>24</b>
<b>2.2. Tipos de investigación.....</b>	<b>24</b>
<b>2.3. Método de investigación .....</b>	<b>25</b>
<b>2.3.1. Método teórico .....</b>	<b>25</b>
<b>2.3.2. Método Empírico.....</b>	<b>25</b>

2.3.3. Métodos Estadísticos .....	26
2.3.4 Análisis de los Resultados .....	28
2.4 Herramientas de análisis .....	41
Análisis DAFO (FODA) .....	41
Análisis CAPA .....	43
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>45</b>
<b>3.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>45</b>
3.1.1 Título De La Propuesta .....	45
3.1.2 Objetivo De La Propuesta .....	45
3.1.3 Descripción De La Propuesta.....	45
3.1.4 Factibilidad De Aplicación .....	45
3.1.4.1 Factibilidad administrativa .....	46
3.1.4.2 Factibilidad operativa .....	46
3.1.4.3 Factibilidad comercial .....	46
3.1.4.4 Factibilidad legal .....	46
3.1.4.5 Factibilidad social.....	47
3.1.5 Propuesta .....	48
3.1.7 Conclusiones .....	59
3.1.8 Recomendaciones .....	60
<b>Bibliografía.....</b>	<b>61</b>

## **Índice de Tabla**

<b>Tabla 1 Género .....</b>	<b>28</b>
<b>Tabla 2 Edad .....</b>	<b>29</b>
<b>Tabla 3 Compra de ropa .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabla 4 Aspectos que influyen en la compra de ropa.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 5 Gastos en la compra de ropa .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabla 6 Compras mediante el uso de redes sociales .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 7 Uso de redes sociales.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 8 Recomendación del producto .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 9 Asesoramiento de imagen .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 10 Promociones .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 11 Gastos y preferencias sobre promociones .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 12 Guía de observación a proveedores de tela .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabla 13 Guía de observación de proveedores de insumos .....</b>	<b>55</b>
<b>Tabla 14 Guía de observación de la competencia.....</b>	<b>56</b>

## Índice de Ilustración

<b>Ilustración 1 Género</b> .....	28
<b>Ilustración 2 Edad</b> .....	29
<b>Ilustración 3 Compra de ropa</b> .....	30
<b>Ilustración 4 Aspectos que influyen en la compra de ropa</b> .....	31
<b>Ilustración 5 Gastos en la compra de ropa</b> .....	32
<b>Ilustración 6 Compra mediante el uso de redes sociales</b> .....	33
<b>Ilustración 7 Uso de redes sociales</b> .....	34
<b>Ilustración 8 Recomendación del producto</b> .....	35
<b>Ilustración 9 Asesoramiento de imagen</b> .....	36
<b>Ilustración 10 Promociones</b> .....	37
<b>Ilustración 11 Gustos y preferencias sobre promociones</b> .....	38
<b>Ilustración 12 Análisis FODA</b> .....	42
<b>Ilustración 13 Análisis CAPA</b> .....	44
<b>Ilustración 14 Localización geográfica</b> .....	50
<b>Ilustración 15 Logotipo</b> .....	51
<b>Ilustración 16 Organigrama</b> .....	51
<b>Ilustración 17 Imagen del local por área</b> .....	53
<b>Ilustración 18 Canal de distribución</b> .....	53

## **Anexo**

<b>Anexo 1 Preguntas para encuesta a consumidores.....</b>	<b>64</b>
<b>Anexo 2 Guía de observación para el sector textil.....</b>	<b>66</b>
<b>Anexo 3 Entrevista al Gerente general Jonny Meza Chávez.....</b>	<b>67</b>
<b>Anexo 4 Activo fijo de muebles y enseres.....</b>	<b>69</b>
<b>Anexo 5 Activo fijo de equipo de computación.....</b>	<b>69</b>
<b>Anexo 6 Activo fijo equipo de oficina.....</b>	<b>69</b>
<b>Anexo 7 Activo fijo de equipo de maquinaria.....</b>	<b>70</b>
<b>Anexo 8 Depreciación de muebles de oficina.....</b>	<b>70</b>
<b>Anexo 9 Depreciación de equipo de computación.....</b>	<b>71</b>
<b>Anexo 10 Depreciación de equipo de oficina.....</b>	<b>71</b>
<b>Anexo 11 Depreciación de maquinaria.....</b>	<b>71</b>
<b>Anexo 12 Materia Prima.....</b>	<b>72</b>
<b>Anexo 13 Materiales.....</b>	<b>73</b>
<b>Anexo 14 Tabla de amortización.....</b>	<b>74</b>
<b>Anexo 15 Activos diferidos Gastos diferidos.....</b>	<b>75</b>
<b>Anexo 16 Activos diferidos Gastos de educación.....</b>	<b>75</b>
<b>Anexo 17 Balance Inicial.....</b>	<b>76</b>
<b>Anexo 18 Rol Balance de personal.....</b>	<b>77</b>
<b>Anexo 19 Rol de provisiones mensual.....</b>	<b>77</b>
<b>Anexo 20 Gasto administrativo.....</b>	<b>78</b>
<b>Anexo 21 Gastos operativos.....</b>	<b>78</b>
<b>Anexo 22 Gastos de servicios básicos.....</b>	<b>78</b>
<b>Anexo 23 Costos.....</b>	<b>79</b>
<b>Anexo 24 Presupuesto de ventas.....</b>	<b>80</b>
<b>Anexo 25 Ganancias.....</b>	<b>81</b>
<b>Anexo 26 Estados de pérdidas y ganancias.....</b>	<b>82</b>
<b>Anexo 27 Balance final.....</b>	<b>83</b>
<b>Anexo 28 Flujo de caja.....</b>	<b>84</b>
<b>Anexo 29 VAN y TIR.....</b>	<b>84</b>



## CERTIFICACIÓN

En calidad de revisor del trabajo de titulación “**Diseño de un plan de negocio para la creación de la microempresa CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA, ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil**”.

## CERTIFICO

Que el trabajo de la estudiante **JENNIFER MONSERRATE TUAREZ PALACIOS** ha sido analizado por un sistema de reconocimiento de texto automático **URKUND ANALYSIS**. Los resultados alcanzados evidencian el cumplimiento del nivel de coincidencias permitido hasta el 17%. Por tanto, se autoriza su impresión y presentación al acto de defensa

Dr. C. Rafael Bell Rodríguez

Vicerrector Académico

## **RESUMEN**

La presente tesina está basada en elaborar un plan de negocios para la confección de ropa en la ciudad de Guayaquil, en la cual se ha investigado diferentes aspectos que intervienen para el desarrollo de este. A diario se emplean nuevos emprendimientos, pero debido a la falta de conocimiento o capacitación de este desaparecen por eso es importante que a la hora de emprender nos capacitemos y estudiemos acerca del negocio a implantar. Además, se tiene en cuenta satisfacer las necesidades del cliente.

Se realizó un tipo de investigación enfoque mixto utilizando la investigación descriptiva – explicativa. Además, se aplicó el método teórico, empírico y estadístico. Para identificar diversos factores que pueden afectar a la empresa se estudió el análisis CAPA y FODA. Por último se realizó la propuesta solucionar y dar respuesta al problema identificado, conocer los recursos que se requieren para su aplicación exitosa.

**Palabras claves:** Implantar, emprender, capacitar.

## **ABSTRACT**

This thesis is based on developing a business plan for the manufacture of clothing in the city of Guayaquil, which has been investigated different aspects involved in the development of this. Every day new ventures are used, but due to lack of knowledge or training of this disappear so it is important that at the time of undertaking we train and study about the business to implement. In addition, it is taken into account to satisfy the needs of the client.

A mixed approach type of research was carried out using descriptive-explanatory research. In addition, the theoretical, empirical and statistical method was applied. To identify various factors that may affect the company, the CAPA and FODA. Analysis studies were carried out. Finally, the proposal was made to solve and respond to the identified problem, to know the resources required for its successful implementation.

**Key words:** Implement, undertake, train.

## INTRODUCCIÓN

La ropa fue empleada por el ser humano hace 170.000 años y con el pasar del tiempo fueron creando nuevas ideas ,desde su inicios de la seda , lino y el algodón fueron necesarios para la elaboración del mismo .La primer prenda que existió fue un taparrabos y desde los principios del ser humano empezó a buscar la manera de protegerse del frío también llegaron a usar pieles de animales para la elaboración de ropa pero eran cocidas con agujas hechas de huesos, la ropa de la prehistoria hace más de 100.000 años era elaborada con piedra o madera e incluso hasta llegaron a usar los dientes para preparación .La vestimenta no se adaptaba al cuerpo y complicaba los movimientos que hacían las personas por eso tuvieron que crear nuevas ideas y con el tiempo fueron evolucionando. Mientras los años avanzaban, el mundo de la confección avanzaba a pasos agigantados.

El mundo de la confección es una oportunidad de crecimiento, ya que es muy importante para la sociedad dado que es una fuente que genera ingresos para la economía del país y empleo para muchas personas tomando desafíos y cambios ante la sociedad, sin duda alguna este es un negocio que va dirigido a todo tipo de personas porque todos necesitamos vestimos y sentimos bien.

Existe una necesidad muy grande en las personas esto debido a que la ropa es adquirida para cada ocasión que se presente como un viaje, negocios, celebración u otros y gracias a esto el mercado y el comercio crece. Además ,la población humana tiene un crecimiento exponencial que hasta ha logrado que muchos trabajadores con la experiencia obtenida lleguen a ser independientes en el ámbito de la confección según el informe de la economía del diario “Primicias” de febrero 2021 menciona que Ecuador es el país más emprendedor de América Latina ya que le gusta innovar y emprender ,pero es donde más cierran los emprendimientos y esto se debe a que no estamos capacitados y a causa de este pequeño detalle es que emprender resulta fácil pero mantenerse difícil ya que no hay financiamiento y rentabilidad.

Muchas personas inician su negocio desde cero sin necesidad de tener mucho conocimiento o una base de apoyo, a pesar de tener pocos recursos logran crecer debido a esfuerzo y dedicación ;e incluso en su mayoría muchas empiezan aun estando dentro de una organización empezando con una máquina recta y overlock realizando trabajo siendo su propia jefa y ,aunque parezca poco creíble con el tiempo los pequeños emprendedores

logran sus objetivos más sin embargo el hecho de que les vaya bien a nuevos emprendedores no quiere decir que no hay que capacitarse al contrario deberían de hacerlo eso sería lo correcto porque si no hay preparación y planificación con el pasar del tiempo todo se puede caer y para levantarlos sería difícil ya que nos falta conocimiento.

Sin embargo, en el mundo de la moda y la confección no solo están las mujeres, también lo hacen los hombres denominados sastres. La moda nos refleja nuestra forma de ser y hasta se dice que por medio de la ropa podemos transmitir información sobre nosotros como personas demostrando nuestra personalidad y es nuestra carta de presentación ,es muy importante la manera en la que vestimos ,por eso es necesario vestirnos de manera adecuada y acorde a la ocasión .Cabe mencionar que la ropa es una parte fundamental de la vida cotidiana porque sin duda alguna nos ayuda a protegernos del clima ya sea frío evitando resequead del Sol y la calor evitando quemaduras y manchas en la piel ayudando además a prevenir alguna enfermedad muy aparte de lo mencionado anteriormente puedo decir que transmite moda, preferencias ,gustos tradiciones y expresiones. No solo esto, también la vestimenta ha sido utilizada para marcar diferencias como pobreza o riqueza religión, edad, género y cultura.

De hecho, CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA establece ideas de ofrecer prendas para damas y caballeros de diferentes edades teniendo en cuenta brindar diversidad de diseños, calidad y buen servicio para poder satisfacer las necesidades del cliente. La motivación de la autora de la tesina es que es mi propio jefe para generar oportunidades de empleo a muchas personas superando nuevos retos y aprendiendo día a día para llegar a ser rentable en mi negocio. Además, sería buena oportunidad para un nuevo posicionamiento de la marca de nuestros productos a nivel nacional.

Cabe destacar que en su mayoría las prendas de vestir vienen del extranjero y por ende este proyecto, se diseña con crear ropa nacional así se estaría incentivando a las personas a comprar un producto nacional y valorar lo que se produce lo nuestro. La problemática es que en el sector norte de la ciudad de Guayaquil lugar donde se enfoca el proyecto a decir verdad no hay muchos locales de ventas de ropa que muestren diferentes diseños y con buena calidad ni quien se dedica a la elaboración de las prendas los productos que se ofrecen son tipo casual por eso consideró necesario la creación de la empresa para además de esto ofrecer ropa de todo tipo que esté al alcance del bolsillo del cliente y acuerdo a sus gustos y preferencias. A causa de la pandemia muchas empresas

textiles se vieron afectadas ,fue un golpe muy fuerte para su economía y una de ellas son las que están dentro de la industria textil ya que cerraron y ya no pudieron levantarse muchos empleados llegaron a perder sus puestos de trabajo y luego de esto no todos tuvieron la misma suerte de emprender sino que quedaron a la espera de ser contratados nuevamente como sabemos la ropa es una necesidad primaria ya que tenemos que protegernos del frío o calor según lo antes mencionado.

Una empresa de ropa participa en la producción a pequeña o gran escala y se dedican a la fabricación y venta de esta, para empezar en un negocio debemos analizar lo siguiente: la competencia, necesidades específicas, demanda, canales de distribución, lugares para la venta del producto, clientes, precios, tendencia... etc.

Según los datos de la asociación de confeccionistas textiles “Acontext” la mayor producción de ropa sale de Tungurahua - Ecuador que su porcentaje es del 36% esto está entre las PYMES ,artesanos y microempresas se menciona que el 5% se queda dentro del sector y el 95% es distribuido al resto del país además es una de las provincias que más genera empleo gracias la industria textil sin duda alguna es una ciudad totalmente comercial porque ya que el contrario sabe cómo distribuir el producto y llegar al mercado gracias a esto son conocidos a nivel nacional tiene una importante producción de jeans en su cantón Pelileo conocido como la “ciudad azul”. Otras provincias que se dedican a la misma cantidad son Pichincha, Imbabura, Azuay y Guayas. En Ecuador las fábricas se encargan de laborar todo tipo de fibra y las más usadas son: nylon, lana, seda, algodón, poliéster y acrílico.

El emprendimiento siempre ha sido una oportunidad que no hay que dejar escapar para hacerlo realidad hay que prepararse y confiar en lo que hacemos siempre tener o contar con lo necesario y tener un punto de venta adecuado para maximizar las ventas hacer notar la marca para lograr un buen posicionamiento en el mercado.

La tecnología ha avanzado tanto que cada vez es más fácil elaborar una prenda, existen elementos textiles que permiten confeccionar una prenda de manera eficiente estudiando la composición de la materia, estos son naturales como plantas y animales, el algodón, el lino. También los acompaña las fibras artificiales como rayones y las sintéticas que son producidos por químicos como acetato, poliéster y nylon.

Ya vestirse bien ahora se le toma importancia, ahora se puede andar cómodo por la calle, vestirse adecuadamente mostraremos una personalidad diferente se ha llegado a creer que vestir de manera adecuada nos ayuda a tener buen pensamiento y tener una visión más amplia. No solo es importante vestir según la ocasión, sino que también el tiempo que nos encontremos puede ser nuestro país en invierno y verano influye mucho la combinación.

Desde que empezó la pandemia de COVID-19 hubo problemas económicos en el país dado que la mayoría de las empresas se vieron afectadas y dentro de ellas está la empresa de confección de ropa muchos trabajadores se vieron afectados y dentro de ellas están las empresas de confección de ropa muchos trabajadores se vieron afectados debido a que fueron enviados a casa por corto tiempo y otros definitivamente ya que muchas fábricas se han visto obligadas a cerrar, algunos pedidos fueron cancelados hubo medidas adaptadas por parte del Gobierno y los empleadores, pero no fueron suficientes para proteger a quienes fueron afectados. Sin embargo, después de todo personas que fueron suspendidas se vieron en la necesidad de emprender y buscar la manera de salir adelante. No solo han sido afectados aquellos que salieron sino los que han quedado esto debido a que no tienen su pago puntual como es debida.

Por otro lado, hubo empresas que se enfrentaron a la crisis mundial para mantenerse porque ya no era lo mismo y no se encontraban bien económicamente, lo hacían elaborando mascarillas y overoles ya que esto era lo necesario en el mercado dentro de la confección, empresas hicieron teletrabajo en lo que se pudo y realizaron compra y venta por internet, pero no es lo mismo que un día normal.

Hoy en día las empresas textiles están acelerando el proceso con iniciativas sostenibles e innovación para estar entre las empresas que han superado una gran prueba. Y más aún con la llegada de las vacunas que alientan con esperanza al sector de que todo mejore y regresemos como estábamos, ya todo a poco va a regresando a la normalidad.

La presente investigación está amparada legalmente por la Constitución de la Republica del Ecuador 2008 bajo las siguientes normativas: en la sección octava del trabajo y seguridad social art 33 y sección novena personas usuarias y consumidoras art 52; Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025: Objetivos del eje económico en el objetivo 1 donde menciona que hay que incrementar y fomentar de manera inclusiva las

oportunidades de empleo y las condiciones laborales y con ello la política 1.1 habla de crear nuevas oportunidades para jóvenes mujeres y personas.

Además, se Ampara por el Código Tributario Alcance de responsabilidad art 30 y prohibiciones art 36.

Se menciona también el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales SENADI Sección séptima de los contratos publicitarios art 79, del libro II capítulo I de la protección de las invenciones art 120, sección I De los requisitos de patentabilidad art 129, de las marcas en requisitos para el registro art 194.

Por consiguiente, tenemos la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor Capítulo II Derechos y obligaciones del consumidor art 4, obligaciones del consumidor art 5 y Regulación de la publicidad y su contenido (publicidad prohibida) art 6.

Además, Registro Único Contribuyente (RUC): del registro art 2, de la inscripción obligatoria art 3 y de las responsabilidades art 9.

Se aplica la Ley de Defensa del Artesano art 15 se manifiesta sobre la defensa del artesano.

Se determina que el Código Comercio de la actividad mercantil y de los actos de comercio en general art 7, El comerciante o el empresario de comercio art 10.

Reglamento Técnico Ecuatoriano INEN 013(2R) se expresa sobre el etiquetado de prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir en objetivo 1.1 habla de los requisitos del etiquetado y campo de aplicación menciona las mercancías con tratamientos hormonal y correos rápidos se incluyen campo de aplicación y para productos fabricados a nivel nacional.

### **Problema General**

¿Cómo fue afectado el sector textil por el fenómeno del COVID-19?

### **Objetivo General**

Diseñar un plan de negocio de una microempresa de confección de ropa en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

El presente trabajo contiene 3 capítulos:

### **Capítulo I**

En la fundamentación se describe el marco histórico que relata el origen del tema investigado, marco teórico, marco conceptual y marco legal que son conceptos que ayudan a presenciar la información sobre el tema, teniendo en cuenta las teorías necesarias y comprensivas ya que son aportes muy importantes, necesario para el presente trabajo.

### **Capítulo II**

La metodología se empleó con el enfoque de investigación mixta , desarrollándose además diferentes puntos importantes del método investigativo , el método empírico que dentro de ella está la encuesta y la investigación que nos ayudará a conocer las necesidades de los clientes y las que nos rodean , el método estadístico que nos ayudará con el muestro a conocer cuál es el mercado objetivo para la comercialización de ropa , el análisis de resultado que es lo que nos ayudará a procesar toda la información que ha ido apareciendo en nuestro trabajo investigativo , tenemos el análisis DAFO que nos permite establecer competencias internas y externas para la toma de decisiones y el análisis CAPA para crear procesos de transformación para la mejora continua y prevenir cualquier riesgo .

### **Capítulo III**

Este capítulo contiene la solución a la problemática para evaluar los fundamentos que servirán de soporte para la investigación realizada, además está compuesta por el titulo y el objetivo de la propuesta, se aplicara la factibilidad de aplicación para determinar los recursos necesarios y cumplir con las metas del trabajo realizado ayudando a orientar las tomas de decisiones dentro de la misma.

