



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

**TEMA: “PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
PARA LA ELABORACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE
ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: VERÓNICA LETICIA IBADANGO LIMAICO

**DIRECTOR: MSC. MARCELO
VALLEJOS**

IBARRA, MARZO 2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100359095-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	IBADANGO LIMAICO VERÓNICA LETICIA		
DIRECCIÓN:	CHALTURA, JUAN BOSCO Y ELOY ALFARO		
EMAIL:	vlibadangol@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0995068700

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.
AUTOR (ES):	IBADANGO LIMAICO VERÓNICA LETICIA
FECHA: DD/MM/AAAA	08/07/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ASESOR /DIRECTOR:	MSC. MARCELO VALLEJOS

2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 05 días del mes de agosto de 2021

EL AUTOR:


.....
VERÓNICA IBADANGO

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado Ibadango Limaico Verónica Leticia para optar por el título de INGENIERÍA COMERCIAL, cuyo tema es **“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



Firmado electrónicamente por:
**HENRY MARCELO
VALLEJOS ORBE**

Vallejos Orbe Henry Marcelo

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

RESUMEN EJECUTIVO

Mediante el desarrollo del presente trabajo se tiene como objetivo la Creación de una microempresa para la confección de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, Para el desarrollo de este estudio se vio la necesidad de aplicar necesario la aplicación de encuesta y fuentes bibliográficas las cuales permitieron obtener la información necesaria para el desarrollo del presente proyecto. En el capítulo del Diagnóstico Situacional se identificaron principales aspectos como la PEA del cantón Antonio Ante, principales industrias textiles de la ciudad de Atuntaqui, obtenidos a partir de la Cámara de Comercio del cantón, lo cual ha sido una guía fundamental para el cálculo de la muestra; y a su vez esto ha permitido identificar la falta de iniciativas comerciales en el ámbito textil en Atuntaqui. Al establecer el Estudio de Mercado tanto para el producto chompa como para el producto pantalón se identificaron la oferta, demanda y establecimiento de precios, en el cual la demanda obtenida a partir de las 50 empresas textiles se obtuvo un total de 20 empresas a las cuales van destinadas la confección de las prendas de vestir, y el precio se determinó conforme al análisis de la competencia y los costos incurridos para la confección que lleva cada prenda de vestir. En relación al Estudio Técnico se obtuvo que el lugar óptimo para la instalación de la microempresa se encuentre en la parroquia de Chaltura la cual cuenta con todos los parámetros necesarios para su adecuado desarrollo, así también la inversión necesaria para su inicio será de \$3994,00 dólares. En lo que se refiere al Presupuesto Operacional, se establecieron diferentes tipos de presupuestos, así como los distintos estados financieros, en el cual se estableció que existe un ingreso de \$6014.58 dólares, el mismo que genera una utilidad neta de \$2054.84 dólares al año. Mediante la Estructura Organizacional se desarrollaron aspectos necesarios para crear una adecuada planificación estratégica, en el cual no se incurran en problemas de aspectos legales al inicio en la microempresa, así también se establecieron las distintas funciones que se llevaran a cabo y si es necesario un manual para futuras contrataciones de personal. Lo que se pretende con este tipo de proyectos es aprender a desenvolverse de manera personal y profesional llevando a cabo conocimientos aprendidos y experiencia que con el pasar del tiempo serán necesarios para establecer futuras alianzas y nuevos canales de comercialización, no sólo a nivel local, sino nacional y con visión a espacios internacionales del ámbito textil.



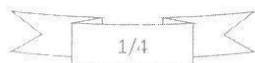
Abstract

The objective of this research is to develop a micro-enterprise for the manufacture of clothing in the city of Atuntaquí, in the province of Imbabura. For the development of this study, it was necessary to apply a survey and a study of bibliographic sources to develop this project. In the chapter on the Situational Diagnosis, essential aspects were identified like the EAP of the Antonio Ante canton, the leading textile industries of the city of Atuntaquí, obtained from the Chamber of Commerce of the canton, which has been a fundamental guide for calculating the sample; and in turn, this has made it possible to identify the lack of commercial initiatives in the textile field in Atuntaquí. When establishing the Market Study for both the sweater product and the trouser product, the supply, demand, and prices were identified. The demand obtained from the 50 textile companies considered a total of 20 companies destined for the preparation of the garments, and the price was determined according to the analysis of the competition and the costs incurred for the manufacture of each garment. Concerning the Technical Study, it was obtained that the optimal place for the installation of the microenterprise is in the parish of Chaltura, which includes all the essential parameters for its adequate development, as well as the investment required for its start, will be 3,994.00 Dollars. Regarding the Operational Budget, it was confirmed that there is an income of 6,014.58 dollars, the same that generates a net profit of 2,054.84 dollars per year. Through the Organizational Structure, necessary aspects were developed to develop adequate strategic planning, in which legal problems are not incurred at the beginning in the micro-enterprise, establishing the different functions and if necessary a manual for a future hiring of staff. What is intended with this project is to learn to function in a personal and professional way, with knowledge and experience to establish future alliances and new marketing channels, not only at the local level but also at national and international scopes in the textile field.



VICTOR RAÚL RODRÍGUEZ

Reviewed by Victor Raúl Rodríguez Viteri



Juan de Velasco 2-39 entre Salinas y Juan Montalvo
062 997-800 ext. 7351 - 7354
Ibarra - Ecuador

gerencia@lauemprende.com
www.lauemprende.com
Código Postal: 100150

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
OBJETIVOS DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO	12
CÁPITULO I	13
1.1. Introducción	13
1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	14
1.2.1. Objetivo General	14
1.2.2. Objetivos Específicos	14
1.3. Variables Diagnósticas	14
1.4. Matriz de Relación Diagnóstica	14
Tabla 1.- Matriz de Relación Diagnóstica	14
1.6. Desarrollo de Variables e Indicadores	15
1.6.1. Antecedentes Geográficos y Demográficos	15
1.6.2. Situación Económica	18
1.6.3. Recursos Tecnológicos	19
1.6.4. Bases Legales	20
1.7. MATRIZ AOOD	23
Es de vital importancia que se tomen en cuenta aspectos relevantes, los mismos que serán primicias para saber si se cuenta con respaldos, no sólo a nivel financiero, sino también geográfico, comercial y legal, y saber hasta dónde se puede llegar en el alcance de desarrollo del emprendimiento. (Tabla 5)	23
Tabla 5.- Matriz AOOD	23
1.8. Determinar Las Oportunidades De La Inversión	24
CAPÍTULO II	25
2. MARCO TEÓRICO	25
2.1. PROYECTO	27
2.1.1. Definición	27
2.2. EMPRESA	28
2.2.1. Definición	28
2.2.2. Funciones de la Empresa	28
2.2.3. Tipos de Empresas	28
2.3. ESTUDIO DE MERCADO	29
2.3.1. Definición	29
2.3.2. Importancia	29

2.3.3.	Análisis e interpretación de resultados	29
2.3.4.	INFORME DE RESULTADOS	30
2.3.5.	MERCADO	31
2.3.6.	SEGMENTACIÓN DE MERCADOS	31
2.4.	ESTUDIO TÉCNICO.....	33
2.5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	35
2.6.	Maquinaria e Insumos de Confección	38
2.7.	Proceso Productivo.....	40
2.8.	Prendas de Vestir.....	41
CAPÍTULO III.....		42
3.	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	42
3.1.	OBJETIVOS	42
3.1.1.	Objetivo General.	42
3.1.2.	Objetivos Específicos	42
3.2.	INTRODUCCIÓN	42
3.2.1.	Tipos de investigación.....	42
3.3.	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	43
3.4.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	44
3.4.1.	Técnicas.....	44
a)	La encuesta.....	44
b)	La Observación Directa.....	45
3.4.2.	Instrumentos	45
3.4.3.	ESTRUCTURA GENERAL DE LA ENCUESTA	45
3.4.4.	VARIABLES A INVESTIGAR.....	47
3.4.4.1.	Introducción de innovaciones	47
Figura 1.-	Producción de la Industria	48
3.4.4.2.	Obstáculos de la producción textil	48
Figura 2.-	Dimensiones de ventas	49
Figura 3.-	Desarrollo de la Industria textil	50
3.4.5.	CÁLCULO Y ESTRATIFICACIÓN DE LA ENCUESTA	50
3.4.5.1.	La muestra	51
CAPÍTULO IV		52
4.	ANÁLISIS Y RESULTADOS	52

4.1.	ESTUDIO DE MERCADO.....	52
4.2.	OBJETIVOS	52
4.2.1.	General	52
4.2.2.	Específicos	52
4.3.	VARIABLES	53
Tabla 7.- Matriz de Estudio de Mercado		54
4.4.	ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	55
4.7.2.	ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS O GERENTES DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES, PERTENECIENTES AL CANTÓN ANTONIO ANTE, DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.....	63
4.5.	ANÁLISIS DEL GRUPO FOCAL.....	63
4.6.	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA	64
4.6.1.	Cálculo de la Demanda.....	64
4.7.	DETERMINACIÓN DE LA OFERTA	65
4.8.	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	65
4.9.	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	66
4.10.	ANÁLISIS DEL PRECIO	66
4.11.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	67
4.11.1.	Estrategias de producto.....	68
4.11.2.	Estrategias de precio.....	68
4.11.3.	Estrategias de plaza	68
4.12.	ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN	68
4.13.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	69
CAPÍTULO V		70
5.	ESTUDIO TÉCNICO	70
5.1.	OBJETIVOS	70
5.1.1.	General	70
5.1.2.	Específicos	70
5.1.3.	ESTRUCTURA DE COSTOS	70
5.1.4.	INVERSIÓN DIFERIDA	71
5.1.5.	MANO DE OBRA DIRECTA	72
5.1.6.	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	72
5.1.7.	GASTOS ADMINISTRATIVOS	74

5.1.8.	CAPITAL DE TRABAJO	75
5.1.9.	DETALLE DE LA INVERSIÓN TOTAL	76
5.1.9.	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	76
5.1.10.	PROCESOS.....	76
5.2.	PROCESO DE CORTE Y CONFECCIÓN.....	77
5.2.1.	Diagrama de Procesos	77
5.2.2.	Diagrama de Confección de Prendas de Vestir	79
5.2.3.	LOCALIZACIÓN	80
5.2.3.1.	Macro localización	80
5.2.4.	Micro localización.....	80
5.3.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	84
5.3.1.	Factores determinantes	84
5.3.2.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	85
Tabla 24.- COSTOS VARIABLES Y FIJOS CHOMPA		86
5.3.3.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	90
CAPITULO VI.....		92
6.1.	ESTUDIO FINANCIERO.....	92
6.1.1.	INTRODUCCIÓN	92
6.1.2.	OBJETIVOS	92
6.1.2.1.	General	92
6.1.2.2.	Específicos	92
6.1.3.	INVERSIÓN INICIAL.....	92
6.1.4.	PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	93
6.1.5.	PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN.....	94
6.1.6.	PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA.....	- 95 -
6.1.7.	PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	- 97 -
6.1.8.	PRESUPUESTO DE CIFS	98
6.1.9.	PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES.....	101
4.4.0.	PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS	104
4.4.1.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA	112
4.4.2.	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	112
4.4.3.	ESTADO DE RESULTADOS	113
4.4.4.	FLUJOS DE CAJA	114

Tabla 41.- FLUJO DE CAJA CHOMPAS	114
7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	118
7.1.1. OBJETIVOS	118
7.1.1.1. General	118
7.1.1.2. Específicos	118
7.1.2. Nombre de la microempresa.....	118
7.1.3. Eslogan de la microempresa	118
7.1.4. Logotipo de la microempresa	119
7.1.5. Misión	119
7.1.6. Visión.....	119
7.1.7. Principios.....	120
7.1.8. Valores	120
7.1.9. Políticas	121
7.1.10. Organigrama estructural	123
7.1.11. Descripción de puestos y funciones	124
7.1.12. Aspectos legales de funcionamiento de la microempresa.	126
CONCLUSIONES	130
RECOMENDACIONES	132
BIBLIOGRAFÍA	134
LINCOGRAFÍA	135
ANEXOS	136
MÁQUINA RECUBRIDORA.....	139
MÁQUINA OBERLOCK.....	139
MÁQUINA RECTA	139
MASCARILLAS	140
MANDIL DE OPERARIA DE COSTURA	140

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.- MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	14
TABLA 2.- UBICACIÓN DEL CANTÓN ANTONIO ANTE-ATUNTAQUI.....	16
TABLA 3.- RANGOS ALTITUDINALES.....	16
TABLA 4.- POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.....	16
TABLA 5.- POBLACIÓN POR GÉNEROS.....	17
TABLA 6.- MATRIZ AOR.....	23
TABLA 7.- SIMBOLOGÍA DE LA FÓRMULA DE LA MUESTRA.....	51
TABLA 8.- MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO.....	52
TABLA 9.- CÁLCULO DE LA DEMANDA.....	64
TABLA 10.- CÁLCULO DE LA OFERTA.....	65
TABLA 11.- PRECIO ESTABLECIDO EN LA UNIÓN DE CONFECCIÓN DE PRODUCTOS BASE.....	67
TABLA 12.- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS.....	71
TABLA 13.- MUEBLES Y ENSERES.....	71
TABLA 14. TOTAL INVERSIÓN FIJA.....	71
TABLA 15.- TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA.....	72
TABLA 16.- MANO DE OBRA DIRECTA.....	72
TABLA 17.- MATERIA PRIMA INDIRECTA.....	73
TABLA 18.- DEPRECIACIÓN.....	73
TABLA 19.- OTROS COSTOS INDIRECTOS.....	74
TABLA 20.- SUMINISTROS DE OFICINA.....	74
TABLA 21.- SUMINISTROS DE LIMPIEZA.....	75
TABLA 22.- CAPITAL DE TRABAJO.....	75
TABLA 23.- INVERSIÓN TOTAL.....	76
TABLA 24.- FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	76
TABLA 25.- MATRIZ DE ASPECTOS LOCACIONALES.....	81
TABLA 26.- VALOR A LA PONDERACIÓN.....	83
TABLA 27.- COSTOS VARIABLES Y FIJOS CHOMPA.....	86
TABLA 28.- PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES FÍSICAS Y MONETARIAS CHOMPAS.....	87
TABLA 29.- COSTOS VARIABLES Y FIJOS DE PANTALÓN.....	88
TABLA 30.- UNIDADES FÍSICAS Y MONETARIAS DE UN PANTALÓN.....	89
TABLA 31.- CAPACIDAD DE LA PLANTA.....	90
TABLA 45.- INVERSIÓN INICIAL.....	92
TABLA 46.- PROYECCIÓN DE INGRESOS CHOMPA.....	93
TABLA 47.- PROYECCIÓN DE INGRESOS PANTALÓN.....	93
TABLA 48.- PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL CHOMPAS.....	94
TABLA 49.- PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN MENSUAL PANTALONES.....	94
TABLA 50.- PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA CHOMPAS.....	95
TABLA 51.- PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA PANTALONES.....	- 96 -
TABLA 52.- PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA.....	97
TABLA 53.- PRESUPUESTO DE CIFS.....	98
TABLA 54.- CIFS CHOMPA.....	- 99 -
TABLA 55.- CIFS PANTALÓN.....	- 100 -
TABLA 56.- PRESUPUESTO GASTOS OPERACIONALES.....	101

TABLA 57.- PRESUPUESTO GASTOS OPERACIONES CHOMPAS	102
TABLA 58.- PRESUPUESTO GASTOS OP. PANTALÓN	103
TABLA 59.- PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DE CHOMPAS	104
TABLA 60.- PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS PANTALON ...	105
TABLA 61.- ESTADO DE RESULTADOS CHOMPA	113
TABLA 62.- FLUJO DE CAJA CHOMPAS	114
TABLA 63.- FLUJO DE CAJA PANTALÓN	115

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.- PORCENTAJE DE POBLACIÓN DE CADA PARROQUIA DE ANTONIO ANTE.....	47
FIGURA 2.- PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA	48
FIGURA 3.- DIMENSIONES DE VENTAS	49
FIGURA 4.- DESARROLLO DE LA INDUSTRIA TEXTIL.....	50
FIGURA 5.- PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA TEXTIL	56
FIGURA 6.- DESTINO DE VENTAS.....	57
FIGURA 7.- DIMENSIONES DE VENTAS	57
FIGURA 8.- DEMANDA DE CLIENTES	58
FIGURA 9.- PRODUCCIÓN DE LA INDUSTRIA	58
FIGURA 10.- SERVICIO DE MAQUILA	59
FIGURA 11.- CONTRATO DEL SERVICIO DE MAQUILA	59
FIGURA 12.- LÍNEA DE PRODUCTOS MÁS DEMANDADOS.....	60
FIGURA 13.- LÍNEA DE PRODUCTOS MÁS DEMANDADOS.....	61
FIGURA 14.- TIPO DE PUBLICIDAD.....	61
FIGURA 15.- PRECIO DE LOS PRODUCTOS	62
FIGURA 16.- SUGERENCIAS DE MEJORA DEL PRODUCTO	62
FIGURA 17.- MACRO LOCALIZACIÓN, CANTÓN ANTONIO ANTE-ATUNTAQUI	80
FIGURA 18.- MICRO LOCALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	82
FIGURA 19.- DISEÑO DE LA PLANTA.....	91
FIGURA 20.- CROQUIS DE LA PANTA DE PRODUCCIÓN.....	91
FIGURA 21.- LOGOTIPO DE LA EMPRESA	119
FIGURA 22.- ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA MICROEMPRESA "CREACIONES V Y S"	123

OBJETIVOS DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

OBJETIVO GENERAL

- ✓ Creación de una microempresa para la elaboración de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Efectuar un diagnóstico situacional del sector productivo textil para identificar la matriz AOOR del emprendimiento.
- ✓ Establecer las herramientas necesarias conforme al emprendimiento, las cuáles permitan instrumentar las variables respectivas, que induzcan a orientar y dirigir el proyecto al mercado objetivo.
- ✓ Desarrollar un estudio de mercado en la ciudad de Atuntaqui para determinar la demanda, oferta y demás variables del producto objeto de estudio.
- ✓ Desarrollar un estudio técnico que permita identificar el proceso, ingeniería e inversión del proyecto de emprendimiento.
- ✓ Elaborar el presupuesto operacional del emprendimiento, con el objetivo de conocer su situación financiera en el lapso de un año.
- ✓ Desarrollar la estructura organizativa del proyecto de emprendimiento con la finalidad de asegurar el correcto funcionamiento de sus actividades.

CÁPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1.Introducción

En 1924 se estableció en la Parroquia Urbana Andrade Marín, en el Cantón Antonio Ante, a 4 kilómetros de Atuntaqui, una de las primeras industrias del país, la Fábrica Textil Imbabura. Comenzó produciendo hilos y telas, pero con el tiempo, la factoría se profesionalizó y conquistó el mercado nacional.

La primera razón es que la línea férrea pasaría cerca de los predios; la segunda, por poseer una ubicación estratégica, ya que en el sector del Valle del Chota se cultivaba algodón; y finalmente porque esta factoría tendría una buena comercialización del producto, pues se encontraba cerca de varios pueblos y ciudades. La Fábrica Textil Imbabura intervino en situaciones culturales, políticas, sociales y económicas de la localidad; fue tal la importancia de esta industria para la comunidad que se creó un dispensario médico, se construyó una planta eléctrica que abasteció al taller y a la ciudad, se edificaron barrios obreros y se fundó la Asociación de Empleados de Atuntaqui (Melo, 2016, párr. I-IV-V).

Por lo tanto, el autor plantea que según la formación de la primera industria textil de Imbabura será una base sólida al hecho de crear una microempresa en la ciudad de Atuntaqui, ésta es una de las maneras más viables de profundizar en el mercado local, y con tendencia al mercado nacional.

Los factores que han vinculado el origen de dichos locales inicialmente han sido relevantes para dar a conocer la oferta textil y conocer más acertadamente las necesidades de todo un pueblo anteño; además de la profesionalización que se iba cultivando en los artesanos, provocando una difusión de modelos y costos que a su vez iban generando una alta utilidad y acuerdo mutuo entre la relación demandante-gusto-satisfacción (Melo, 2016, párr. I-IV-V).

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional del sector productivo textil, para identificar la oportunidad del emprendimiento.

1.2.2. Objetivos Específicos

- ✓ Revisar los antecedentes geográficos y demográficos del sector en donde se desarrolla la investigación.
- ✓ Determinar la situación económica del sector textil en la ciudad de Atuntaqui.
- ✓ Conocer los recursos tecnológicos que se empleará para la elaboración del producto.
- ✓ Identificar las bases legales que presidirán el emprendimiento.

1.3. Variables Diagnósticas

- ✓ Antecedentes Geográficos y Demográficos
- ✓ Situación Económica
- ✓ Recursos Tecnológicos
- ✓ Bases Legales

1.4. Matriz de Relación Diagnóstica

Es importante que se realice este tipo de matriz ya que permite identificar las principales variables, indicadores, técnicas y documentos que serán necesarios para poder desenvolver adecuadamente el marco teórico e informativo del proyecto de emprendimiento, esto es conforme a las necesidades focalizadas del mercado objetivo. (Tabla 1)

Tabla 1.- Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Revisar los antecedentes geográficos y demográficos del sector en donde se desarrolla la investigación	Antecedentes	Ubicación	Investigación	Secundaria
	Geográficos y Demográficos		Documental	
		Población	Investigación	
Determinar la situación económica del sector textil en la ciudad de Atuntaqui	Situación Económica	Población económicamente activa	Documental	Secundaria
		Actividades económicas	Investigación	Secundaria
		Sector Textil	Documental	
Conocer los recursos tecnológicos que se empleará para la elaboración del producto	Recursos Tecnológicos	Maquinaria	Observación	Primaria
Identificar las bases legales que presidirán el emprendimiento	Bases Legales	Permisos Legales de funcionamiento	Investigación	Primaria
		Calificación artesanal (JNDA)	Documental	
		RUC		

Tabla 1.- Matriz de Relación Diagnóstica

1.6. Desarrollo de Variables e Indicadores

1.6.1. Antecedentes Geográficos y Demográficos

El desarrollo de un pueblo depende de ciertos factores, los cuales son claves en la implementación de la mejora de la calidad de vida, que permitirán abrir caminos hacia obras de infraestructura, el buen sistema de mercadeo sobre todo en el ámbito textil, el buen prestigio y acogida de sus productos y trabajadores, han hecho que se disfrute de una cálida acogida reflejada en un sistema de vida material y socialmente dignos.

Cabe mencionar que todo proceso lleva un cambio de altas y bajas, y esta situación le ha sucedido a la ciudad de Atuntaqui, pero no todo es negativo, ya que con el pasar del tiempo y para que haya un mejor desarrollo de la industria textil y por ende un cambio socialmente positivo, se hicieron presentes algunas instituciones públicas y privadas tales como: (GAD) Antonio Ante, Ministerio de Patrimonio Natural y Cultural del Ecuador, entre otras instituciones tanto de carácter público y privado.

Todo este proceso de desarrollo económico ha percutido sobre todo en el marco textil y por ende aspectos legales regulatorios en los cuales se encuentran entrelazados para una adecuada oportunidad asertiva de crecimiento del emprendimiento.

a) Geográficos

El cantón Antonio Ante esta localizado en el centro de la provincia de Imbabura. Fue erigido en cantón en 1938.

Desde Quito, utilizando la panamericana norte, Atuntaqui está a una distancia de 105 Km. que lo recorre en dos horas, por una vía asfaltada de excelentes condiciones. En el trayecto se puede visitar Cayambe y Otavalo.

Desde Tulcán, se dirige hacia el sur, recorriendo 135 Km. en dos horas y treinta minutos aproximadamente por la carretera panamericana llega a Atuntaqui la ciudad cabecera del cantón.

Tabla 2.- Ubicación del cantón Antonio Ante-Atuntaqui

CANTÓN	ANTONIO ANTE
CABECERA CANTONAL	Atuntaqui
PROVINCIA:	Imbabura
PAÍS:	Ecuador
UBICACIÓN:	Noroeste de Imbabura
LÍMITES	Oeste: Cantones Cotacachi y Urcuquí Norte: Cantón Ibarra Sur: Cantón Otavalo Este: Cerro Imbabura
SUPERFICIE	79 km ² (Agenda 21-2004)
POBLACIÓN:	45184 habitantes (Proyección poblacional del último censo de población)
PARROQUIAS:	Urbana: Atuntaqui y Andrade Marín Rurales: San Roque, Chaltura, Natabuela, Imbaya)
ALTITUD MEDIA:	2360 m.s.n.m.

Fuente: Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento del Cantón Antonio Ante “Avanzamos” 2012 – 2030

b) Demográficos

Población: 45.184 habitantes (Proyección poblacional del último censo de población y aplicando la tasa de crecimiento poblacional de la Agenda 21)

Densidad poblacional: 456,36 habitantes/km² (Agenda 21, SIISE 3.5)

Tabla 3.- Población de la ciudad de Atuntaqui

UNIDAD TERRITORIAL	POBLACIÓN	DISTANCIA DE ATUNTAQUI	NATURALEZA DE PARROQUIA
Atuntaqui-Andrade Marín	19216		Cabecera Cantonal
Chaltura	2840	5	Parroquia Rural
Imbaya	1110	9	Parroquia Rural
Natabuela	4288	4	Parroquia Rural
San Roque	8599	4	Parroquia Rural

Fuente: Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento del Cantón Antonio Ante “Avanzamos” 2012 – 2030

➤ **Población Económicamente Activa**

Según datos del censo INEC 2010, en el cantón Antonio Ante la población en edad económicamente activa en su área urbana es de 9 972 habitantes que representan el 58,09 % del total de la población económicamente activa urbana del cantón, de los cuales 9 715 habitantes que representan el 97,42 % realizan alguna actividad; y 257 habitantes que representan el 2,58 % de la población activa están desocupados; mientras que 7 193 habitantes que representan el 41,91 % de la población es inactiva, compuesta por: estudiantes, personas que realizan quehaceres domésticos, discapacitados, rentistas, jubilados y otros.