# **CAPÍTULO I**

## **1. FUNDAMENTACIÓN**

### **1.1. Marco Histórico**

#### **1.1.1. Plan de Negocio**

El plan de negocios es un documento elaborado por emprendedores, empresarios y directivos cuando pretende iniciar un negocio ya que por medio de este puede conocer si se lleva a cabo o no. Permite identificar y planificar la viabilidad de una empresa. Su inventor fue Alexander Osterwalder creador de Business Model Canvas de un modelo de negocio en el año 2004. Tuvo sus orígenes en los años “60” en Estados Unidos con el fin de poder invertir sus excedentes en capital, pero a fines de los años “70” (fin de los Golden sixties y de las crisis petroleras desde 1973). Fue empleado principalmente para la creación de nuevas empresas acompañando el lanzamiento de nuevos productos.

El plan de negocios es importante ya que nos permite tener un mayor conocimiento, ordenando ideas, planificando estrategias, acciones a realizar y medios a emplear. Así podremos evaluar el funcionamiento de la empresa y tener más claras las ideas. Esto no garantiza que la empresa vaya a tener éxito, pero si es un documento que ayudará a que se convierta en una empresa real.

El plan de negocio es un documento escrito donde está reflejado todo el análisis:

- Cuál es la idea del negocio y qué objetivos tiene.
- Qué valor tiene con respecto al mercado y la competencia.
- Qué estrategias estarán en marcha.

En cada negocio o en la creación de uno nuevo se debe considerar a que se está enfrentado y con qué recursos cuenta, elaborarlo no es una tarea fácil pero tampoco quiere decir que sea difícil, si no que la elaboración lleva tiempo, capacitación y dedicación ya que tiene que estar bien enfocado en el negocio.

El plan de negocios debe transmitir a los nuevos inversionistas, accionistas financieros que la empresa va a ser un éxito. La mayoría de los empresarios no le dan importancia a los planes que tiene en la fase inicial del negocio.

A continuación, se presentan las características del plan de negocio:

- Es una guía para las empresas.
- Es un resumen ejecutivo claro.
- Debe ser eficaz.
- Realista en su perspectiva de mercado.
- Debe integrar ventas y marketing.
- Debe ser claro y preciso.
- Presenta indicadores clave.

### **1.1.2. Industria de la Confección**

Las primeras áreas industriales aparecieron a finales del siglo XVIII en Gran Bretaña, a principios de siglo XIX Bélgica y Francia, luego por mediados del siglo Alemania y Estados Unidos, en 1868 a Japón y Rusia y finalmente a España a finales del siglo.

El término textil era aplicado solo a telas tejidas, en la actualidad con la evolución de la industria se llegó a extender a telas producidas por diferentes de tejidos como: formadas por uniones mecánicas o procesos químicos, se aplica a varias materias primas y materiales obteniendo hilaza, hilos sintéticos, filamentos, hilos trenzados, bordados hilados, entre otros. Se considera fibra de origen natural (vegetal o animal), las que se realizan por medio de blanqueado, teñido o la mercerización.

La lana era la fibra más utilizada pero luego la sustituyeron por algodón y luego se convirtió en fibra de origen natural más utilizada en épocas actuales el algodón ya no tiene demanda en el sector textil debido ya que lograron reemplazarlo por nuevas fibras sintéticas y artificiales con origen de hidrocarburos, celulosas, y otras.

Debido a la pandemia en la industria textil se vio muy afectada ya que el cierre obligado del comercio secó la fuente de ingresos y llevó a marcas americanas y europeas a proteger su liquidez cancelando o retrasando pedidos o hasta aplazar los pagos Diario “El País” menciona que en el 2020 un 38% de los empleados perdieron su empleo.

Al finalizar el año 2020 a nivel global el sector textil perdió entre un 20% y un 25% de sus ventas si la situación no mejora no se podrá recuperar lo perdido hasta finales de 2022 o 2023.

La industria textil ecuatoriana se remonta en la época de la colonia cuando se hacían obras para los tejidos con lana de oveja, las primeras industrias se dedicaron a procesar la lana hasta el siglo XX, en la década de 1950 se introduce el algodón para así lograr fortalecer la utilización de la fibra. En Ecuador los productos más originarios son los de diferentes tipos de fibras como: algodón, poliéster, nylon, acrílico, seda y lana. Muchas empresas se dedicaron a la actividad textil ubicando sus instalaciones sin embargo existen provincias con mayor número Pichincha, Guayas, Imbabura y Azuay.

### **1.1.3. Diseño de Moda**

La moda comienza con la aparición del Homo Sapiens ya que ellos se cubrían con pieles de animales que cazaban durante el paleolítico ya que vivieron una época de glaciación y esa fue la causa que les motivó a protegerse del frío. Ellos con el tiempo se dieron cuenta que había que tratar la piel ya que era dura y no podía mover bien el cuerpo además era pesada. Trataron de darle solución al problema a través de la masticación y dando golpes con un mazo hasta que descubrieron que aplicando aceite o grasa de ballena se haría suave y con el tiempo también empezaron a crear agujas.

Siglos más tarde le dieron el título del primer diseñador de moda a Charles Frederick Worth un inglés nacido en 1825.

Desde el siglo XVI empezaron con la confección de ropa, pero poco a poco fueron modificando las prendas ya que en su inicio los hombres usaban capa corta, birrete sombreros, zapatos de una Roma y ancho. Mientras que las mujeres usaban bullones y acuchillados en las mangas con faldas y sobrefalda mantos arrogantes con una cofia para la cabeza. La ropa fue cambiando de grande pequeña y de mucho a poco.

## **1.2. Marco Teórico**

### **1.2.1. Plan de negocio**

Según (Bóveda, Oviedo, & Yakusik, 2015) manifiestan que un plan de negocio. “Es un documento donde el emprendedor detalla sistemáticamente las informaciones del emprendimiento”.

Se determina lo siguiente:

- El proceso de generación de ideas.
- La captación y análisis de la información.
- Evaluación de la oportunidad y los riesgos.
- Toma de decisión sobre la puesta en marcha de un nuevo emprendimiento.
- Cambio de planes en empresas constituidas.

De acuerdo con (Joan, 2019) “disponer de un plan de negocio supondrá gestionar la empresa proactivamente, anticipando lo que pueda ocurrir. No tenerlo supondrá que se actuará reactivamente, e improvisadamente, frente a la aparición de los problemas.”

Para la autora de la tesina. “Un plan de negocio nos permite identificar y planificar los objetivos del negocio que se quiere emprender, para convertirlos en una empresa real”.

### **1.2.2. Creación de empresas**

El autor (Ancín, 2016) indica que. “En la práctica, crear una empresa es consecuencia de una idea de negocio, de una ilusión, de un equipo y de compartir un proyecto empresarial”.

Según (Gómez, Gonzáles, Claudia, Denisse;Silva ,Olvera,Maria de los Angeles;Gonzáles Adame Yolanda, 2018). “La creación de empresas surge primero como una perspectiva para cubrir alguna necesidad del entorno donde vivimos, teniendo un efecto en el nivel socioeconómico de los individuos de una sociedad; disminuyendo el desempleo y generando oportunidades económicas; este proceso inicia al momento de la idea de negocio y concluye cuando ya está establecida”.

Para la autora de la tesina “La creación de una empresa se debe contar con los recursos humanos materiales y económicos, para crear la empresa primero debemos tener la idea de negocios”.

### **1.2.3. Emprendimiento**

De acuerdo con (Parra Alviz, Rubio, & López, 2017) “Quien aspire a ser un emprendedor de éxito debe desplegar toda su capacidad creativa que le permita proponer nuevas formas de hacer las cosas, es decir, discernir situaciones y hechos de los cuales puedan desprenderse opciones de mejora, bien sea de la optimización de recursos en la fabricación de un bien”.

Posteriormente (Martins, 2021) señala “el emprendimiento es la acción de crear un negocio o negocios con el objetivo de crear ancianos”.

Para la autora de la tesina “el emprendimiento es el inicio de un nuevo proyecto con esfuerzo o dedicación, con el tiempo se puede tener una práctica”.

#### **1.2.4. Administración**

Como afirma (Economipedia, 2019). La administración “es un método y practica organizacional basado en la gestión de sociedades mercantiles con el objetivo de llevarlas a su mayor optimización posible”.

Por otro lado (Bueno, Ramos, & Barrelleza, 2018) considera que “es una actividad que llevamos a cabo los seres humanos en diferentes ámbitos de nuestra vida diaria. Por tal motivo se considera a la administración como un área de conocimiento necesaria para las personas independientes de las tareas que ejecuten y el ámbito en el que se desempeñen”.

Para la autora de la tesina. “La administración es un proceso que se encarga de organizar, planificar, y procede a gestionar los recursos y resultados de las actividades”.

#### **1.2.5. Diseño de moda**

Dicho con palabras de (Carvajal, 2017). “El diseño de moda remite a la representación del estilo o a la idea que tiene el diseñador, de tal manera que este último debe poseer los conocimientos y habilidades para proyectar las colecciones de ropa, determinando cortes, tallas y materiales que se utilizarán para ello; además de los conocimientos en confección, alta costura, patronaje industrial y técnicas de dibujo”.

Según (Wikipedia, 2021) “representa el estilo e idea del creador. No debe confundirse con el corte y confección ni tampoco con la sastrería, pues, aunque el diseño de moda esté muy ligado a ambos, estos dos últimos se consideran más un oficio que una actividad artística”.

Para la autora de la tesina. “El diseño de moda es una actividad de diseñar prendas de ropa y accesorios para el mercado de la moda”.

#### **1.2.6. Confección**

Desde el punto de vista del (Instituto Técnico Ibarra, 2019) “es el proceso de la pobrecita fabricación de las prendas desde el principio. Se trata, en definitiva, de diseñar

el modelo, hacer el corte y coser la pieza de tela hasta que se complete la prenda propiamente dicha”.

Según (Definicion.De, 2021). “Es un término que refiere a la acción de preparar o hacer determinadas cosas a partir de una mezcla o de una combinación de otras”.

Para la autora de la tesina. “La confección es elaborar la prenda de calidad para el proceso de producción de una prenda de vestir”.

### **1.2.7. Mercado**

(Mercado, 2021) “Es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial”.

Citando a (Wikipedia.La ciclopedia libre, 2021) Palabras de “el mercado también es el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio”.

Para la autora de la tesina. “Mercado es un proceso de compra y venta, de productos y servicios”.

### **1.3. Marco Conceptual**

- **Acetato**

El acetato se desarrolló durante la Primera Guerra Mundial ante la necesidad de sustituir un material altamente explosivo como lo era el nitrato de celulosas considera una fibra bastante débil ya que sufre abrasión fácilmente, por lo que se encuentra en forros o ropa ligera como lencería. (Sanchez & Ziarsolo)

- **Bullones en mangas**

Se considera abullonado todo aquello adornado con bullones, es decir, plegados de tela o frunces de forma esférica. Dentro de este tipo de manga, podemos hablar de mangas jamón, mangas de farol, mangas globo, manga balón, pata de cordero, Tipologías que a veces se confunden y que tienen algo en común: el volumen en los brazos a partir de los frunces en la zona del hombro. (ABCdesevilla, 2021)

- **Fibra acrílica**

Se obtienen del amoníaco, propileno y oxígeno que se disuelven y se someten a extrusión seca. Se muestran una gran variedad de propiedades se van a elaborar

comportamientos debido a los múltiples copolímeros que pueden crearse dependiendo de su composición (por ejemplo, para copolimerizar el acrilonitrilo se usa vinilpiridina obteniendo la fibra conocida como Acrilán, o con cloruro de vinilo (2019)

- **Fibras artificiales**

Estas fibras poseen propiedades similares a las naturales. Pueden obtenerse a partir de proteínas vegetales. Surgen de la necesidad de obtener filamentos largos y resistentes, para tejer elementos textiles de calidad. (Bloglohe, 2019)

- **Fibras sintéticas**

Se obtienen por síntesis de diversos productos derivados del petróleo como el poliéster, el nylon o spandex, es decir, esta fibra es enteramente química, y tanto la elaboración de la materia prima como la fabricación de la hebra o filamento, son producto del hombre. Estos textiles son económicos, versátiles, durables, resistentes y de fácil cuidado, lo cual brinda una mayor libertad a la hora de confeccionar. (LAFAYETTE, 2017)

- **Hilazas**

Este término se define a un pedazo de lienzo o tejido reducido a un hilo o una hebra aplicado en cualquier material textil como el algodón o el lino. Hebra de tela que sirve para curar heridas. (Definición Definición y etimología, 2016)

- **Hilos sintéticos**

Es el hilo más comúnmente empleado para coser, ya sea a máquina o a mano mayor La ventaja que aportan los hilos sintéticos sobre los de fibras naturales son mayor tenacidad, mejor resistencia a los productos químicos y mayor resistencia a la abrasión. (Seampedia, 2020)

- **Hilos trenzados**

Son fabricados entrecruzando un número de hebras, de forma tal que se crucen diagonalmente respecto al perfil longitudinal del hilo. Los hilos trenzados adquieren una forma de tubo, pudiendo ser llenados con un alma en el orificio central. (Herrera, 2018)

- **Mercerización**

La mercerización es un tratamiento para el hilo y los tejidos de algodón y cáñamo que les otorga un acabado brillante. Los tejidos e hilos resultantes se denominan algodón o cáñamo mercerizado. (WIKIPEDIA La enciclopedia libre, 2021)

- **Rayones**

El rayón es una fibra sintética procedente de celulosa (pasta de madera) tratada químicamente. Se utiliza solo o mezclado con otras fibras sintéticas o naturales para confeccionar tejidos fuertes, muy absorbentes y suaves, que se pueden teñir con colores intensos y duraderos. La fabricación del rayón tiene su origen en la búsqueda de una seda artificial. (Scrib, 2019).

## **1.4. Marco Jurídico**

### **CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR 2008**

#### **Título II**

#### **Derechos**

#### **Capítulo primero**

#### **Principios de aplicación de los derechos**

#### **Sección octava**

#### **Trabajo y seguridad social**

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

#### **Sección novena**

#### **Personas usuarias y consumidoras**

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor. (Constitución de la Republica del Ecuador, 2021)

## **PLAN DE CREACIÓN DE OPORTUNIDADES 2021-2025**

### **Objetivos del eje económico**

**Objetivo 1:** Incrementar y fomentar de manera inclusiva las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.

El gobierno del encuentro limita las condiciones adecuadas para que el sector privado sea el responsable de la creación de empleo, se menciona además que los precios transmiten información por eso cuando el gobierno pretende regular precio de la economía terminan causando distorsiones que afectan a los consumidores. El estado tiene la obligación de hacer respetar la propiedad privada y por este motivo el gobierno del encuentro promoverá una economía libre mercado y abierta al mundo, fiscalmente responsable de lograr un crecimiento sostenible y generar oportunidades de empleo.

### **Políticas**

1.1 Crear nuevas oportunidades laborales en condiciones dignas, promover la inclusión laboral, el perfeccionamiento de modalidades contractuales, con énfasis en la reducción de brechas de igualdad y atención a grupos prioritarios, jóvenes, mujeres y personas. (Planificación.gob.ec, 2021)

## **CÓDIGO TRIBUTARIO**

**Art. 30.- Alcance de la responsabilidad.** - La responsabilidad de los agentes de retención o de percepción es directa con relación al sujeto activo y por consiguiente son los únicos obligados ante éste en la medida en que se haya verificado la retención o percepción de los tributos; y es solidaria con el contribuyente frente al mismo sujeto activo, cuando no se haya efectuado total o parcialmente la retención o percepción.

**Art. 36.- Prohibiciones.** - Prohíbese a los beneficiarios de exenciones tributarias tomar a su cargo las obligaciones que para el sujeto pasivo establezca la ley; así como extender, en todo o en parte, el beneficio de exención en forma alguna a los sujetos no exentos. Cuando en actos o contratos intervengan de una parte beneficiarios de exención y de otra, sujetos no exentos, la obligación tributaria se causará únicamente en proporción a la parte o partes que no gozan de exención. (Codigo Tributario, 2018)

## **SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES SENADI**

### **Séptimo**

#### **contratos publicitarios**

**Art. 79.** Son contratos publicitarios los que tengan por finalidad la explotación de obras con fines de publicidad o identificación de anuncios o de propaganda a través de cualquier medio de difusión. Sin perjuicio de lo que estipulen las partes, el contrato habilitará la difusión de los anuncios o propaganda hasta por un período máximo de seis meses a partir de la primera comunicación, debiendo retribuirse separadamente por cada período adicional de seis meses. El contrato deberá precisar el soporte material en los que se reproducirá la obra, cuando se trate del derecho de reproducción, así como el número de ejemplares que incluirá el tiraje si fuere del caso. Cada tiraje adicional requerirá de un acuerdo expreso. Son aplicables a estos contratos de modo supletorio las disposiciones relativas a los contratos de edición, inclusión fonográfica y, producción audiovisual.

### **Libro II**

#### **De la propiedad industrial**

##### **Capítulo I**

###### **De la protección de las invenciones**

**Art. 120.** Las invenciones, en todos los campos de la tecnología, se protegen por la concesión de patentes de invención, de modelos de utilidad. Toda protección a la propiedad industrial garantizará la tutela del patrimonio biológico y genético del país; en tal virtud, la concesión de patentes de invención o de procedimientos que versen sobre elementos de dicho patrimonio debe fundamentarse en que éstos hayan sido adquiridos legalmente.

##### **Capítulo II**

###### **De las patentes de invención**

###### **Sección I**

###### **De los requisitos de patentabilidad**

**Art. 129.** El derecho a la patente sobre una invención desarrollada en cumplimiento de un contrato pertenece al mandante o al empleador, salvo estipulación en contrario.

## **Capítulo VIII**

### **De las marcas**

#### **sección I**

### **De los requisitos para el registro**

**Art. 194.** Se entenderá por marca cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos que sean suficientemente distintivos y susceptibles de representación gráfica. También podrán registrarse como marca los lemas comerciales, siempre que no contengan alusiones a productos o marcas similares o expresiones que puedan perjudicar a dichos productos o marcas. (Correos del Ecuador, 2005)

## **LEY ORGANICA DE DEFENSA AL CONSUMIDOR**

### **Capítulo II**

#### **Derechos y obligaciones de los consumidores**

##### **Artículo 4 Derechos del consumidor.**

Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

**1.**Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.

**2.**Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.

**3.**Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad.

**4.**Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad,

condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar.

5.Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida.

6.Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.

7.Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos.

8.Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;

9.Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor; y,

10.Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención sanción y oportuna reparación de su lesión;

11.Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan;  
y,

12.Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá notar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

## **Artículo 5**

### **Obligaciones del consumidor.**

#### **Son obligaciones de los consumidores:**

1.Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;

2.Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;

3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,

5. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

## **Regulación de la publicidad y su contenido**

### **Artículo 6**

#### **Publicidad prohibida.**

Quedan prohibidas todas las formas de publicidad engañosa o abusiva, o que induzcan a error en la elección del bien o servicio que puedan afectar los intereses y derechos del consumidor. (Vlex, 2014)

## **REGISTRO ÚNICO CONTRIBUYENTE (RUC)**

**Art. 2.-Del registro.** - El Registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas. Todas las instituciones, del Estado, empresas particulares y personas naturales están obligadas a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha institución.

**Art. 3.- De la inscripción obligatoria.** - Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

**Art. 9.- De las responsabilidades.** - Los obligados a inscribirse son responsables de la veracidad de la información consignada, para todos los efectos jurídicos derivados de este acto. (LEY DEL RGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES, RUC, 2016).

## **LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO**

**Art. 15.-** Los maestros debidamente titulados y los artesanos autónomos podrán ejercer el artesanado, abrir y mantener sus talleres, una vez que se hayan registrado en la Junta Nacional de Defensa del Artesano, la que les conferirá el Carné Profesional Artesanal, al momento mismo de su registro. Los aprendices y operarios podrán formar parte de las cooperativas de producción y consumo, cuyo fomento y extensión se encarga de manera especial a la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

**Art. 17.-** El Estado prestará a los artesanos eficiente ayuda económica mediante:

**a)** La exoneración de los impuestos a la renta del capital con el concurso del trabajo y adicionales de dicho impuesto, del impuesto a los capitales en giro y del impuesto al valor agregado (IVA) en calidad de sujetos pasivos y sustitutivos;

**b)** La importación en los términos más favorables que establezca la correspondiente Ley, de los materiales e implementos de trabajo de los artesanos, salvo los de lujo;

**c)** La exoneración del impuesto a las exportaciones de artículos de producción artesanal;

**d)** La concesión de préstamos a largo plazo y con intereses preferenciales a través del Banco Nacional de Fomento y de la banca privada, para cuyos efectos la Junta Monetaria dictará la regulación correspondiente. Los montos de los créditos se fijarán considerando especialmente la actividad artesanal y el número de operarios que tenga a su cargo el taller;

**e)** La compra de artículos de artesanía para las instituciones oficiales y otros organismos públicos. Exceptúese el caso en que el Estado o las Instituciones de Derecho Público sean productores de estos artículos. Los artesanos continuarán gozando de las demás exoneraciones contempladas en el artículo 9 de la Ley de Fomento Artesanal, en cuanto más les beneficie. (Artesano, 2018)

## **CÓDIGO DE COMERCIO**

### **Libro primero**

#### **De la actividad mercantil y de los actos de comercio en general**

**Art. 7.-** Se entiende por actividades mercantiles a todos los actos u operaciones que implican necesariamente el desarrollo continuado o habitual de una actividad de producción, intercambio de bienes o prestación de servicios en un determinado mercado, ejecutados con sentido económico, aludidos en este Código; así como los actos en los que intervienen empresarios o comerciantes, cuando el propósito con el que intervenga por lo menos uno de los sujetos mencionados sea el de generar un beneficio económico.

## **TÍTULO SEGUNDO**

### **El comerciante o el empresario de comercio**

#### **Capítulo primero**

#### **los comerciantes o empresarios**

**Art. 10.-** Se considerarán comerciantes o empresarios, y estarán sometidos por tanto a las disposiciones de este Código:

a) Los comerciantes o empresarios, definidos como tales bajo los términos de este Código;

b) Las sociedades que se encuentran controladas por las entidades rectoras en materia de vigilancia de sociedades, valores, seguros y bancos, según corresponda, en función de sus actividades de interrelación;

c) Las unidades económicas o entes dotados o no de personalidad jurídica cuyo patrimonio sea independiente del de sus miembros, que desarrollen actividades mercantiles; y,

d) Las personas naturales que se dedican a actividades agropecuarias, manufactureras, agroindustriales, entre otras; y que, por el volumen de su actividad, tienen la obligación de llevar contabilidad de acuerdo con la ley y las disposiciones reglamentarias pertinentes. (COMERCIO:SUPERCIAS, 2019)

## **REGLAMENTO TÉCNICO ECUATORIANO RTE INEN 013(2R)**

### **“ETIQUETADO DE PRENDAS DE VESTIR, ROPA DE HOGAR Y COMPLEMENTOS DE VESTIR”**

#### **Objeto 1.1**

Este reglamento técnico establece los requisitos de etiquetado que deben cumplir las prendas de vestir, complementos de vestir (accesorios) y ropa de hogar, previamente a la importación, nacionalización y comercialización de productos nacionales o importados, con la finalidad de prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores.

#### **Campo de aplicación**

En concordancia con el Capítulo 98 del Arancel del Ecuador “Mercancías con tratamiento especial”, este reglamento técnico no se aplica a las siguientes mercancías: equipaje de viajero; menaje de casa y/o equipo de trabajo; donaciones provenientes del exterior; franquicias diplomáticas; bienes para uso de discapacitados; muestras sin valor comercial; tráfico postal internacional y correos rápidos; materiales de referencia certificados; y, envíos de socorro por catástrofes naturales o similares. Para estas mercancías se aplicará lo establecido en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, las resoluciones COMEX y los procedimientos que, para el efecto, establezca del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA E.

No se aplica a prendas de vestir, complementos de vestir y ropa de hogar, desechables

No se aplica a prendas de vestir, complementos de vestir, para mascotas;

No se aplica a prendas de vestir y sus complementos (accesorios), sombreros y demás tocados, clasificados como juguetes, estos productos deben cumplir el RTE INEN 089 “Seguridad de los juguetes” que se encuentre vigente.

No se aplica para los productos contemplados en el RTE INEN 157 “Etiquetado de productos de marroquinería”.

Se exceptúan de la aplicación de este reglamento técnico los artículos para el cabello como bandas elásticas para la cabeza, cintillos, entre otros.

## **Para productos fabricados a nivel nacional.**

Certificado de Inspección emitido por un Organismo de Inspección de producto acreditado por el SAE, según lo que establece la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad; el Organismo de Inspección verificará el cumplimiento de las etiquetas de conformidad con el presente reglamento técnico y emitirá el Certificado de Inspección, el cual previo a la comercialización deberá ser registrado por el fabricante en la Subsecretaría del Sistema de la Calidad del Ministerio de Industrias y Productividad, en cumplimiento con lo establecido en la Resolución No. 001-2013-CIMC publicada en el Registro Oficial No. 4 de 2013-05-30 y sus reformas. (sistemas, 2017)

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA EMPLEADA**

#### **2.1. Enfoque de la Investigación**

Se empleará el enfoque mixto ya que es un proceso que se encarga de recolectar analizar y vincular los datos cuantitativos y cualitativos de la investigación .El enfoque cualitativo es porque se va a utilizar el método de observación y el cuantitativo porque es el más utilizado para realizar encuestas ya que será necesario realizar un análisis estadístico para generar información expresada en cifras y porcentajes y poder facilitar la información que nos permitirá interpretar mejor los datos numéricos del presente trabajo de investigación , será empleada a los consumidores de sector textil de la parroquia Tarqui del sector norte de la ciudad de Guayaquil para conocer los gustos y preferencias del consumidor al momento de adquirir el producto.

#### **2.2. Tipos de investigación**

- **Descriptiva**

Se aplicará el tipo de investigación descriptiva para determinar cuál es el mercado objetivo para la comercialización de ropa en la ciudad de Guayaquil. También se pretende describir el comportamiento y las inconformidades de los futuros clientes y sus hábitos de compras del producto.

- **Explicativa**

Este tipo de investigación se realizó ya que es la ideal para definir con mayor profundidad los problemas que se vayan a presentar en una empresa, las medidas alternativas que se puedan tomar.

## **2.3. Método de investigación**

### **2.3.1. Método teórico**

- **Método Histórico- Lógico**

Este método se utilizará para realizar una reseña histórica de la microempresa, nos ayudara a conocer el comportamiento de la evolución de los periodos estudiados y desarrollo de ella, conocer la problemática existente, y los periodos de la historia de la confección de ropa que incluyen las condiciones económicas, políticas y sociales que influyeron en los cambios que se han generado con el tiempo evolutivo hasta la actualidad.

- **Analítico-Sintético**

Mediante este método se podrá analizar un mejor análisis sobre la elaboración de prendas de vestir y se podrá contribuir con la interpretación de los resultados obtenidos en las encuestas a los consumidores.

- **Inductivo-Deductivo**

Permitirá estudiar el mercado y la motivación que tendrían los potenciales clientes y lo que se podría ofrecer a la presente tesina. Se permitirá estudiar los aspectos relacionados con el presente trabajo.

### **2.3.2. Método Empírico**

Este método se está aplicando para recopilar la información necesaria para la investigación, por el cual se aplican la encuesta para conocer la opinión de clientes y consumidores; la observación será necesaria para analizar mi competencia.

- **Encuesta**

Se diseñó una encuesta conformada de 11 preguntas dicotómicas y politómicas para las personas del sector norte de la ciudad de Guayaquil, se podrán validar la

información de las necesidades, con esto conseguimos recomendaciones que nos ayudarán para ofrecer un mejor servicio. (Anexo 1)

- **Observación**

Se emplea una guía de observación a la existencia de empresas dedicadas a la comercialización de ropa, en la cual se observa que cerca del sector existe mucho comercio de prendas de vestir, pero no empresas que se dediquen a la confección de las prendas y el servicio que prestan no es muy satisfactorio ya que no ofrecen prendas de calidad y son repetitivas o sencillas para el día a día, además de ofrecer prendas inadecuadas para cada ocasión que se pueda presentar. (Anexo 2)

- **Entrevista**

Se aplicó una entrevista conformada por 7 preguntas abiertas al Ing. Jonny Meza Chávez de Textiles Meza & Malla S.A para entender el negocio y comparta lo que ha sido su experiencia con el emprendimiento de la confección de ropa. (Anexo 3)

### **2.3.3. Métodos Estadísticos**

- **Estadístico Descriptivo**

Se realizó un muestreo probabilístico el método descriptivo en las encuestas porque nos ayudara a identificar cual es el mercado objetivo para la comercialización de ropa. Además de determinar los resultados específicos de las encuestas que serán realizadas a los clientes para conocer sus gustos, inconformidades, preferencias y hábitos para la compra de los productos.

- **Población y Muestra**

#### **Población**

La encuesta que se va a realizar de la investigación de la microempresa “CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA “, en la parroquia Tarqui del sector norte de la ciudad de Guayaquil, será 1´050.826 de habitantes.

#### **Muestra**

Para el proceso de investigación se realizó un muestreo probabilístico aleatorio simple en la ciudad de Guayaquil, según el censo realizado por el INEC del 2010

(INFOGRAFÍA, 2012) para lo cual se aplicó como nivel de confianza un 95% un ,5% de margen de error, a partir de la siguiente formula:

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

**Donde:**

**N:** El tamaño de la población del norte de Guayaquil es 1'050.826

**z:** corresponde al 95% al nivel de confianza

**e:** Error de la muestra corresponde al 5%

**p:** Probabilidad de éxito 0.5

**q:** Probabilidad de fracaso

**n:** Número de encuesta a realizar correspondiente a 384

$$n = \frac{1.96^2 * 1'050.826 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(1,050.826 - 1) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

Elaborada la fórmula se obtiene que el tamaño de la muestra de las personas a la cual se les aplicará la encuesta para contar con un nivel de confianza del 95% es de 384 personas, será realizada en sector norte de la ciudad de Guayaquil del día 18 de septiembre hasta el 25 de septiembre del 2021 en horarios de entre las 08:00 Am del día y 18:00 Pm de la noche.

## 2.3.4 Análisis de los Resultados

### Resultado de la Encuesta

#### Encuesta realizada a los consumidores de la parroquia Tarqui de la ciudad de Guayaquil

##### 1.- Género encuestado

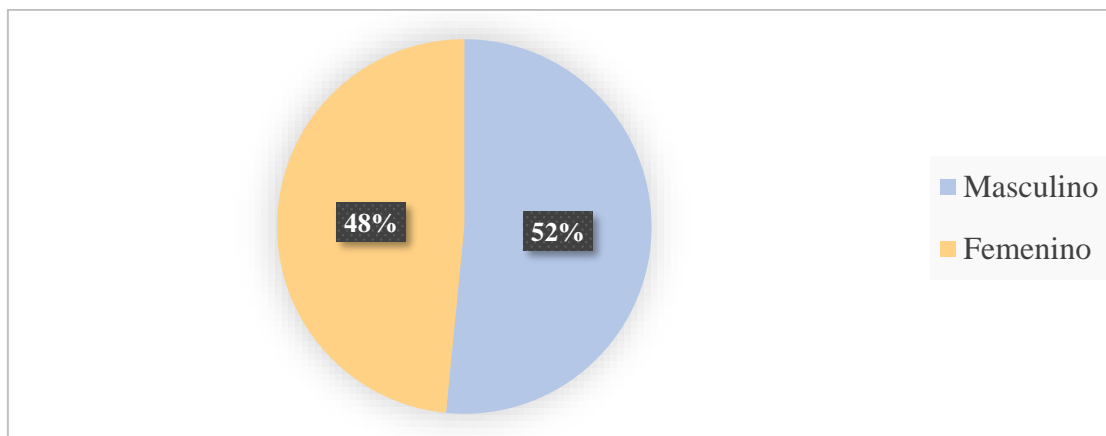
Tabla 1 Género

Alternativa	Frecuencia	%
Hombre	198	52%
Mujer	186	48%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

##### Ilustración 1 Género



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

##### Interpretación

Se observa que del 100% de los consumidores encuestados de la parroquia Tarqui, el 52% pertenecían al género femenino, mientras que el 48% fueron del género masculino.

## 2.- Edad

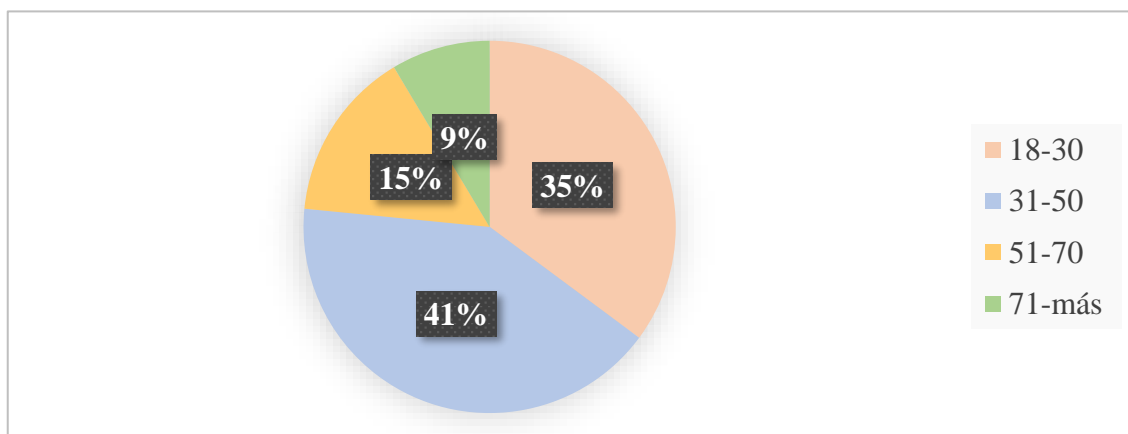
**Tabla 2 Edad**

Alternativa	Frecuencia	%
18-30	135	35%
31-50	159	41%
51-70	57	15%
71-más	33	9%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

**Ilustración 2 Edad**



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

### Interpretación

Según las encuestas realizadas del 100% de los consumidores, el mayor porcentaje de las personas encuestadas fueron las de rango de edades de 31 a 50 con un 41%, con una diferencia de seis 6%, las personas de 18a 30 años con 35% de valor total, por otro lado, el 15 % de las personas de 71 a 45 más y finalmente de 71 a 70 con un 9%.

### 3.- ¿Con que frecuencia realiza compras de ropa?

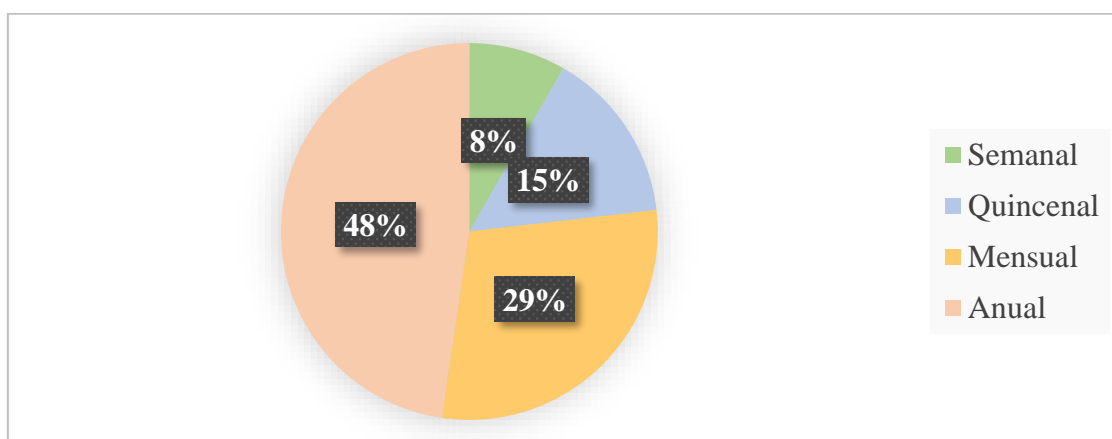
**Tabla 3 Compra de ropa**

Alternativa	Frecuencia	%
Semanal	32	8%
Quincenal	57	15%
Mensual	112	29%
Anual	183	48%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

**Ilustración 3 Compra de ropa**



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

#### **Interpretación**

El 100% de los consumidores encuestados 48% corresponde a los consumidores que realizan compra de ropa anualmente ya que mencionan que lo hacen a causa de fiestas o por que sea necesario hacerlo y otros mencionan que depende de la situación económica de cada uno, el 29% relaciona a consumidores que compran mensualmente, cabe indicar que destinan una parte de su salario para adquirir una prenda, el 15% lo hacen debido a

las revistas o publicidades por medio de redes sociales y el 8% por que muchos se consideran personas impulsivas esto se debe a que observan una revista o una publicidad y les llamó la atención un producto .

#### 4.- ¿Qué aspectos influyen en su decisión de compra de ropa?

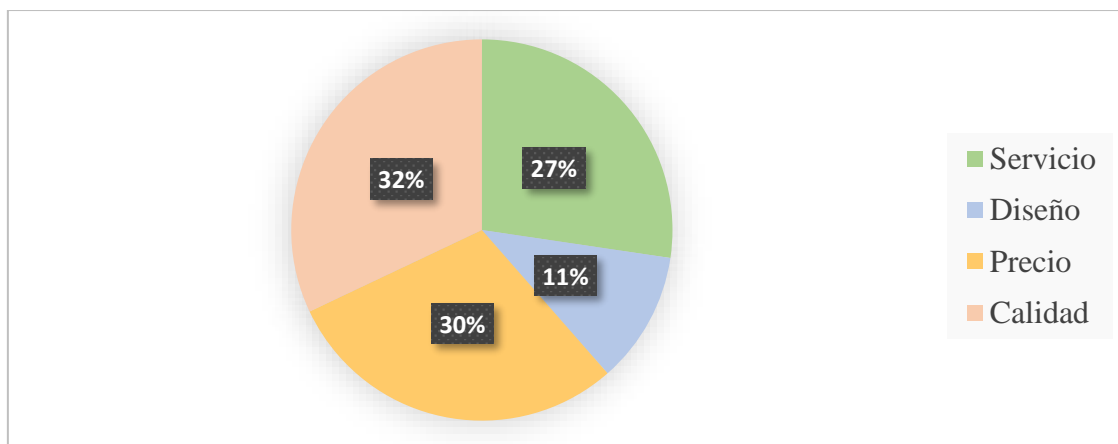
**Tabla 4 Aspectos que influyen en la compra de ropa**

Alternativa	Frecuencia	%
Servicio	105	27%
Diseño	43	11%
Precio	113	30%
Calidad	123	32%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

**Ilustración 4 Aspectos que influyen en la compra de ropa**



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

## Interpretación

Del 100% de los encuestados el 32% de los aspectos que influyen en la compra de ropa es la calidad ya que muchas personas consideran que es lo principal en un negocio hay todo, el 30 % consideran el precio ya que no todas las personas cuentan con un buen empleo. El 27% le da importancia al servicio y a los diseños con un 11% que indica que el ultimo es mojada y la teta se ve bien.