La población Económicamente Activa de la ciudad de Atuntaqui que es participe en la producción y comercialización de bienes y servicios, se detallan a continuación:

Tabla 4.- Población Económicamente Activa (PEA)

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA				
CATEGORÍA/ÁREA	ANTONIO ANTE			
	ÁREA URBANA		ÁREA RURAL	
	Total	%	Total	%
ACTIVA (a)	9972	58.09%	9002	51.71%
Ocupados	9715	97.42%	8665	96.26%
Desocupados	257	2.58%	337	3.74%
POBLACIÓN INACTIVA				
INACTIVA (b)	7193	41.91%	8406	48.29%
PET (a+b)	17165	100.0%	17408	100.00%

Fuente: Censo INEC, 2010

En el tabla anterior se puede observar que la población económicamente activa del área urbana es del 58,09 %, que representativamente es mayor que la población económicamente activa del área rural que posee un poco de diferencia de 51,71 %. En relación a la población ocupada es mayor en el sector urbano con una mínima diferencia ya que posee 97,42 % frente a la población rural con un 96,26 %.

Evidenciando una mínima desocupación en el área urbana con 2,58 %, mientras que en el área rural la desocupación registra entre los 3,74 %. En ámbitos generales, en el cantón Antonio Ante la mayor parte de la población en edad de trabajar es económicamente activa, y se dedica a sus actividades laborales pertinentes, quedando en segundo orden la población inactiva que son estudiantes, jubilados, rentistas, entre otros.

1.6.2. Situación Económica

➤ Actividades económicas

Estos datos hacen que en el Cantón la tasa de desempleo sea una de las más bajas del país con el 4%, logrando una economía más justa para todos, con oportunidades de desarrollo para la mayoría de sus habitantes. El trabajo constante de los empresarios ha hecho que el cantón goce de las bondades necesarias para ofrecer productos de la más alta calidad a precios muy competitivos en el mercado.

Una de las vitrinas más grandes para mirar y adquirir los productos textiles hechos en la ciudad son las FERIAS TEXTILES, que se realizan en dos ediciones anuales, la EXPOFERIA ATUNTAQUI 2007 en febrero durante el feriado de carnaval con la modalidad “ciudad” y otra en Agosto MODA VERANO, en un recinto ferial.

Durante los últimos años, ATUNTAQUI se ha convertido en uno de los centros productivos más importantes del Ecuador, la fuerza emprendedora de sus habitantes ha hecho de esta ciudad un puntal dentro de la Industria Textil del Ecuador. Al momento existen trabajando en la ciudad aproximadamente 500 talleres y fábricas de Confección que generan varias plazas de trabajo.

➤ Industria Textil

En un estudio según (Universo, 2012, p.1) habla que el área industrial es clave en el proceso de desarrollo industrial de la ciudad de Atuntaqui, y para ello se debe de tomar en consideración los siguientes argumentos:

La industria textil y también otras áreas como la agroindustrial han generado desarrollo en Atuntaqui, cabecera cantonal de Antonio Ante. Tal es el éxito que esta ciudad es una de las que tiene menor índice de desempleo en el país, pues según el Municipio es del 3%, mientras que la media nacional es de 4,88%, reporta el INEC. (Universo, 2012, p.1)

Solo en el área textil, que es la de mayor impulso, más de 5.000 personas se emplean en unas 400 empresas, entre pequeñas, medianas y grandes. En algunos casos, incluso falta mano de obra local. Por eso es común observar en las ventanas y puertas de los locales comerciales anuncios en los que se solicita personal para laborar en diferentes puestos. Estos se incrementan en temporadas altas. El progreso es evidente en las vistosas construcciones, en las decenas de locales comerciales, sus coloridos parques, calles y aceras, que son puntos visibles del crecimiento. (Universo, 2012, p.1)

1.6.3. Recursos Tecnológicos

➤ Maquinaria

Máquina de Coser

Según (Durán, 2013, p. 38) dice: “Las máquinas de coser son un dispositivo mecánico o electromecánico que sirve para la unión de varios tejidos mediante puntadas”

Máquina Recta

Es una máquina que realiza un pespunte doble sobre la pieza y que se diferencia de las otras dos por el mecanismo de agarre del tejido; en este caso solo tiene una fila de dientes que hacen presión con un prénsatelas para poder coser. Este tipo de máquinas se utiliza para coser tejidos sencillos y de poco peso y se denomina con la letra “S”. (Durán, 2013, p. 40)

Máquina Overlock

Durán (2013) nos habla que:

Las overlock o máquinas de sobrehilar quizás sean las máquinas industriales más completas a la hora de la confección de una prenda, porque no solo sobrehilan con un nudo especial las orillas de la pieza sino que se encargan gracias a una cuchilla de afinar el filo para tener un sobrehilado de mayor calidad. Y lo que es más, también pueden dar pespuntos de seguridad a medida que van sobrehilando el filo (p. 45)

1.6.4. Bases Legales

➤ **Ley Orgánica de Régimen Tributario**

Según (SRI, 2015) dice que en cumplimiento de esta ley el SRI reconoce únicamente a los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano como beneficiarios. Para ello debe:

Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y comunicar cualquier cambio al SRI. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el número que identifica a cada contribuyente que realiza una actividad económica. El documento que recibe al inscribirse en el RUC es la constancia de su registro. En él constan sus datos personales y los de su actividad económica. El RUC es su número de cédula más los dígitos 001 (SRI, 2015)

Emitir y entregar comprobantes de venta autorizados. Solo por aquellas ventas iguales o inferiores a \$4,00 en que el consumidor no requiera su comprobante de venta, se podrá emitir un comprobante de venta al final de día que resuma dichas ventas (SRI, 2015)

Llevar un registro de ingresos y gastos. Los contribuyentes calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano no están obligados a llevar contabilidad, por lo tanto, no requieren de un contador, solo deben llevar un registro mensual de

sus ingresos y gastos. Para cumplir con este deber formal pueden utilizar un cuaderno o elaborar el registro en su computador. (SRI, 2015)

Presentar las declaraciones de impuesto que le correspondan y pagarlas. IVA: obligatoria en todos los casos. Impuesto a la Renta: obligatoria solo si supera la base exenta de ingresos, establecida en la tabla del Impuesto a la Renta vigente (SRI, 2015)

Según (School, 2016), dice que son costos y gastos deducibles de los artesanos calificados:

“Gastos del giro del negocio, es decir aquellos que sirven para obtener, mantener y mejorar sus ingresos” (SRI, 2015).

Gastos personales, se puede deducir sus gastos personales y los de su cónyuge, conviviente e hijos menores de edad dependientes, relacionados con salud, vivienda, educación, alimentación y vestimenta. Hasta el 50% del total de sus ingresos gravados, sin que supere un valor equivalente a 1,3 veces la fracción básica desgravada de Impuesto a la Renta de personas naturales, en las proporciones normadas (SRI, 2015)

Retenciones en la fuente:

“Los artesanos calificados no practican retenciones en la fuente en sus compras porque no está obligados a llevar contabilidad” (SRI, 2015).

En sus ventas de bienes o prestación de servicios, las sociedades y personas naturales obligadas a llevar contabilidad, deberán retenerle un porcentaje sobre el valor recibido en su venta. Este porcentaje se lo conoce como retención en la fuente y le sirve como un valor a favor en su declaración del Impuesto a la Renta (SRI, 2015)

Son beneficios de los artesanos calificados:

“No están obligados a llevar contabilidad, por lo tanto, no requieren de un contador” (SRI, 2015).

“Están facultados a emitir comprobantes de ventas con el IVA tarifa 0%” (SRI, 2015).

“Tienen derecho a devolución de retenciones en la fuente en casos específicos” (SRI, 2015).

Como hemos visto los artesanos calificados tienen un manejo especial a nivel tributario y beneficios que no poseen los otros contribuyentes, pero es indispensable que estén debidamente calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano para obtenerlos acorde a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (SRI, 2015)

➤ **Código orgánico de la Producción Comercio e Inversiones**

Según (Ecuador, 2017, p.1), dice:

Art. 4. Fines. Literal c. “fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientales limpias y de energías alternativas” (Ecuador, 2017, p.1)

1.7. MATRIZ AOOR

Es de vital importancia que se tomen en cuenta aspectos relevantes, los mismos que serán primicias para saber si se cuenta con respaldos, no sólo a nivel financiero, sino también geográfico, comercial y legal, y saber hasta dónde se puede llegar en el alcance de desarrollo del emprendimiento. **(Tabla 5)**

Tabla 5.- Matriz AOOR

<p style="text-align: center;">ALIADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicación geográfica adecuada para la comercialización del producto ✓ Sector dedicado al comercio tanto al por mayor y menor de diferentes productos en la ciudad de Atuntaqui. ✓ Disponibilidad de servicios básicos. ✓ Fácil movilidad para la comercialización del producto. Existencia de empresas distribuidoras de maquinaria y materia prima. ✓ Mano de obra artesanal calificada en el cantón Antonio Ante ✓ Leyes que defienden la actividad artesanal. 	<p style="text-align: center;">OPONENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia dentro del sector. ✓ Gustos y preferencias de los consumidores en cuanto a las prendas de vestir. ✓ Desconocimiento y falta de interés en conocer los beneficios de adquirir productos dentro del territorio ecuatoriano. ✓ Incremento de procesos industrializados. ✓ Impuestos e incremento en los precios.
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Campañas realizadas que incrementan el consumo de productos nacionales. ✓ Incremento del turismo en el cantón por la existencia de cultura tangible e intangible. ✓ Respaldo económico de entidades financieras e instituciones gubernamentales. 	<p style="text-align: center;">RIESGOS</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Cercanía a Colombia (precios más bajos). ✓ Crisis económica que afecta a todos los sectores del País. ✓ Incrementando el número de población desempleada reduciendo así su capacidad adquisitiva. ✓ Existencia de salvaguardias que impiden importaciones.

1.8. Determinar Las Oportunidades De La Inversión

En base a la información recopilada y analizada referente al capítulo I del Diagnóstico Situacional, correspondiente al cantón Antonio Ante de la ciudad de Atuntaqui, se ha llegado a establecer, que con el pasar del tiempo las actividades textiles han ganado fuerza en el mercado local, debido a los avances tecnológicos, tanto en innovación de maquinaria, como en los procesos de producción. Por lo que se ha considerado que la ciudad de Atuntaqui se encuentra con las condiciones necesarias, tanto en lo que se refiere al gusto y preferencia de la localidad; por cuanto se considera oportuna la creación de un proyecto de emprendimiento, que rescate la mano de obra y los producción de distintas prendas de vestir, a su vez se comercialicen en el mercado local de la misma ciudad.

Cabe mencionar que se contará con el respaldo y apoyo de instituciones gubernamentales como son: GAD Municipal de Antonio Ante y Asociación de Artesanos Calificados, para las micro, pequeñas y medianas empresas, también se ha consolidado el apoyo monetario de instituciones financieras, en caso de futuros préstamos o algún tipo de solvencia económica. En cuanto una vez determinado los Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos, (MATRIZ AOOD), se ha llegado a la conclusión de que existen altas oportunidades para la creación de una microempresa, dedicada a la elaboración y comercialización de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura; y así también el proyecto contará con el respaldo de varios aliados que contribuyen a demostrar dicha oportunidad de inversión.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Según Sautu, Boniolo, Dalle, & Elbert (2010) nos dicen que: el marco teórico es fundamental para dar a conocer conceptos claves, que ayudarán a conocer mucho más la realidad, y abrir campos hacia nuevas realidades sobre lo que se está queriendo aprehender, para ello conceptualizan lo siguiente:

El marco teórico constituye un corpus de conceptos de diferentes niveles de abstracción articulados entre sí que orientan la forma de aprehender la realidad. Incluye supuestos de carácter general acerca del funcionamiento de la sociedad y la teoría sustantiva o conceptos específicos sobre el tema que se pretende analizar. (p. 34)

Da sentido a las partes del proyecto y, en cierto modo, unifica los componentes aislados, dándole coherencia a la investigación. Por eso es el marco explicativo de la investigación y da cuenta de las variables que se van a estudiar. Para empezar a escribir el marco teórico es indispensable tener desarrollada la pregunta de investigación, los objetivos y las hipótesis a investigar, debido a que todo lo que se incluya en el marco deberá ser congruente entre sí. Una vez que se cuenta con estos elementos, el siguiente paso es retomar los artículos y libros que se utilizaron para plantear la temática y la pregunta de investigación; se deberán considerar otras fuentes de información, las cuales se dividen en primarias, secundarias y terciarias. (Cruz del Castillo, Olivares Orozco, & González García, 2014, p. 111)

Al analizar los conceptos básicos y según la opinión de Niño (2011): “Para su construcción es importante hacerlo siguiendo cuatro pasos, indisolubles unos de otros: precisar los antecedentes, enunciar el marco conceptual, exponer el marco referencial e indicar otros marcos, si fueren necesarios” (p. 50)

a) **Precisar antecedentes**

Se trata de empezar haciendo mención de teorías implícitas o explícitas en trabajos o investigaciones ya realizadas previamente por otros investigadores dentro de

la comunidad académica, que tengan que ver con el tema sobre el cual se trabaja. Para ello es necesario hacer una reseña o resumen breve, en donde se destacan conceptos, teorías y enfoques que se crean de interés y estén relacionados con el tema. Esto ayuda a situar teóricamente el problema y diagnosticar hasta dónde se ha llegado ya para evitar duplicar esfuerzos o repetir lo que otros ya hicieron. (Niño, 2011, p. 51)

b) Establecer el marco conceptual

Niño (2011) en su obra *Metodología de la Investigación: diseño y ejecución* afirma lo siguiente:

Es un esbozo conceptual del contenido y derivaciones fundamentales del tema, problema y de los objetivos, lo cual aporta una visión que nos proyecta hacia un marco más global e integral, el marco referencial. Un marco conceptual debe ser corto, preciso, pertinente, completo y expresado en un lenguaje unívoco, vale decir, con un sentido único. Esto conduce a una definición clara de las dimensiones y características de los conceptos. No se trata de una simple definición semántica de términos o de un glosario, como podría entenderse. Se trata más bien de un sistema de proposiciones que describan y analicen los conceptos básicos y sus relaciones, aquellos que tienen que ver con el tema y problema, sin entrar a exponer enfoques, escuelas o modelos teóricos, que son más del marco referencial. (p. 51)

c) Exponer el marco referencial

Se ha llamado “referencial”, porque la materia que allí se incluye, es referencia teórica obligada para entender el problema y dar base a todas las experiencias de investigación proyectadas en el diseño. Y es que así como hay un referente empírico, o sea la realidad a la que pertenecen los hechos o fenómenos estudiados, también hay un referente teórico, que es precisamente el presente marco. Es una sustentación teórica desde la disciplina, ciencia o área, dentro de la cual se sitúa el problema, y también desde los saberes, experiencias y conocimientos aportados por las disciplinas afines o de alguna manera relacionadas con el asunto de que se trata. Por tanto, en un marco referencial pueden aparecer elementos como las teorías y enfoques, concepciones, escuelas y movimientos, experiencias y conocimientos empíricos, ideologías, posiciones

teóricas, valores, datos, en fin, las explicaciones teóricas que sean indispensables para dar sustento a la investigación abordada. Las fuentes son el instrumento para extraer la información para el marco teórico y, por tanto, del marco referencial. Pueden ser de tipo bibliográfico y otras fuentes documentales no propiamente bibliográficas, como mapotecas, fonotecas, video-tecas, obras virtuales, obras de arte, películas, documentales, programas de TV, programas radiales, correos electrónicos, foros, etcétera. Existen fuentes primarias, como expertos, conferencistas o testigos a quienes se puede consultar y citar en la exposición, y fuentes secundarias como las bibliográficas, ya citadas. (Niño, 2011, pp. 51-52)

Para ello es importante recalcar que un trabajo debe de contener lo siguiente:

Por bien documentado que esté un trabajo, es bueno recordar que no se trata de levantar resúmenes o copias de lo que dicen los autores, así estén bien referenciados, como se explicará en el capítulo cuarto. Lo deseable es un marco personal, o al menos en su organización, redacción y presentación, desde luego debidamente fundamentado y referenciado. (Niño, 2011, p. 52)

2.1.PROYECTO

2.1.1. Definición

Niño (2011) en su obra *Metodología de la Investigación: diseño y ejecución* afirma lo siguiente:

Pues, a más de señalar el camino por recorrer y especificar lo que se debe realizar para lograr el objetivo y obtener la solución del problema planteado, tiene la gran virtud de facilitar el puente que permite pasar de lo pensado a lo ejecutado, de la teoría a su aplicación. En tal sentido, el proyecto integra y correlaciona de manera ordenada los distintos componentes que es necesario planear y prever, como los objetivos, problema, marco, estrategias, técnicas, etcétera. (p. 70)

2.2. EMPRESA

2.2.1. Definición

Bustamante (2009) en su obra *La Empresa*, dice lo siguiente:

La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados) en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos (básicamente trabajo y capital). (p. 4)

2.2.2. Funciones de la Empresa

Lobato (2009) en su obra *Empresa e Iniciativa Emprendedora*, dice lo siguiente:

La empresa, como se ha visto, cumple una serie de funciones económicas y sociales que se pueden concretar en los siguientes puntos:

Organiza los factores de producción de una economía dentro del marco legal establecido en cada país.

Genera riqueza, ya que es quien crea las rentas monetarias de los individuos: salarios para los trabajadores y beneficios para los empresarios.

Asume riesgos de investigación, desarrollo e innovación con el fin de cumplir de forma eficiente las dos funciones anteriores.

Dinamiza el desarrollo social, ya que tiene el potencial de generar a su alrededor más empresas que cubran las necesidades de sus trabajadores y de la propia empresa. (p. 44)

2.2.3. Tipos de Empresas

Lobato (2009) en su obra *Empresa e Iniciativa Emprendedora*, dice lo siguiente:

Las empresas se pueden clasificar en función de distintos criterios, además el sector de actividad en que desarrollan sus funciones. La tipología más común se resume en lo siguiente:

Pequeña: menos de 50 trabajadores.

Mediana: más de 50 y menos de 250 trabajadores.

Grande: más de 250 trabajadores. (p. 45)

2.3. ESTUDIO DE MERCADO

2.3.1. Definición

El estudio del mercado no es más que un conjunto de técnicas útiles para obtener información acerca del medio ambiente del proyecto (demanda y oferta). Es si; consiste en estimar la cantidad de producto que es posible vender, las especificaciones que este debe exhibir y el precio que los consumidores potenciales están dispuestos a pagar. También determina bajo qué condiciones se podría efectuar la venta de los volúmenes previstos, así como los factores que podrían modificar la estructura comercial del producto en estudio, incluyendo la localización de los competidores, la distribución geográfica de los principales centros de consumo, etc. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 15)

2.3.2. Importancia

Según Fernández, Mayagoitia, & Quintero (2010) afirma que:

La realización de un estudio de mercado nos permite, fijar con cierto grado de aproximación:

- ❖ La capacidad máxima que puede tener la planta
- ❖ La necesidad de futuras ampliaciones
- ❖ Obtener un factor que frecuentemente influya de manera importante en la

localización de las instalaciones industriales correspondientes. (p. 16)

2.3.3. Análisis e interpretación de resultados

Una vez terminada la investigación es necesario estudiar el conjunto de datos obtenidos. El primer paso consiste en procesar la totalidad de los datos en tal forma que

puedan utilizarse fácilmente para los propósitos de análisis e interpretación. El procedimiento debe hacerse en forma sistemática, dentro de la secuencia de operaciones que comprenden la revisión de los formularios de la encuesta. La codificación de las respuestas y la tabulación. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 19)

2.3.3.1.Revisión

Se busca con ella procurar que la información recibida en los cuestionarios este completa y sea precisa y consistente, se trata de un trabajo arduo y rutinario, pero de tanta importancia que no pueda eludirse. Debe revisarse cada pregunta para verificar si fue contestada, 0 en el caso de haber sido omitida, ver si no tenía aplicación en las circunstancias particulares del informante. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 19)

2.3.3.2.Análisis e Interpretación

Fernández, Mayagoitia, & Quintero (2010) en su obra *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* afirman lo siguiente:

“Una vez tabulados los datos, el proceso de análisis y el de interpretación hacen su papel en el desarrollo de la encuesta final” (p. 19).

El análisis y la interpretación están estrechamente relacionados entre sí y depende en gran manera de los objetivos de cada encuesta. El análisis busca organizar clasificar los datos en tal forma que se hagan más comprensibles. El análisis de los datos pueden abarcar descripciones estadísticas sencillas, como promedios, porcentajes, distribuciones y medidas de dispersión que son apenas de esperarse en la mayoría de las encuestas. Los datos se examinan para detectar las posibles relaciones y su importancia. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 20)

2.3.4. INFORME DE RESULTADOS

El paso final del estudio de mercado consiste en suministrar a quienes autorizaron la investigación, el informe de los resultados del estudio, este informe debe

comunicar al interesado en forma clara y precisa el conocimiento adquirido acerca de los problemas específicos de mercadeo de acuerdo a la definición de los objetivos de la investigación. Al preparar un informe, el investigador debe tener en cuenta a aquellos que se supone han de leerlo. Debe formarse una idea acerca de sus necesidades y cerciorarse de que el informe está concebido en un lenguaje tal que puedan comprenderlo los diferentes lectores. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 20)

2.3.5. MERCADO

2.3.5.1. Definición

Es importante recabar en términos básicos de mercadeo, los cuáles permitirán tener un campo más abierto hacia nuevas técnicas y herramientas que serán necesarias para poder desarrollar futuras problemáticas que se desencadenen en el transcurso del proyecto de emprendimiento, para lo cual se ha tomado como iniciativas lo siguiente:

"En términos generales, mercado es el sitio donde concurren la oferta y la demanda por uno o más productos, es decir es un área donde se encuentran un conjunto de personas cuyos deseos, necesidades, recursos económicos y capacidades productoras establecen las fuerzas de la oferta y la demanda para determinados productos o servicios" (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 21).

Los requisitos que debe cumplir el mercado son:

- ❖ La gente tiene que necesitar el producto.
- ❖ La gente del grupo debe tener la capacidad de comprar el producto.
- ❖ La gente del conjunto debe estar de acuerdo en usar su poder adquisitivo.
- ❖ Las personas del grupo deben tener la autoridad necesaria para comprar los productos específicos. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 21)

2.3.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

2.3.6.1. Definición

Fernández, Mayagoitia, & Quintero (2010) en su obra *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* afirman lo siguiente:

Para llenar las diversas necesidades del mercado se deben de encausar los esfuerzos hacia grupos más pequeños o segmentos dentro del mercado total, entendiendo como segmento d cada uno de los cuales puede seleccionarse como mercado meta. (p. 28)

Los consumidores de cada segmento tienden a manifestar similitudes que los mantienen unidos, estas similitudes se basan en características personales, comportamiento en la compra o estructura psicológica. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 28)

2.3.6.2.Demanda

Fernández, Mayagoitia, & Quintero (2010) en su obra *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* afirman lo siguiente:

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de compradores, con poder adquisitivo suficiente para adquirir un determinado producto que satisfaga dicha necesidad, la demanda por un producto puede tener su origen en las necesidades primarias del hombre (alimentación, vestido, etc.), 0 puede ser creada artificial mente en el caso de otro tipo de satisfactores. (p. 30)

2.3.6.3.Oferta

Se define oferta de un bien como las diversas cantidades que este bien que los vendedores llevaron al mercado a todos los precios alternativos posibles, permaneciendo constantes todos los demás factores. Es una relación entre los precios y las cantidades por unidad de tiempo que los oferentes desean vender. Por otra parte, la oferta de un producto es una función que indica las distintas cantidades de producto que, los vendedores de un mercado (pueden o no ser productores, según el mercado) están

dispuestos a vender a distintos precios. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 45)

2.4. ESTUDIO TÉCNICO

2.4.1. Definición

Una vez realizado el estudio de mercado, se cuenta con la información relativa al producto en cuanto a la cantidad factible de ser demandada, así como las características necesarias para ser aceptado en el mercado, por lo que el siguiente paso a seguir en la formulación de un proyecto es el aspecto técnico o de Ingeniería, relacionado con el tamaño del proyecto, proceso, tipos de procesos, factores de producción, localización y distribución en planta adecuada para el buen funcionamiento de una empresa. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 51)

2.4.2. Tamaño de la planta

Entendemos como tamaño de una planta industrial la capacidad instalada de producción de la misma. Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados por año, ciclo de operación, mes, día, turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que entra en el proceso. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 51)

2.4.3. Ingeniería del proyecto

Fernández, Mayagoitia, & Quintero (2010) en su obra *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* afirman lo siguiente:

“Abarca todas aquellas investigaciones técnicas que se refieren a la selección y determinación del proceso, determinación de equipo y maquinaria, mano de obra y finalmente la distribución de planta” (p. 54).

2.4.4. Diagrama de procesos

Un diagrama de proceso nos permite conocer cuál será la secuencia de operaciones a realizar para lograr nuestro objetivo; así como identificar que elementos constituyen el producto que se compraran y cuales deberán fabricarse. Este nos permite tomar una decisión sobre el proceso que habremos de seguir para la manufactura .de nuestros productos, dependiendo tanto de aspectos técnicos como económicos. Pueden citarse como factores técnicos: la calidad, el acabado, la confiabilidad, la tasa de producción, el grado de automatización; y como factores económicos: el costa de la maquinaria, el costa de la mano de obra, el costa de la materia prima, etc. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, pp. 58-59)

2.4.5. Diagrama de flujo

El proceso de fabricación se puede representar en forma diagraphmática con simbología reconocida internacionalmente, la utilización de esta simbología nos permite simplificar la complejidad de un proceso.

2.4.5.1. Simbología

- ❖ Operación: significa que se está efectuando un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o combinación de cualquiera de los tres.
- ❖ Transporte: es la acción de movilizar algún elemento en determinada operación de un sitio a otro o hacia un punto de almacenamiento o demora.
- ❖ Almacenaje: puede ser tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
- ❖ Demora: se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar el turno y efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora.
- ❖ Inspección: es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación o un transporte o verificar la calidad del producto.
- ❖ Operación combinada: ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Este método es el más usado para representar gráficamente los procesos. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 61)

2.5. ESTUDIO FINANCIERO

2.5.1. Definición

Fernández, Mayagoitia, & Quintero (2010) en su obra *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* afirman lo siguiente:

“La cuestión relativa al financiamiento de un proyecto está muy relacionada con la forma de aportación del capital la cual determinara en parte el financiamiento y también la estructura social de la empresa” (p. 127).

2.5.2. Estados financieros

Una de las fuentes de información más deseable para el análisis de la condición financiera y el desempeño de una firma son los llamados estados financieros. Un estado financiero son informes recibidos de transacciones contables en un momento o periodo determinado. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 128)

2.5.2.1. Balance General

Al final de cada año fiscal, una compañía publica un balance general. Es una presentación anual de la situación de la firma en un momento determinado, en el que se observan tres categorías principales. Estas dimensiones y sus significados son los siguientes:

2.5.2.2. Activos

Un resumen de todos los recursos que posee la empresa o se adeudan a la misma.

Se distinguen tres clases de activos:

- ❖ Activos Corrientes o Circulantes que representan el capital de trabajo de corta vida de la compañía (dinero en efectivo, cuentas por cobrar, etc.) el cual puede ser convertido en dinero, en aproximadamente un año.

- ❖ Activos Fijos son los activos de larga vida útil. La conversión de estos bienes (terreno, equipo, etc.), a efectivo en un periodo corto de tiempo requerirá una reorientación importante de la compañía
- ❖ Cargos diferidos con aquellos activos por los que se espera recibir un servicio aprovechable posteriormente (gastos de instalación, primas de seguros, etc.). (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 129)

2.5.2.3. Pasivos

Un resumen de las obligaciones de la compañía. La distinguen dos tipos de pasivos:

- ❖ Pasivo Circulante o Flotante: Comprende las deudas que la empresa deberá pagar a corto plazo (menos de un año), debido a créditos bancarios y a créditos a proveedores.
- ❖ Pasivo Fijo o Consolidado: Está integrado por las deudas a largo plazo que contrae la empresa por motivo de adquisición de activo fijo.
- ❖ Pasivo Diferido o Créditos Diferidos: Son todas aquellas cantidades cobradas por anticipado, por las que se tiene la obligación de proporcionar un servicio. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 129)

2.5.2.4. Capital contable (patrimonio)

“Un resumen del valor del patrimonio, incluyendo emisiones de acciones preferentes privilegiadas y ganancias retenidas para expansión. El balance general se elabora utilizando la ecuación contable básica”:

Activos = Pasivos + Capital (patrimonio) (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 129).

2.5.2.5. Estado de pérdidas y ganancias

El segundo estado financiero en orden de importancia, utilizado para presentar las relaciones entre las categorías principales del balance general, es el estado de pérdidas y ganancias. Dicho estado muestra esta relación resumiendo la situación de pérdidas y

ganancias de la firma para un periodo ya establecido. Las categorías más importantes de un estado de pérdidas y ganancias son las siguientes:

2.5.2.5.1. Ingresos: incluye todas las ventas e ingresos por intereses que la compañía ha recibido en el periodo contable.

2.5.2.5.2. Gastos: un resumen de todos los gastos del periodo contable (impuestos sobre la renta, costa de mercancías vendidas. El estado de pérdidas y ganancias utiliza la ecuación: $\text{Ingreso} - \text{Gasto} = \text{Utilidad o (pérdida)}$. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 131-132)

2.5.2.5.3. Flujo de efectivo

Toda persona o compañía tiene entradas de dinero (ingresos) y desembolsos de dinero (costos) que ocurren en un tiempo dado. Estas entradas y desembolsos en un intervalo dado de tiempo constituyen un flujo de efectivo, en el cual los flujos de efectivo positivos representan usual mente entradas y los negativos representan desembolsos. En cualquier instante de tiempo, el flujo neto de efectivo comprende:

- ❖ Costos de Inversión
- ❖ Costos de Operación
- ❖ Ingreso por Venta de los Productos de la Empresa.

Es importante hacer notar que como el flujo de efectivo normal mente tiene lugar a intervalos de tiempo frecuentes y variables comprendidos dentro del periodo de interés, todos estos flujos deberán ocurrir al final del periodo que se ha fijado. (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 133)

2.5.2.5.4. Análisis financieros

“Consiste en la aplicación de ciertas técnicas que permiten identificar puntos de gran importancia para poder analizar las repercusiones de cualquier propuesta concreta. La parte

integral del análisis financiero lo constituye el estudio de los índices financieros (razones financieras)” (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010, p. 134).

2.6. Maquinaria e Insumos de Confección

2.6.1. Máquina de Coser

Según (Durán, 2013, p. 38) dice: “Las máquinas de coser son un dispositivo mecánico o electromecánico que sirve para la unión de varios tejidos mediante puntadas”

2.6.2. Máquina Recta

Es una máquina que realiza un pespunte doble sobre la pieza y que se diferencia de las otras dos por el mecanismo de agarre del tejido; en este caso solo tiene una fila de dientes que hacen presión con un prénsatelas para poder coser. Este tipo de máquinas se utiliza para coser tejidos sencillos y de poco peso y se denomina con la letra “S” (Durán, 2013, pág. 40).

2.6.3. Máquina Overlock

Según Durán (2013) las overlocks o máquinas de sobrehilar quizás sean las máquinas industriales más completas a la hora de la confección de una prenda, porque no solo sobrehílan con un nudo especial las orillas de la pieza sino que se encargan gracias a una cuchilla de afinar el filo para tener un sobrehilado de mayor calidad. Y lo que es más, también pueden dar pespuntos de seguridad a medida que van sobrehilando el filo. (p. 45)

2.6.4. Cinta métrica

Según (Amaden-Crawford, 2014, p. 23) dice: “Cinta flexible y reversible, de 150 cm de longitud, que se utiliza para tomar varias medidas”.

2.6.5. Medidor de tiro

(Amaden-Crawford, 2014, p. 23) hace referencia lo siguiente: “Cinta flexible, de 150 cm de longitud, con una pieza de cartón unida a uno de sus extremos que se utiliza para medir el tiro de los pantalones”.

2.6.6. Vara de medir

Según (Amaden-Crawford, 2014, p. 23) menciona: “Regla de madera o metal, de un metro de longitud, que se utiliza para medir dobladillos, superficies planas y largos variados, así como para determinar el sentido del hilo del tejido”.

2.6.7. Hilo

Las prendas deben coserse con un hilo que sea de su mismo color. La elección del hilo dependerá del tejido, del tamaño de la puntada y del efecto deseado. Existen diversos tipos de hilo tanto para coser a mano como a máquina. Para todos los tipos de hilo, cuanto más alto sea el número que figura en el carrete, más fino será el hilo. Si el hilo es demasiado grueso para el tejido en cuestión quizá las costuras se frunzan como resultado de un “atasco de hilo” (Amaden-Crawford, 2014, p. 26).

2.6.8. Agujas

La medida de las agujas para coser a máquina debe concordar con el tipo y el gramaje del tejido, y con el grosor del hilo. La medida de la aguja debe permitir que se realicen los pespunte adecuados para el tejido con la medida más pequeña posible. Si la aguja se salta puntadas, escogeremos una aguja de mayor tamaño (Amaden-Crawford, 2014, p. 27).

2.6.9. Pespunte

Según (Amaden-Crawford, 2014, p. 84) referencia: “es una costura recta y continua, formada por puntadas de longitud uniforme que se utiliza para costuras permanentes”.

2.6.10. Punto de dobladillo

Según menciona (Amaden-Crawford, 2014, p. 91) dice: “El punto de dobladillo , también conocido como punto picado, es una puntada discreta y duradera que se utiliza para acabar a mano un dobladillo o una cremallera”.

2.6.11. Hilvanes o bastas

Los hilvanes o bastas se utilizan para unir entre sí, en caso necesario, dos piezas de tejido mediante una costura provisional. Esto puede suceder con las costuras de ranura, las cargadas o con el embastado previo necesario para coser una cremallera centrada. También puede utilizarse en otras costuras de la prenda para realizar ajustes preliminares. Un hilván

acostumbra a tener unas seis puntadas por cada 2,5 cm; suelen ser las puntadas más largas que la máquina es capaz de hacer. El ancho del margen de costura para hilvanar es el mismo que el de la costura simple. (Amaden-Crawford, 2014, p. 98)

2.7. Proceso Productivo

2.7.1. Preparación de prendas

Cuando ya se tiene bien pensada la transformación de la prenda debe seguirse una serie de pasos fundamentales para que quede bien y aunque algunas veces se alternan dichos pasos, siempre deben respetarse las herramientas con las que se ejecuta cada uno de ellos. (Portillo, 2013, p. 96)

2.7.2. Materiales y herramientas

Para realizar correctamente los procesos de preparación que requiere una prenda y asegurarse de que no se estropeará el material ni el tejido de la misma, hay que conocer en profundidad las herramientas y la utilización de las mismas dependiendo del caso en que se necesiten. (Portillo, 2013, p. 96)

2.7.3. Asegurarse de que el diseño sea factible

Hay que prestar atención al tejido disponible, a las costuras (ya que no se podrá transformar una prenda con unos determinados cortes si estos no tienen tejido suficiente para realizar el corte del diseño), analizar la compatibilidad de tejido y adornos, los colores, etc. (Portillo, 2013, p. 102)

2.7.4. Modificaciones estructurales de corte

Para modificar la estructura de la prenda, como un bajo más corto, ajustar una prenda al cuerpo o, simplemente, asegurarse de elegir el sitio exacto en el que colocar los adornos, este es el momento indicado para hacerlo. (Portillo, 2013, p. 102)

2.7.5. Operaciones de corte de distintos materiales

Para modificar la estructura de la prenda, como un bajo más corto, ajustar una prenda al cuerpo o, simplemente, asegurarse de elegir el sitio exacto en el que colocar los adornos, este es el momento indicado para hacerlo. (Portillo, 2013, p. 108)

2.8. Prendas de Vestir

2.8.1. Ropa

La sociedad tiene muchos símbolos. Un símbolo es algo visible que da una representatividad. Un símbolo puede representar algo que usted no puede ver, como una idea, una filosofía o una costumbre. La ropa es uno de estos símbolos. Por esta razón la ropa le dice sobre la herencia, género, ocupación, fortuna, condición social, valores y creencias de una persona. (Weber, 2001, p. 61)

2.8.2. Chaqueta

Prenda con mangas, solapa y bolsillos, colocada encima de la camisa adecuada, cuyos puños asoman un centímetro como máximo por debajo de las mangas de la chaqueta. Las prendas de hombre abotonadas delante, se abrochan del lado izquierdo (el que tiene los ojales), hacia el lado derecho (que tiene los botones). (Fernández R. M., 2013, p. 11)

2.8.3. Pantalón

Según (Fernández R. M., 2013, p. 11) dice: “Prenda que viste desde la cintura hacia abajo, separando una pierna de la otra”

2.8.4. Chaleco

Según (Fernández R. M., 2013, p. 11) en su obra dice: “Prenda superior sin mangas. Puede ser entallada o no y va colocada encima de otra prenda más fina, generalmente”

2.8.5. Abrigo

“Prenda que se viste encima de todas las demás, para proteger del frío” (Fernández R. M., 2013, p. 11).

CAPÍTULO III

3. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

3.1.OBJETIVOS

3.1.1. Objetivo General.

- ✓ Establecer las herramientas necesarias para al emprendimiento, que permitan instrumentar las variables respectivas, que induzcan a orientar y dirigir el proyecto al mercado objetivo.

3.1.2. Objetivos Específicos

- ✓ Aplicar una metodología de investigación que permita el levantamiento y la interpretación de la información recolectada.
- ✓ Construir variables utilizando los parámetros correspondientes a cada capítulo, que garanticen la comparabilidad de los resultados obtenidos.
- ✓ Facilitar la construcción de la información obtenida de los diferentes instrumentos y técnicas aplicadas, que permitan dar soporte a los datos obtenidos.

3.2.INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación fue necesario recolectar información, que permita conocer la incidencia socio-económica que ha generado la producción y comercialización de textiles en Atuntaqui, y sobre todo lo referente al desarrollo y crecimiento, que ha tenido el cantón debido a la actividad textil. Esta información ha sido recopilada de diversas fuentes, tanto primarias como secundarias, mediante la ayuda de instrumentos de investigación como: fuentes bibliográficas, linkografías, encuesta, y observación directa.

3.2.1. Tipos de investigación

a) Investigación Bibliográfica

El desarrollo de este estudio, se basó en los siguientes tipos de investigación: la investigación bibliográfica, porque se recolectó información obtenida de diversas fuentes bibliográficas, tales como: libros relacionados con la historia de la actividad

textil de Atuntaqui, artículos informativos sobre avances que ha tenido el cantón en los últimos años (datos), informes de gestión de rendición de cuentas por el GAD del Cantón Antonio Ante, informes de la Cámara de Comercio de Antonio Ante, informes INEC (2010), periódicos, entre otros.

b) Investigación Descriptiva

A su vez la investigación descriptiva fue importante porque permitió detallar situaciones relevantes sobre la industria textil, tales como: la producción y comercialización de textiles, tipo de maquinaria que utilizan para la producción de prendas de vestir, la tecnología, la organización a la cual pertenecen las empresas textiles e identificamos las condiciones laborales de sus empleados, determinamos los índices de desarrollo y crecimiento que ha tenido Atuntaqui en los últimos años. Esta información ha sido utilizada para dar una validez conceptual al capítulo I referente al Diagnóstico Situacional del emprendimiento.

c) Investigación de Campo

La investigación de campo fue esencial, porque permitió recopilar la información que se obtuvo de diversas fuentes, como fueron: la encuesta dirigida a los propietarios de las principales industrias del Cantón Antonio Ante.

3.3. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la presente investigación es no experimental, únicamente se analizó el comportamiento de las variables dependientes, además se empleó preguntas para la recolección de la información procedente de cada una de las fuentes, lo cual ayudó a establecer cuál es la incidencia socio-económica que ha generado la actividad textil en la ciudad de Atuntaqui. Además la investigación es de corte transversal porque permitió recolectar datos de un conjunto de variables como son; la producción de textiles, la comercialización y la incidencia económica en Atuntaqui, en un punto determinado y se analiza las causas fundamentales que han provocado el desarrollo social y económico de la Ciudad de Atuntaqui y ver que tan factible es el presente proyecto de emprendimiento.

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para realizar el presente proyecto de emprendimiento se aplicaron las siguientes técnicas e instrumentos:

3.4.1. Técnicas

a) La encuesta

“La encuesta requiere de programación y planteamiento de la misma, para posteriormente dar desarrollo a dicha programación, lo cual requiere una serie de pasos para su logro exitoso”.

Es la conjunción del interés, y necesidad, por recoger información directamente de la persona entrevistada con el desarrollo de los métodos muestrales lo que hace surgir la encuesta tal y como la conocemos en la actualidad.

La encuesta presenta dos características básicas que la distinguen del resto de los métodos de captura de información:

- ✓ Recoge información proporcionada verbalmente o por escrito por un informante mediante un cuestionario estructurado.
- ✓ Utiliza muestras de la población objeto de estudio. (Alvira, 2011, p. 6)

Los diferentes pasos a realizar se pueden agrupar en cinco grandes etapas/fases, partiendo de que los objetivos de la encuesta están ya fijados y existe un proyecto de la misma:

1. Planteamiento/diseño del cuestionario.
2. Selección de la muestra.
3. Desarrollo del trabajo de campo.
4. Preparación de la información/datos.
5. Análisis de la calidad de la información. (Alvira, 2011, p. 15)

b) La Observación Directa

La observación directa, permitió responder las interrogantes de la investigación. Esta información ha permitido validar datos, que han servido para dar hincapié al próximo capítulo por desarrollarse en el proyecto, el cual ha sido de Análisis y Resultados, tanto para la segmentación de la población, como para el cálculo respectivo de la muestra, entre otras variables esenciales.

3.4.2. Instrumentos

a) Cuestionario (Encuesta)

La aplicación de un cuestionario fue fundamental, ya que permitió establecer una serie de preguntas con la finalidad de obtener información y por ende resultados óptimos en el análisis de la oferta, demanda y análisis estadísticos de las respuestas correspondientes.

b) Fichas de Observación (Observación Directa)

Fueron necesarias aplicar las fichas de observación, ya que mediante las mismas se pudo recolectar información conforme a los parámetros detallados en las mismas, lo cual sirvió para evaluar y diagnosticar los datos conforme a las variables específicas del emprendimiento.

La observación directa fue esencial ya que mediante ella, pudimos recabar información con detalle minucioso sobre diferentes industrias textiles, describiendo cada uno de los aspectos que serán fundamentales para el buen desempeño del emprendimiento, todo esto se colocó en énfasis descriptivo en cada una de las fichas de observación.

3.4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA ENCUESTA

3.4.3.1. Planteamiento/diseño del cuestionario

La utilización de la técnica de la encuesta parte necesariamente de un proyecto de estudio/investigación que tiene ya definidos sus objetivos, hipótesis, metodologías complementarias, tiempos, presupuesto, etc.

El diseño del cuestionario solo es posible desde estos aspectos ya definidos, sobre todo de los objetivos. Puesto que de los objetivos, se genera la lista de temas a incluir en el cuestionario, estos temas se desarrollan después en una o varias preguntas (formulación de preguntas), se formulan estas preguntas adecuándolas a diferentes tipos y formatos, se ordenan estas preguntas y se precodifican adoptando luego un formato

definitivo para llegar a un borrador de cuestionario. Esta es la primera fase de un proceso que puede contemplarse en tres fases; la fase segunda está constituida por la prueba y análisis de las preguntas formuladas y la tercera es la prueba global, es decir, el pretest a veces denominado piloto. En la segunda fase conviene primero llevar a cabo un análisis lógico del cuestionario (validez de contenido y aparente) con la finalidad de:

1. Asegurarse de que se incluyen todos los temas necesarios para lograr los objetivos del estudio y de que estos temas están adecuadamente desarrollados en las preguntas correspondientes.
2. Asegurarse de que no sobran temas y/o preguntas.
3. Comprobar que las preguntas están correctamente formuladas, con un lenguaje y un nivel de abstracción adecuados a la población objeto de estudio.
4. Comprobar que las preguntas no están formuladas de un modo sesgado, analizando, entre otros, los posibles problemas de aquiescencia y deseabilidad social.
5. Verificar que el orden de las preguntas y el formato del cuestionario son adecuados, tanto para reflejar los objetivos del estudio (perspectiva del investigador), como para capturar la información pertinente (perspectiva de la población objeto de estudio), como para facilitar la labor de campo (perspectiva del entrevistador en su caso) y la de la preparación de la información (perspectiva del codificador y del analista).

“Conviene dentro de esta segunda fase llevar a cabo una segunda parte consistente en un análisis empírico del borrador de cuestionario” (Alvira, 2011, pp. 18-19).

Por tanto, el diseño de un cuestionario tiene al menos tres filtros:

1. Formulación y desarrollo inicial
2. Análisis lógico y empírico de preguntas
3. Pretest: prueba global

Y puede complementarse con la utilización de grupos de discusión y/o de preguntas de otros cuestionarios ya utilizados en la fase primera de formulación y desarrollo.

3.4.3.2. Recolección de datos

Los datos fueron recolectados y procesados en un periodo de cuatro meses (marzo a junio del 2019). Antes de visitar las empresas textiles, se envió una solicitud explicando los objetivos de la encuesta y el motivo por el cual se las está realizando. Con esta actividad, el encuestado tuvo conocimiento anticipadamente de la información que será preguntada e internamente pueda identificar a la persona(s) o área(s) que manejan los datos solicitados. Previo a la visita de los encuestadores, las industrias textiles fueron contactadas telefónicamente para confirmar el recibimiento al encuestador, establecer la fecha de la visita e identificar la persona responsable dentro de la empresa que ayudarían a responder las respectivas preguntas de la encuesta.

3.4.3.3. Preparación de la información

Alvira (2011) en su obra: *La encuesta una perspectiva general metodológica*, afirma lo siguiente:

Desde la recepción del cuestionario hasta el análisis de la información se lleva a cabo un proceso que implica no solo la preparación de la misma para el análisis, sino también la corrección de errores, validación de la información, depuración de cuestionarios y ficheros, etc. (p. 27).

3.4.3.4. Análisis de la información

“Este paso se lo hace con el fin de que el análisis de la información cumpla con los objetivos de estudio”.

3.4.4. VARIABLES A INVESTIGAR

3.4.4.1. Introducción de innovaciones

El sector productivo del Ecuador prioriza en la mejora de la calidad de productos y en el aumento de la producción, tal es el caso de la ciudad de Atuntaqui en su producción de textiles. Los datos muestran que las empresas se preocupan más en mejorar los productos ya existentes y producir de forma eficiente, con estrategias de reducción de costos.

La producción en su industria se la realiza de manera:

Mediante la recolección de datos podemos determinar que la producción textil en su mayoría se la realiza de manera semanal y mensual, esto se debe a que la demanda de compra de los distintos artículos es enorme, y debido a esto se desea ampliar al mercado nacional y con visión al mercado internacional, al ser pequeños y medianos productores sería difícil para los textileros cumplir con la gran demanda que involucraría trabajar para marcas foráneas y cubrir las necesidades del país y de afuera. Por ello durante la feria textil de Atuntaquí, cientos de almacenes fueron desplegados del área central de la ciudad debido a la gran cantidad de extranjeros y clientes para la compra de los distintos productos exhibidos. Además de contar con otros productos gastronómicos típicos de la zona. (Figura 2)

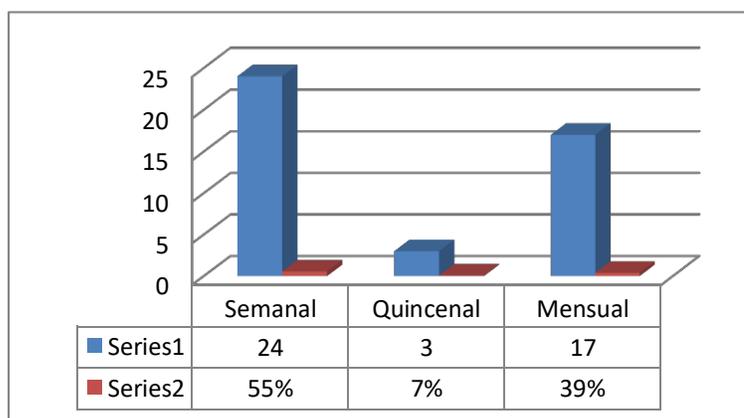


Figura 1.- Producción de la Industria

3.4.4.2. Obstáculos de la producción textil

Las ventas en el ámbito textil se han mantenido conforme a los datos proporcionados que se pueden observar en la figura, y uno de ellos conforme a la información recopilada ha sido factor costos el más representativo.

¿Cómo define sus dimensiones de ventas?

Conforme a los resultados evidenciados a través de la encuesta realizada, se puede observar que la industria textil transformó la economía local y la misma se ha fortalecido con el pasar del tiempo, pero existen déficits en los cuáles las ventas se han mantenido y su crecimiento ha ido a paso lento, esto sucede debido a diversos factores en los cuáles la industria textil ha tenido que hacer frente con el pasar de los años, tales como: devaluación del peso colombiano, el cual ha hecho los productos del vecino país mucho más baratos, originando descuentos y estrategias

comerciales, en las cuáles ha hecho que los ciudadanos nacionales y extranjeros acudan a su compra, dejando la producción local de lado y por resultado locales comerciales vacíos. Es por tal motivo que los propietarios de los mismos se esmeran en decorar sus negocios y crear estrategias comerciales innovadoras, con el fin de llamar la atención del cliente. **(Figura 3)**

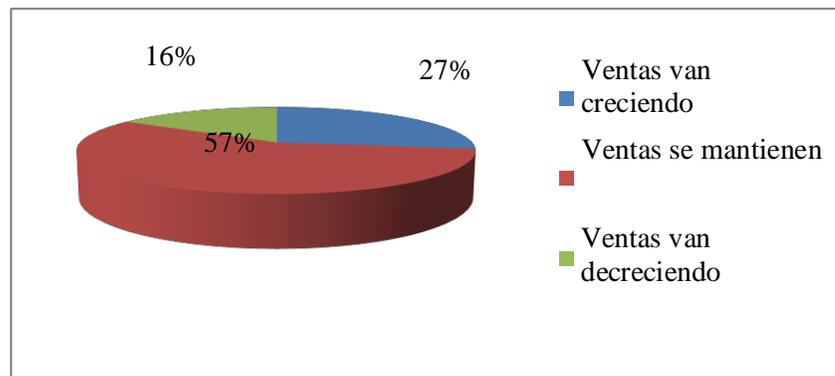


Figura 2.- Dimensiones de ventas

3.4.4.3. Cantidad de empleados

Debido al constante desarrollo de las empresas en la industria textil, se ha considerado el afán por parte de los empleados en generar sus propios emprendimientos, en el cuál ya no sean considerados como agentes buscadores de empleo, sino como dueños de sus propios negocios, aunque no es una tarea fácil iniciarlo, pero el objetivo es generar fuentes de empleo y así sea con el inicio de tan solo 2 o 3 empleados.