### 5.- ¿Cuánto dinero gasta aproximadamente en la compra de ropa?

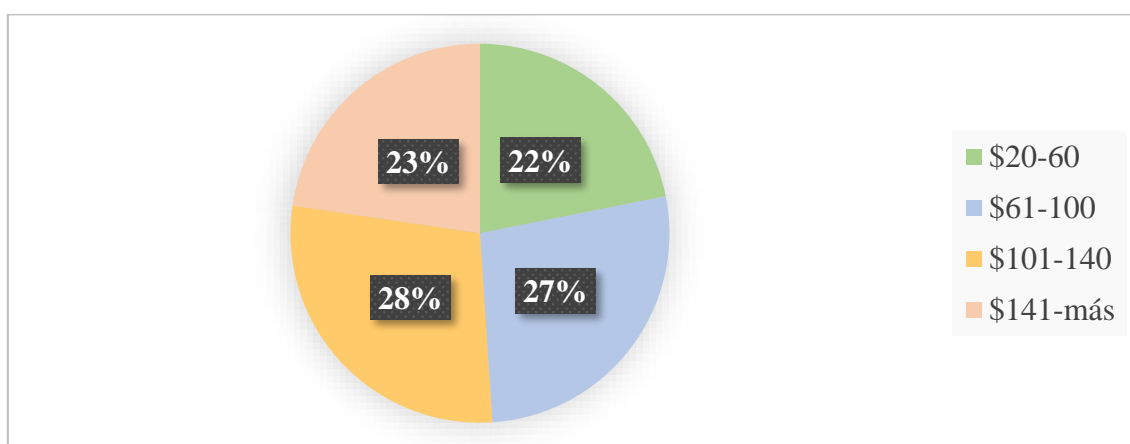
**Tabla 5 Gastos en la compra de ropa**

Alternativa	Frecuencia	%
\$20-60	84	22%
\$61-100	104	27%
\$101-140	109	28%
\$141-más	87	23%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

**Ilustración 5 Gastos en la compra de ropa**



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

## Interpretación

Del 100% es decir 384 encuestas, el 28% expreso que sus gastos en la compra de ropa son de \$101 a \$140, el 27% muestra que es de \$61 a \$100, el 23% de \$141 a más y por último de \$22 a \$60 un 22%.

### 6.- ¿Le gustaría adquirir sus prendas por medio de sitios de internet?

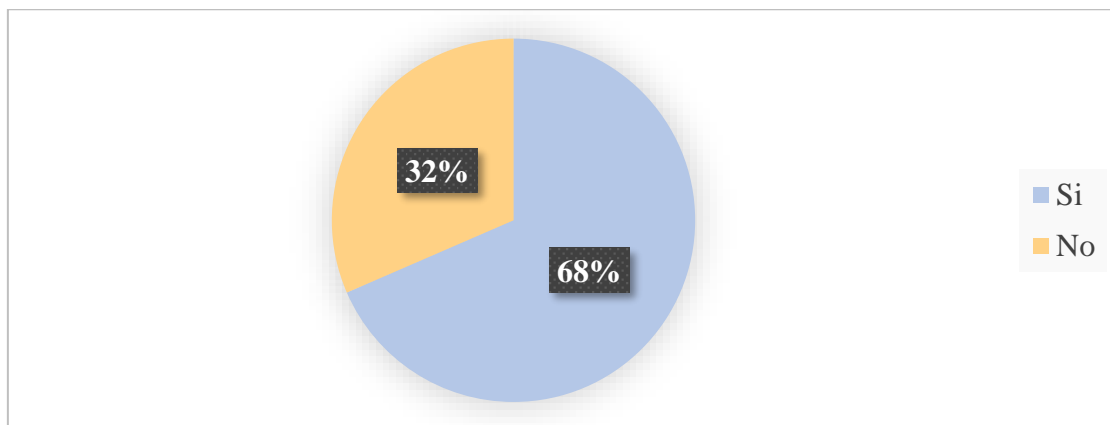
**Tabla 6 Compras mediante el uso de redes sociales**

Alternativa	Frecuencia	%
Si	263	68%
No	121	32%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

### Ilustración 6 Compra mediante el uso de redes sociales



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

## Interpretación

De 384 encuesta, como lo muestra el grafico el 68% de los consumidores les gusta comprar por medio de redes sociales ya que así ahora por lo de COVID tiene mayor seguridad, no es necesario salir y el 32% de los consumidores menciona que no porque muchas veces no entregan lo que se pide.

### 7.- ¿Qué red social utiliza más?

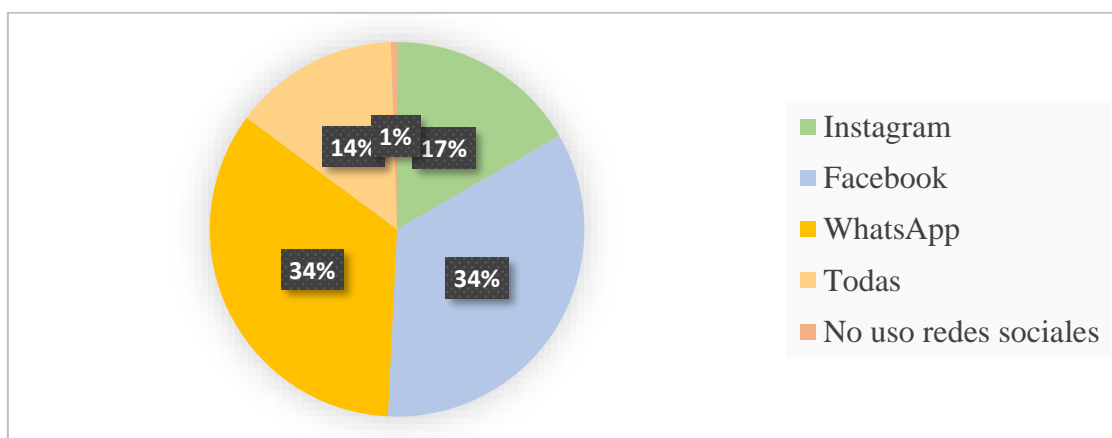
**Tabla 7** Uso de redes sociales

Alternativa	Frecuencia	%
Instagram	64	17%
Facebook	131	34%
WhatsApp	132	34%
Todas	55	14%
No uso redes sociales	2	1%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

**Ilustración 7** Uso de redes sociales



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

## Interpretación

De 100% es decir de las 384 encuestas realizadas se describe que las redes sociales que las personas consideran importantes son Facebook y WhatsApp debido a que arrojan el mismo resultado de 34%, seguido Instagram con un 14%, el 17% de los encuestados expresa que da uso a todas las redes y que todas tienen la misma función de informar y darnos la oportunidad de conocer productos nuevos y por último se da un resultado de 1% en el no del uso de redes sociales porque hoy en día todos la usamos.

### 8. - ¿Recomendaría este producto a sus amigos y familiares?

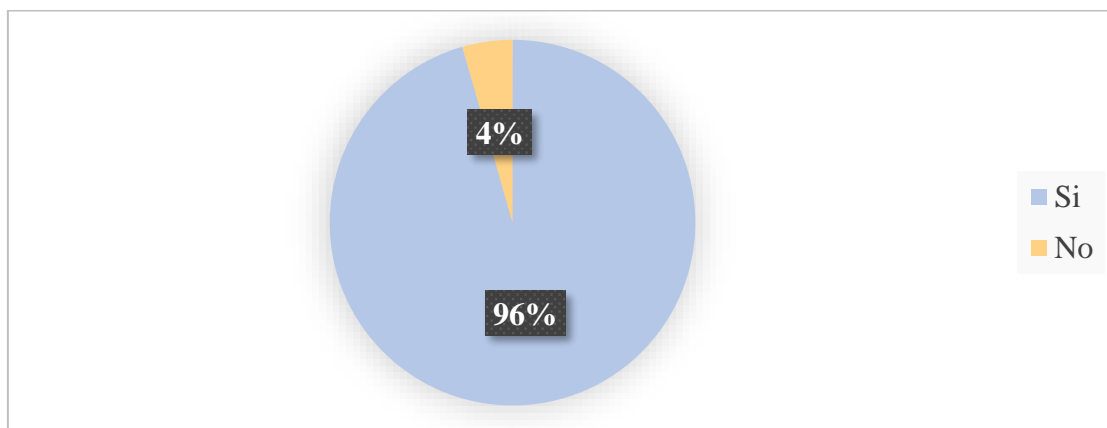
**Tabla 8 Recomendación del producto**

Alternativa	Frecuencia	%
Si	367	96%
No	17	4%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

**Ilustración 8 Recomendación del producto**



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

## Interpretación

Según el gráfico indica que del 100%, existe un 96% de encuestados que les gusta recomendar el producto y el 4% menciona que no.

## 9.- ¿Le gustaría que semanalmente le brindemos asesoramiento de imagen por medio de redes sociales?

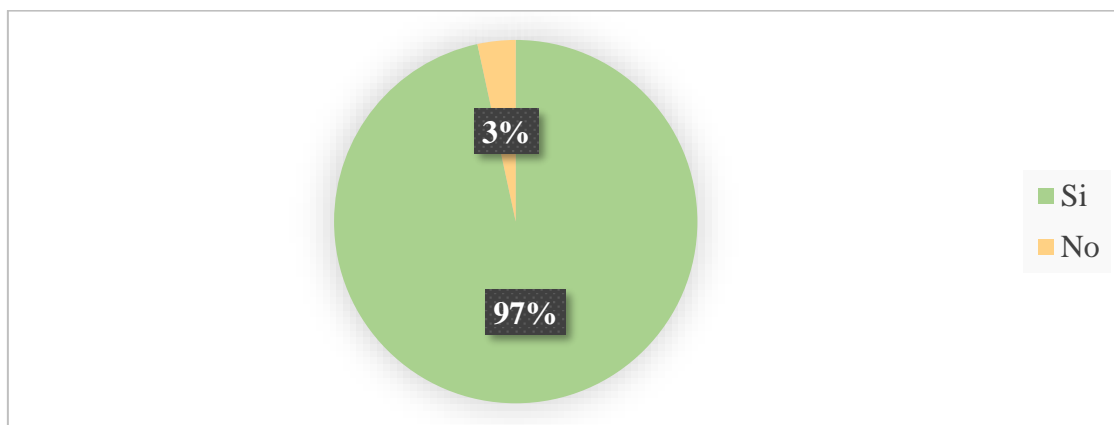
**Tabla 9 Asesoramiento de imagen**

Alternativa	Frecuencia	%
Si	371	97%
No	13	3%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

**Ilustración 9 Asesoramiento de imagen**



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

## Interpretación

Hoy en día es recomendable y muy importante tener asesoramiento de imagen para tener el conocimiento de cómo presentarnos en cada ocasión y esto las personas lo

tiene muy presente ya que el gráfico muestra un valor de 97% si y las que no tiene clara las ideas prefieren un no con el 3%.

#### 10.- ¿Le gustaría que se ofrezcan promociones?

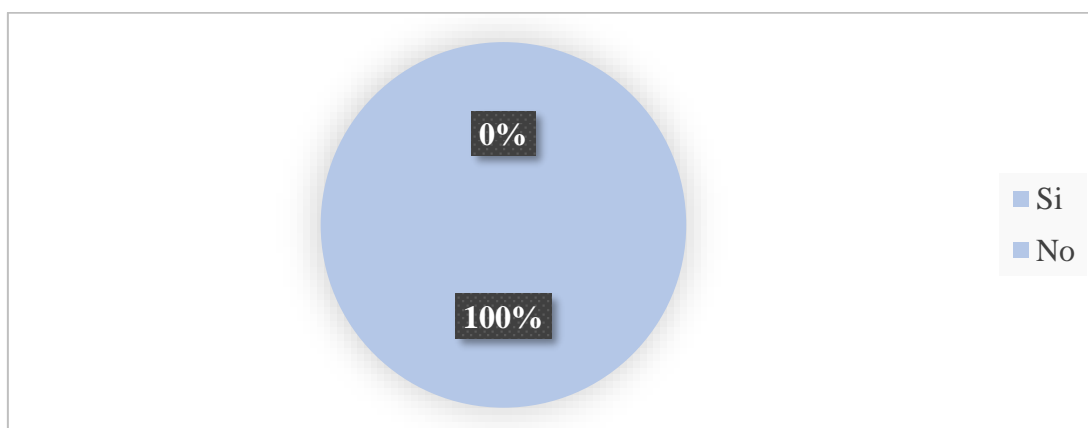
**Tabla 10 Promociones**

Alternativa	Frecuencia	%
Si	384	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

**Ilustración 10 Promociones**



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

#### **Interpretación**

Hoy en día las personas buscan más promociones y ofertas es por esto, por lo que tenemos claro que el 100% de los consumidores les agradó la propuesta teniendo como resultado si al 100%.

## 11.- ¿Cuál de estas promociones le gustaría?

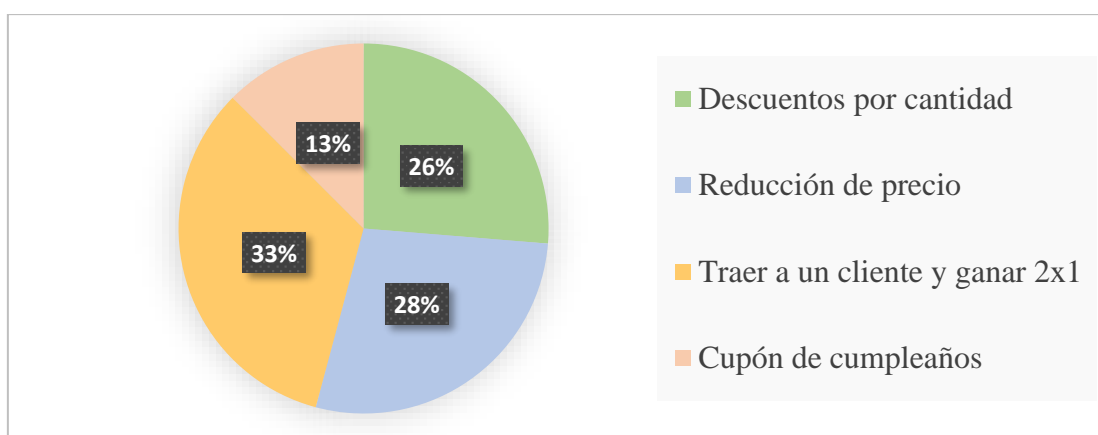
**Tabla 11** Gastos y preferencias sobre promociones

Alternativa	Frecuencia	%
Descuentos por cantidad	101	26%
Reducción de precio	107	28%
Traer a un cliente y ganar 2x1	128	33%
Cupón de cumpleaños	48	13%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

**Ilustración 11** Gustos y preferencias sobre promociones



**Fuente:** Encuesta realizada en la parroquia Tarqui del sector Norte de la ciudad de Guayaquil.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios.

### Interpretación

De 384 encuestas se puede observar que el 33% de las personas desean el tipo de promoción de traer a un cliente y ganar 2x1, continuando a el valor 28% prefieren La reducción de precio, el 26% descuentos por cantidad y para finalizar el 13% les agradan el cupón de cumpleaños.

## **Análisis e Interpretación de Resultados**

Los resultados de las encuestas realizadas en la presente tesina revelaron que el género más encuestado fue femenino esto muy conveniente debido a que el presente trabajo está más enfocado en la ropa femenina.

Las personas más encuestadas oscilan en la edad de entre 31- 50 años se puede observar que son personas que están de acuerdo con el negocio ya que es necesario y lo ven como una oportunidad de empleo también para quienes no lo tienen y conocen de la confección.

La frecuencia con la que compran ropa mayormente es anual debido a que las personas más lo hacen por necesidad personal, fiestas o algo que sea totalmente necesario también depende de la situación financiera de cada persona, sin embargo, hay temporadas donde hay mayor demanda y son las mencionadas por los consumidores.

Cabe mencionar que todos son importantes, pero uno de los aspectos que más influyen hoy en día es la calidad debido a que las personas más se fijan en que el producto esté bien elaborado y sea el adecuado, puede que el servicio sea bueno, pero si el producto no lo es, de que serviría adquirirlo. Calidad lo es todo, si hay calidad en la empresa y en el producto hay servicio, precio y otros más.

Cada consumidor gasta en prenda por cada compra realizada \$141 a más y siempre sale contento de la tienda siempre y cuando ha sido bien atendido.

Hoy en día es importante conocer del uso de las redes sociales ya que es importante y muy necesario por lo que los consumidores según la encuesta prefieren adquirir sus prendas por medio de sitios de internet.

Las redes sociales más utilizadas son Facebook y WhatsApp ya que incluso se puede obtener buenos beneficios y por medios de esta podemos obtener conocimientos de muchas cosas.

Muchos mencionan con un 96% que si se recomendará el producto siempre que quede satisfecho con el lugar.

Las personas creen conveniente el hecho de que se brinde asesoramiento de imagen porque, aunque no parezca es necesario vestir bien ya que en cómo nos vestimos nos reflejamos.

Las promociones no se pueden esperar son las más deseadas por el consumidor y porque no complacerles según se muestra existe un 33% de las personas que están de acuerdo.

Para finalizar a las personas el tipo de descuento que más prefiere es de conseguir cliente y ganar 2x1.

Con los resultados obtenidos en la encuesta realizada en la parroquia Tarqui puedo deducir que se puede llevar a cabo el plan de negocio ya que para las personas del sector es muy grato conocer del presente proyecto.

### **Resultado de la Entrevista**

Se realizó una entrevista al Gerente general Jonny Meza Chávez de la empresa Meza y Malla S.A con el fin de conocer sobre el emprendimiento dentro de la confección donde indica que tener un negocio implica de mucha responsabilidad, paciencia y carácter para que este sea frutífero. También menciona que el negocio se mantiene estable pero han exigido momentos en los cuales ha decaído sin embargo él busca nuevas alternativas para que se mantenga en un buen margen. Está contento con sus colaboradores ya que le han brindado su apoyo en momentos difíciles y trata de que ellos estén contentos también.

### **Resultado de la Observación**

En la Observación realizada se pudo constatar que, dentro del sector norte de la ciudad de Guayaquil, existen pequeños talleres con falta de servicio y calidad al cliente, esto debido a que no tienen buena infraestructura y el sector no tiene parqueo. En su mayoría solo existen pequeños locales de venta de ropa deportiva o de casa, pero no ropa de diferente tipo algo más llamativo y no cuenta con asesorías u otro tipo de servicio que haga crecer el mercado de la venta de ropa en el sector.

## **2.4 Herramientas de análisis**

### **Análisis DAFO (FODA)**

Es utilizado en una empresa, organización, personas, materiales, animales u otros que esté actuando como objeto de estudio en algún momento determinado. Permite diseñar estrategias competitivas para alcanzarlas, ayudando a establecer competencias internas (debilidades fortalezas) y externas (oportunidades y amenazas) para la toma de decisiones. Nos ayudara para determinar la situación actual, permitiéndonos tomar decisiones a futuro.

#### **Fortalezas**

Son factores internos positivos que pueden afectar el desempeño de una empresa y con capacidad de control que se pueden controlar permitiendo tener una ventaja competitiva con respecto a la competencia.

#### **Debilidades**

Son factores internos negativos que pueden afectar al desempeño de una empresa y con capacidad de control. Son los puntos que carece la empresa y que se pueden mejorar.