Si tuviera que definir la producción de la industria textil, que se encuentra representada en la ciudad de Atuntaqui, ¿cómo la consideraría?

De acuerdo a la información obtenida a través de las encuestas realizadas a los propietarios de las diferentes industrias textiles de la ciudad de Atuntaqui, se puede apreciar que la producción de la industria textil se encuentra en un constante desarrollo y esto es debido a que uno de los sectores más demandados en la ciudad provienen de los textiles en el cual comenzaron a crearse microempresas por parte de empresarios jóvenes con mayor nivel educativo, los cuáles os mejoraron la tecnología y ampliaron los mercados. Esto comenzó a posicionarse a nivel nacional luego de impulsar una Expo feria que permitió mostrar competitividad y por ende modernizar almacenes comerciales textiles. **(Figura 4)**

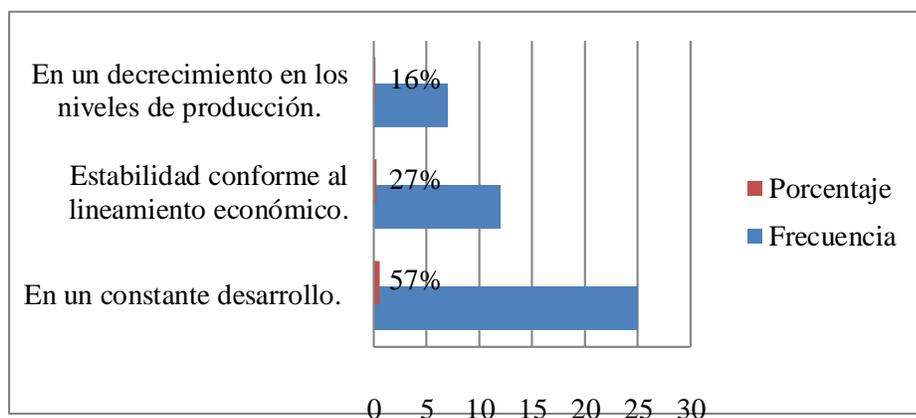


Figura 3.- Desarrollo de la Industria textil

3.4.5. CÁLCULO Y ESTRATIFICACIÓN DE LA ENCUESTA

3.4.5.1. POBLACIÓN

La población es una parte del universo en la cual se basa nuestro estudio, por lo que se determinó a las empresas que se encuentran registradas en la Cámara Textil de Antonio Ante, ya que es una asociación legalmente constituida y según las características de nuestra investigación es fundamental para nuestro estudio. Por lo tanto, el presente estudio se desarrolló con una población de 44 empresas textiles, las cuales se encuentran registradas según la Cámara Textil de Antonio Ante.

3.4.5.1.1. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se determina en gran medida por tres factores: a) el porcentaje estimado que representa la variable considerada; b) el nivel deseado de confiabilidad; y c) el margen de error aceptable. Además, hay que saber si la población es infinita o finita. La población es infinita si la cantidad total aumenta constantemente, es muy grande o no tiene un límite. Es finita cuando es una cantidad fija que conocemos y permanece sin cambio alguno durante el tiempo en el que se realiza la investigación. (López, 2014, p. 123).

En la presente propuesta de emprendimiento se obtuvo como resultado efectuar 44 encuestas, las cuales se aplicaron a los propietarios o representantes de las Industrias Textiles de la ciudad de Atuntaqui. Esto se debió a que al tratarse de una población

mínima de 44 empresas textiles no es necesario la aplicabilidad de la fórmula para determinar la muestra, si no que se aplicó a la población total.

3.4.5.1.2. Fórmula

A partir de la población determinada anteriormente se procederá a calcular la muestra mediante la siguiente fórmula, con su respectiva interpretación a cada símbolo.

Cuando tengamos que sacar una muestra de un universo de estudio del cual conocemos su tamaño, es decir la cantidad de unidades de estudio que lo forman, entonces debemos usar la siguiente fórmula: (Montoya Guzmán, 2009, p. 43)

$$n = \frac{k^2 PQ}{e^2 (n - 1) + k^2 P Q}$$

3.4.5.1.3. Simbología

Representa cada uno de los significados de los términos que intervienen en la estructura de la fórmula, esto es con la finalidad de tener un margen más amplio de conocimiento, con la menor incidencia a cualquier duda o inquietud de lo que se calculará.

(Tabla 6)

Tabla 6.- Simbología de la fórmula de la muestra

Donde:	
n	Tamaño de la muestra
k	Percentil de la distribución normal para una confiabilidad determinada. Aproximado de Z: Estadígrafo de la distribución normal. Depende de la confiabilidad (1- α /2). α : nivel de significación= 0.05 (100% - nivel de confianza= 95%)
N	Tamaño de la población
P	Probabilidad que se produzca un fenómeno o proporción muestra
Q	Probabilidad contraria a que se produzca
e	Error absoluto

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS Y RESULTADOS

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

En el cuarto capítulo se tiene como finalidad examinar la segmentación de la población objeto de estudio para el cálculo respectivo de la muestra, demanda y oferta respectivamente; dándose a saber los gustos y preferencias del cliente en relación al producto de estudio, así también fuentes y datos estadísticos del INEC, Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Antonio Ante, entre otros tipos de información como son: análisis de principales competidores, precio y estrategias de comercialización en relación al marketing mix que se han requerido para el presente estudio.

Se tiene como fin fundamental poner en práctica y dar desarrollo sustentable a este proyecto de emprendimiento pensando siempre en ofrecer un servicio de calidad y calidez, satisfaciendo necesidades y generando una propuesta diferente para su compra por parte del cliente y por ende guiar a su desarrollo comercial y turístico propio de la zona textil como lo es en la ciudad de Atuntaqui.

4.2. OBJETIVOS

4.2.1. General

Desarrollar un estudio de mercado en la ciudad de Atuntaqui para determinar la demanda, oferta y demás variables del producto objeto de estudio.

4.2.2. Específicos

- Identificar las características esenciales del producto que se va colocar en el mercado.
- Determinar la demanda actual del producto.
- Analizar la oferta existente de productos similares.
- Determinar el precio tomando en consideración a la competencia.
- Desarrollar distintas estrategias de marketing mix, que permitan dar a conocer de mejor manera el desarrollo del producto al mercado.

4.3.VARIABLES

- Producto
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias del marketing mix

Las variables que se tomaron en cuenta para realizar un adecuado estudio de mercado son: producto el cual se va a llevar a cabo para su comercialización, demanda la cual será fundamental ya que indica hacia el mercado al cual nos vamos a dirigir, la oferta que indica análisis de la competencia, precio el cual va a enfocar análisis de costos y gastos conforme a las necesidad visualizadas y analizadas en el mercado objetivo y finalmente las estrategias de comercialización, las cuáles llevaran al producto a los distintos ámbitos de conocimiento por parte del cliente. (**Tabla 7**).

Tabla 7.- Matriz de Estudio de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Identificar las características esenciales del producto que se va colocar en el mercado.	Producto	Descripción del producto Características del producto.	Encuesta	Primaria
Determinar la demanda actual del producto.	Demanda	Lugar de adquisición Mercado meta Cálculo de la demanda Frecuencia de adquisición Nivel de aceptación del producto	Encuesta Investigación documental	Primaria Secundaria
Analizar la oferta existente de productos similares.	Oferta	Cálculo de la oferta Análisis de la competencia	Encuesta Investigación documental	Primaria Secundaria
Determinar el precio tomando en consideración a la competencia.	Precio	Determinación del precio Análisis de precios competidores	Encuesta Investigación documental	Primaria Secundaria
Desarrollar distintas estrategias de marketing mix, que permitan dar a conocer de mejor manera el desarrollo del producto al mercado.	Estrategias del Marketing Mix	Producto Precio Promoción Plaza	Encuesta Investigación documental	Primaria Secundaria

4.4. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA

Conforme a las encuestas aplicadas y los datos obtenidos a partir de éstas a los propietarios o gerentes de las principales industrias textiles en la ciudad de Atuntaqui, se pudo obtener la siguiente información, la cual fue relevante para poder realizar el estudio, análisis y desarrollo del diagnóstico situacional y las distintas matrices aplicadas.

Se analizó las cinco industrias textiles pertenecientes al cantón Antonio Ante de la ciudad de Atuntaqui, la cual es la ciudad más relevante en la moda e industria textil de la provincia de Imbabura. Se puede mencionar que según los datos proporcionados al presente proyecto de emprendimiento, se tiene una buena acogida en la creación de prendas de vestir. Otros de los aspectos que fueron producto de las encuestas es que los proveedores son locales, los cuales hacen la entrega del material necesario para su elaboración, y para tener una mayor fidelidad lo hacen a precios económicos, lo que sí se puso de manifiesto es que valdría mejorar la presentación en la entrega del producto ya que esto es un deterioro a la imagen del mismo, adicionalmente sus diseños son tan comunes que por tal motivo los precios son débiles y los clientes no están de acuerdo en querer pagar más.

Se realizaron encuestas a los distintos propietarios o dueños de las industrias textiles más representativas en la ciudad de Atuntaqui, esto con la finalidad de determinar el grado de aceptabilidad que tendrá la propuesta para la creación de una microempresa para la elaboración de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui, de igual manera el análisis de otros aspectos representativos previos a la investigación del proyecto, los cuáles serán de suma importancia para poder llevar a cabo su viabilidad, correcto y efectivo desarrollo del mismo.

1.- A la producción de la industria textil en la ciudad de Atuntaqui se la considera en un constante desarrollo.

De acuerdo a la información obtenida a través de las encuestas realizadas a los propietarios de las diferentes industrias textiles de la ciudad de Atuntaqui, se puede apreciar que la producción de la industria textil se encuentra en un constante desarrollo y esto es debido a que uno de los sectores más demandados en la ciudad provienen de los textiles en el cual comenzaron a crearse microempresas por parte de empresarios jóvenes con mayor nivel educativo, los cuáles mejoraron la tecnología y ampliaron los mercados. Esto comenzó a posicionarse a nivel nacional luego de impulsar una Expo feria que permitió mostrar competitividad y por ende modernizar almacenes comerciales textiles. (Figura 4)

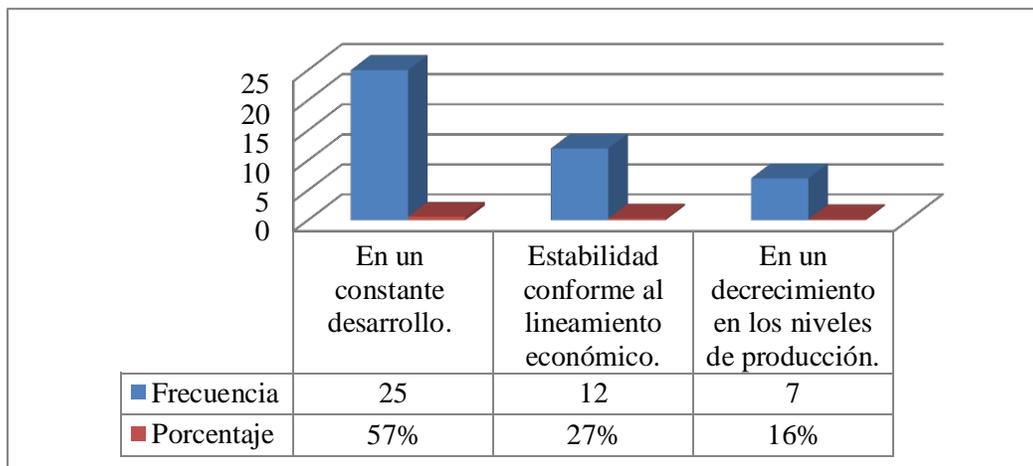


Figura 4.- Producción de la industria textil

2.- Es fundamental analizar una variable como es el destino de las ventas de la industria textil.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede evidenciar que el destino de las ventas de los distintos productos textiles en la ciudad de Atuntaqui, se extiende al mercado local, con miras hacia los almacenes comerciales, así como la Expo feria y distintas ferias locales que se realizan alrededor de la zona. Es importante destacar que debido a la constancia y el trabajo de generaciones se ha incrementado un adelanto tecnológico, lo cual han hecho de ésta ciudad una más productiva, industrial y competitiva, dando paso a la creación de varias microempresas, movilización de productores a distintos puntos de venta y comercialización en el país, esto se originó debido a un esforzado y continuo trabajo, otorgando un reconocimiento como el “Centro Industrial de la Moda”. (Figura 5)

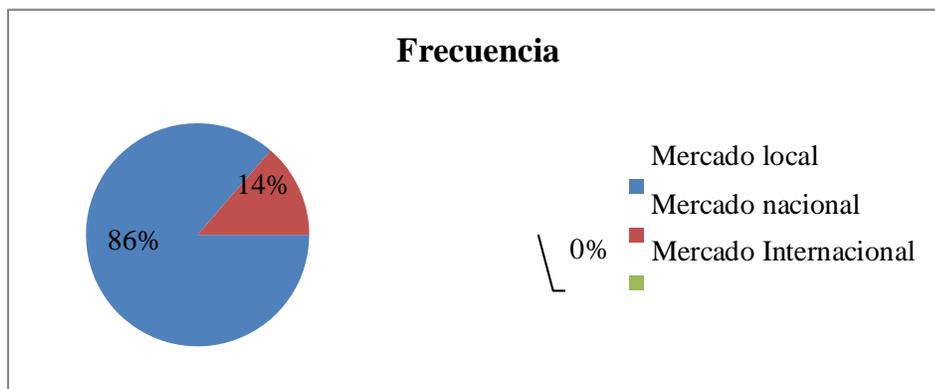


Figura 5.- Destino de ventas

3.- Es importante tomar en consideración el grado de dimensión de las ventas que se obtienen en la industria textil.

Conforme a los resultados evidenciados a través de la encuesta realizada, se puede observar que la industria textil transformó la economía local y la misma se ha fortalecido con el pasar del tiempo, pero existen déficits en los cuáles las ventas se han mantenido y su crecimiento ha ido a paso lento, esto sucede debido a diversos factores en los cuáles la industria textil ha tenido que hacer frente con el pasar de los años, tales como: devaluación del peso colombiano, el cual ha hecho los productos del vecino país mucho más baratos, originando descuentos y estrategias comerciales, en las cuáles ha hecho que los ciudadanos nacionales y extranjeros acudan a su compra, dejando la producción local de lado y por resultado locales comerciales vacíos. Es por tal motivo que los propietarios de los mismos se esmeran en decorar sus negocios y crear estrategias comerciales innovadoras, con el fin de llamar la atención del cliente. **(Figura 6)**

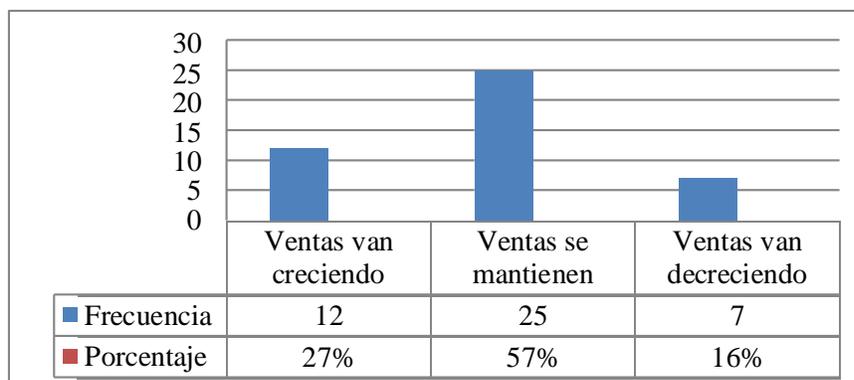


Figura 6.- Dimensión de Ventas

4.- Cantidad de prendas de vestir mediante el servicio de maquila, que adquiere mensualmente para vender.

A través de la información recolectada se considera que los principales comercializadores de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui indicaron que en el mes aproximadamente 600, 700 y 500. Mediante este resultado se puede decir que adquieren un total de 1800 prendas de vestir mediante el servicio de maquila de manera mensual. Cabe recalcar que los microempresarios han destinado su producción a la venta de prendas de vestir de todo tipo abasteciendo cualquier tipo de demanda, las cuales se caracterizan por sus originales diseños y excelentes precios conforme a la economía local.

5.- Analizar las maneras en que se realiza la producción textil, con el fin de cubrir futuros inconvenientes.

Mediante la recolección de datos podemos determinar que la producción textil en su mayoría se la realiza de manera semanal y mensual, esto se debe a que la demanda de compra de los distintos artículos es enorme, y debido a esto se desea ampliar al mercado nacional y con visión al mercado internacional, al ser pequeños y medianos productores sería difícil para los textileros cumplir con la gran demanda que involucraría trabajar para marcas foráneas y cubrir las necesidades del país y de afuera. Por ello durante la feria textil de Atuntaquí, cientos de almacenes fueron desplegados del área central de la ciudad debido a la gran cantidad de extranjeros y clientes para la compra de los distintos productos exhibidos. Además de contar con otros productos gastronómicos típicos de la zona. (Figura

7)

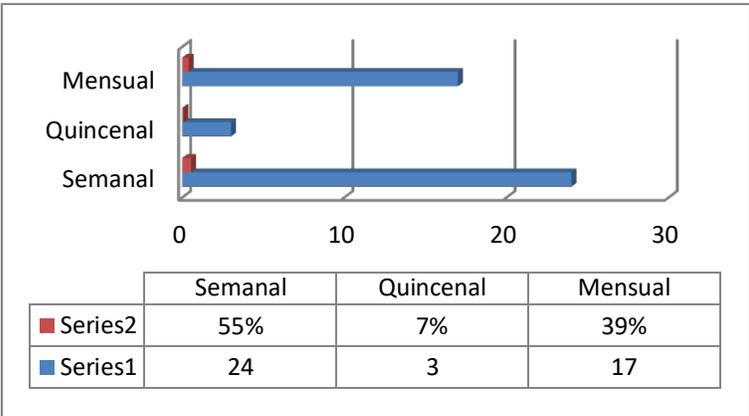


Figura 7.- Producción de la Industria Textil

6) Conoce sobre alguna textilera que se dedique a la confección de prendas de vestir, mediante el servicio de maquila.

De las principales textileras de la ciudad de Atuntaqui, dieron a conocer la existencia de otras fabricas textiles a base del servicio de maquila, tomando en cuenta que tanto la confección, diseños y acabados no tienen comparación alguna con la calidad que se brinda en las principales industrias anteriormente mencionadas, esto hace que los clientes tengan una mayor aceptación por prendas de industrias de buen prestigio y calidad en sus confecciones; además de ello manifestaron que la cantidad de producción es de 380 y 300 prendas de vestir de manera mensual aproximadamente.

De acuerdo a la información recolectada mediante las encuestas, las industrias textiles en la ciudad de Atuntaqui tienen el conocimiento sobre lo que es y el uso adecuado del servicio de maquila, el cual proporcionaría un servicio más eficiente y efectivo al momento de producir grandes volúmenes de producción en la industria textil.

7) Entre más grande sea el conocimiento en cuanto a desarrollo textil, mayor será el rendimiento efectivo y eficiente.

Por medio de las encuestas realizadas a los propietarios de las industrias textiles en la ciudad de Atuntaqui, se puede mencionar que además de poseer el conocimiento necesario sobre el servicio de maquila, consideran útil que el mismo se contrate para proporcionar un mejor servicio a sus clientes, mediante la eficiencia, efectividad, innovación y creatividad; además se proporcionan y generan nuevas fuentes de empleo, las cuáles son necesarias debido a la alta demanda requerida por la industria en la actualidad. **(Figura 8)**

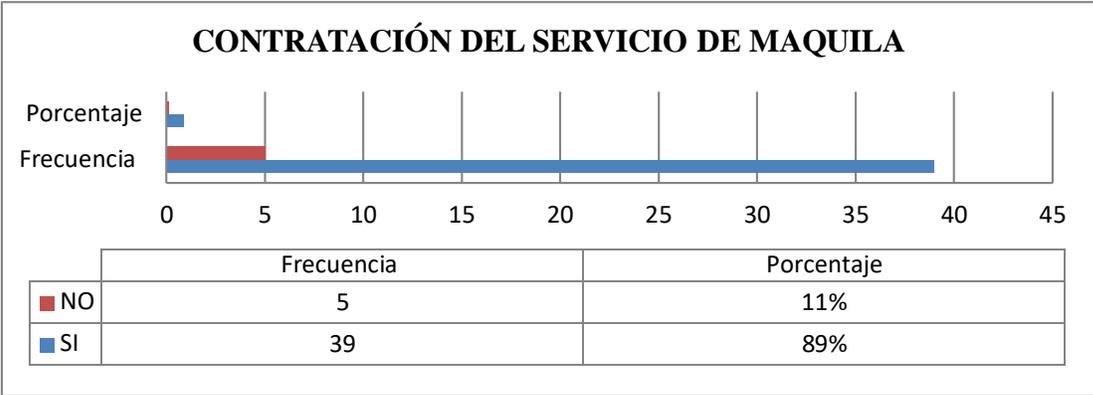


Figura 8.- Contratación del Servicio de Maquila

8) Es primordial que la línea de productos sean los más demandados por la clientela.

Conforme a los datos obtenidos en las encuestas realizadas, se puede notar que la línea de productos más representativa en la ciudad de Atuntaqui sector textil, es la línea formal para damas, caballeros y niños; incluyendo en un alto porcentaje la línea deportiva, ropa interior, tendidos de cama, blusas en lana, y una gran variedad de material para la comodidad personal y la de toda la familia, esto se ha sido tendencia debido a su excelente calidad, diseños, y acabados en cada uno de los detalles que conforman estas diversas prendas de vestir, y el gusto ante todo adquirido por los clientes al momento de adquirir una de éstas prendas. **(Figura 9)**

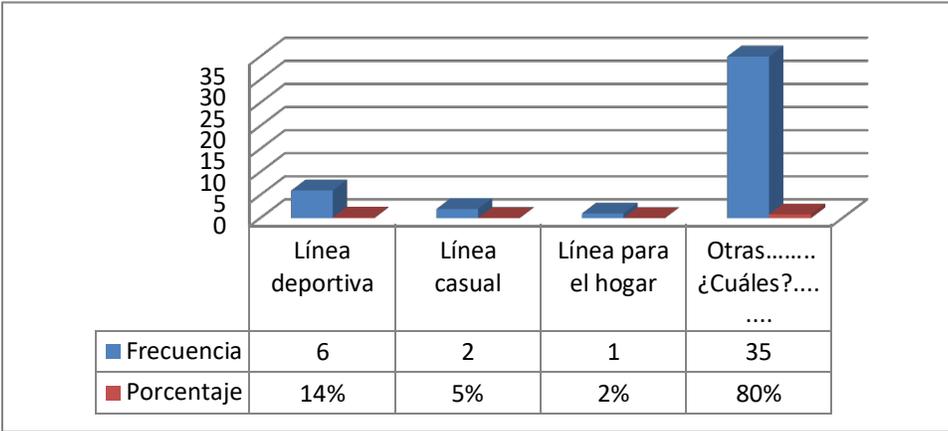


Figura 9.- Línea de productos más demandados

9) Conocer los distintos canales de comercialización es vital para evitar correr riesgos de fracaso empresarial.

Conforme a los resultados obtenidos mediante las encuestas realizadas, podemos recalcar que el principal canal de comercialización en las distintas líneas de productos de la industria textil se la realiza de manera directa a los clientes locales, esto es debido a su facilidad de acceso y a la disminución de costos en lo que corresponde a transporte o servicios adicionales para que llegue el producto a su destino final. Lo fundamental es que el usuario se sienta satisfecho, seguro y conforme a lo requerido a sus gustos en lo que respecta a prendas de vestir. **(Figura 10)**

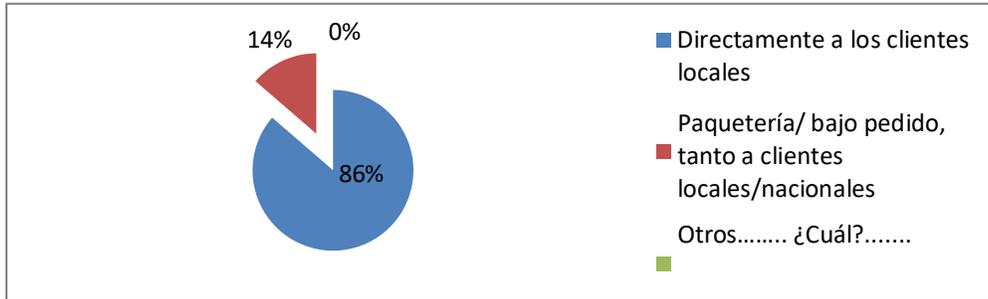


Figura 10.- Línea de productos más demandado

10) La publicidad aplicada correctamente es necesaria para dar a conocer la línea de productos.

Debido a los resultados obtenidos, se puede evidenciar que el tipo de publicidad mayor requerido para hacer conocer las distintas líneas de productos textiles se lo hace mediante ferias locales realizadas en la zona local, días festivos y fines de semana, en el cual acuden ciudadanos locales, nacionales y extranjeros, así también una de las más relevantes publicidades se lo hace mediante redes sociales, ya que actualmente constituye uno de los medios más vistos por cualquier tipo de edades. Esto hace relevante y más aun tratándose de la industria textil. **(Figura 11)**

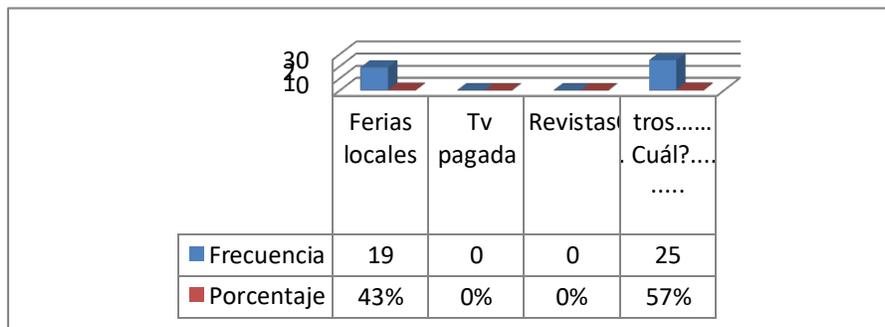


Figura 11.- Tipo de publicidad

11) El análisis del precio del producto, incurrirá en costos y gastos innecesarios.

Mediante las encuestas realizadas se puede mencionar que el precio asignado a una prenda textil se la realiza mediante su volumen de producción, esto es conforme a la línea que se produzca, otro de los aspectos a tomar en cuenta para la asignación de un precio es la calidad del mismo en las distintas características que hacen única a una prenda de vestir, bien sea los hilos empleados, detalles, colores y diseños. **(Figura 12)**

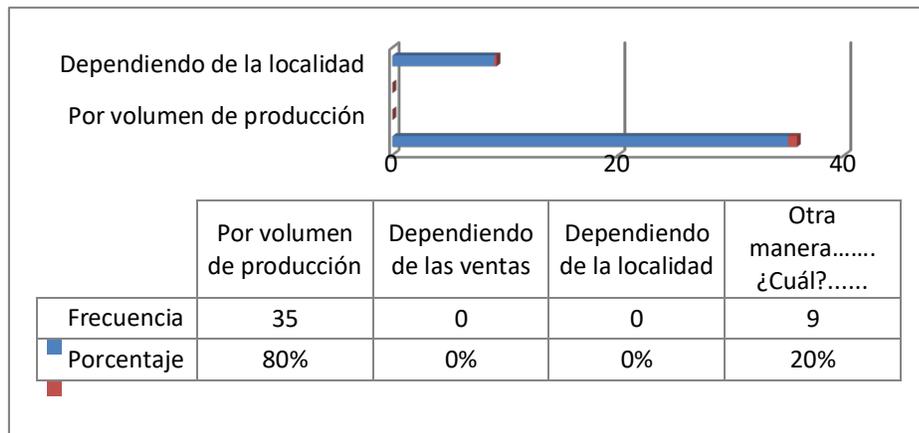


Figura 12.- Precio de los productos

12).- Toda buena compañía acepta las sugerencias emitidas por los clientes.

Mediante las encuestas realizadas se puede mencionar que una de las mayores sugerencias solicitadas por los clientes en cuanto a la línea de productos textiles es en torno a promociones y descuentos, los cuáles los hacen más atractivos a la vista, de igual manera el gusto del cliente, mediante la presentación de diseños personalizados, en el cual se consideren aspectos recomendados por el consumidor. Todo ello conlleva a una mejor presentación y atribución a un mercado más atractivo e influyente al momento de adquirir una prenda textil para su uso sea personal o bien familiar. **(Figura 13)**

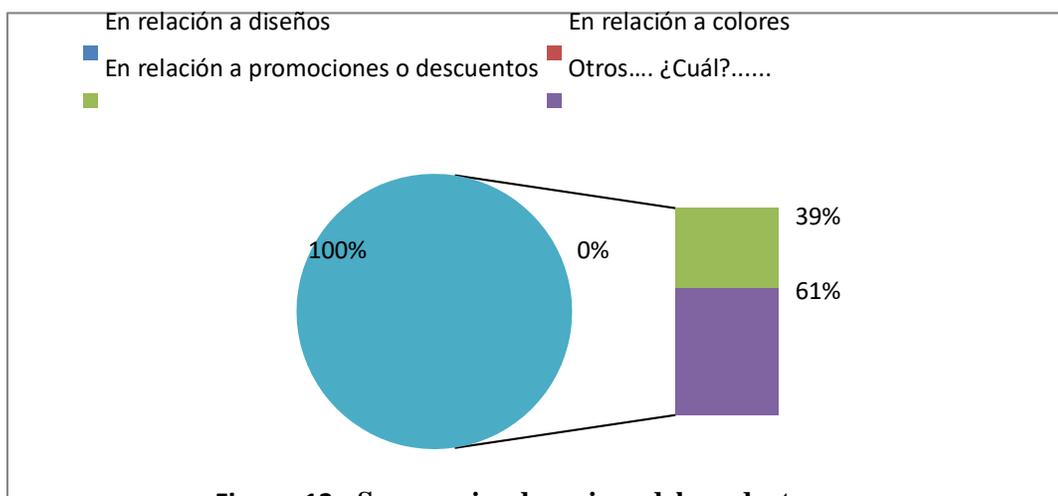


Figura 13.- Sugerencias de mejora del producto

4.5. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS O GERENTES DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES, PERTENECIENTES AL CANTÓN ANTONIO ANTE, DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.

Conforme a los datos obtenidos de la entrevista realizada a los propietarios de las distintas industrias textiles en la ciudad de Atuntaqui, se pudo recolectar la siguiente información, la cual fue una base fundamental para poder sustentar el capítulo I en relación al diagnóstico situacional y matriz AOOD. La producción textil en la ciudad de Atuntaqui se encuentra considerada en un constante desarrollo, esto es debido a la gran demanda que la misma posee y ser considerada como la Industria de la moda, sus distintos productos han marcado un referente local en distintas ferias y expo ferias, las cuáles han hecho que microempresarios lleguen a dar conocer sus productos a nivel nacional, debido a la aceptación favorable que han tenido los mismos; uno de los puntos fundamentales que han hecho que esta industria crezca es la mano de obra y la tecnología que ha logrado obtener, a pesar de éstas ventajas, siempre ha tenido que hacer frente a obstáculos como la presencia de un mercado competitivo como es la ciudad de Ipiales-Colombia, en el cual se ofertan prendas textiles a mejores promociones y con bajos precios, esto ha hecho que las ventas en el mercado local de Atuntaqui se mantengan o bien empiecen a decrecer con el paso de los años. Con todo ello los productores textiles han creado estrategias innovadoras que permitan abastecer la demanda y continuar con la misma cantidad de producción y conforme al tamaño de su industria; es necesario recalcar que el servicio de maquila conocido por todos ha hecho que se fortalezca la eficiencia y la efectividad en su producción, por lo cual es muy demandado en su mayoría. Una de las mayores líneas de producción han sido la forma y la deportiva en la cual su comercialización se la ha realizado directamente a los clientes locales, tratando así de disminuir costos y gastos innecesarios, para ello se debe tomar en cuenta hacerlos conocer mediante ferias locales y uno de los más conocidos las redes sociales cautivados para todo tipo de edades. Una prenda textil se ha considerado su precio conforme al volumen de producción de su línea y por ende el cliente sugiere futuras mejoras conforme a promociones y descuentos así como a diseños personalizados proporcionados por ellos mismos. Todo esto es importante recalcar y tomar en cuenta en la

creación del presente proyecto, y que el mismo sea una opción viable para cubrir necesidades y ser un foco de creación de fuentes de empleo y ventas positivas y competitivas.

4.6. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

Para la determinación de la demanda se tomó a consideración datos provenientes de la encuesta y entrevistas aplicados a las industrias textiles más representativas de la ciudad de Atuntaqui en la cual se obtuvieron los siguientes resultados:

4.6.1. Cálculo de la Demanda

Tabla 8.- Cantidad de Prendas comercializadas por las principales industrias de la ciudad de Atuntaqui.

PRINCIPALES TIENDAS COMERCIALIZADORAS	CANTIDAD DE PRENDAS COMERCIALIZADAS
ETA FASHION	2000
SUPER EXITO	2500
RM	3000
OTROS	600
TOTAL	8100

Tabla 9.- Formato de análisis de costos para el Cálculo de la Demanda

DATOS	CANTIDADES
Mercado meta	8100
(*) Aceptación de compra	89%
(=) Total posibles clientes	7209
Frecuencia de compra	39%
(=) Total demanda mensual	2812

4.7.DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

Para el cálculo de la oferta se tomó los resultados de la encuesta a los principales propietarios de las industrias textiles de la ciudad de Atuntaqui del cantón Antonio Ante. A continuación se presenta la siguiente información:

Cantidad de producción conforme a las prendas de vestir que se van a producir y comercializar en cuanto a chompas básicas, pantalones y camisetas:

Tabla 10 .- Cálculo de la Oferta Maquila

DATOS	CANTIDADES
PROPIETARIO TEXTILERA 1	600
PROPIETARIO TEXTILERA 2	700
PROPIETARIO TEXTILERA 3	500
PROPIETARIO TEXTILERA 4	380
PROPIETARIO TEXTILERA 5	300
TOTAL	2480

4.8. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para obtener el resultado de la Demanda Potencial Insatisfecha, se realizó la siguiente tabla en la cual se da a conocer la diferencia entre la oferta y la demanda.

Mediante la obtención del resultado de la Demanda Potencial Insatisfecha, se pudo obtener un total de 5620 prendas de vestir mediante el servicio de maquila de manera mensual, esto quiere decir que es la probabilidad de adquisición del mercado local para una proyección futura, esto es conforme a las condiciones actuales en las cuales fueron estimados los cálculos para su resultado actual.

Tabla 11.- Demanda Potencial Insatisfecha

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	
DATOS	CANTIDADES
DEMANDA	
Demanda Total del Producto	8100
OFERTA	
Oferta Total del Producto	2480
DEMANDA INSATISFECHA	5620

4.9. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para realizar un análisis de la competencia se tomaron a consideración las preguntas N° 3 y 4 como una entrevista dirigida a las principales empresas textiles de la ciudad de Atuntaqui, en la cual los propietarios supieron manifestar que la satisfacción de la demanda en la ciudad de Atuntaqui se satisface en un 50% a 70% de la demanda de los clientes, en las cuáles los principales mercados de comercialización son la ciudad de Atuntaqui, siendo la principal competencia las tiendas minoristas aledañas de confección de textiles, que se han incrementado con el paso del tiempo y han formado pequeños talleres de costura que se han posicionado en el mercado local con un número inicial de pequeños asociados y la conformación de un grupo pequeños de operarios.

4.10. ANÁLISIS DEL PRECIO

El establecer el precio de venta del producto es necesario conocer aspectos básicos, entre ellos: cuanto están dispuestos a pagar la localidad, el precio de la competencia y la rentabilidad que proporciona el proyecto de emprendimiento a través de las ventas, el cual permitirá establecer el precio de venta en base al desarrollo del análisis de costos respectivamente.

Para el desarrollo del precio se tomó a consideración la pregunta N°9 de la entrevista realizada a las principales industrias textiles de la ciudad de Atuntaqui, en la cual los resultados que se obtuvieron fueron: que se determina el precio conforme al volumen de producción bien sea de pantalones o chompas, así también otros aspectos como la calidad del producto (tela) que influyen en el establecimiento del precio.

Para ello se ha realizado la siguiente tabla, en la cual se manifiestan los precios unitarios por producto; esto es basado en el método de los costos de producción más un porcentaje de margen de contribución, en lo que respecta a la unión de piezas. A continuación se muestran los costos totales basados en 726 unidades producidas de chompas básicas: **(Tabla 12)**

Tabla 12.- Precio establecido en la unión de confección de productos base

ANÁLISIS DE COSTOS DE PRENDAS DE VESTIR	
DETALLE	
Mano de Obra Directa	541,00
Costos Indirectos de Fabricación	112,99
Gastos Administrativos	8,95
COSTOS TOTALES	662,94
Número de Unidades	700
Costo Unitario	0,95
Margen de Contribución	11.15%
PRECIO DE VENTA	\$1.06

El precio de venta de \$1,06 dólares en comparación con el precio de la competencia que es mayor con un valor total de 1,15, logra una mayor aceptabilidad por parte del mercado local, y las industrias textiles, ya que tendría un ahorro de \$0.50 centavos.

Tabla 13.- Precio del Mercado

PRECIO ESTABLECIDO EN EL MERCADO DEL SERVICIO MAQUILA	
DETALLE	
PRENDAS BÁSICAS	\$1,06

4.11. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Las principales estrategias de comercialización que se tomaron a consideración y a su vez as cuáles la microempresa implementará para obtener una mayor acogida y recibimiento por parte de los clientes serán las siguientes:

4.11.1. Estrategias de producto

- ✓ La unión de piezas estará basada en el diseño fijado y personalizado por parte de los clientes, dando apertura a ideas creativas e innovadoras que traiga el consumidor o bien el estilo o modelo ya fijado por las industrias textiles a las cuáles se trabaja.
- ✓ Incluir un servicio tanto de manera personal por parte del cliente, así también de visita de puerta a puerta, en la cual se tomen los aspectos básicos para formar el producto.

4.11.2. Estrategias de precio

- ✓ Los precios serán determinados bajo lineamientos que considere la microempresa, esto es en base a clientes potenciales o distinguidos, o bien ya fijos o conocidos por la misma, en los cuales se ha considerado la mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y un margen de contribución mínimo aplicable para emprendimientos que es del 11.15%. (**Tabla 12**).

4.11.3. Estrategias de plaza

- ✓ El mercado textil se identifica en la Ciudad de Atuntaqui, ya que es considerada como la capital de la moda debido a su diversidad y ferias textiles; por lo cual se consideró oportuno ubicar el emprendimiento en la mencionada ciudad por facilidad de movilización por parte de nuestros clientes y comodidad de nuestros empleados.

4.12. ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN

A partir de las fichas de observación realizadas a las cinco principales industrias textiles en la ciudad de Atuntaqui, perteneciente al cantón Antonio Ante, se pudo recabar la siguiente información, la cual fue de vital importancia para poder determinar las matrices respectivas, así como el análisis y desarrollo del diagnóstico situacional.

Al ser industrias textiles principales en Atuntaqui, se pudo determinar que el presente proyecto de emprendimiento tiene las facultades y vialidades necesarias conforme al

análisis de: posicionamiento, estrategias y publicidad, así también las ventajas y desventajas presentadas durante su creación y desarrollo.

Cabe mencionar que la investigación realizada ha dado cabida a que se realice un análisis minucioso de aspectos internos y externos que envuelven el correcto y buen funcionamiento de un emprendimiento, por lo que se tomó a consideración la relación costo-gasto para hacer frente a un sinnúmero de necesidades que se presentasen tales como: personal insuficiente, necesidad de materia prima e insumos, infraestructura del local, maquinaria, entre otros necesarios para su viabilidad.

Todo ello ha sido tomado en cuenta y llevado a su análisis de costos respectivo, para a su vez presentar y entregar un producto de calidad y en óptimas condiciones, satisfaciendo las demandas y necesidades del cliente.

4.13. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- A través de la recopilación de información mediante la Cámara Textil de Antonio Ante se obtuvo que existen 44 empresas líderes textiles en Atuntaqui que se dedican la confección de prendas de vestir, pero cabe recalcar que ninguno de ellos confecciona este tipo de prendas bajo estilos personalizados.
- Mediante el desarrollo del cálculo de la Oferta y la Demanda, se pudo obtener la Demanda Potencial Insatisfecha, en la cual se da a conocer a la cantidad de prendas que es probable que el mercado consuma en los años futuros, ningún producto podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo de dicha demanda.
- Se establecieron diferentes estrategias en relación a las 4P's del marketing mix, los que serán de importancia para establecer políticas y lineamientos en los cuales se regirá el emprendimiento y a su vez proporcionará una mejor atención y satisfacción al cliente.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1. OBJETIVOS

5.1.1. General

- ✓ Desarrollar un estudio técnico que permita identificar el proceso, ingeniería e inversión del proyecto de emprendimiento.

5.1.2. Específicos

- ✓ Establecer la estructura de costos para el proyecto.
- ✓ Desarrollar el proceso de producción
- ✓ Identificar la localización óptima del proyecto
- ✓ Analizar el punto de equilibrio identificado.
- ✓ Establecer la capacidad de producción de la planta.

5.1.3. ESTRUCTURA DE COSTOS

Los activos fijos con los que contará el proyecto de emprendimiento para su adecuado funcionamiento son:

5.1.3.1. Maquinaria y herramientas

Para que se desarrolle adecuadamente el proyecto de emprendimiento es necesario que haya una adecuada funcionalidad y para eso se ha hecho necesario la utilización de activos fijos tangibles e intangibles, los cuáles permitirán un adecuado funcionamiento y a su vez uso de los mismos. (**Tabla 14**)

Tabla 14.- Maquinaria y herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Máquina Recta	1	600,00	600,00
Máquina Recubridora	1	1200,00	1200,00
Máquina Overlock	1	800,00	800,00
TOTAL			2600,00

5.1.3.2. Muebles y enseres

Son aquellos activos que el emprendimiento utilizará para la producción o bien suministro de bienes y servicios, ya sea con propósitos administrativos, y que se espera usar por más de un ejercicio económico, o bien por más de un año fiscal. (Tabla 15)

Tabla 15.- Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Mesa de corte	2	20,00	40,00
Silla de operarios	3	10,00	30,00
TOTAL			70,00

5.1.3.3. Total Inversión Fija

“El total de la inversión fija que se utilizará en el transcurso del proyecto de emprendimiento es de”: (Tabla 16)

Tabla 16. Total inversión fija

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN
Maquinaria y herramientas	2600,00
Muebles y enseres	70,00
TOTAL	2670,00

5.1.4. INVERSIÓN DIFERIDA

“Cuando hablamos de inversión diferida hacemos referencia a los gastos de funcionamiento necesarios que tendrá que poseer la microempresa para su correcto funcionamiento legal”: (Tabla 17)

Tabla 17.- Total inversión diferida

DESCRIPCIÓN	TOTAL
RUC	30,00
Certificado de Seguridad de Cuerpo de Bomberos	10,00
Certificado de compatibilidad de uso del suelo	15,00
Permiso sanitario	50,00
Permiso Municipal	20,00
TOTAL	125,00

5.1.5. MANO DE OBRA DIRECTA

“La mano de obra directa que se utilizara en el proyecto de emprendimiento será inicialmente la de dos operarios, en la cual se pagarán las remuneraciones básicas establecidas por la ley” (**Tabla 18**).

Tabla 18.- Mano de obra directa

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO TOTAL
OPERARIOS	2	788,00
DÉCIMO TERCERO	2	65,67
DÉCIMO CUARTO	2	65,67
APORTE PATRONAL	2	95,74
TOTAL		1015,08

5.1.6. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

5.1.6.1. Materia prima indirecta

En este aspecto se considerará la descripción de los materiales que bien si son utilizados en el proceso de elaboración del producto, pero no lo hacen de una manera directa, más bien son empleados para una funcionalidad de manera indirecta, pero no dejan de ser funcionales para su adecuada elaboración. (**Tabla 19**)

Tabla 19.- Materia prima indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Tijeras	Unidad	2	5,00	10,00
Hilos	Cajas	2	10,00	20,00
Cintas métricas	Unidad	3	1,00	3,00
Corta hilos	Unidad	3	1,00	3,00
Carretes	Unidad	3	0,50	1,50
Masking	Unidad	1	2,00	2,00
Cinta de embalaje	Unidad	1	2,00	2,00
TOTAL				41,50

5.1.6.2. Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta que será necesaria en la utilización del proyecto de emprendimiento será de las tres máquinas esenciales para la elaboración y confección de las prendas de vestir, tanto de una chompa básica como de un pantalón. Para ello se ha descrito lo siguiente: (**Tabla 19**)

Tabla 19.- Mano de obra indirecta

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Máquina Oberlock	1	1	25,00	25,00
Máquina Recta	1	1	25,00	25,00
Máquina Recubridora	1	1	25,00	25,00
TOTAL				75,00

5.1.6.3. Otros costos indirectos

A los costos indirectos de fabricación, se los considera aquellos en los cuales existe una disminución periódica con el paso del tiempo, como bien su utilización será en base a tres máquinas esenciales de coser, la depreciación sería: (**Tabla 20**)

Tabla 20.- Depreciación

DESCRIPCIÓN	VIDA ÚTIL	VALOR ORIGINAL	CÁLCULO	CUOTA DE DEPRECIACIÓN MENSUAL	CUOTA DE DEPRECIACIÓN ANUAL
Máquina 1	10	600,00	60,00	0,5	6,00
Máquina 2	10	1200,00	120,00	1,00	12,00
Máquina 3	10	800,00	80,00	0,67	8,04
Sillas (3)	5	30,00	3,00	0,03	0,36
Mesa de corte (2)	10	80,00	4,00	0,03	0,36
TOTAL				2,23	80,76

Tabla 20.- Otros Costos Indirectos

Cuando se considera otros costos indirectos de fabricación, se está tomando en cuenta lo q son: servicios básicos y la depreciación de los bienes materiales que se llevaron a cabo durante el desarrollo del emprendimiento, esto serpa necesario para incurrir en los costos y gastos básicos para dar inicio al emprendimiento. (**Tabla 21**)

Tabla 21.- Otros costos indirectos

DETALLE	PRECIO UNITARIO MENSUAL	PRECIO TOTAL
Energía eléctrica		20,00
Agua potable		10,00
Depreciación de maquinaria	2,17	2,17
Depreciación de muebles y enseres	0,06	0,06
TOTAL		32,23

5.1.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS

5.1.7.1. Suministros de oficina

Tabla 21.- Suministros de oficina

“A los suministros de oficina que serán necesarios para el adecuado uso y manejo en el área de oficina o administrativa del proyecto serán los siguientes, considerando que se está tomando en cuenta los básicos en su inicio” (**Tabla 22**).

Tabla 22.- Suministros de oficina

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Cuaderno (100 hojas académico)	1	1.25	1.25
Esferográficos	2	0.35	0.70
Carpeta	1	0.50	0.50
TOTAL			2.45

5.1.7.2. Suministros de limpieza

A los suministros de limpieza que serán necesarios para el adecuado uso y manejo en las distintas áreas del proyecto, tanto administrativas, bodega y de producción, serán los siguientes, considerando que se está tomando en cuenta los básicos en su inicio (**Tabla 23**).

Tabla 23.- Suministros de limpieza

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Escobas	2	1.00	2.00
Basureros	3	1.50	4.50
TOTAL			6.50

5.1.8. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se encuentra totalizado con un valor monetario de \$1324.32 dólares, al comienzo del proyecto de emprendimiento, aquí se encuentran detallados en una forma resumida los costos y gastos en cada una de las actividades que se llevarán a cabo en el proceso de elaboración: (**Tabla 24**).