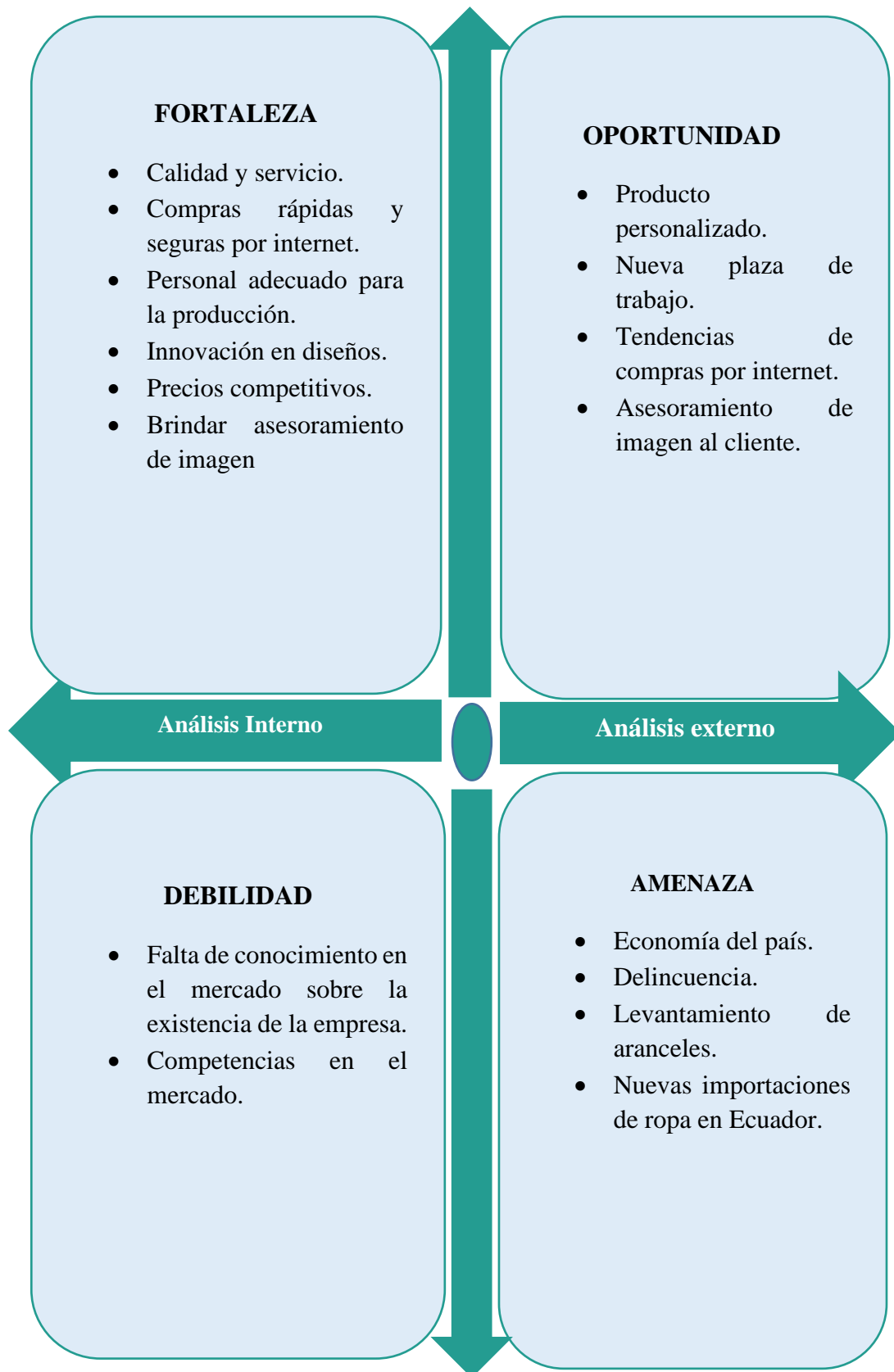
#### **Oportunidades**

Son los factores positivos externos con posibilidades de ser explotados por parte de la empresa que pueden afectar al negocio de manera positiva ya siendo identificados pueden ser aprovechados y pasan a ser fortalezas.

#### **Amenazas**

Son factores externos que podrían afectar su negocio de manera negativa, son problemas o malas situaciones externas que afectan directamente a la existencia de la empresa y si la identificamos con antelación se puede evitar y convertir en oportunidad.

**Ilustración 12 Análisis FODA**

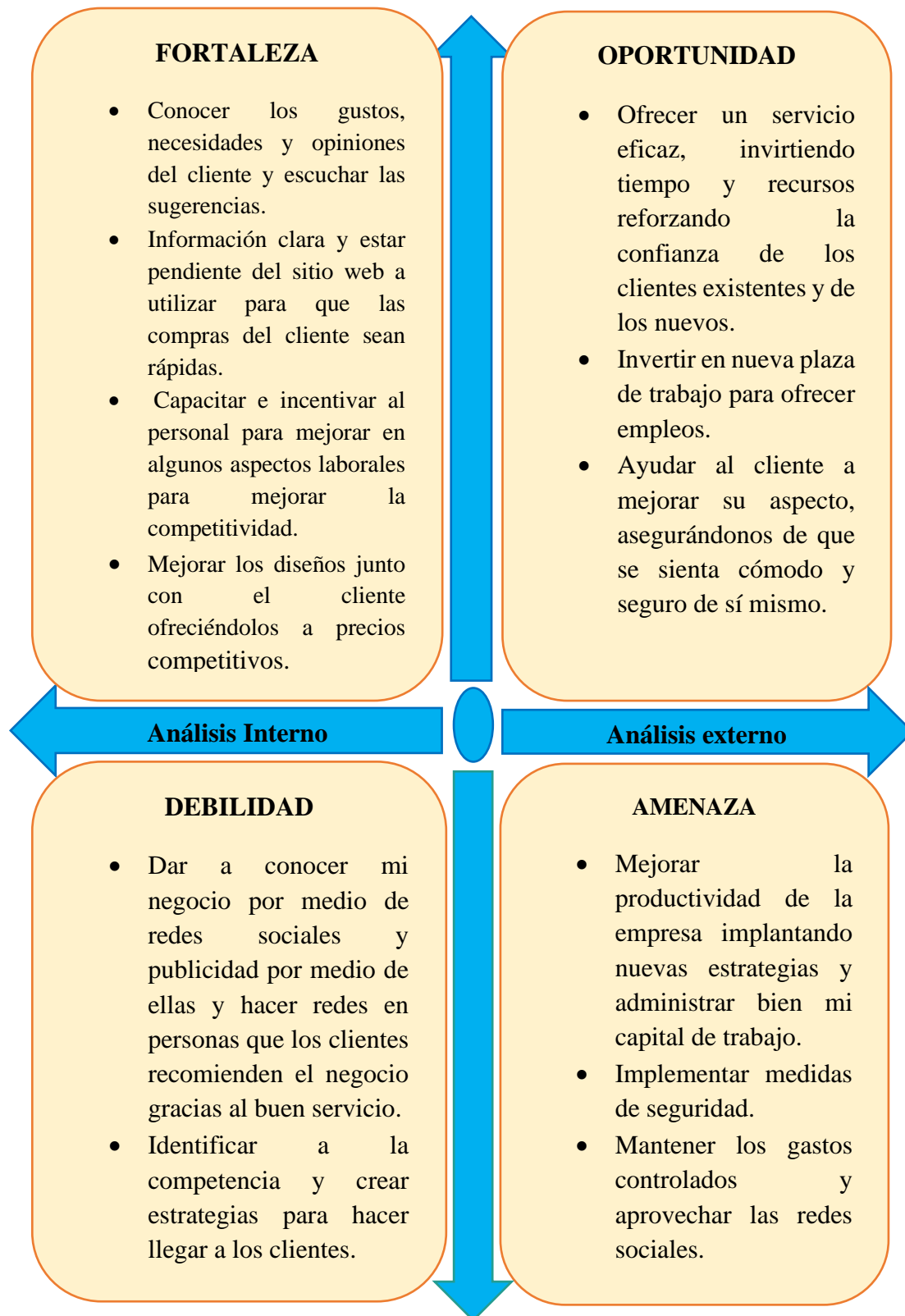


**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## **Análisis CAPA**

Es uno de los métodos que sirve para evaluar una situación dada y poder determinar si el nivel de riesgo es aceptable, son acciones correctivas y preventivas por sus palabras en inglés (corrective and preventive action) esta herramienta permite a las empresas planificar y ejecutar investigaciones sobre fallas en algunos procesos además de encontrar las causas fundamentales e implementar las mejoras correspondientes.

**Ilustración 13 Análisis CAPA**



**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

#### **3.1.1 Título De La Propuesta**

“Diseño de un plan de negocio para la creación de la microempresa CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA, ubicada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil”.

#### **3.1.2 Objetivo De La Propuesta**

Diseñar un plan de negocio de una microempresa de confección de ropa en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

#### **3.1.3 Descripción De La Propuesta**

La presente tesina está basada en el diseño de plan de negocio para la confección y comercialización de prendas de vestir en la microempresa CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA en el sector norte de la ciudad de Guayaquil , es una idea que permite ofrecer prendas para hombres y mujeres (adolescentes, jóvenes y adultos) de buena calidad y economía, además tiene como finalidad satisfacer al cliente dándoles la oportunidad de personalizar sus prendas y tener asesoría personal para el conocimiento de combinado de colores en las prendas , el tipo de prendas a usar según el cuerpo o el tono de piel , tipo de prenda según la edad , el tiempo y otros . También se toma en cuenta la crisis mundial del (COVID 19) permitiéndonos ofrecer nuestros servicios por medio de redes sociales y permitir facilitar el envío de las prendas, esto es de mucha importancia por la salud de todos. Busca satisfacer las necesidades de los clientes externos e internos. Así, permitir que el cliente exprese en que debemos mejorar para dar buena imagen.

#### **3.1.4 Factibilidad De Aplicación**

El presente trabajo nos ayudara a determinar si la creación de la microempresa CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA es factible o no, es decir, si es posible cumplir con las metas que se tiene previstas para el proyecto.

A continuación, se presentan las siguientes evaluaciones fundamentales:

- Factibilidad administrativa
- Factibilidad Operativa
- Factibilidad Comercial
- Factibilidad Legal
- Factibilidad social

#### **3.1.4.1 Factibilidad administrativa**

Se aplica la factibilidad administrativa ya que el proyecto es un emprendimiento de elaboración y comercialización de prendas de vestir, se realizará un organigrama el cual detallará cada una de las funciones del personal, ya que permitirá las mejoras de los procesos de trabajo, y poder ultimo sirve para representar la organización interna de la empresa.

#### **3.1.4.2 Factibilidad operativa**

Este proyecto permitirá tener medidas para un correcto funcionamiento dentro de la organización y tener al personal adecuado y gracias a este ofrecer el producto deseado. Se podrá buscar al personal calificado para el presente trabajo.

#### **3.1.4.3 Factibilidad comercial**

Se realizaron estudios de mercado en la cual se puede determinar que no existen negocios que den la oportunidad de que el cliente diseñe su prenda y si es necesario realizar arreglos de las prendas, se ha tomado en cuenta la asesoría personal para aprender a vestir mejor. Mas hay negocios de comercialización de prendas y no que las realicen o negocios que vendan prendas de un solo tipo deportiva, formal, casual u otro, pero CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA ofrece variedades para hombre y mujer de diferentes edades desde los 18 en adelante. Además, la comercialización de la prenda también se la realizara por medios de las redes sociales.

#### **3.1.4.4 Factibilidad legal**

La presente investigación está amparada legalmente por la Constitución de la Republica del Ecuador 2008 bajo las siguientes normativas: en la sección octava del trabajo y seguridad social art 33 y sección novena personas usuarias y consumidoras art 52; Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025: Objetivos del eje económico en el objetivo 1 donde menciona que hay que incrementar y fomentar de manera inclusiva las

oportunidades de empleo y las condiciones laborales y con ello la política 1.1 habla de crear nuevas oportunidades para jóvenes mujeres y personas.

Además, se Ampara por el Código Tributario Alcance de responsabilidad art 30 y prohibiciones art 36.

Se menciona también el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales SENADI Sección séptima de los contratos publicitarios art 79, del libro II capítulo I de la protección de las invenciones art 120, sección I De los requisitos de patentabilidad art 129, de las marcas en requisitos para el registro art 194.

Por consiguiente, tenemos la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor Capítulo II Derechos y obligaciones del consumidor art 4, obligaciones del consumidor art 5 y Regulación de la publicidad y su contenido (publicidad prohibida) art 6.

Además, Registro Único Contribuyente (RUC): del registro art 2, de la inscripción obligatoria art 3 y de las responsabilidades art 9.

Se aplica la Ley de Defensa del Artesano art 15 se manifiesta sobre la defensa del artesano.

Se determina que el Código Comercio de la actividad mercantil y de los actos de comercio en general art 7, El comerciante o el empresario de comercio art 10.

Reglamento Técnico Ecuatoriano INEN 013(2R) se expresa sobre el etiquetado de prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir en objetivo 1.1 habla de los requisitos del etiquetado y campo de aplicación menciona las mercancías con tratamientos hormonal y correos rápidos se incluyen campo de aplicación y para productos fabricados a nivel nacional.

#### **3.1.4.5 Factibilidad social**

Debido a las investigaciones realizadas se puede mencionar que este plan de negocios generaría desarrollo económico en la sociedad ya habría nuevas plazas de trabajo para la ciudad de Guayaquil. El proyecto tiene como punto importante satisfacer las necesidades del cliente.

### 3.1.5 Propuesta

Fases para la elaboración de la propuesta:

- Descripción del negocio.
- Misión
- Visión
- Objetivos específicos
- Valores
- Localización
- Logotipo
- Organigrama estructural
- Funciones y cargos
- Imagen del local por área
- Canal de distribución
- Consumidor
- Proveedores
- Competencia
- Estudio económico financiero

#### ✓ **Descripción del negocio**

CONFECIONES JETUP CÍA LTDA es una idea que surge como respuesta a la necesidad del consumidor, se dedicará a la confección y comercialización de prendas de vestir brindando calidad y buen servicio. Además, dispondrá de asesoría de imagen como plus adicional para poder satisfacer las necesidades del cliente. Es una idea que ve la necesidad del mercado dedicándose a la fabricación de diferentes estilos de ropa y nuevos diseños exclusivamente para hombre y mujeres. También dispondrá de capacitación para el personal para que puedan ´planear, mejorar y realizar de manera más eficientes sus actividades para mejorar el clima laboral de la empresa. Así mismo la empresa busca motivar al personal con elogios y recompensas, escucharlo cuando sea indicado y lo más importante construir confianza.

✓ **Misión**

Diseñar, confeccionar y comercializar prendas de vestir de buena calidad siendo una empresa competitiva en la industria de la confección satisfaciendo la necesidad de nuestro cliente brindando buen servicio y capacitando a nuestro personal para el desarrollo de la empresa.

✓ **Visión**

Ser una empresa muy reconocida e innovadora ofreciendo prendas de calidad con diseños personalizados brindando buen servicio a nuestro cliente.

✓ **Objetivos Específicos**

- Satisfacer las necesidades del cliente ofreciendo prendas de vestir con calidad y diseños personalizados.
- Realizar estrategias competitivas que logren el posicionamiento de la empresa.
- Lograr que el cliente se sienta satisfecho con nuestro producto.
- Generar empleo a personas del sector y con discapacidad.

✓ **Principios y valores**

• **Honestidad**

Con el cliente al ofrecer las prendas de vestir y en la atención; al personal cumpliendo con los compromisos y actividades.

• **Calidad y servicio**

Hacer sentir al cliente que estamos para servirle recibéndolo con una sonrisa siendo atentos.

• **Competitividad**

Fijar el precio adecuado según sea la calidad de la prenda.

• **Personalización**

Permitir que el cliente diseñe las prendas a su gusto.

- **Responsabilidad**

Con el personal capacitándolos para para mejorar el trabajo, con los clientes no llevarlos al engaño o confusión respecto al producto y con el ambiente respetarlo y cuidarlo haciendo que sea importante para la empresa.

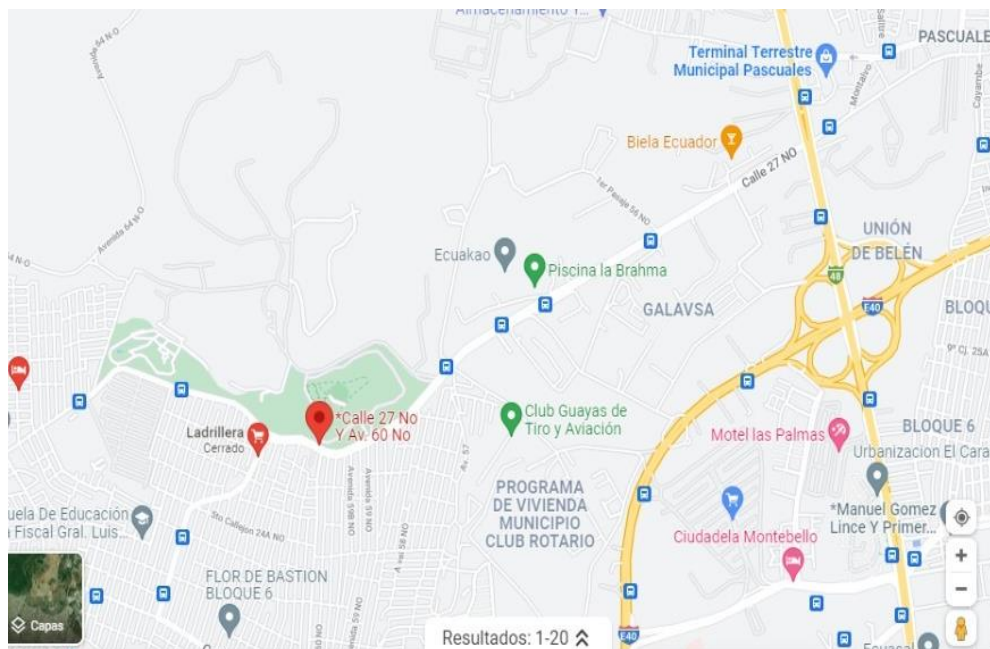
- **Eficiencia**

Alcanzar las metas y objetivos establecidos para el negocio.

- ✓ **Localización**

CONFECIONES JETUP una microempresa que contara con un local pequeño para el área comercial ubicado en el norte (bloque 21). La localización geográfica es una decisión estratégica, importante para el negocio debido a que sería buen lugar para el negocio de prendas de vestir. Dicha decisión de tomo debido a factores que favorecerán nuestro negocio y beneficiarán a los clientes.

### **Ilustración 14 Localización geográfica**



Fuente: Google maps

✓ **Logotipo**

**Ilustración 15 Logotipo**

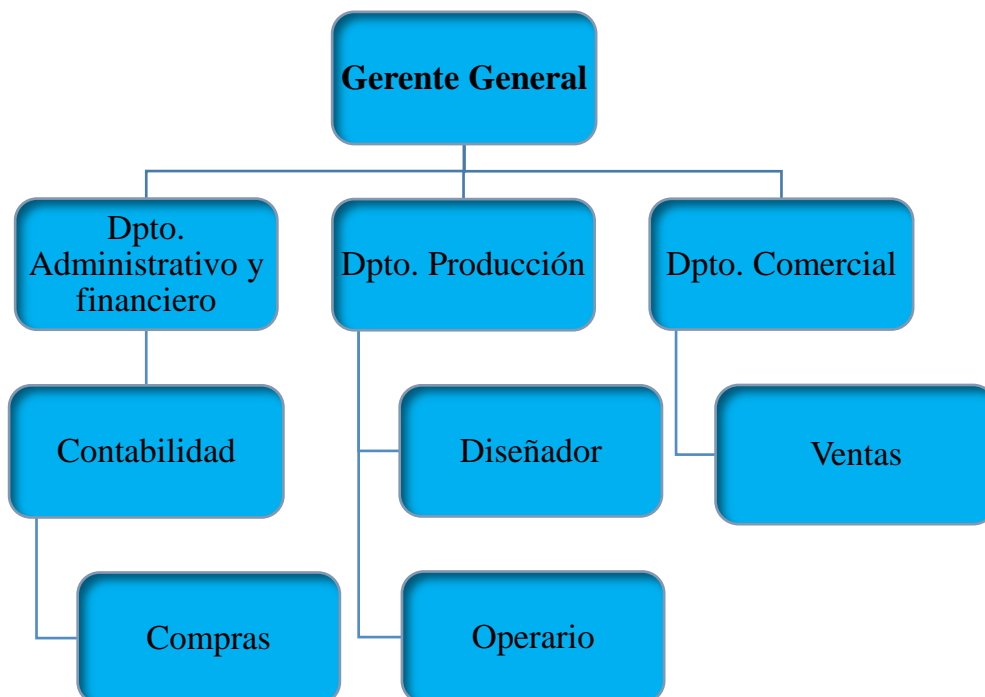


**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

✓ **Organigrama Estructural**

La microempresa CONFECCIONES JETUP se estructura con un organigrama de forma jerárquica respetando los niveles de mando, a continuación, se detalla cada función:

**Ilustración 16 Organigrama**



**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

**Funciones del cargo Gerente General:**

- Organizar, planificar y controlar las actividades a desarrollarse dentro de la empresa.

**Funciones del cargo Administrativo y financiero:**

- Controlar el presupuesto y el manejo de gestión.
- Llevar el registro de las actividades económicas de la empresa.
- Realizar los inventarios.
- Llevar un control del personal e implantar mejoras para la empresa.
- Archivar y revidar los documentos financieros contables.