Tabla 24.- Capital de Trabajo

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		1244,57
Mano de obra directa	1015,08	
Costos indirectos de fabricación	112,99	
Materia prima indirecta	41,50	
Mano de obra indirecta	75,00	
OTROS COSTOS INDIRECTOS		32,23
GASTOS ADMINISTRATIVOS		8,95
Suministros de oficina	2,45	
Suministros de limpieza	6,50	
Otros gastos administrativos		
Subtotal		1285,75
Imprevistos 3%		38,57
TOTAL		1324,32

5.1.9. DETALLE DE LA INVERSIÓN TOTAL

La inversión total en que se incurrirá en el proyecto de emprendimiento se encuentra establecida por la suma de la inversión fija y el capital de trabajo, para lo cual el proyecto empleará un total de \$3994,00 dólares. Con esta cantidad de dinero se dará inicio a las actividades y bienes que se han detallado anteriormente: (**Tabla 25**)

Tabla25.- Inversión Total

DETALLE	VALOR TOTAL
Inversión fija	2670,00
Capital de trabajo	1324,00
TOTAL	3994,00

5.1.10. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para dar inicio a las actividades del proyecto de emprendimiento, se tendrá que proveer de un total de \$3994,00 dólares, el cual será financiado de manera directa, sin el respaldo por el momento de alguna institución financiera. (**Tabla 26**)

Tabla 26.- Financiamiento del proyecto

DETALLE	VALOR TOTAL
Capital propio	3994,00
TOTAL	3994,00

5.1.11. PROCESOS

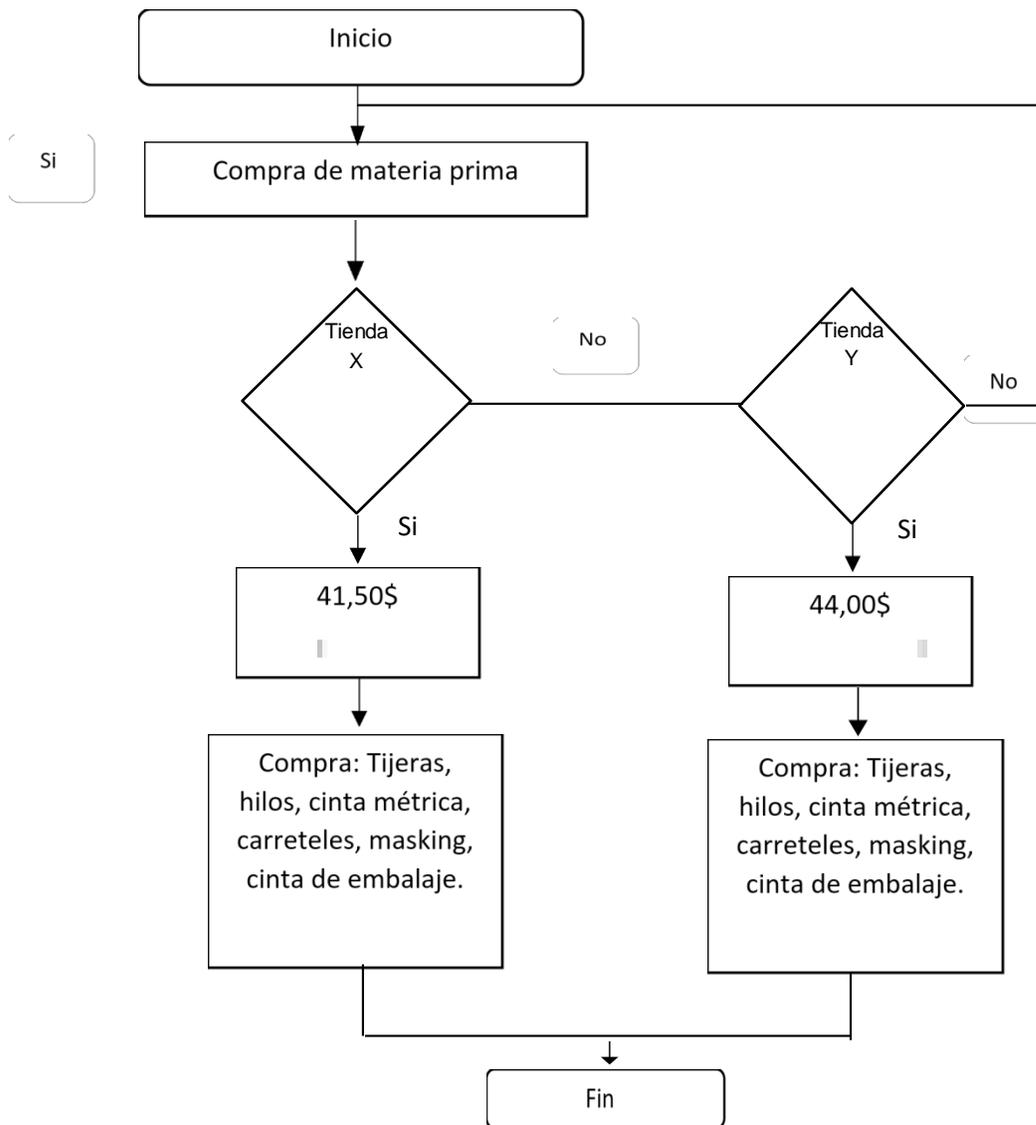
Para la confección de prendas de vestir, se deberá de seguir un proceso ordenado y sistematizado, el cual vaya en relación a tiempos y procesos que conlleva cada uno necesariamente, esto es con el fin de que la prenda goce de excelentes acabados y se encuentre al gusto y satisfacción del cliente, para lo cual se detalla los procedimientos necesarios que conlleva cada uno de éstos:

1) Compra/selección de materia prima

En este primer paso se selecciona la tela o bien el cliente proporciona la misma conforme al gusto que el mismo requiera para la confección de la prenda de vestir correspondiente, esta actividad se lo hará en un lapso de tiempo de aproximadamente 5 minutos.

5.2. DIAGRAMAS DE PROCESOS

5.2.1. Diagrama de Proceso de Compra / Selección de Materia Prima



El proceso básico que se lleva a cabo para la adquisición de los materiales es:

Compra de materia prima en la tienda o locales comerciales textiles, que me brinden un precio óptimo, y se acomoden a las necesidades del mercado, esto es con el fin de entregar un producto en óptimas condiciones, y acomodados a los distintos estándares de calidad establecidos por el cliente.

2) Confección de prendas de vestir

a) Unión de piezas y accesorios

Una vez seleccionada la tela y realizado los cortes correspondientes, se llevará a cabo la confección de la misma en las diferentes máquinas necesarias (recta, overlock y recubridora), esto es conforme al pedido de la prenda de vestir, de igual manera esta actividad está planificada en realizarla en un tiempo de 20 minutos.

b) Control de calidad

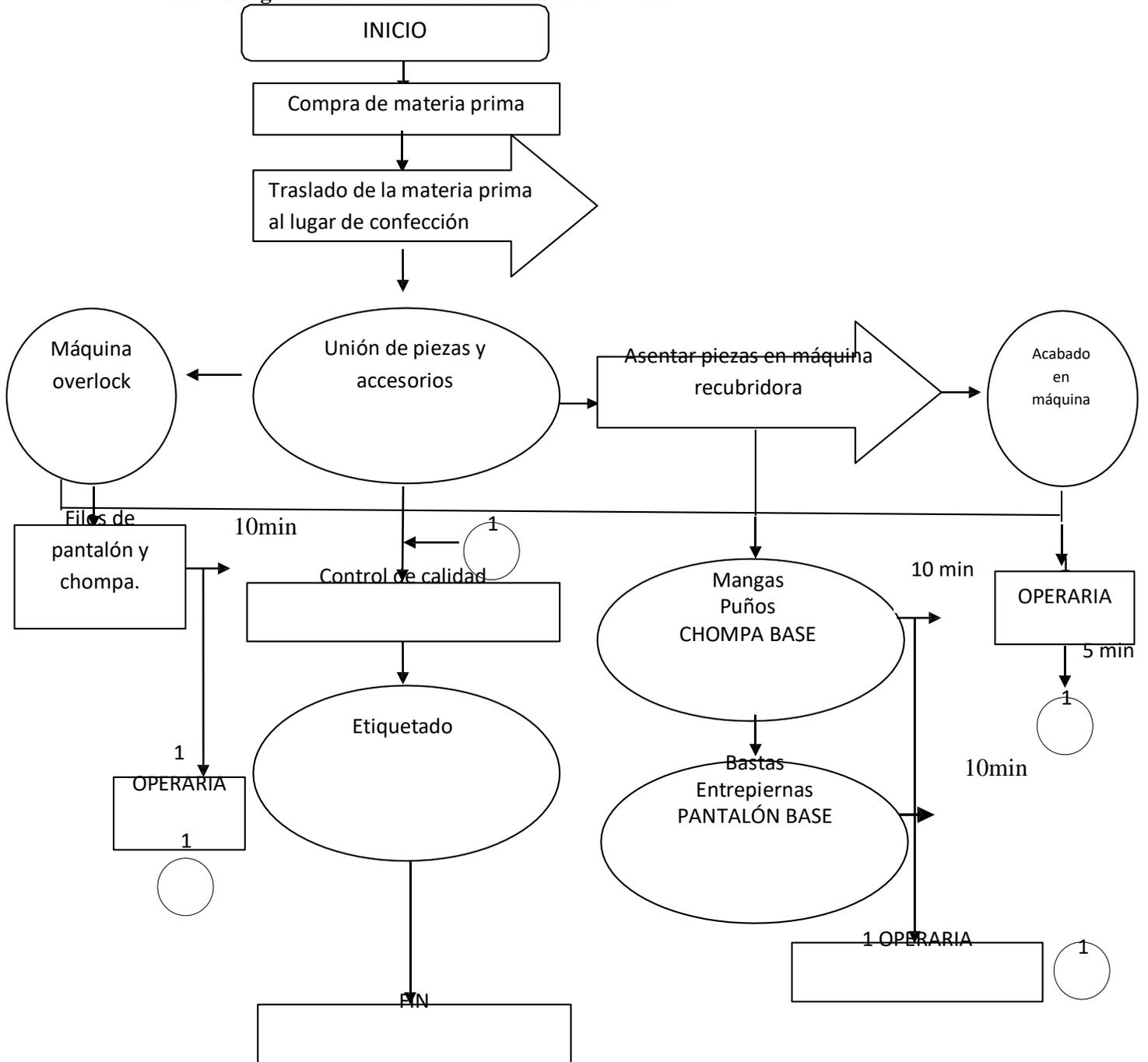
En esta parte del proceso se procederá a dar detalles a la prenda de vestir como: pegado de botones, corte de hilos, pegado de cierres, etc.; además de dar un control de calidad para que el mismo cumpla con los parámetros de calidad conforme a lo pedido por el cliente, esta actividad está destinada a realizarse en un lapso de tiempo de aproximadamente 10 minutos.

c) Etiquetado

En este último paso se le da al producto la presentación final, en el cual se procede a dar los dobleces necesarios y entregar en una funda o bien en un paquete al cliente; esto dependerá conforme a la cantidad de pedidos asignados; esto está planificado realizarlo en un tiempo de 5 minutos.

Existen casos emergente en los cuáles puede existir tiempos de retraso en la confección del o los pedidos, por lo que se hace necesario otorgar un tiempo adicional de 5 minutos, esto se lo hace con el fin de entregar un producto de calidad y que cumpla con os requerimientos del cliente, todo ello brindará calidad y confianza a la microempresa por parte del cliente final.

5.2.2. Diagrama de Confección de Prendas de Vestir



5.2.3. LOCALIZACIÓN

5.2.3.1. Macro localización

Hace referencia a la localización general del proyecto de emprendimiento, es decir aquella zona en la cual va a estar ubicado a nivel general, conforme a estudios y análisis realizados previamente, en el cual se instalará el negocio para la elaboración de prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura; perteneciente al cantón Antonio Ante. (Figura 11)

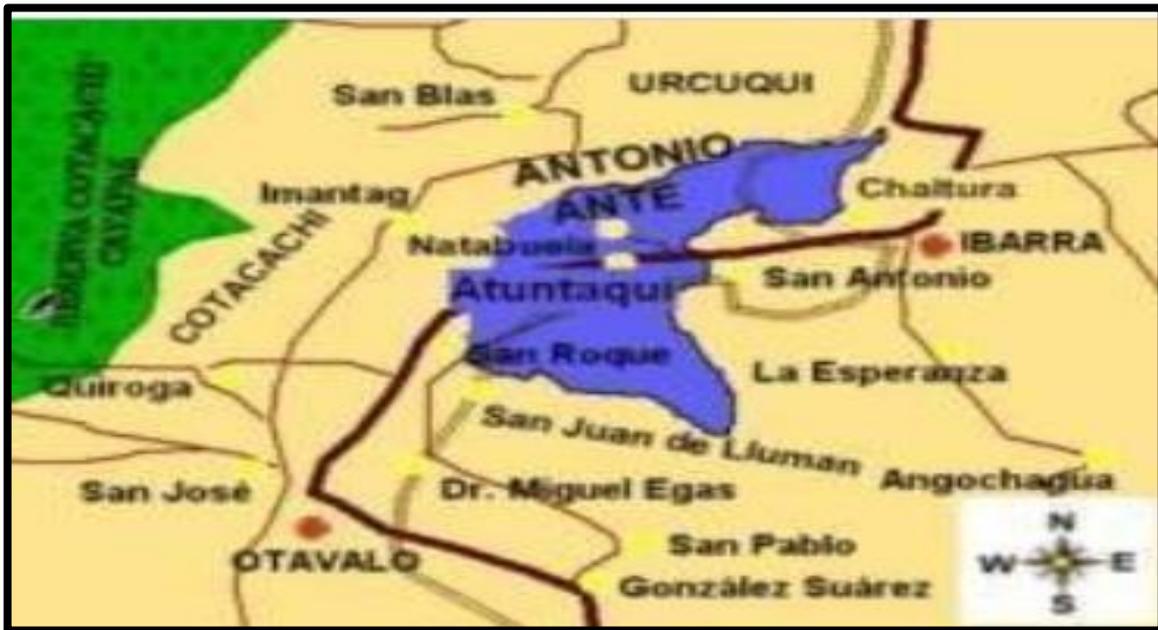


Figura 10.- Macro Localización, cantón Antonio Ante-Atuntaqui

5.2.4. Micro localización

Conocida como aquella ubicación específica, dentro de la macro localización de mayor alcance, en la cual se establecerá definitivamente el proyecto de emprendimiento; elegir adecuadamente la localización óptima del proyecto será fundamental, ya que lo que se pretende es mantener una cercanía constante con el mercado consumidor, es decir una cercanía comercial, ya que si sucede totalmente lo contrario ocurrirá lo que es un fracaso comercial y se perderán importantes clientes potenciales, no se podrá dar frente a una alta gama de empresas competitivas en el mercado y el servicio que se presta será totalmente ineficiente

Tabla 22.- Matriz de aspectos locacionales

Esta matriz fue realizada con el fin de establecer el sector óptimo en el cual se establecerá el emprendimiento, esto es mediante distintos factores que permitirán evaluar las condiciones óptimas para su ubicación.

OPCIONES		SECTOR 1 CHALTURA (Calle Juan Bosco y Eloy Alfaro)		SECTOR 2 IMBAYA	
FACTORES	PESO	PONDERACIÓN	CALIF. PONDERADA	PONDERACIÓN	CALIF. PONDERADA
Cercanía al cliente o consumidor final	0.25	4	1	2	0.5
Disponibilidad de transporte y carretera	0.25	5	1.25	4	1
Disponibilidad de materia prima e insumos	0.25	5	1.25	3	0.75
Facilidad de infraestructura	0.25	5	1.25	1	0.25
TOTAL	1		4.75		2.5

Elaborado por: la autora

5.2.4.1. Selección de la alternativa óptima

Conforme al análisis realizado en la matriz de aspectos de localización se puede evidenciar que el emprendimiento para la creación de prendas de vestir se encontrará ubicado en el cantón Antonio, ciudad de Atuntaqui, Parroquia Chaltura en las calles Juan Bosco y Eloy Alfaro, esto es debido a que se dispone de una casa propia que cuenta con la infraestructura adecuada para el proceso de confección y con todos los servicios básicos.

De igual manera se determinó que cuenta favorablemente con los demás factores como: cercanía al cliente o consumidor final, disponibilidad de transporte y de materia prima e insumos. **(Figura 11)**

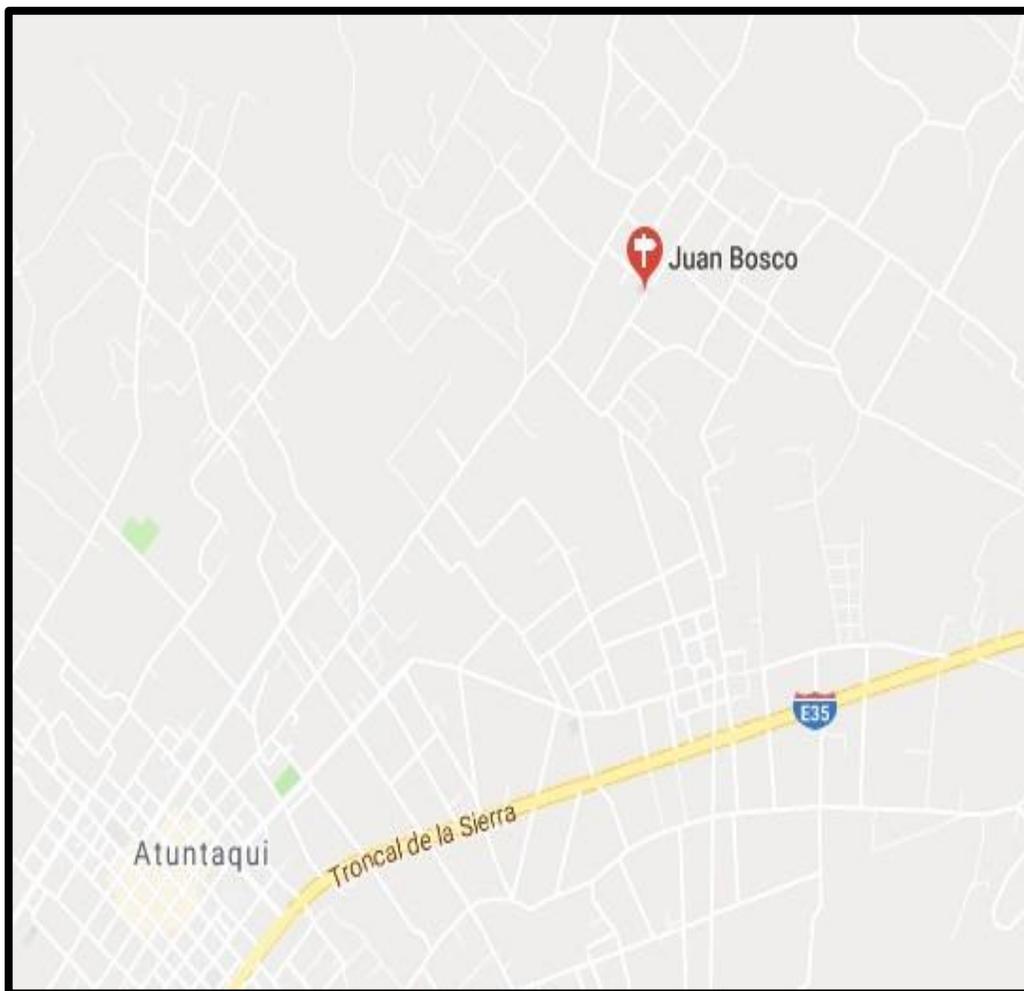


Figura 12.- Micro localización del emprendimiento

Tabla 23.- Valor a la ponderación

ESCALA DE PONDERACIÓN	SIGNIFICADO
1	Malo
2	Regular
3	Bueno
4	Muy Bueno
5	Excelente

Elaborado por: la autora

5.3. TAMAÑO DEL PROYECTO

5.3.1. Factores determinantes

Hay que considerar aspectos fundamentales a la hora de poner en marcha un proyecto de emprendimiento, entre los cuáles se considera:

5.3.1.1. Cercanía al cliente o consumidor final.-

El proyecto de emprendimiento deberá de estar ubicado en un lugar estratégico e idóneo de la zona de Atuntaqui, esto es con el fin de poder adquirir las facilidades necesarias tales como: materia prima e insumos, distribución del producto final; en el cual se faciliten la accesibilidad de clientes y proveedores en el desarrollo de las distintas actividades que se lleven a cabo en el proyecto de emprendimiento.

5.3.1.2. Disponibilidad de transporte y carretera

El presente proyecto consta con los accesos necesarios para poner en marcha el emprendimiento, ya que cuenta con transporte urbano y taxis, así como la vía se encuentra en las condiciones necesarias para poder acceder al sitio por parte de clientes y proveedores sin ningún tipo de inconveniente, otorgando las facilidades y comodidades necesarias al cliente final o consumidor.

5.3.1.3. Disponibilidad de materia prima e insumos.-

El cantón Antonio Ante, se encuentra ubicado en un sector comercial/textil estratégico ya que cuenta con zonas en las cuáles se puede proveer de la materia prima e insumos necesarios para el proceso de elaboración del producto. Entre la materia prima e insumos necesarios para su proceso de elaboración se encuentran: hilos, agujas, telas y demás y los mismos se pueden adquirir con facilidad, en las cuáles los proveedores estratégicos de la localidad abastecerán de los mismos.

5.3.1.4. Facilidad de infraestructura.-

La infraestructura con la que contará el emprendimiento será propia, y la misma dispondrá de todas las áreas necesarias para poder desarrollar todo el proceso correspondiente a la elaboración y confección de prendas de vestir.

5.3.1.5. Servicios Básicos.-

El lugar en el cual se encontrará ubicado el emprendimiento para la creación de prendas de vestir cuenta con todos los servicios básicos necesarios esto es con: agua potable, energía eléctrica, alcantarillado público e internet, esto es fundamental para que el proyecto vaya en marcha.

5.3.2. PUNTO DE EQUILIBRIO

Mediante el cálculo del punto de equilibrio, se podrá determinar el valor óptimo en el cual tanto los costos fijos como los costos variables, se encuentran en un solo punto en que no hay o existen pérdidas, ni tampoco ganancias, sino es en el cual se logra un equilibrio a partir de acciones y medidas correctivas necesarias.

5.3.2.1. Punto de equilibrio en unidades físicas

$$Q = \frac{C_{fj}}{P - C_{v}}$$

5.3.2.2. Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$R = \frac{C_{fj}}{1 - \frac{C_{v}}{P}}$$

El punto de equilibrio en unidades físicas conforme a la capacidad de producción de la microempresa para el producto chompas es de 326 unidades, pero conforme al punto de equilibrio establece que se deberían de producir un total de 184 unidades, esto con el fin de no generar costos sobrevalorados o gastos o innecesarios o excesivos para la microempresa.

El punto de equilibrio en unidades físicas conforme a la capacidad de producción de la microempresa para el producto pantalón es de 400 unidades, pero conforme al punto de equilibrio establece que se deberían de producir un total de 770 unidades, la ganancia estaría en las 300 unidades según el punto de equilibrio.

Tabla 24.- COSTOS VARIABLES Y FIJOS CHOMPA

En la siguiente tabla presentamos los costos variables y fijos de una chompa, para lo cual se tomó en cuenta los diversos costos y gastos que influyen en la prendas de vestir tales como: materia prima, cif variables y fijos, gastos administrativos, mano de obra; valores que se ven reflejados en la siguiente. **(Tabla 24)**

COSTOS Y GASTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
MATERIA PRIMA	436.51	436.9	450	463.5	477.41	491.7 3	506.4 8	521.68	537.33	553.45	570.05	587.15
CIF VARIABLES	30	30.9	31.83	32.78	33.77	34.78	35.82	36.9	38	39.14	40.32	41.53
GASTOS ADMINISTRATIVOS VARIABLES	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL COSTOS VARIABLES	466.51	467.80	481.83	496.28	511.18	526.5 1	542.3 0	558.58	575.33	592.59	610.37	628.68
COSTOS Y GASTOS	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPTIEMBRE	OCT	NOVIEMBRE	DIC
MANO DE OBRA	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37	493.3 7	493.3 7	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37
CIF FIJOS	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9
TOTAL COSTOS FIJOS	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.0 5	568.0 5	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05

Tabla 25.- PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS CHOMPAS

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTOS FIJOS	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05
COSTO VARIABLE	466.51	467.80	481.83	496.28	511.18	526.51	542.30	558.58	575.33	592.59	610.37	628.68
COSTO V. UNITARIO	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
PRECIO DE VENTA	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16
PUNTO DE EQUILIBRIO	184											

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES FÍSICAS CHOMPAS

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTOS FIJOS	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05
COSTO VARIABLE	466.51	467.80	481.83	496.28	511.18	526.51	542.30	558.58	575.33	592.59	610.37	628.68
VENTAS TOTALES	1239.84	1277.04	1315.35	1354.81	1395.45	1437.31	1480.43	1524.85	1570.59	1617.71	1666.24	1716.23
PUNTO DE EQUILIBRIO	911	896										

El punto de equilibrio reflejado en las tablas anteriores muestran las unidades de prendas que deben ser elaboradas mensualmente para poder mantener un ritmo óptimo de producción y a su vez nos refleje utilidad; de la misma manera podemos observar las unidades monetarias que nos indican los costos óptimos para del buen desarrollo del emprendimiento.

En la siguiente tabla presentamos los costos variables y fijos de un pantalón, para lo cual se tomó en cuenta los diversos costos y gastos que influyen en la prendas de vestir tales como: materia prima, cif variables y fijos, gastos administrativos, mano de obra; valores que se ven reflejados en la siguiente. **(Tabla 26)**

Tabla 26.- COSTOS VARIABLES Y FIJOS DE PANTALÓN

COSTOS Y GASTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MATERIA PRIMA	288.4	288.65	297.31	306.23	315.42	324.88	334.63	344.67	355.01	365.66	376.63	387.92
CIF VARIABLES	36.81	37.91	39.05	40.22	41.43	42.67	43.95	45.27	46.63	48.03	49.47	50.95
GASTOS ADMINISTRATIVOS VARIABLES	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL COSTOS VARIABLES	325.21	326.56	336.36	346.45	356.85	367.55	378.58	389.94	401.64	413.69	426.10	438.87
COSTOS Y GASTOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MANO DE OBRA	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37	493.37
CIF FIJOS	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9
TOTAL COSTOS FIJOS	568.05											

Tabla 27.- UNIDADES FÍSICAS Y MONETARIAS DE UN PANTALÓN

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTOS FIJOS	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05
COSTO VARIABLE	325.21	326.56	336.36	346.45	356.85	367.55	378.58	389.94	401.64	413.69	426.10	438.87
COSTO V. UNITARIO	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08	0.08
PRECIO DE VENTA	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16	3.16
PUNTO DE EQUILIBRIO	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184	184

DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
COSTOS FIJOS	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05	568.05
COSTO VARIABLE	325.21	326.56	336.36	346.45	356.85	367.55	378.58	389.94	401.64	413.69	426.10	438.87
VENTAS TOTALES	1239.84	1277.04	1315.35	1354.81	1395.45	1437.31	1480.43	1524.85	1570.59	1617.71	1666.24	1716.23
PUNTO DE EQUILIBRIO	770	763	763	763	763	763	763	763	763	763	763	763

El punto de equilibrio reflejado en las tablas anteriores muestran las unidades de prendas que deben ser elaboradas mensualmente para poder mantener un ritmo óptimo de producción y a su vez nos refleje utilidad; de la misma manera podemos observar las unidades monetarias que nos indican los costos óptimos para del buen desarrollo del emprendimiento.

5.3.3. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

5.3.3.1. Capacidad de la planta.-

El cálculo de la capacidad de la planta se lo realizó en base número total de operarios, con el que dispondrá inicialmente el emprendimiento y el tiempo promedio en horas en realizar un pantalón, dándose como resultado una capacidad de 400 pantalones al mes. Esta producción dependerá de la buena acogida que se dé por parte de los clientes y en unos dos a tres años más adelante aumentar el número de operarios. (Tabla 31)

Tabla 31.- Capacidad de la planta

DETALLE	CANTIDAD
Número de operarios	2
(*) Número de horas de trabajo al mes	160 horas
Total de horas al mes	320 horas
(-) Tiempo proporcionado al área administrativa	20 horas mensuales
Total horas disponibles al mes	300 horas
(/) Número en producir una unidad	0.75 (45 minutos un pantalón)
Total de producción	400

El cálculo de la capacidad de la planta se lo realizó en base número total de operarios, con el que dispondrá inicialmente el emprendimiento y el tiempo promedio en horas en realizar un pantalón, dándose como resultado una capacidad de 326 chompas al mes. Esta producción dependerá de la buena acogida que se dé por parte de los clientes y en unos dos a tres años más adelante aumentar el número de operarios. (Tabla 32)

Tabla 32.- Capacidad de la planta

DETALLE	CANTIDAD
Número de operarios	2
(*) Número de horas de trabajo al mes	160 horas
Total de horas al mes	320 horas
(-) Tiempo proporcionado al área administrativa	20 horas mensuales
Total horas disponibles al mes	300 horas
(/) Número en producir una unidad	0.92 (55 minutos una chompa)

Total de producción

326

5.3.3.2. Distribución y diseño de las instalaciones.-

Las instalaciones de la planta serán asignadas y diseñadas conforme a las necesidades del emprendimiento, el cual estará distribuido de la siguiente manera: el área de gerencia/administración para recibir al cliente y el área de producción el cual esta designada para el proceso de corte/confección de prendas de vestir, así también para el almacenamiento de materia prima. (Figura 19)

Figura 19.- Diseño de la planta

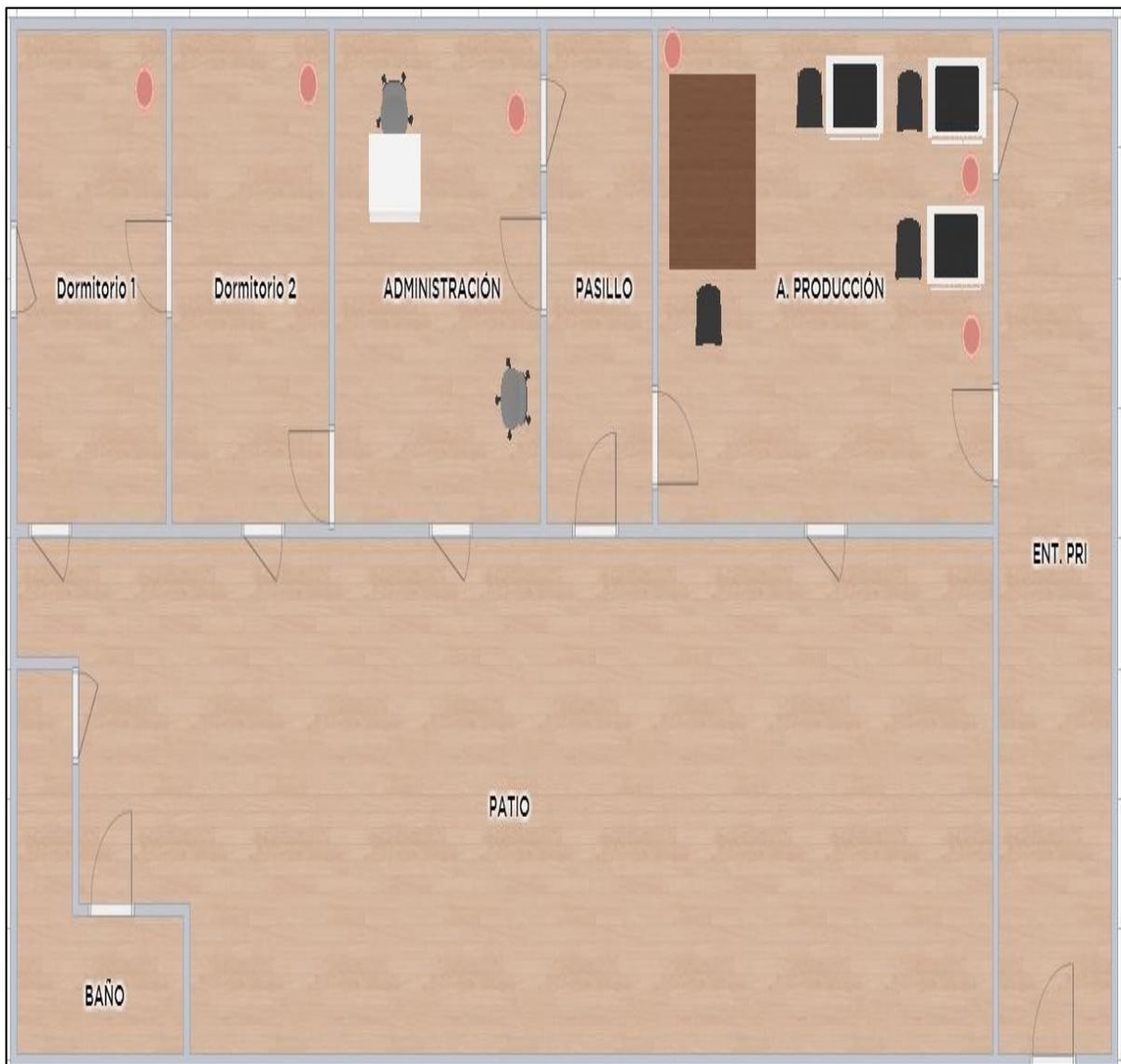


Figura 19.- CROQUIS DE LA PANTA DE PRODUCCIÓN

CAPITULO VI

6.1. ESTUDIO FINANCIERO

6.1.1. INTRODUCCIÓN

El presupuesto operacional tiene como objetivo el analizar la situación presente y futura de la microempresa, con el fin de conocer su situación económica y la proyección de ingresos y egresos de la misma, estados de situación financiera y análisis de inversiones, cuyos fines son el de tomar las acciones debidas para evitar déficits monetarios al momento de instaurar el emprendimiento.

6.1.2. OBJETIVOS

6.1.2.1.General

Elaborar el presupuesto operacional del emprendimiento, con el objetivo de conocer la situación financiera del proyecto.

6.1.2.2.Específicos

- ✓ Desarrollar la inversión requerida para el proyecto
- ✓ Formular los diferentes presupuestos de ingresos y egresos
- ✓ Elaborar los distintos estados financieros
- ✓ Determinar el punto de equilibrio para tomar correctas decisiones.

6.1.3. INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial del proyecto de emprendimiento está constituida por el capital propio más las inversiones fijas, lo cual conlleva a un total de 3909.07\$, que será lo óptimo para dar inicio al proyecto de emprendimiento, caso contrario los costos y gastos incurridos no podrán ser cubiertos en su totalidad. (**Tabla 34**)

Tabla 28.- Inversión inicial

DETALLE	VALOR TOTAL
Inversión fija	2670,00
Capital de trabajo	1324,00
TOTAL	3994,00

Fuente: Investigación propia

6.1.4. PROYECCIÓN DE INGRESOS chompa (Tabla 34)

Para identificar la cantidad inicial, con la cual iniciará el proyecto de emprendimiento, se tomó a consideración la capacidad de la planta, en este caso se analizó tanto para el producto chompa, como para el producto pantalón; para una chompa la capacidad de la planta es de 326 unidades, y para pantalones de 400 unidades; en el cual se considera una proyección del 3% para cada mes. (Tablas 34-35)

PROYECCIÓN DE VENTAS (chompa)

DESCRIPCIÓN		ENERO	FEB	MAR	ABR	MAY	JUNI	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Precio Unitario	3%	1.06	1.06	1.06	1.06	1.06	1.06	1.06	1.06	1.06	1.06	1.06	1.06
Proyección de ventas (Unidades)		326	336	346	356	367	378	389	401	413	425	438	451
Ventas		345.6	356.2	366.8	377.4	389.0	400.7	412.3	425.1	437.8	450.5	464.3	478.1

Fuente: Investigación propia

6.1.5. PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN mensual chompas (Tabla 36)

Para poder desarrollar este tipo de costos, se tomó como referencia, la proyección de las ventas, el inventario inicial y final de productos, esto se lo realiza en caso de que el cliente requiera productos adicionales, por lo que se tomó a consideración un 3% adicional a la producción inicial para cada mes del año, de incurrir en algún inconveniente y tener un inventario de emergencia. (Tablas 36-37)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PRONÓSTICO DE VENTAS	326	336	346	356	367	378	389	401	413	425	438	451
(+) Inventario final deseado de producto terminado	9.78	10	10	11	11	11	12	12	12	13	13	14
(-) Inventario inicial de producto terminado	0	9.78	10	10	11	11	11	12	12	12	13	13
(=) Producción requerida	335.78	355.63	366.30	377.29	388.61	400.27	412.28	424.64	437.38	450.51	464.02	477.94

Tabla 29.- Presupuesto de producción mensual pantalones

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PRONÓSTICO DE VENTAS	400	412	424	437	450	464	478	492	507	522	538	554
(+) Inventario final deseado de producto terminado	12	12	13	13	14	14	14	15	15	16	16	17
(-) Inventario inicial de producto terminado	0	12	12	13	13	14	14	14	15	15	16	16
(=) Producción requerida	412	436.36	449.45	462.93	476.82	491.13	505.86	521.04	536.67	552.77	569.35	586.43

6.1.6. PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA

El presupuesto de materia prima es importante ya que permite establecer los valores necesarios incurrientes para la elaboración de una prenda, sea ésta una chompa o un pantalón; se ha tomado en cuenta la política establecida de un 3% de inventario final; esto es con el fin de de servirse como guía para la producción del siguiente mes. (Tablas 38-39)

Tabla 38.- Presupuesto de materia prima chompas

CREACIONES V y S

PRESUPUESTO DE NECESIDADES DE MATERIAS PRIMAS Y COMPRAS												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUNI	JULI	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Producción requerida	326	336	346	356	367	378	389	401	413	425	438	451
(*) Materia prima por unidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
(=) Materia prima para la producción	326.00	335.78	345.85	356.23	366.92	377.92	389.26	400.94	412.97	425.36	438.12	451.26
(+) Inventario final deseado de M.P (3% de la producción de ese mes)	9.78	10.07	10.38	10.69	11.01	11.34	11.68	12.03	12.39	12.76	13.14	13.54
(-) Inventario inicial de materias primas	0.00	9.78	10.07	10.38	10.69	11.01	11.34	11.68	12.03	12.39	12.76	13.14
(=) Materias primas requeridas	335.78	336.07	346.16	356.54	367.24	378.25	389.60	401.29	413.33	425.73	438.50	451.65
(*) Costo de materia prima	1.30	1.30	1.30	1.30	1.30	1.30	1.30	1.30	1.30	1.30	1.30	1.30
(=) Compras presupuestadas	436.51	436.90	450.00	463.50	477.41	491.73	506.48	521.68	537.33	553.45	570.05	587.15
(=) Inv. Inicial de materia prima	0	12.71	13.10	13.49	13.89	14.31	14.74	15.18	15.64	16.11	16.59	17.09
(=) Inv. Final de materia prima	12.71	13.10	13.49	13.89	14.31	14.74	15.18	15.64	16.11	16.59	17.09	12.18

Tabla 39.- Presupuesto de materia prima pantalones

<u>CREACIONES V y S</u>												
PRESUPUESTO DE NECESIDADES DE MATERIAS PRIMAS Y COMPRAS												
	ENE	FEB	MAR	ABR	MA	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Producción requerida	400	412	424	437	450	464	478	492	507	522	538	554
(*) Materia prima por unidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
(=) Materia prima para la producción	400.00	412.00	424.36	437.09	450.20	463.71	477.62	491.95	506.71	521.91	537.57	553.69
(+) Inventario final deseado de M.P (3% de la producción de ese mes)	12.00	12.36	12.73	13.11	13.51	13.91	14.33	14.76	15.20	15.66	16.13	16.61
(-) Inventario inicial de materias primas	0.00	12.00	12.36	12.73	13.11	13.51	13.91	14.33	14.76	15.20	15.66	16.13
(=) Materias primas requeridas	412.00	412.36	424.73	437.47	450.60	464.11	478.04	492.38	507.15	522.37	538.04	554.18
(*) Costo de materia prima	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70	0.70
(=) Compras presupuestadas	288.40	288.65	297.31	306.23	315.42	324.88	334.63	344.67	355.01	365.66	376.63	387.92
(=) Inv Inicial de materia prima	0	8.40	8.65	8.91	9.18	9.45	9.74	10.03	10.33	10.64	10.96	11.29
(=) Inv. Final de materia prima	8.40	8.65	8.91	9.18	9.45	9.74	10.03	10.33	10.64	10.96	11.29	14.95

6.1.7. PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

La mano de obra directa se encuentra representada por dos operarias básicamente, las cuáles se encargarán de todo el proceso administrativo y productivo, éstas darán inicio al desarrollo de la microempresa, basándose en el Código de Trabajo para establecer los diferentes rubros que concierne el pago mensual de la jornada laboral. (**Tabla 40**)

Tabla 40.- Presupuesto de mano de obra

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA												
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
SBU (Operario)	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00	788,00
Aporte Patronal	95,74	95,74	95,74	95,74	95,74	95,74	95,74	95,74	95,74	95,74	95,74	95,74
Décimo Tercer sueldo	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67
Décimo cuarto sueldo	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67	65,67
TOTAL	1015,08	1015,08	1015,08	1015,08	1015,08	1015,08	1015,08	1015,08	1015,08	1015,08	1015,08	1015,08

6.1.8. PRESUPUESTO DE CIFS

Los CIF'S (Costos Indirectos de Fabricación), serán necesarios en la elaboración del proyecto de emprendimiento, ya que los mismos se encuentran conformados por fijos y variables, tanto en la confección directa de las prendas de vestir, así como del área física del proyecto, a continuación se encuentran: (**Tabla 41**)

Tabla 41.- Presupuesto de CIFS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	TOTAL
Tijeras	2	5,00	10,00	0,83
Hilos	2	10,00	20,00	1.67
Corta Hilos	3	1,00	3,00	0.25
Carretes	3	1,00	3,00	0.25
Masking	3	0.50	1,50	0.13
Cinta de embalaje	1	2,00	2,00	0.17
Mantenimiento	3	25,00	75,00	6.25
Depreciación			80.76	2.23
Energía Eléctrica		20,00		20.00
Agua potable		10,00		10.00
TOTAL				41.78

Tabla 43.- CIFS PANTALÓN

CREACIONES V y S												
PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN												
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM BRE	OCTUBR E	NOVIEM BRE	DICIEMB RE
CIF FIJOS												
Tijeras	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83	0.83
Hilos	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67	1.67
Corta hilos	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
Carretes	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25	0.25
Masking	\$0.13	\$0.13	\$0.13	\$0.13	\$0.13	\$0.13	\$0.13	\$0.13	\$0.13	\$0.13	\$0.13	\$0.13
Cinta de embalaje	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17	\$0.17
Depreciación	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.23	\$2.23
Mantenimiento	\$6.25	\$6.25	\$6.25	\$6.25	\$6.25	\$6.25	\$6.25	\$6.25	\$6.25	\$6.25	\$6.25	\$6.25
TOTAL CIF FIJO	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78	11.78
CIF VARIABLES												
Producción requerida	400	412	424	437	450	464	478	492	507	522	538	554
(*) CIF Variable Unitario	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09	0.09
TOTAL CIF VARIABLE	36.81	37.91	39.05	40.22	41.43	42.67	43.95	45.27	46.63	48.03	49.47	50.95
TOTAL CIF	48.59	49.69	50.83	52.00	53.21	54.45	55.73	57.05	58.41	59.81	61.25	62.73

La tabla anterior muestra detalladamente el valor de cada uno de los insumos que se utilizan para la confección tales como: tijeras, hilos, carretes, Masking, cintas; además que se consideró la depreciación y el mantenimiento de la maquinaria indispensables para la elaboración de un producto en el emprendimiento.

6.1.9. PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES

“El siguiente presupuesto de gastos operacionales, está conformado por una predicción básica de los gastos, esto es de los recursos que se encuentran indispensables para el buen funcionamiento del emprendimiento, estimados para un periodo fiscal de un año” (Tabla 44).

Tabla 44.- Presupuesto gastos operacionales

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL	
Cuaderno (100 hojas académico)	1	1.25	1.25	0.10
Esferográficos	2	0.35	0.70	0.06
Carpeta	1	0.50	0.50	0.04
Escobas	2	1.00	2.00	0.17
Basureros	3	1.50	4.50	0.38
Sueldo				48.25
Décimo tercero				4.02
Décimo cuarto				4.02
Aporte patronal				5.86
TOTAL				62.90

El detalle que se muestra a continuación, está representado por los gastos operacionales tanto para las chompas como para los pantalones que se van a confeccionar en el proyecto de emprendimiento, se ha realizado una estimación para un periodo fiscal de un año específicamente, en el cual se da a conocer el detalle de la producción requerida para cada prenda por mes, y el gasto en el que se incurrirá en el desgaste proporcional en cada periodo de tiempo aproximadamente. (Tabla 45)

Tabla 45.- Presupuesto gastos operacionales chompas

Creaciones V y S												
PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES												
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM	OCTUBRE	NOVIEM	DICIEMBRE
CIF FIJOS												
Cuaderno (100 hojas académico)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Esfesográficos	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
Carpeta	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
Escobas	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17
Basureros	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38
Sueldo	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25
Décimo tercero	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02
Décimo cuarto	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02
Aporte patronal	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86
TOTAL GASTO FIJO	62.9											
CIF VARIABLES												
(*) Gasto Variable Unitario	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL GASTO VARIABLE	-											
TOTAL GASTO	62.90											

El detalle que se muestra a continuación, está representado por los gastos operacionales tanto para las chompas como para los pantalones que se van a confeccionar en el proyecto de emprendimiento, se ha realizado una estimación para un periodo fiscal de un año específicamente, en el cual se da a conocer el detalle de la producción requerida para cada prenda por mes, y el gasto en el que se incurrirá en el desgaste proporcional en cada periodo de tiempo aproximadamente. (Tabla 46)

Tabla 46.- PRESUPUESTO GASTOS OP. PANTALÓN

Creaciones V y S												
PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES												
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEM	OCTUBRE	NOVIEM	DICIEMBRE
CIF FIJOS												
Cuaderno (100 hojas académico)	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Esférogáficos	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06	0.06
Carpeta	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
Escobas	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17	0.17
Basureros	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38	0.38
Sueldo	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25	48.25
Décimo tercero	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02
Décimo cuarto	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02	4.02
Aporte patronal	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86	5.86
TOTAL GASTO FIJO	62.9											
(*) Gasto Variable Unitario												
TOTAL GASTO VARIABLE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL GASTO	62.90											

4.4.0. PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

Mediante este tipo de presupuesto se establecerá el costo de ventas, el cual tendrá que incurrir la empresa durante el transcurso del año fiscal, y cuánto le cuesta confeccionar en este caso dos productos base, como son la chompa y el pantalón, de manera mensual y anual. El resultado final obtenido durante la descripción de costos y gastos directos e indirectos que se llevarán a cabo en el emprendimiento, se obtendrá finalmente el costo de ventas, el cual es el costo óptimo para producir, en este caso una chompa y un pantalón. (Tabla 47)

Tabla 47.- PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS DE CHOMPAS

PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS												
DETALLE	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOS	SEPT	OCT	NOV	DIC
Inv. Inicial de materia prima	0	9.78	10.07	10.38	10.69	11.01	11.34	11.68	12.03	12.39	12.76	13.14
(+) Compras netas de materias primas	436.51	436.9	450	463.5	477.41	491.73	506.48	521.68	537.33	553.45	570.05	587.15
(-) Inv. Final de materias primas	12.71	13.1	13.49	13.89	14.31	14.74	15.18	15.64	16.11	16.59	17.09	12.18
(=) Materia prima directa utilizada en el periodo	423.80	433.58	446.58	459.99	473.79	488.00	502.64	517.72	533.25	549.25	565.72	588.11
(+) Mano de obra directa	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74
(+) Gastos indirectos de fabricación	41.78	42.68	43.61	44.56	45.55	46.56	47.6	48.68	49.78	50.92	52.1	53.31
(=) Costo total de manufactura o producción	1028.5	1029.42	1030.3	1031.3	1032.2	1033.3	1034.3	1035.42	1036.52	1037.66	1038.84	1040.05
(+) Inventario Inicial de productos terminados	2	5	0	9	0	4	12	12	12	12	13	13
(-) Mercancía disponible para la venta	0	9.78	10	10	11	11	11	12	12	12	13	13
(-) Inv. Final de productos terminados	1028.5	1039.20	1040.3	1041.3	1043.2	1044.3	1045.3	1047.42	1048.52	1049.66	1051.84	1053.05
(=) COSTO DE VENTA	2	5	0	9	0	4	12	12	12	13	13	14
	1018.7	1029.20	1030.3	1030.3	1032.2	1033.3	1033.3	1035.42	1036.52	1036.66	1038.84	1039.05
	4	5	0	9	0	4						

Fuente: Investigación propia

Mediante este tipo de presupuesto se establecerá el costo de ventas, el cual tendrá que incurrir la empresa durante el transcurso del año fiscal, y cuánto le cuesta confeccionar en este caso dos productos base, como son la chompa y el pantalón, de manera mensual y anual. El resultado final obtenido durante la descripción de costos y gastos directos e indirectos que se llevarán a cabo en el emprendimiento, se obtendrá finalmente el costo de ventas, el cual es el costo óptimo para producir, en este caso una chompa y un pantalón. (Tabla 48)

Tabla 48.- PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS PANTALON

PRESUPUESTO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS												
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Inv. Inicial de materia prima	0	12	12.36	12.73	13.11	13.51	13.91	14.33	14.76	15.2	15.66	16.13
(+) Compras netas de materias primas	288.4	288.65	297.31	306.23	315.42	324.88	334.63	344.67	355.01	365.66	376.63	387.92
(-) Inv. Final de materias primas	8.4	8.65	8.91	9.18	9.45	9.74	10.03	10.33	10.64	10.96	11.29	14.95
(=) Materia prima directa utilizada en el periodo	280.00	292.00	300.76	309.78	319.08	328.65	338.51	348.67	359.13	369.90	381.00	389.10
(+) Mano de obra directa	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74	986.74
(+) Gastos indirectos de fabricación	48.59	49.69	50.83	52	53.21	54.45	55.73	57.05	58.41	59.81	61.25	62.73
(=) Costo total de manufactura o producción	1035.33	1036.43	1037.57	1038.74	1039.95	1041.19	1042.47	1043.79	1045.15	1046.55	1047.99	1049.47
(+) Inventario Inicial de productos terminados	0	12	12	13	13	14	14	14	15	15	16	16
(=) Mercancía disponible para la venta	1035.33	1048.43	1049.57	1051.74	1052.95	1055.19	1056.47	1057.79	1060.15	1061.55	1063.99	1065.47
(-) Inv. Final de productos terminados	12	12	13	13	14	14	14	15	15	16	16	17
(=) COSTO DE VENTA	1023.33	1036.43	1036.57	1038.74	1038.95	1041.19	1042.47	1042.79	1045.15	1045.55	1047.99	1048.47

Fuente: Investigación propia

4.4.1. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

4.4.2. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

El balance de situación inicial se lo realiza con la finalidad de dar a conocer con detalle cada una de las cuentas correspondientes a los activos y pasivos que se generaran durante el proyecto de emprendimiento, en base al resultado se suma y resta, o bien ecuación general de contabilidad, se obtiene el patrimonio; que es con el cual contamos para poder manejar efectivamente el proyecto. (Tabla 49)

Creaciones V y S

Tabla 49.- Balance de situación inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		Deudas por pagar	0.00
Caja	1324,00		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	1324,00		
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Maquinaria y equipo	2475.00	TOTAL PASIVOS	0,00
Muebles y enseres	70.00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	2545.00	PATRIMONIO	
		Inversión propia	3994,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de constitución	125.00	TOTAL PATRIMONIO	3994,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN	125.00		
TOTAL ACTIVOS	3994,00	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	3994,00

4.4.3. ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 50.- ESTADO DE RESULTADOS CHOMPA

El estado de resultados es necesario realizarlo, ya que mediante el se pueden detallar minuciosamente las operaciones económicas durante el ejercicio fiscal, en el cual consideramos ventas netas, utilidad bruta en ventas, utilidad en operaciones y finalmente la utilidad neta, que es mediante la cual efectivamente contará el propietario del proyecto. (Tabla 50)