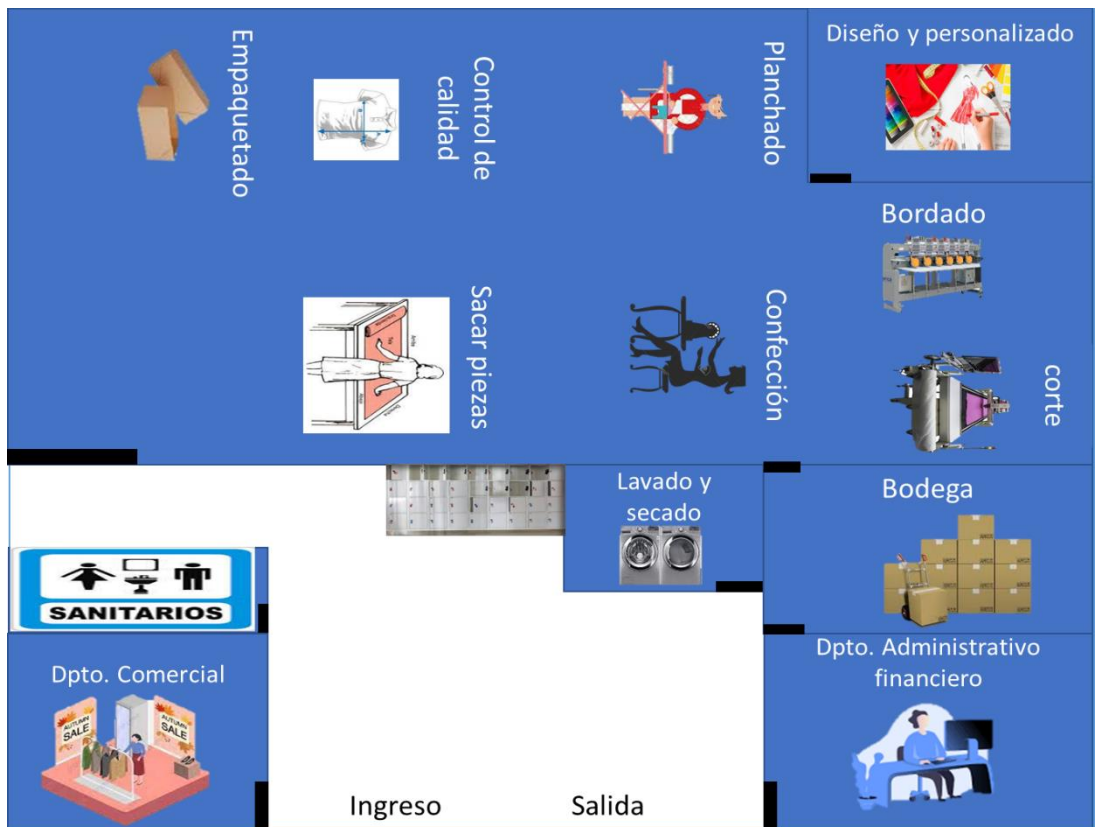
**Funciones del cargo de producción:**

- Diseñar plan estratégico para la producción.
- Supervisar el funcionamiento del área.
- Aplicar habilidades creativas.
- Diseñar, cortar, elaborar, revisar y empacar el producto.

**Funciones del cargo de comercial:**

- Conocer las necesidades del cliente.
- Crear estrategias para alcanzar metas de ventas.
- Conocer el producto.

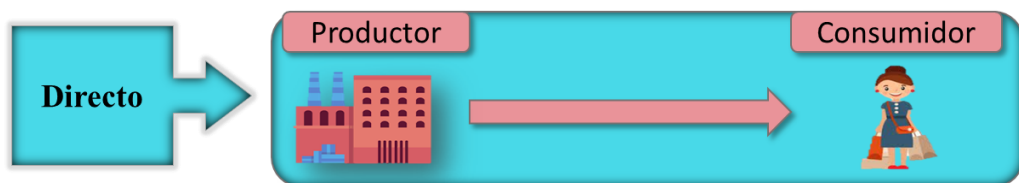
**Ilustración 17 Imagen del local por área**



**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

✓ **Distribución**

**Ilustración 18 Canal de distribución**



**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

El producto llega directamente desde el fabricante al consumidor final.

✓ **Consumidor**

Mis consumidores son personas de 18 años en adelante que tiene capacidad de compra que buscan satisfacer sus necesidades con las prendas de vestir como tener asesoramiento de imagen ya que no en toda empresa las brindan o un look personalizado , a muchos nos gustaría este tipo de servicio .En donde sentirse cómodo y seguro a la hora de vestir además de esto pueden tener facilidades de compra usando las redes sociales ya que hoy en día debido a que estamos pasando (COVID 19) es de gran importancia.

✓ **Proveedores**

**Tabla 12 Guía de observación a proveedores de tela**

<b>Proveedores de telas</b>			
<b>Descripción</b>			
<b>Precio</b>	Accesible	Accesible	Inaccesible
<b>Posicionamiento</b>	33 años	70 años	48 años
<b>Organización</b>	Regular	Muy buena	Buena
<b>Entregas a tiempo</b>	Regular	Excelente	Buena
<b>Calidad</b>	Buena	Excelente	Buena
<b>Horario de atención</b>	9:00- 19:00	9:00- 18:00	08:30- 19:00
<b>Consulta</b>			
<b>Servicio</b>	Regular	Excelente	Buena

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

El proveedor de telas con quien hemos decidido trabajar es Lafayette ya que tiene buena calidad y servicio, está bien posicionada en el mercado. Toda empresa o negocio requiere de un proveedor conveniente y que esté dispuesto a satisfacer las necesidades es por esto por lo que requerimos a ella.

Tabla 13 Guía de observación de proveedores de insumos




Proveedores para insumos de confección			
<b>Descripción</b>			
<b>Precio</b>	Accesible	Accesible	Accesible
<b>Posicionamiento</b>	32 años	12 años	5 años
<b>Organización</b>	Muy buena	Buena	Muy Buena
<b>Entregas a tiempo</b>	Excelente	Buena	Excelente
<b>Calidad</b>	Excelente	Muy buena	Excelente
<b>Horario de atención</b>	08:30-18:30	09:00-19:00	09:00-17:30
<b>Consulta</b>			
<b>Servicio</b>	Excelente	Regular	Excelente

Elaborado por: Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

Otro proveedor con quien decidimos trabajar en este caso para insumos de la microempresa CONFECIONES JETUP CIA LTDA es La sevillana por que cumple con los requisitos como: organización, puntualidad en las entregas, calidad y buen servicio. Pero muy aparte del tema se considera que es una empresa con buen posicionamiento en el mercado y es más grande que las demás esto indica que tiene diversidades de insumos a escoger.

✓ **Competencia**

**Tabla 14** Guía de observación de la competencia

Análisis de la competencia			
Descripción			
<b>Estrategias</b>	Publicidad y descuentos	Ofertas y descuentos	Publicidad
<b>Precios</b>	Competitivos	Competitivos	Competitivos
<b>Pocisionamiento en el mercado</b>	47 años	16 años	82 años
<b>Horario de atención</b>	09:00-18:00	08:30-17.00	11:00-20:00
<b>Servicio a domicilio</b>	No	No	Si
<b>Calidad</b>	Muy buena	Buena	Muy Buena
<b>Fortaleza principal</b>	Número de clientes	Ubicación	Punto de ventas
<b>Debilidad principal</b>	Competencia	Variar productos	Riesgo en conceder créditos
<b>Prendas personalizadas</b>	No	Si	No
<b>Asesorías de imagen</b>	Si	No	No

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

De acuerdo al tipo de servicio del sector que vamos a ofrecer existe una variedad de competencia en el sector , hemos analizado que nuestro competidor más fuerte es De prati ya que el horario de atención y el servicio es bueno , además hay que tomar en cuenta que el posicionamiento en el mercado es mayor a los demás esto hace que la competencia sea más fuerte .Aun así se ha considerado existen aspectos importantes que han dejado a un lado y el consumidor tendría presente y es muy importante para ellos las prendas personalizadas y la asesoría de imagen que es uno de los aspectos importante para nosotros tener en cuenta.

✓ **Estudio económico financiero**

Se utilizarán diferentes técnicas de evaluación para la implantación del trabajo realizado de la tesina con el fin de decidir si el presente trabajo es viable o no.

**Activos fijos:** Nos permite ingresar todos los activos que no están destinados para ser comercializados (maquinarias, muebles y enseres, equipos de computación y equipos de oficina) cuyo valor es \$15.552,14 además de su depreciación que muestra un total \$1.687,40 que nos ayudara a ver la perdida a causa del desgaste con el tiempo para así poder realizar un balance inicial. (Anexos 4-11).

**Materia Prima:** Por medio de este se podrá identificar los precios y la disponibilidad de materiales, estas serán utilizadas para la elaboración del producto pasando por un proceso de transformación y forma parte del producto final, mientras que los materiales son insumos o suministros involucrados y destinados para la fabricación de los productos. (Anexo 12 y13).

**Tabla de amortización:** Permite conocer saldos y magnitud de los intereses en este caso se realizará una amortización cuota fija. El valor del préstamo es de \$25,000 por 4 años siendo el periodo de mes tenemos una cuota fija de \$579,14 (Anexo 14).

**Activos diferidos:** Pueden ser vistos como gastos, pero aquellos no afectan financieramente la empresa hasta ser utilizados. Son bienes y servicios que se pagan de manera anticipada, aunque no lleve la contabilidad, son desembolsos que recibirán bienes o servicios a futuro como es el caso del trabajo presentado; los permisos, registros y adecuaciones de la microempresa CONFECIONES JETUP CÍA LTDA. (Anexo 15y16).

**Blance inicial:** La realizamos para conocer de una forma resumida la situación de la microempresa, esta se hace debido al inicio del ciclo contable cabe recalcar que hace en el momento que está por iniciar las operaciones de la microempresa. El total de recurso que dispone la empresa para realizar sus operaciones es de \$27.450,12 se indica que la deuda u obligación de la empresa es \$25.000. (Anexos 17).

**Roll de pagos:** Es un registro bien detallado que se le hace al trabajador o se puede indicar que es un comprobante de que ha recibido cierta cantidad de dinero (Anexo 18,19 y 20).

**Gasto administrativo y venta:** Están relacionadas directamente con la administración del negocio en estas constan Gastos administrativos, Operativos y servicio básico dando un total de \$119.700,66. (Anexo 21,22, y 23).

**Costo:** Nos permite conocer el costo unitario de las prendas de vestir y el costo de ventas totales para saber cuánto se debe cobrar para ser rentable y poder generar ganancias permitiendo la elaboración del producto que se comercializara. Este nos ayudara a estimar los niveles de ventas para conocer la rentabilidad de la microempresa detallando los ingresos de las ventas de lo que se espera ganar según el periodo ya estimado , con el costo y el presupuesto de ventas obtenemos las ganancias en cada

año consecutivo que en el primer año es de \$137.253,75 al año 2 se incrementan a \$144.116,44 y el año 3 a \$151.322,26 por el cual es muy beneficioso para el negocio y se espera seguir al mismo ritmo ya que así con buenas ventas el negocio tendrá la oportunidad de incrementarse con nuevos puntos de ventas y generar oportunidades de empleo a nuevas generaciones . (Anexo 24, 25 y 26).

**Estado de resultado proyectado:** Este nos ayudara a conocer los ingresos, gastos, ganancia o pérdida del tiempo predeterminado de la microempresa. En este caso el año 1 tenemos una Ganancia o utilidad bruta de \$137.253,75, Utilidad antes participación del empleado \$15.634,28, como resultado final o ganancia neta tenemos \$13.289,14. (Anexo 27).

**Balance final:** Se realizo con el fin de conocer la situación económica de la microempresa CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA y nos permite detectar las deudas, banco y las inversiones. Por lo tanto, nos indica que la empresa posee un total de activos de \$38.340,76 las deudas \$22.601,50 y como patrimonio contamos con un valor de \$15.739,26. (Anexo 28).

**Flujo de caja:** Es un informe donde se reflejan los ingresos y egresos; en el primer año el total de ingresos nos da \$734.035,26, el total de egresos \$718.542,22 y el flujo neto y saldo acumulado \$15.493,04 en lo que se indica que los siguientes existe un incremento de 1,05 en las ventas. (Anexo 29).

**Factibilidad:** Se puede mencionar que se va a recuperar la inversión ya que el TIR se encuentra en un 77%, el VAN también es positivo lo cual tenemos un valor de 101.988,18 y una TASA del 12%. (Anexo 30).

### **3.1.6 Resultados Esperados De La Aplicación De La Propuesta**

Se pretende tener resultados esperados identificando al mercado y las competencias. Llegar al mercado analizando las debilidades de la competencia para fortalecer las nuestras, además de esto ofrecer nuevos productos desarrollando ideas que nos ayude a crecer en el mercado, así tener en un futuro un crecimiento económico y poder invertir en nuevos puntos de ventas y ser reconocidos a nivel nacional dando oportunidades de empleo a nuevas generaciones.

### 3.1.7 Conclusiones

Existen muchos negocios de confección de ropa en todo el mundo y muchos de estos están en el contrabando, la piratería y la competencia más que todo en china, sin embargo, nacionalmente existe una participación grande en el mercado y que ayuda mucho a la economía del país. En todo el tiempo de pandemia desde los inicios del COVID 19 empezaron a disminuir negocios de este tipo ya que ni había ventas e incluso empresas grandes y reconocidas quebraron como Fierro y otras más. Por otro lado, hubo empresas que se crearon y un punto muy importante dentro de la confección de ropa es que en un tiempo predeterminado solo empresas que brindaban productos de primera necesidad abrían, con esto menciono que las empresas de confección de ropa no se incluían al menos que confeccionen mascarillas o los famosos overoles que se necesitaban por la emergencia muchos negocios se dieron la oportunidad de ver soluciones. A que me quiero referir es que confección significa oportunidad porque muchas personas que fueron desempleadas o por ese tiempo no pudo trabajar busco un sustento por méritos propios elaborando y ofreciendo donde más podían ropa , sabanas mascarillas u overoles en su hogar quienes contaban con una máquina de coser y materiales de trabajo para ofrecer el servicio .Un negocio de confección de ropa se puede empezar poco a poco e incluso con conocimientos básicos y con una máquina de coser o empezar haciendo arreglos de prendas de vestir , todo depende de la actitud de cada persona a esto se le puede sacar provecho ya que no solo se puede confeccionar ropa para personas , también para mascotas , cosas del hogar , o realizar pequeños detalles . Además de esto indico que el negocio o microempresa CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA es rentable según lo indicado en la factibilidad. Las prendas serán confeccionadas con telas de calidad y con diseños personalizados y precios competitivos. La localización de la empresa es en la parroquia Tarqui sector norte bloque 21 entrando la BRAHMA. También tenemos como prioridad satisfacer las necesidades del cliente ofreciéndoles credibilidad y confianza, superar las expectativas, respuestas inmediatas, calidad y servicio y no solo eso si no brindar más de lo que espera.

### **3.1.8 Recomendaciones**

Es recomendable capacitar al personal, acceder a nuevas tecnologías es muy importante, garantizar y fortalecer a la empresa, con el tiempo poder crear nuevas plazas para generar empleo a jóvenes con disponibilidad de tiempo si así lo desean y sin inconvenientes puedan continuar sus estudios.

Dentro de este emprendimiento se establece que es una microempresa artesanal por el cual se integran personas con discapacidad o sin discapacidad que deben cumplir y ser responsables sobre sus labores además de eso todos serán vistos de la misma manera y sus labores serán acuerdo a la capacidad de poder producir.

Está dirigido a todo público en general, a futuro es recomendable realizar mejoras en la microempresa y contratar más personal para mejorar la producción.

## **Bibliografía**

- ABCdesevilla. (07 de 21 de 2021). Obtenido de Bulevar Sur:  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Arrogancia>
- Ancín, S. d. (2016). Crear una empresa en la practica. Madrid: [www.esic.edu/editorial](http://www.esic.edu/editorial).
- Bloglohe. (26 de 08 de 2019). Bloglohe. Obtenido de Bloglohe:  
<https://loheinternacional.com/blog/index.php/es/2019/02/08/fibra-artificial-fibra-natural-fibra-sintetica/>
- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik, A. (2015). Guía Practica para la Elaboracion de un Plan de Negocio. En J. Bóveda, A. Oviedo, & A. Yakusik, Guía Practica para la Elaboracion de un Plan de Negocio (pág. 6). San Lorenzo: JICA.
- Bueno, B., Ramos, S., & Barrelleza, G. F. (2018). Elementos Básicos de Administración . En B. Bueno, S. Ramos, & G. F. Barrelleza, Elementos Básicos de Administración (pág. 11). México: UAS/DGEP.
- Carvajal, V. (2017). Diseño , innovación y moda:entre la tecnologia y el arte. Revista Legado de Arquitectura y Diseño, 4.
- Codigo Tributario. (21 de 08 de 2018). Obtenido de Codigo Tributario:  
<https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/CODIGO%20TRIBUTARIO.pdf>
- Constitución de la Republica del Ecuador. (02 de 02 de 2021). Obtenido de Constitución de la Republica del Ecuador: [https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador\\_act\\_ene-2021.pdf](https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf)
- Correos del Ecuador. (08 de 08 de 2005). Obtenido de Correos del Ecuador:  
[https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/LEY\\_DE\\_PROPIEDAD\\_INTELLECTUAL.pdf](https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/05/LEY_DE_PROPIEDAD_INTELLECTUAL.pdf)
- Definición Definición y etimología. (02 de 12 de 2016). Obtenido de Definición Definición y etimología: <https://definiciona.com/hilaza/>

Definicion.De. (27 de 08 de 2021). Definicion.De. Obtenido de

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

Economipedia. (16 de Diciembre de 2019). Economipedia:Haciendo fácil la economía.

Obtenido de Administración de empresas:

<https://economipedia.com/definiciones/administracion-de-empresas.html>

Gómez, Gonzáles, Claudia, Denisse;Silva ,Olvera,Maria de los Angeles;Gonzáles

Adame Yolanda. (Mayo de 18 de 2018). Conciencia Tecnológica. Obtenido de

El perfil de los Empresarios y la Creacion de Empresas en el Municipio de

Hidalgo Jall: [edalyc.org/jatsRepo/944/94455712002/94455712002.pdf](http://edalyc.org/jatsRepo/944/94455712002/94455712002.pdf)

Herrera, C. (14 de 02 de 2018). APTT Asociación Peruana de Técnicos Textiles.

Obtenido de APTT Asociación Peruana de Técnicos Textiles:

<https://apttperu.com/hilado-tejido-redes-la-pesca/>

INFOGRAFÍA. (20 de 07 de 2012). Ecuador en cifras. Obtenido de Ecuador en cifras:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias->

[INEC/2012/asi\\_esGuayaquil\\_cifra\\_a\\_cifra.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias-INEC/2012/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf)

Instituto Técnico Ibarra. (09 de 04 de 2019). Corte y confeccion ,noticias y novedades.

¿Qué es corte y confección?, pág. 1.

Joan, M. (2019). Cómo crear un Plan de Negocio útil y creíble. Barcelona:

[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com).

LAFAYETTE. (12 de 06 de 2017). Blog. Obtenido de Blog:

<https://www.lafayette.com/fibras-sinteticas-naturales/>

LEY DEL RGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES, RUC. (20 de 05 de 2016).

Obtenido de LEY DEL RGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES, RUC.

Martins, F. (27 de Enero de 2021). OBERLO. Obtenido de ¿Qué es el emprendimiento

?;Definicion y significado de un emmrendedor y emprendimiento:

<https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>

Mercado. (28 de 08 de 2021). Concepto definición. Obtenido de 28 de agosto del 2021

Parra Alviz, M., Rubio, G. R., & López, P. . (2017). *Emprendimiento y Creatividad :Aspectos esenciales para crear empresa*. Bogotá: ECOE Ediciones Ltda.

Planificación.gob.ec. (21 de 09 de 2021). Obtenido de Planificación.gob.ec:  
<https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>

Sanchez, A., & Ziarsolo, P. (04 de 07 de 2016). *Una introducción a los textiles artificiales en las colecciones de indumentaria del siglo xx y su conservación*. Obtenido de *Una introducción a los textiles artificiales en las colecciones de indumentaria del siglo xx y su conservación*:  
<file:///C:/Users/JENNIFER%20TUAREZ.LAPTOP-8NIMDTD3.000/Downloads/Dialnet-UnaIntroduccionALosTextilesArtificialesEnLasColecc-5590157.pdf>

*Scrib*. (04 de 08 de 2019). Obtenido de  
<https://es.scribd.com/document/405335545/RAYON-VISCOSA-docx>

Seampedia. (24 de 07 de 2020). Obtenido de Seampedia: <https://seampedia.com/tipos-de-hilo-de-coser/>

*Vlex*. (09 de 06 de 2014). Obtenido de Vlex: <https://vlex.ec/vid/ley-21-ley-organica-643461621>

Wikipedia. (03 de 08 de 2021). Wikipedia La enciclopedia libre. Obtenido de Wikipedia la enciclopedia libre: [https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o\\_de\\_moda](https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_de_moda)

WIKIPEDIA La enciclopedia libre. (17 de 03 de 2021). Obtenido de  
<https://es.wikipedia.org/wiki/Mercerizaci%C3%B3n>

Wikipedia.La ciclopedia libre. (19:00 de 29 de 2021). Wikipedia.La enciclopedia libre. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>

## **Anexo 1 Preguntas para encuesta a consumidores**

**Preguntas para los consumidores de la parroquia Tarqui del sector norte de la ciudad de Guayaquil “Confecciones JETUP CIA LTDA”.**

### **1.Género**

Masculino

Femenino

### **2.Edad**

18-30

31-50

51-70

71-más

### **3. ¿Con qué frecuencia realiza compras de ropa?**

Semanal

Quincenal

Mensual

Anual

### **4. ¿Qué aspectos influyen en su decisión de compra de ropa?**

Servicio

Diseño

Precio

Calidad

### **5. ¿Cuánto dinero gasta aproximadamente en la compra de ropa?**

\$20-60

\$61-100

\$101-140

\$141-más

### **6. ¿Le gustaría adquirir sus prendas por medio de sitios de internet?**

Si

No

**7. ¿Qué red social utiliza más?**

- Instagram
- Facebook
- WhatsApp
- Todas
- No uso redes sociales

**8. ¿Recomendaría este producto a sus amigos y familiares?**

- Si
- No

**9. ¿Le gustaría que semanalmente le brindemos asesoramiento de imagen por medios de redes sociales?**

- Si
- No

**10. ¿Le gustaría que se ofrezcan promociones?**

- Si
- No

**11. ¿Cuál de estas promociones le gustaría?**

- Descuentos por cantidad
- Reducción de precio
- Traer a un cliente y ganar 2x1
- Cupón de cumpleaños

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 2 Guía de observación para el sector textil

<b>Guía de Observación</b>	
<b>Sector:</b>	Ladrillera 14/2; Ciudad Victoria 2da Etapa
<b>Observador(a):</b>	Tuarez Palacios Jennifer Monserrate
<b>Fecha:</b>	21/10/2021
<b>Registro de información</b>	
<b>Nombre del negocio</b>	<b>Observación</b>
Moda Baratón	Venta de ropa precios de Bahía, ropa sencilla solo para el hogar en telas licras y algodón (Blusas, faldas, licras, pantalonetas, calentadores y vestidos), no tiene parqueadero av. defectuosa. No brinda asesoría de imagen.
Creaciones bordados y sublimados Romary	Venta de ropa deportiva y de niños local pequeño con pocos productos. La estructura del local en pésimas condiciones. No brinda asesoría de imagen. Brinda sublimados y bordados.
Lisstex taller de costura	Pequeño local de confección de ropa empresarial y arreglos, local apartado de las viviendas del sector.
Confecciones Nahomis	Arreglos y confección de ropa en una pequeña vivienda, prenda de mala calidad y mal servicio ya que demora en la entrega de la prenda elaborada. No hay disponibilidad de tiempo.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

### **Anexo 3 Entrevista al Gerente general Jonny Meza Chávez**

#### **1. ¿Qué piensa respecto a la moda y que le motivó crear un negocio dentro de la confección de ropa?**

Para muchas personas o emprendedores puede ser un estilo de vida seguir la moda, pero sin embargo para otras personas no lo es, más bien veo la necesidad de crear mi propio estilo y la necesidad que tiene el cliente. Crear mi propio negocio es algo que siempre tuve claro y opte por seguir una carrera en ingeniería industrial que me ayudaría, además de desear ser mi propio jefe y marcar mis propias metas.

#### **2. ¿Es difícil emprender un negocio de confección de ropa?**

Siempre he considerado que cuando te propones algo y conoces lo que haces no es difícil, es verdad que tendrás mucha competencia, pero tienes que analizarlas, estudia a tu cliente y el sector para ofrecer algo que sea de buen agrado, me refiero a que puedas atrapar al cliente y mantenerlo siempre observa con atención que puedes mejorar y hazlo o busca opiniones que te puedan servir. En tu sector pueden existir muchos negocios parecidos al tuyo, pero tú puedes tener lo que los demás no tengan.

#### **3. ¿Qué lo llevó a pensar que tendría éxito?**

Siempre tuve claro mis objetivos y me comprometí mucho en lo que deseaba por eso estoy donde estoy ahora, y no los he dejado atrás aún los tengo en mente y quiero seguir creciendo.

#### **4. ¿Cambiaría algo de la actual industria de la moda?**

En lo personal no, solo creo mis propios diseños y lo que el cliente desee. La moda cambia conforme pasa el tiempo ya por naturaleza según sea su cultura, religión, política u otros.

#### **5. ¿Qué le motiva a seguir con la confección de ropa?**

Ya tengo mi negocio mis clientes y lo mejor que me va bien y me siento motivado a seguir creciendo debido a lo mencionado, tengo el apoyo de mi familia que considero importante para mi negocio y para mí. Además, me da la libertad de organizar mi tiempo y pongo mi propio horario, aunque trato de colaborar con el personal involucrando me con

ellos en lo laboral y lo personal ya que siempre he tenido el apoyo de ellos en los peores momentos.

#### **6. ¿Cómo empezó a emprender en la moda?**

Cuando empecé no tenía trabajo y el hecho de querer tener mi propia empresa me ayudo a buscar una estabilidad profesional y económica cuando empecé lo hice solo con 5 máquinas hasta que con el pasar el tiempo fue creciendo mi negocio y he tratado de mantenerlo.

#### **7. ¿Qué consejo me puede brindar para llevar a cabo mi negocio en el mundo de la confección de ropa?**

Es muy importante que identifiques que personas usaran tu ropa estar organizado siempre es bueno ya que te ayudaran estar al tanto y poder planificar tu futuro siempre concéntrate en lo que debes hacer. Siempre tendrás riesgos que superar no tires todo a la basura, arregla esos pequeños detalles que te aran tener riesgos y supéralos busca alternativas que te ayuden.

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

#### Anexo 4 Activo fijo de muebles y enseres

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
1	Colgador de ropa	\$ 10,75	\$ 10,75
4	Perchas	\$ 65,00	\$ 260,00
3	Vestidor	\$ 150,00	\$ 450,00
5	Maniqués	\$ 177,00	\$ 885,00
20	Sillas	\$ 12,00	\$ 240,00
5	Escritorios	\$ 250,00	\$ 1.250,00
5	Silla de escritorio	\$ 45,00	\$ 225,00
<b>ACTIVOS FIJOS</b>			<b>\$ 3.320,75</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

#### Anexo 5 Activo fijo de equipo de computación

<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
5	Computadoras	\$ 240,00	\$ 1.200,00
2	Impresora	\$ 195,00	\$ 390,00
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO</b>			<b>\$ 1.590,00</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

#### Anexo 6 Activo fijo equipo de oficina

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
5	Teléfono	\$ 23,80	\$ 119,00
1	Dispensador de Agua	\$ 97,99	\$ 97,99
1	Aire Acondicionado Slip	\$ 399,00	\$ 399,00
<b>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 615,99</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

### Anexo 7 Activo fijo de equipo de maquinaria

Maquinarias			
Cantidad	Descripción	Costo Unitario	Costo Total
1	Maquina de codo	\$ 950,00	\$ 950,00
5	Maquina costura recta	\$ 470,00	\$ 2.350,00
2	Overlock 5 hilos	\$ 570,00	\$ 1.140,00
1	Maquina de codo	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
3	Cortadoras de tela	\$ 352,00	\$ 1.056,00
1	Cortadora de sesgo	\$ 390,00	\$ 390,00
2	Recubridora	\$ 595,00	\$ 1.190,00
1	Botonadora	\$ 900,00	\$ 900,00
1	Ojaladora	\$ 850,00	\$ 850,00
<b>TOTAL MAQUINARIAS</b>			<b>\$ 10.026,00</b>

<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 15.552,74</b>
-------------------------------	---------------------

Elaborado por: Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

### Anexo 8 Depreciación de muebles de oficina

DEPRECIACIÓN DE MUEBLE DE OFICINA						
Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Colgador de ropa	1	\$ 10,75	\$ 10,75	10	\$ 1,08	\$ 0,09
Perchas	4	\$ 65,00	\$ 260,00	10	\$ 26,00	\$ 2,17
Vestidor	3	\$ 150,00	\$ 450,00	5	\$ 90,00	\$ 7,50
Maniqués	5	\$ 177,00	\$ 885,00	3	\$ 295,00	\$ 24,58
Sillas	20	\$ 12,00	\$ 240,00	5	\$ 48,00	\$ 4,00
Escritorios	5	\$ 250,00	\$ 1.250,00	10	\$ 125,00	\$ 10,42
Silla de escritorio	5	\$ 45,00	\$ 225,00	8	\$ 28,13	\$ 2,34
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 613,20</b>	<b>\$ 51,10</b>

Elaborado por: Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

### Anexo 9 Depreciación de equipo de computación

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN						
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Computadoras	5	\$ 240,00	\$ 1.200,00	5	\$ 240,00	\$ 20,00
Impresora	1	\$ 195,00	\$ 195,00	3	\$ 65,00	\$ 5,42
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 305,00</b>	<b>\$ 25,42</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

### Anexo 10 Depreciación de equipo de oficina

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS DE OFICINA						
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Teléfono	5	\$ 23,80	\$ 119,00	10	\$ 11,90	\$ 0,99
Dispensador de Agua	1	\$ 97,99	\$ 97,99	2	\$ 49,00	\$ 4,08
Aire Acondicionado	1	\$ 399,00	\$ 399,00	10	\$ 39,90	\$ 3,33
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 100,80</b>	<b>\$ 8,40</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

### Anexo 11 Depreciación de maquinaria

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA						
Descripción	Cantidad	Precio	Valor Total	Vida Útil	Depreciación	Depreciación
Maquina de codo	1	\$ 950,00	\$ 950,00	15	\$ 63,33	\$ 5,28
Maquina costura recta	5	\$ 470,00	\$ 2.350,00	15	\$ 156,67	\$ 13,06
Overlock 5 hilos	2	\$ 570,00	\$ 1.140,00	15	\$ 76,00	\$ 6,33
Maquina de codo	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	15	\$ 80,00	\$ 6,67
Cortadoras de tela	3	\$ 352,00	\$ 1.056,00	15	\$ 70,40	\$ 5,87
Cortadora de sesgo	1	\$ 390,00	\$ 390,00	15	\$ 26,00	\$ 2,17
Recubridora	2	\$ 595,00	\$ 1.190,00	15	\$ 79,33	\$ 6,61
Botonadora	1	\$ 900,00	\$ 900,00	15	\$ 60,00	\$ 5,00
Ojaladora	1	\$ 850,00	\$ 850,00	15	\$ 56,67	\$ 4,72
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 668,40</b>	<b>\$ 55,70</b>

<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>\$ 1.687,40</b>
---------------------	--------------------

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 12 Materia Prima

Materia Prima				
Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Canto.	Costo total
Tela rayón	Metros	\$ 1,00	100	\$ 100,00
Tela antifluido gamuzado	Metros	\$ 2,50	175	\$ 437,50
Cierre	Unidad	\$ 1,00	200	\$ 200,00
Tela ojo de pájaro	Metros	\$ 2,25	150	\$ 337,50
Licra de seda	Metros	\$ 2,18	200	\$ 436,00
Antifluido playeros	Metros	\$ 2,62	200	\$ 524,00
Tela algodón	Metros	\$ 2,08	150	\$ 312,00
Tela cuadro piel de durazno	Metros	\$ 2,50	100	\$ 250,00
Tela Satín	Metros	\$ 2,50	100	\$ 250,00
Tela gabardina suiting	Metros	\$ 5,00	50	\$ 250,00
Seda italiana	Metros	\$ 3,93	130	\$ 510,90
Tela dracom	Metros	\$ 2,42	250	\$ 605,00
Apliques	Unidad	\$ 6,00	100	\$ 600,00
Cinta termoadhesiva	Unidad	\$ 6,00	50	\$ 300,00
Reata	Rollos	\$ 5,90	30	\$ 177,00
Etiqueta	Unidad	\$ 1,00	500	\$ 500,00
Hilos	Rollos	\$ 1,99	30	\$ 59,70
Cinta encaje	Metros	\$ 0,60	100	\$ 60,00
Elásticos	Metros	\$ 0,75	300	\$ 225,00
Botones surtidos	Unidad	\$ 0,10	200	\$ 20,00
<b>Total</b>		<b>\$ 52,32</b>		<b>\$ 6.154,60</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

### Anexo 13 Materiales

Materiales				
Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario	Canto.	Costo total
Cinta métrica	Unidad	\$ 2,00	5	\$ 10,00
Corta hilos	Unidad	\$ 1,00	10	\$ 10,00
Lápiz	Unidad	\$ 0,10	25	\$ 2,50
Pie de maquina	Unidad	\$ 4,00	7	\$ 28,00
Guías	Unidad	\$ 4,00	4	\$ 16,00
Cinta de embalaje	Unidad	\$ 6,50	5	\$ 32,50
Tijeras	Unidad	\$ 1,00	15	\$ 15,00
Agujas	Caja	\$ 3,00	3	\$ 9,00
Pistola de etiquetado	unidad	\$ 5,89	2	\$ 11,78
Alfileres	Caja	\$ 1,00	3	\$ 3,00
<b>Total</b>		<b>\$ 28,49</b>		<b>\$ 137,78</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 14 Tabla de amortización

Valor total del préstamo	<b>\$ 25.000,00</b>
Tasa interés anual	<b>5%</b>
Tiempo (años)	<b>4</b>
Frecuencia	<b>12</b>
Periodos (mensualidades)	<b>48</b>

<b>Cuota</b>	<b>\$579,14</b>
--------------	-----------------

CUADRO AMORTIZACION DE PRÉSTAMO				
No.	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
0				\$25.000,00
1	\$579,14	\$468,72	\$ 110,42	\$24.531,28
2	\$579,14	\$470,79	\$ 108,35	\$24.060,49
3	\$579,14	\$472,87	\$ 106,27	\$23.587,62
4	\$579,14	\$474,96	\$ 104,18	\$23.112,67
5	\$579,14	\$477,06	\$ 102,08	\$22.635,61
6	\$579,14	\$479,16	\$ 99,97	\$22.156,45
7	\$579,14	\$481,28	\$ 97,86	\$21.675,17
8	\$579,14	\$483,40	\$ 95,73	\$21.191,77
9	\$579,14	\$485,54	\$ 93,60	\$20.706,23
10	\$579,14	\$487,68	\$ 91,45	\$20.218,54
11	\$579,14	\$489,84	\$ 89,30	\$19.728,71
12	\$579,14	\$492,00	\$ 87,14	\$19.236,71
13	\$579,14	\$494,17	\$ 84,96	\$18.742,53
14	\$579,14	\$496,36	\$ 82,78	\$18.246,18
15	\$579,14	\$498,55	\$ 80,59	\$17.747,63
16	\$579,14	\$500,75	\$ 78,39	\$17.246,88
17	\$579,14	\$502,96	\$ 76,17	\$16.743,91
18	\$579,14	\$505,18	\$ 73,95	\$16.238,73
19	\$579,14	\$507,41	\$ 71,72	\$15.731,32
20	\$579,14	\$509,66	\$ 69,48	\$15.221,66
21	\$579,14	\$511,91	\$ 67,23	\$14.709,75
22	\$579,14	\$514,17	\$ 64,97	\$14.195,58
23	\$579,14	\$516,44	\$ 62,70	\$13.679,15
24	\$579,14	\$518,72	\$ 60,42	\$13.160,43
25	\$579,14	\$521,01	\$ 58,13	\$12.639,41
26	\$579,14	\$523,31	\$ 55,82	\$12.116,10
27	\$579,14	\$525,62	\$ 53,51	\$11.590,48
28	\$579,14	\$527,94	\$ 51,19	\$11.062,54
29	\$579,14	\$530,28	\$ 48,86	\$10.532,26
30	\$579,14	\$532,62	\$ 46,52	\$ 9.999,64
31	\$579,14	\$534,97	\$ 44,17	\$ 9.464,67
32	\$579,14	\$537,33	\$ 41,80	\$ 8.927,34
33	\$579,14	\$539,71	\$ 39,43	\$ 8.387,63
34	\$579,14	\$542,09	\$ 37,05	\$ 7.845,54
35	\$579,14	\$544,48	\$ 34,65	\$ 7.301,05
36	\$579,14	\$546,89	\$ 32,25	\$ 6.754,16
37	\$579,14	\$549,31	\$ 29,83	\$ 6.204,86
38	\$579,14	\$551,73	\$ 27,40	\$ 5.653,13
39	\$579,14	\$554,17	\$ 24,97	\$ 5.098,96
40	\$579,14	\$556,62	\$ 22,52	\$ 4.542,34
41	\$579,14	\$559,07	\$ 20,06	\$ 3.983,27
42	\$579,14	\$561,54	\$ 17,59	\$ 3.421,73
43	\$579,14	\$564,02	\$ 15,11	\$ 2.857,70
44	\$579,14	\$566,51	\$ 12,62	\$ 2.291,19
45	\$579,14	\$569,02	\$ 10,12	\$ 1.722,17
46	\$579,14	\$571,53	\$ 7,61	\$ 1.150,64
47	\$579,14	\$574,05	\$ 5,08	\$ 576,59
48	\$579,14	\$576,59	\$ 2,55	\$ 0,00

Elaborado por: Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

**Anexo 15 Activos diferidos Gastos diferidos**

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>	<b>Amortización anual</b>
Permisos de funcionamiento Municipio	\$ 144,00	\$ 28,80
Registro del nombre comercial	\$ 208,00	\$ 41,60
Permiso cuerpo bomberos	\$ 3,00	\$ 0,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 355,00</b>	<b>\$ 71,00</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

**Anexo 16 Activos diferidos Gastos de educación**

<b>GASTOS DE ADECUACIÓN</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>	<b>Amortización anual</b>
Adecuación del taller	\$ 250,00	\$ 50,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 250,00</b>	<b>\$ 50,00</b>

<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 605,00</b>	<b>\$ 121,00</b>
--------------------------------	------------------	------------------

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 17 Balance Inicial

### BALANCE INICIAL AL 01 DE ENERO DEL 2020

#### ACTIVOS

**ACTIVO CORRIENTE** \$ 11.292,38

Banco \$ 5.000,00

Inventario de materia prima \$ 6.154,60

Inventario de materiales \$ 137,78

**ACTIVO FIJO** \$ 15.552,74

Muebles y Enseres \$ 3.320,75 \$ 3.320,75

Equipo de computación \$ 1.590,00 \$ 1.590,00

Maquinarias y Equipos \$ 10.026,00 \$ 10.026,00

Equipo de oficina \$ 615,99 \$ 615,99

**ACTIVO DIFERIDO** \$ 605,00

Gastos de constitución \$ 355,00 \$ 355,00

Gastos de adecuación \$ 250,00 \$ 250,00

**TOTAL ACTIVOS** \$ 27.450,12

#### PASIVOS

\$ 25.000,00

Préstamo bancario \$ 25.000,00

**TOTAL DE PASIVOS** \$ 25.000,00

#### PATRIMONIO

Capital \$ 2.450,12

**TOTAL PATRIMONIO** \$ 2.450,12

**TOTAL PASIVO+PATRIMONIO** \$ 27.450,12

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 18 Rol Balance de personal

BALANCE DE PERSONAL									
Cantidad	Cargo	SUELDO POR EL TOTAL DE EMPLEADO	Ingresos			Total de Ingresos	Egresos	Total de Egresos	Valor Neto a Recibir
			Salario		Fondo de Reserva 8.33% ( 2do año)		Aporte IESS 9.45%		
1	ADMINISTRADOR	\$ 600,00	\$ 600,00		\$ 49,98	\$ 649,98	\$ 56,70	\$ 56,70	\$ 593,28
1	DISEÑADOR	\$ 500,00	\$ 500,00		\$ 41,65	\$ 541,65	\$ 47,25	\$ 47,25	\$ 494,40
1	CONTADOR	\$ 600,00	\$ 600,00		\$ 49,98	\$ 649,98	\$ 56,70	\$ 56,70	
1	SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN	\$ 425,00	\$ 425,00		\$ 35,40	\$ 460,40	\$ 40,16	\$ 40,16	\$ 420,24
12	OPERARIOS	\$ 5.100,00	\$ 425,00		\$ 35,40	\$ 460,40	\$ 40,16	\$ 40,16	\$ 420,24
2	VENDEDOR	\$ 850,00	\$ 425,00		\$ 35,40	\$ 460,40	\$ 40,16	\$ 40,16	\$ 420,24
TOTAL		\$ 8.075,00	\$ 2.975,00		\$ 247,82	\$ 3.222,82	\$ 281,14	\$ 281,14	\$ 2.348,40

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 19 Rol de provisiones mensual

ROL DE PROVISIONES MENSUAL											
Cantidad	Cargo	SUELDO POR EL TOTAL DE EMPLEADO	Salario	Fondo de reserva	Décimo Tercero mensual	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal 11.15%	Total	Total	BENEFICIOS SOCIALES
1	ADMINISTRADOR	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 49,98	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 25,00	\$ 66,90	\$ 825,21	\$108,33	\$158,31
1	DISEÑADOR	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,65	\$ 41,67	\$ 33,33	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 693,23	\$95,83	\$137,48
1	CONTADOR	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 49,98	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 25,00	\$ 66,90	\$ 825,21	\$108,33	\$158,31
1	SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 35,40	\$ 35,42	\$ 33,33	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 594,25	\$86,46	\$121,86
12	OPERARIOS	\$ 5.100,00	\$ 425,00	\$ 35,40	\$ 35,42	\$ 33,33	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 594,25	\$86,46	\$121,86
2	VENDEDOR	\$ 850,00	\$ 425,00	\$ 35,40	\$ 35,42	\$ 33,33	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 594,25	\$86,46	\$121,86
TOTAL		\$ 8.075,00	\$ 2.975,00	\$ 247,82	\$ 247,92	\$ 200,00	\$ 123,96	\$ 331,71	\$ 4.126,41	\$571,88	\$819,69

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 20 Gasto administrativo

<b>ADMINISTRATIVO</b>		
<b>Gastos</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Sueldos y salarios	\$ 2.050,00	\$ 24.600,00
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 228,58	\$ 2.742,90
Beneficios sociales	\$ 438,49	\$ 5.261,85
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.717,06</b>	<b>\$ 32.604,75</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 21 Gastos operativos

<b>OPERATIVO</b>		
<b>Gastos</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Sueldos y salarios	\$ 6.025,00	\$ 72.300,00
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 671,79	\$ 8.061,45
Beneficios sociales	\$ 381,21	\$ 4.574,46
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.077,99</b>	<b>\$ 84.935,91</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 22 Gastos de servicios básicos

<b>SB</b>		
Agua	\$ 30,00	\$ 360,00
Luz	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Internet	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono	\$ 30,00	\$ 360,00
	\$ 180,00	\$ 2.160,00

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 23 Costos

Descripción	Costo Unitario	PVP	Enero		Costo Unitario	Febrero		Costo Unitario	Marzo	
			Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
Falda	\$ 18,90	\$ 23,90	150	\$ 2.835,00	\$20,79	173	\$ 3.586,28	\$22,87	181	\$ 4.142,15
Shorts de Playa	\$ 18,00	\$ 21,00	150	\$ 2.700,00	\$19,80	173	\$ 3.415,50	\$21,78	181	\$ 3.944,90
Enterizos	\$ 20,75	\$ 32,25	150	\$ 3.112,50	\$22,83	173	\$ 3.937,31	\$25,11	181	\$ 4.547,60
Licras	\$ 19,99	\$ 23,00	150	\$ 2.998,50	\$21,99	173	\$ 3.793,10	\$24,19	181	\$ 4.381,03
Camisa	\$ 22,80	\$ 27,00	150	\$ 3.420,00	\$25,08	173	\$ 4.326,30	\$27,59	181	\$ 4.996,88
Vestido	\$ 32,40	\$ 36,50	150	\$ 4.860,00	\$35,64	173	\$ 6.147,90	\$39,20	181	\$ 7.100,82
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 19.926,00</b>			<b>\$ 25.206,39</b>			<b>\$ 29.113,38</b>

Costo Unitario	Abril		Costo Unitario	Mayo		Costo Unitario	Junio	
	Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
\$25,16	190	\$ 4.784,18	\$ 27,67	192	\$ 5.315,22	\$ 30,44	196	\$ 5.963,68
\$23,96	190	\$ 4.556,36	\$ 26,35	192	\$ 5.062,12	\$ 28,99	196	\$ 5.679,70
\$27,62	190	\$ 5.252,47	\$ 30,38	192	\$ 5.835,50	\$ 33,42	196	\$ 6.547,43
\$26,61	190	\$ 5.060,09	\$ 29,27	192	\$ 5.621,76	\$ 32,19	196	\$ 6.307,62
\$30,35	190	\$ 5.771,39	\$ 33,38	192	\$ 6.412,02	\$ 36,72	196	\$ 7.194,28
\$43,12	190	\$ 8.201,45	\$ 47,44	192	\$ 9.111,81	\$ 52,18	196	\$ 10.223,45
		<b>\$ 33.625,95</b>			<b>\$37.358,44</b>			<b>\$ 41.916,16</b>

Costo Unitario	Julio		Costo Unitario	Agosto		Costo Unitario	Septiembre	
	Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
\$ 33,48	176	\$ 5.904,05	\$ 36,83	203	\$ 7.468,62	\$ 40,51	183	\$ 7.393,93
\$ 31,89	176	\$ 5.622,90	\$ 35,08	203	\$ 7.112,97	\$ 38,58	183	\$ 7.041,84
\$ 36,76	176	\$ 6.481,95	\$ 40,44	203	\$ 8.199,67	\$ 44,48	183	\$ 8.117,68
\$ 35,41	176	\$ 6.244,54	\$ 38,95	203	\$ 7.899,35	\$ 42,85	183	\$ 7.820,35
\$ 40,39	176	\$ 7.122,34	\$ 44,43	203	\$ 9.009,76	\$ 48,87	183	\$ 8.919,66
\$ 57,40	176	\$ 10.121,22	\$ 63,14	203	\$ 12.803,34	\$ 69,45	183	\$12.675,31
		<b>\$ 41.497,00</b>			<b>\$ 52.493,71</b>			<b>\$51.968,77</b>

Costo Unitario	Octubre		Costo Unitario	Noviembre		Costo Unitario	Diciembre	
	Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales		Unidades	Costo Ventas Totales
\$ 44,57	210	\$ 9.353,32	\$ 49,02	241	\$11.831,95	\$ 53,92	290	\$ 15.618,18
\$ 42,44	210	\$ 8.907,93	\$ 46,69	241	\$11.268,53	\$ 51,36	290	\$ 14.874,46
\$ 48,93	210	\$10.268,86	\$ 53,82	241	\$12.990,11	\$ 59,20	290	\$ 17.146,94
\$ 47,14	210	\$ 9.892,75	\$ 51,85	241	\$12.514,32	\$ 57,03	290	\$ 16.518,91
\$ 53,76	210	\$11.283,37	\$ 59,14	241	\$14.273,47	\$ 65,05	290	\$ 18.840,98
\$ 76,40	210	\$16.034,27	\$ 84,04	241	\$20.283,35	\$ 92,44	290	\$ 26.774,02
		<b>\$65.740,50</b>			<b>\$83.161,73</b>			<b>\$109.773,48</b>

Elaborado por: Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

#### Anexo 24 Presupuesto de ventas

VENTAS	Enero			Febrero			Marzo		
	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
Falda	\$ 23,90	150	\$ 3.585,00	\$ 26,29	173	\$ 4.535,03	\$ 28,92	181	\$ 5.237,95
Shorts de Playa	\$ 21,00	150	\$ 3.150,00	\$ 23,10	173	\$ 3.984,75	\$ 25,41	181	\$ 4.602,39
Enterizos	\$ 32,25	150	\$ 4.837,50	\$ 35,48	173	\$ 6.119,44	\$ 39,02	181	\$ 7.067,95
Licras	\$ 23,00	150	\$ 3.450,00	\$ 25,30	173	\$ 4.364,25	\$ 27,83	181	\$ 5.040,71
Camisa	\$ 27,00	150	\$ 4.050,00	\$ 29,70	173	\$ 5.123,25	\$ 32,67	181	\$ 5.917,35
Vestido	\$ 36,50	150	\$ 5.475,00	\$ 40,15	173	\$ 6.925,88	\$ 44,17	181	\$ 7.999,39
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 24.547,50</b>			<b>\$ 31.052,59</b>			<b>\$ 35.865,74</b>

Abril			Mayo			Junio		
PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
\$ 31,81	190	\$ 6.049,84	\$ 34,99	192	\$ 6.721,37	\$ 38,49	196	\$ 7.541,38
\$ 27,95	190	\$ 5.315,76	\$ 30,75	192	\$ 5.905,81	\$ 33,82	196	\$ 6.626,31
\$ 42,92	190	\$ 8.163,48	\$ 47,22	192	\$ 9.069,63	\$ 51,94	196	\$ 10.176,12
\$ 30,61	190	\$ 5.822,02	\$ 33,67	192	\$ 6.468,26	\$ 37,04	196	\$ 7.257,39
\$ 35,94	190	\$ 6.834,54	\$ 39,53	192	\$ 7.593,18	\$ 43,48	196	\$ 8.519,55
\$ 48,58	190	\$ 9.239,29	\$ 53,44	192	\$ 10.264,85	\$ 58,78	196	\$ 11.517,16
		<b>\$ 41.424,93</b>			<b>\$ 46.023,10</b>			<b>\$ 51.637,91</b>

Julio			Agosto			Septiembre		
PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
\$ 42,34	176	\$ 7.465,96	\$ 46,57	203	\$ 9.444,44	\$ 51,23	183	\$ 9.350,00
\$ 37,20	176	\$ 6.560,05	\$ 40,92	203	\$ 8.298,46	\$ 45,02	183	\$ 8.215,48
\$ 57,13	176	\$10.074,36	\$ 62,85	203	\$ 12.744,07	\$ 69,13	183	\$ 12.616,63
\$ 40,75	176	\$ 7.184,82	\$ 44,82	203	\$ 9.088,79	\$ 49,30	183	\$ 8.997,91
\$ 47,83	176	\$ 8.434,35	\$ 52,62	203	\$ 10.669,45	\$ 57,88	183	\$ 10.562,76
\$ 64,66	176	\$11.401,99	\$ 71,13	203	\$ 14.423,52	\$ 78,24	183	\$ 14.279,28
		<b>\$51.121,53</b>			<b>\$ 64.668,74</b>			<b>\$ 64.022,05</b>

Octubre			Noviembre			Diciembre		
PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales	PVP	Cantidad	Ventas Totales
\$ 56,35	210	\$ 11.827,75	\$ 61,99	241	\$ 14.962,10	\$ 68,19	290	\$ 19.749,97
\$ 49,52	210	\$ 10.392,58	\$ 54,47	241	\$ 13.146,61	\$ 59,92	290	\$ 17.353,53
\$ 76,04	210	\$ 15.960,03	\$ 83,65	241	\$ 20.189,44	\$ 92,01	290	\$ 26.650,07
\$ 54,23	210	\$ 11.382,35	\$ 59,66	241	\$ 14.398,67	\$ 65,62	290	\$ 19.006,25
\$ 63,66	210	\$ 13.361,89	\$ 70,03	241	\$ 16.902,79	\$ 77,03	290	\$ 22.311,68
\$ 86,07	210	\$ 18.063,29	\$ 94,67	241	\$ 22.850,07	\$ 104,14	290	\$ 30.162,09
		<b>\$ 80.987,90</b>			<b>\$ 102.449,69</b>			<b>\$ 135.233,59</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

### **Anexo 25 Ganancias**

Descripción	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
	Costo Ventas	Ventas	Ganancia	Costo Ventas	Ventas	Ganancia	Costo Ventas	Ventas	Ganancia
Falda	\$ 84.196,56	\$ 106.470,78	\$ 22.274,22	\$ 88.406,38	\$ 111.794,32	\$ 23.387,93	\$ 92.826,70	\$ 117.384,03	\$ 24.557,33
Shorts de Playa	\$ 80.187,20	\$ 93.551,73	\$ 13.364,53	\$ 84.196,56	\$ 98.229,32	\$ 14.032,76	\$ 88.406,38	\$ 103.140,78	\$ 14.734,40
Enterizos	\$ 92.438,02	\$ 143.668,73	\$ 51.230,71	\$ 97.059,92	\$ 150.852,16	\$ 53.792,24	\$ 101.912,92	\$ 158.394,77	\$ 56.481,86
Licras	\$ 89.052,34	\$ 102.461,42	\$ 13.409,08	\$ 93.504,95	\$ 107.584,49	\$ 14.079,54	\$ 98.180,20	\$ 112.963,71	\$ 14.783,51
Camisa	\$ 101.570,45	\$ 120.280,79	\$ 18.710,35	\$ 106.648,97	\$ 126.294,83	\$ 19.645,86	\$ 111.981,42	\$ 132.609,58	\$ 20.628,16
Vestido	\$ 144.336,95	\$ 162.601,82	\$ 18.264,86	\$ 151.553,80	\$ 170.731,91	\$ 19.178,10	\$ 159.131,49	\$ 179.268,50	\$ 20.137,01
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 591.781,51</b>	<b>\$ 729.035,26</b>	<b>\$ 137.253,75</b>	<b>\$ 621.370,59</b>	<b>\$ 765.487,03</b>	<b>\$ 144.116,44</b>	<b>\$ 652.439,12</b>	<b>\$ 803.761,38</b>	<b>\$ 151.322,26</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 26 Estados de pérdidas y ganancias

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ventas	\$ 729.035,26	\$ 765.487,03	\$ 803.761,38
Costo de ventas	\$ 591.781,51	\$ 621.370,59	\$ 652.439,12
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 137.253,75</b>	<b>\$ 144.116,44</b>	<b>\$ 151.322,26</b>
<b>Gastos Operacionales</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 34.523,56</b>	<b>\$ 36.220,94</b>	<b>\$ 38.000,91</b>
Sueldos y salarios	\$ 32.604,75	\$ 34.234,99	\$ 35.946,74
Depreciación de Activos fijos	\$ 1.687,40	\$ 1.771,76	\$ 1.860,35
Amortización de Activos	\$ 121,00	\$ 127,05	\$ 133,40
Gastos de intereses	\$ 110,42	\$ 87,14	\$ 60,42
<b>Gastos operativos</b>	<b>\$ 87.095,91</b>	<b>\$ 91.450,71</b>	<b>\$ 96.023,24</b>
Sueldos y salarios	\$ 72.300,00	\$ 75.915,00	\$ 79.710,75
Aporte patronal IESS 11.15%	\$ 8.061,45	\$ 8.464,52	\$ 8.887,75
Beneficios sociales	\$ 4.574,46	\$ 4.803,18	\$ 5.043,34
Servicios básicos , teléfono e internet	\$ 2.160,00	\$ 2.268,00	\$ 2.381,40
<b>Utilidad antes de participación empleado</b>	<b>\$ 15.634,28</b>	<b>\$ 16.444,80</b>	<b>\$ 17.298,11</b>
15% Utilidad a empleados	\$ 2.345,14	\$ 2.466,72	\$ 2.594,72
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 13.289,14</b>	<b>\$ 13.978,08</b>	<b>\$ 14.703,39</b>

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 27 Balance final

### CONFECCIONES JETUP CÍA LTDA

#### BALANCE FINAL

AL 23 DE ENERO DEL 2022

#### ACTIVOS

**ACTIVO CORRIENTE** \$ 21.785,42

Banco \$ 15.493,04

Inventario de materia prima \$ 6.154,60

Inventario de materiales \$ 137,78

**ACTIVO FIJO** \$ 16.071,34

Muebles y Enseres \$ 3.320,75 \$ 2.707,55

Depreciación acumulada de Muebles y enseres \$ 613,20

Maquinarias y Equipos \$ 12.231,99 \$ 11.563,59

Depreciación de maquinarias y Equipos \$ 668,40

Equipo de oficina \$ 615,99 \$ 515,20

Depreciación de Equipo de oficina \$ 100,80

Equipo de computación \$ 1.590,00 \$ 1.285,00

Depreciación acumulada de equipos \$ 305,00

**ACTIVO DIFERIDO** \$ 484,00

Gastos de constitución \$ 355,00 \$ 284,00

Amortización de Gastos de constitución \$ 71,00

Gastos de adecuación \$ 250,00 \$ 200,00

Amortización de Gastos de Adecuación \$ 50,00

**TOTAL ACTIVOS** \$ **38.340,76**

#### PASIVO

**PASIVO CORRIENTE** \$ 22.601,50

Préstamo bancario \$ 25.000,00

Pago de Préstamo \$4.743,64

Utilidad por pagar a empleados \$ 2.345,14

**PATRIMONIO** \$ 15.739,26

Capital social \$ 2.450,12

Utilidad Neta \$ 13.289,14

**TOTAL PASIVO+PATRIMONIO** \$ **38.340,76**

**Elaborado por:** Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## Anexo 28 Flujo de caja

<b>FLUJO DE CAJA</b>			
<b>Ingresos</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Ventas	\$ 729.035,26	\$ 765.487,03	\$ 803.761,38
Bancos	\$ 5.000,00	\$ 15.493,04	\$ 42.488,07
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 734.035,26</b>	<b>\$ 780.980,07</b>	<b>\$ 846.249,44</b>
<b>Egresos</b>			
Gastos operativos	\$ 84.935,91	\$ 89.182,71	\$ 93.641,84
Gastos administrativos	\$ 32.715,17	\$ 34.322,12	\$ 36.007,15
Gastos Básicos	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
Pago de préstamo	\$6.949,63	\$6.949,63	\$6.949,63
Compras	\$ 591.781,51	\$ 621.370,59	\$ 652.439,12
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 718.542,22</b>	<b>\$ 753.985,05</b>	<b>\$ 791.197,74</b>
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$ 15.493,04</b>	<b>\$ 26.995,02</b>	<b>\$ 55.051,70</b>
<b>Saldo acumulado</b>	<b>\$ 15.493,04</b>	<b>\$ 42.488,07</b>	<b>\$ 97.539,77</b>

Elaborado por: Jennifer Monserrate Tuarez Palacios

## VAN Y TIR

### Anexo 29 VAN y TIR

<b>FLUJO NETO</b>	
<b>Año</b>	<b>Valor</b>
1	\$ 15.493,04
2	\$ 26.995,02
3	\$ 55.051,70

<b>VAN</b>	\$ 101.988,18
<b>TIR</b>	77%
<b>TASA</b>	12%

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
\$ 27.450,12	\$ 15.493,04	\$ 26.995,02	\$ 55.051,70

Elaborado por: Jennifer Monserrate Tuarez Palacios