CREACIONES V y S

Tabla 30.- ESTADO DE RESULTADOS CHOMPA

ESTADO DE RESULTADOS	
Ventas Netas	6014.58
(-) Costo de venta	2087.52
(=) Utilidad Bruta en ventas	3927.06
(-) Gastos administrativos y de ventas	1509.60
(=) Utilidad en operaciones	2417.46
(+) Otros ingresos	0.00
(-) Otros gastos	0.00
(=) Utilidad antes del 15% p. trabajadores	2417.46
(-) 15% Part. Trabajadores	362.62
(=) Utilidad neta	2054.84

4.4.4. FLUJOS DE CAJA

Tabla 51.- FLUJO DE CAJA CHOMPAS

Es necesario que se elaboren los flujos de caja, ya que este estado permite conocer los saldos presentes al periodo, en este caso de cada mes, y, proyectar los mismos hacia el futuro, específicamente un año fiscal, si el saldo al final del mes de diciembre es positivo significa que los ingresos fueron mayores a los egresos, y de antemano nos anticipamos a futuros déficits y tomar en consideración acciones y medidas correctivas necesarias. (Tabla 51)

MESES	INVERSION INICIAL	ENE	FEB	MAR	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Saldo efectivo inicial		0	283.4	536.8	802.5	1080.6	1371.7	1676.0	1994.1	2326.2	2672.9	3034.5	3411.6
ENTRADAS DE DINERO													
Ingreso por venta		423.8	436.51	449.61	463.1	476.99	491.3	506.04	521.22	536.86	552.96	569.55	586.64
Total ingreso de efectivo		\$ 424	\$ 437	\$ 450	\$ 463	\$ 477	\$ 491	\$ 506	\$ 521	\$ 537	\$ 553	\$ 570	\$ 587
SALIDAS DE DINERO													
Materiales directo		36.38	36.38	36.38	36.38	36.38	36.38	36.38	36.38	36.38	36.38	36.38	36.38
Mano de obra directa		41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11
CIF'S		41.78/12	42.68	43.61	44.56	45.55	46.56	47.6	48.68	49.78	50.92	52.1	53.31
Gastos operacionales		62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9
TOTAL SALIDAS DE DINERO		140.4	183.1	184.0	185.0	185.9	187.0	188.0	189.1	190.2	191.3	192.5	193.7
Flujo de caja	\$4,034.07	283.4	536.8	802.5	1080.6	1371.7	1676.0	1994.1	2326.2	2672.9	3034.5	3411.6	3804.5
Saldo efectivo final o acumulado		283.4	820.3	1622.7	2703.3	4075.0	5751.0	7745.0	10071.2	12744.1	15778.7	19190.3	22994.8

Tabla 52.- FLUJO DE CAJA PANTALÓN

Es necesario que se elaboren los flujos de caja, ya que este estado permite conocer los saldos presentes al periodo, en este caso de cada mes, y, proyectar los mismos hacia el futuro, específicamente un año fiscal, si el saldo al final del mes de diciembre es positivo significa que los ingresos fueron mayores a los egresos, y de antemano nos anticipamos a futuros déficits y tomar en consideración acciones y medidas correctivas necesarias. (Tabla 52)

MESES	INVERSIÓN INICIAL	ENERO	FEBRE RO	MARZ O	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST O	SEPTIEM BRE	OCTUB RE	NOVIE MBRE	DICIEM BRE
Saldo efectivo inicial		0	103.4	214.0	331.4	455.9	587.5	726.6	873.3	1027.8	1190.5	1361.6	1541.2
ENTRADAS DE DINERO													
Ingreso por venta		280	288.4	297.05	305.96	315.14	324.6	334.33	344.36	354.7	365.34	376.3	387.59
Total ingreso de efectivo		\$ 280	\$ 288	\$ 297	\$ 306	\$ 315	\$ 325	\$ 334	\$ 344	\$ 355	\$ 365	\$ 376	\$ 388
SALIDAS DE DINERO													
Materiales directo		24.03	24.05	24.77	25.519	26.28	27.073	27.88	28.7225	29.58	30.47	31.38	32.32
Mano de obra directa		41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11	41.11
CIF'S		48.59	49.69	50.83	52	53.21	54.45	55.73	57.05	58.41	59.81	61.25	62.73
Gastos operacionales		62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9	62.9
TOTAL SALIDAS DE DINERO		176.6	177.8	179.6	181.5	183.5	185.5	187.6	189.8	192.0	194.3	196.7	199.1
Flujo de caja	\$4,034.07	103.4	214.0	331.4	455.9	587.5	726.6	873.3	1027.8	1190.5	1361.6	1541.2	1729.7
Saldo efectivo final o acumulado		103.4	317.4	648.8	1104.7	1692.2	2418.7	3292.0	4319.8	5510.3	6871.9	8413.1	10142.8

4.4.5. VAN (Valor Actual Neto)

El VAN que se encuentra desarrollado está conforme al flujo de caja de chompas y pantalones, durante todo su periodo de vida útil, esto es de un año, y en miles de dólares, con la tasa de descuento base que se ha considerado para el inventario final. La inversión es rentable, esto es porque tenemos como resultado un VAN positivo y significativo.

4.4.5.1. Fórmula

El VAN se calcula de la siguiente manera:

$$VAN = -I + \frac{FC1}{(1+i)^1} + \frac{FC2}{(1+i)^2} + \frac{FC3}{(1+i)^n}$$

FC= Flujo de Caja

i= Tasa de descuento

n= Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto e inversión

4.4.5.2. Desarrollo

FC= \$22994.80 al final del primer año fiscal.

i= 8% tasa de descuento del inventario final

n= proyección a un año

Inversión= \$4034.07

$$VAN = -4034.07 + \frac{22994.80}{(1 + 0.08)^1}$$

$$VAN = -4034.07 + 21291.48$$

$$VAN = \$17257.41 \text{ Proyecto Rentable}$$

4.4.6. TIR (Tasa Interna de Retorno)

Al realizar el análisis de este parámetro permite determinar la rentabilidad que devuelve la inversión durante el año fiscal, que es de un año, considerando los flujos de caja proyectados y tomando en cuenta el VAN. Si la TIR es igual o superior a la tasa mínima de interés vigente en el mercado se considera que el proyecto es factible. Si el TIR es menos a la tasa de interés vigente el proyecto de emprendimiento no es factible.

FC= \$22994.80 al final del primer año fiscal.

i= 8% tasa de descuento del inventario final

Tasa Inferior= 8%
 Tasa superior= 25%
 n= proyección a un año
 Inversión= \$4034.07

$$V_{0.08} = -4034.07 + \frac{22994.80}{(1 + 0.08)^1}$$

$$V_{0.08} = -4034.07 + 21291.48$$

$$V_{0.08} = \$17257.41$$

$$V_{0.25} = -4034.07 + \frac{22994.80}{(1 + 0.25)^1}$$

$$V_{0.25} = -4034.07 + 18395.84$$

$$V_{0.25} = \$14361.77$$

4.4.6.1.FÓRMULA

$$TI = \frac{T_1 + (T_2 - T_1) \left(\frac{V_{0.08}}{V_{0.25}} \right)}{\left(\frac{V_{0.08}}{V_{0.25}} \right) - 1}$$

4.4.6.2.DESARROLLO

Tasa Inferior o Tm =8% Tasa

Superior o TM= 25% VAN

Tasa Inferior=\$17257.41

VAN Tasa Superior= -\$14361.77

$$TI = \frac{0.08 + (0.25 - 0.08)(17257.41)}{(17257.41 - (-14361.77))}$$

$$TI = \frac{0.08 + 2933.76}{32710.48}$$

$$TI = \frac{2933.84}{(31619.18)}$$

$$TIR = 0.0928 * 100 = 9.28\%$$

“Si la TIR es igual o superior a la tasa mínima de interés vigente en el mercado se considera que el proyecto es factible”.

7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

7.1.1. OBJETIVOS

7.1.1.1.General

Desarrollar la estructura organizativa del proyecto de emprendimiento con la finalidad de asegurar el correcto funcionamiento de sus actividades.

7.1.1.2.Específicos

- ✓ Conocer los aspectos legales relacionados al emprendimiento.
- ✓ Establecer la identidad corporativa del emprendimiento.
- ✓ Realizar el organigrama estructural de la microempresa.
- ✓ Elaborar manuales de funciones para la microempresa.

7.1.2. Nombre de la microempresa

La microempresa para la confección de prendas de vestir tendrá como nombre “Creaciones V y S”, el cual es una asociación de dos nombres que significan: V que proviene del nombre Verónica y F que proviene del nombre Sebastián, es una combinación familiar de nombres entre madre e hijo, esto se lo hizo con la finalidad de crear un ambiente cálido y acogedor al cliente, además se encuentra incluida la palabra “creaciones” , esto con el objetivo de recrear un escenario al cual se dedica el emprendimiento que es el de confecciones de prendas de vestir.

7.1.3. Eslogan de la microempresa

El eslogan que se ha desarrollado es: “Si sabes crearlo, sabes lucirlo”, el mismo que proporciona al cliente, confianza, seguridad, elegancia y presencia, marcando un estilo de vida, en el cual no solo se merece lo mejor sino lucir lo mejor, al momento de ponerse una

prenda de vestir de calidad y con excelentes acabados, sin dejar de lado su buen gusto y a la vanguardia y estilo modernista.

7.1.4. Logotipo de la microempresa

Para la elaboración del logo se tomó a consideración las iniciales del nombre de la microempresa, constituido con su debido eslogan:



Figura 12.- Logotipo de la empresa

Elaborado por: la autora
Año: 2019

7.1.5. Misión

“Satisfacer las necesidades de los clientes mediante la confección de prendas de vestir, en el cual se brinde un producto de estilo y calidad con los atributos propios del mismo en cuanto a precio, imagen y características; impulsando el crecimiento de la economía textil de la zona”

7.1.6. Visión

“En los próximos cinco años “Creaciones V y S”, será una microempresa líder en la confección de prendas de vestir, posicionada en el mercado local y regional, reconocida por crear prendas con excelentes acabados y diseños; que satisfaga las necesidades de los clientes, capacitaciones continuas al personal, procesos innovadores, protección y cuidado al medio ambiente”

7.1.7. Principios

- ✓ **Calidad.-** Crear un producto con estándares de calidad, en el cual se tenga como resultado: diseño, estilo e innovación y mediante ello aumentar el nivel de satisfacción y gusto del cliente.

- ✓ **Trabajo en equipo.-** esto es con el fin de fortalecer los lazos de compañerismo entre todos los miembros que laboren en la microempresa, con el fin de motivar al desarrollo individual y colectivo, tanto en el logro de objetivos y metas personales y organizacionales.

- ✓ **Mejoramiento continuo de la calidad.-** esto en base al proceso de creación de las prendas de vestir confeccionadas en la microempresa, reflejando la calidad en el producto final, mayor competitividad y abarcando en su mayoría los estándares actuales exigidos por el cliente.

7.1.8. Valores

- ✓ **Ética.-** con la finalidad de dar solución a los problemas morales y éticos que se presenten en el contexto de la microempresa y aplicar los principios éticos que caracterizan para la toma de decisiones y acciones que conlleven a óptimas soluciones y compromiso tanto con los miembros de la organización, con la sociedad y el Estado.

- ✓ **Responsabilidad.-** por parte de todo el personal que labore en la microempresa en el cumplimiento de las funciones asignadas conforme a su cargo, con el fin de cumplir con estándares de calidad, eficiencia y eficacia.

- ✓ **Innovación.-** esto es en relación a los acabados y creaciones propias y personalizadas demandadas por el cliente, con el único propósito de cubrir tanto expectativas como necesidades del mismo en cuanto a un producto diferente que marque un estilo único.

- ✓ **Respeto.-** entre todos los miembros que trabajen en la microempresa, con el fin de crear un ambiente acogedor y agradable tanto de manera interna como externa, en el cual se le brinde de igual manera al cliente la confianza y calidez respectiva.

7.1.9. Políticas

7.1.9.1. Políticas Administrativas

- ✓ Se deberá de otorgar las capacitaciones al talento humano de la microempresa, con el fin de desarrollar los conocimientos en cuanto al manejo de maquinaria, innovación de la moda y confección de prendas de vestir, esto es para entregar un producto de calidad y con un mejor servicio al cliente.

- ✓ Crear una adecuada cultura organizacional, esto tanto para el cliente interno como externo.

- ✓ Proporcionar una adecuada comunicación entre todo el personal, para crear un ambiente adecuado de trabajo, de igual manera el de informar aspectos relacionados a cómo se encuentra la situación actual y proyecciones futuras de la microempresa.

7.1.9.2. Políticas de Producción

- ✓ Cualquier operaria de costura deberá de tener los conocimientos óptimos para el adecuado manejo de la maquinaria, equipo, suministros y materiales que se utilicen en la confección de cualquier prenda de vestir.
- ✓ Todos los operarios deberán de estar completamente equipados con los equipos de seguridad y protección necesarios, como es el caso del uso de mascarillas.
- ✓ El inventario final se mantendrá en un 10%, por lo que cada mes se deberá de producir un 10% adicional de materia prima.

7.1.9.3. Políticas de Ventas

- ✓ La entrega del producto final se la realizará en el día y la hora establecida en mutuo acuerdo tanto por el cliente como por la operaria, sin ningún inconveniente o retraso alguno.
- ✓ La prenda confeccionada deberá de cumplir con todos los estándares de calidad, y exigencias o gustos establecidos por el cliente, conforme a sus necesidades.
- ✓ El/los clientes deberán de realizar el pago un 50%, esto es al momento de entregar indicaciones y gustos por la prenda que requieren que se realice a la operaria, y el otro 50% al momento de retirar la prenda.

7.1.10. Organigrama estructural

La microempresa se encontrará estructura por un organigrama vertical, en el cual se dará a entender de una manera clara y concisa tanto al personal como a los clientes el cómo se encuentran los puestos de la organización, esto es para desarrollar un ambiente más comunicativo con eficiencia y eficacia en el orden de funciones y asignación de las distintas responsabilidades para cada uno de sus operarios.

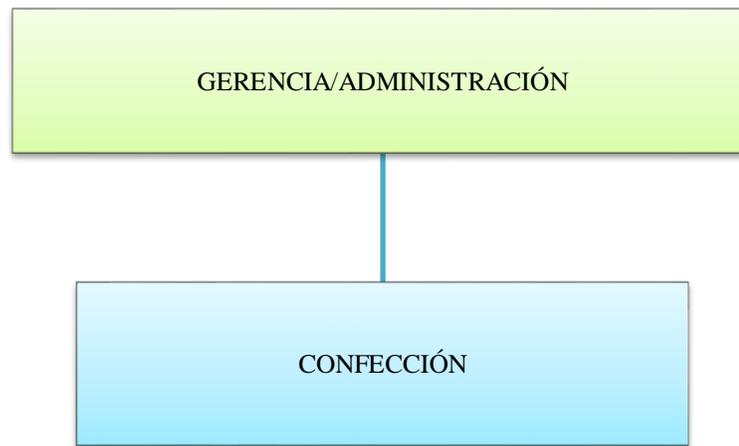


Figura 13.- Organigrama estructural de la microempresa "Creaciones V y S"

NIVEL EJECUTIVO : Se encuentra representado por el Área de Gerencia y Administración



NIVEL OPERATIVO : Se encuentra representado por el Área de Confección



7.1.11. Descripción de puestos y funciones

“Creaciones V y S”



Nombre del cargo:	Gerente
Objetivo:	Asegurar el correcto funcionamiento de las líneas de confección en sus distintos procesos y con el uso de las máquinas necesarias, con el fin de obtener un producto de calidad.
Nivel:	Ejecutivo
FUNCIÓN PRINCIPAL	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades relacionadas con el buen funcionamiento de la microempresa. 	
FUNCIONES ESPECÍFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar contratos de trabajo para los empleados. ✓ Organizar y controlar el proceso de confección en el emprendimiento. ✓ Control y mejoramiento continuo en el proceso de elaboración y confección del producto. ✓ Vigilar la entrega a tiempo y comunicación efectiva con el cliente. ✓ planificación, organización, dirección y control del emprendimiento. 	
COMPETENCIAS GENERALES	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en equipo ✓ Responsabilidad ✓ Puntual 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio de elaboración de contratos de trabajo. ✓ Pensamiento creativo e innovador.
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título en el área de Administración de Empresas. ✓ Experiencia mínima de 1 año ✓ Conocimientos en elaboración de contratos de trabajo. ✓ Actitud de liderazgo. 	



Nombre del cargo:	Operativo
Sección:	Producción
Objetivo:	Confeccionar la prenda de vestir en sus distintos procesos y con el uso de las máquinas necesarias, con el fin de obtener un producto de calidad.
Nivel:	Operativo

FUNCIÓN PRINCIPAL

- ✓ Confeccionar prendas de vestir, ya sea con el material proporcionado por el cliente o bien propio de la microempresa, con los gustos y estilos proporcionados por el mismo, en el cual se utilice las distintas máquinas y herramientas en su proceso de elaboración.

FUNCIONES ESPECÍFICAS

- ✓ Recepción y verificación de la materia prima, que cumpla con los estándares de calidad.
- ✓ Proceso de elaboración del producto a través de las distintas máquinas y herramientas establecidas en la microempresa.
- ✓ Control y mejoramiento continuo en el proceso de elaboración y confección del producto.
- ✓ Verificación del producto final.
- ✓ Entrega a tiempo y comunicación efectiva con el cliente.
- ✓ Limpieza del área de producción.

COMPETENCIAS GENERALES	COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en equipo ✓ Responsable ✓ Puntual 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dominio de las máquinas: recta, overlock y recubridora. ✓ Capacidad de laborar con las manos de una manera ágil y rápida. ✓ Pensamiento creativo e innovador.
PERFIL DEL PUESTO	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título en el área de corte y confección. ✓ Experiencia mínima de 1 año ✓ Conocimientos en las artes de bordados a mano y en máquina. ✓ Experiencia en el manejo de las distintas máquinas de costura, además de las ya establecidas en la microempresa. 	

7.1.12. Aspectos legales de funcionamiento de la microempresa.

Para el establecimiento de la base legal de la microempresa la cual se denomina “Creaciones V y F”, se deberá de regir por las obligaciones constituidas por el régimen legal, esto es con el fin de evitar inconvenientes en su adecuado funcionamiento. Los permisos que se obtengan serán en base a una persona natural, en el cual los requisitos necesarios serán:

7.1.12.1. Obtención del RISE

El régimen Impositivo Simplificado (RISE), es un régimen de inscripción voluntaria, que reemplaza el pago del IVA y del impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

7.1.12.1.1. Beneficios

- ✓ Olvídense de los formularios.- quiénes se acojan al RISE no necesitan usar formularios y el pago se realizará directamente en cualquier entidad del sistema financiero.
- ✓ Se acabaron las retenciones en la fuente.- al estar libres de retenciones, las personas inscritas en el RISE evitarán pagos en exceso.

- ✓ No necesitará llevar contabilidad.- los inscritos en el RISE ahorrarán tiempo y dinero, pues no deberán contratar un contador que les llueve sus cuentas.
- ✓ Llenar sus comprobantes de venta ahora es más fácil.- los contribuyentes inscritos en el RISE entregarán notas de venta, así ahorrarán tiempo al llenarlas y no tendrán dificultades al hacerlo.
- ✓ Descuento del 5%.- por cada nuevo trabajador bajo contrato vigente que se encuentre afiliado al IESS, siempre que esté al día en sus pagos, obtendrá un descuento del 5% en su cuota.

7.1.12.1.2. Requisitos para sacar el RISE

- ✓ Ser persona natural
- ✓ No tener ingresos mayores a USD 60 mil en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravado con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.
- ✓ No dedicarse a alguna de las actividades restringidas
- ✓ No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años. (Internas)

7.1.12.2. *Patente Municipal*

7.1.12.2.1. Requisitos para obtener la Patente Municipal

- ✓ Formulario de solicitud y declaración patente (Adquirir en recaudación)
- ✓ Certificado de no adeudar al municipio (adquirir en tesorería en el cual se presenten la cédula y certificado de votación de cónyuges)
- ✓ Copias de cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizados.
- ✓ Copia del RUC actualizado

- ✓ Copia del estado de situación inicial
- ✓ Permiso de Cuerpo de Bomberos de Ibarra
- ✓ Informe de uso del suelo factibilidad emitido por Control Urbano y Calidad Ambiental.
- ✓ Copia de la carta de pago del Impuesto Predial actual

Nota: adjuntar informe de factibilidad emitido por las Jefaturas de Medio Ambiente y Control Urbano de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial vigente, para establecimientos de diversión, de expendio de alimentos, mecánicas, talleres artesanales, carpinterías, industrias y otros de naturaleza similar.

7.1.12.3. Permiso del Cuerpo de Bomberos

El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- ✓ Solicitud de inspección local.
- ✓ Informe favorable de la inspección.
- ✓ Certificado de funcionamiento.

7.1.12.4. Certificado de compatibilidad de Uso del Suelo.

- ✓ Solicitud dirigida al alcalde (Formato en atención al cliente)
- ✓ Croquis del predio y la ubicación exacta del local en el predio, dimensionado.
- ✓ Especie valorada para certificación vacía
- ✓ Tasa por servicios administrativos
- ✓ Copia de la carta de pago del impuesto del propietario del bien inmueble
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación del dueño de la actividad económica.
- ✓ Certificación de tesorería de no adeudar al Municipio, (se adquiere en ventanilla).

- ✓ Adjuntar el certificado de uso del suelo anterior (en caso de ser el negocio antiguo)
- ✓ Realizar el pago de uso del suelo (adjuntar copia de trámite).

7.1.12.5. El Registro Único de Contribuyente (RUC)

Requisitos:

- ✓ Cédula de la persona que representará legalmente a la microempresa
- ✓ Copia de certificado de votación
- ✓ Recibo de pago de cualquier servicio básico.

7.1.12.6. Requisitos para obtener la Patente Municipal

Esta Patente se lo obtiene el Ilustre Municipio de Ibarra con los siguientes documentos:

- ✓ Formulario de solicitud y declaración de patente (Comprar en Recaudación).
- ✓ Certificado de no adeudar al municipio (comprar en tesorería presentando cedula y certificado de votación de cónyuges).
- ✓ Copias de cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizados.
- ✓ Copia del RUC actual.
- ✓ Permiso del Cuerpo de Bomberos de Ibarra.
- ✓ Copia del estado de situación inicial.

Nota: Adjuntar informe de factibilidad emitido por las Jefaturas de Medio Ambiente y Control Urbano de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial vigente, para establecimientos de diversión, de expendio de alimentos, mecánicas, talleres artesanales, carpinterías, industrias y otros de naturaleza similar.

CONCLUSIONES

- ✓ Mediante el desarrollo del Capítulo I en el cual se trata sobre el Diagnóstico Situacional se ha verificado que tanto variables como indicadores se encuentran fuertemente ligados a la situación actual del emprendimiento, así como las técnicas aplicadas fueron las necesarias para el desarrollo de los mismos.
- ✓ En cuanto a las herramientas como es el caso de la Matriz AOOR fueron claves para el desarrollo eficiente del análisis para la satisfacción de las potenciales necesidades de los clientes, con el fin de obtener un mejor direccionamiento y fortalecimiento informativo para el emprendimiento.
- ✓ A través de la recopilación de información mediante la Cámara Textil de Antonio Ante se obtuvo que existen aproximadamente 50 empresas líderes textiles en Atuntaqui que se dedican a la confección de prendas de vestir, pero cabe recalcar que ninguno de ellos confecciona este tipo de prendas bajo estilos personalizados.
- ✓ Mediante el desarrollo del presupuesto operacional se pudo establecer que los ingresos que se generarán durante el primer año de vida de la microempresa se encuentran con un valor de \$6014.58 dólares, el mismo que genera una utilidad neta de \$2054.84 dólares.
- ✓ A través del punto de equilibrio se pudo determinar que para el producto chompa se requiere una producción óptima de 184 unidades y para el producto pantalón se requiere una producción óptima de 700 unidades, para lo cual se tomarán las acciones correspondientes para cada caso de confección de los dos distintos productos.
- ✓ Mediante el capítulo del desarrollo de impactos, se establecieron tanto el impacto económico como el ambiental, en los cuáles se han analizado respectivamente y se han considerado medidas de acciones preventivas para evitar malestares con el medio ambiente y de tipo económico-social.

- ✓ El objetivo de este proyecto de emprendimiento fue establecer las herramientas necesarias las cuáles permitan instrumentar las variables respectivas, que induzcan a orientar y dirigir el proyecto al mercado objetivo.

RECOMENDACIONES

- ✓ Es recomendable realizar este tipo de proyecto de emprendimiento, ya que tanto las condiciones, costos y gastos se encuentran cuantificables con un valor total de \$3994,00 dólares; además de ser un servicio aceptado por parte de la localidad en la ciudad de Atuntaqui.

- ✓ Aprovechar en todas sus condiciones el ámbito textil que ofrece la ciudad de Atuntaqui, implementando dicho emprendimiento, en la cual se está fortaleciendo el desarrollo comercial-textil, ayudando en la formación de futuros negocios, así como la viabilidad de fuentes de trabajo.

- ✓ Analizar cada uno de los estados financieros propuestos, en la cual los costos alientan a poder invertir en este tipo de proyectos, esto será conforme a las necesidades del área y a los objetivos y metas trazadas.

- ✓ Realizar un control periódico y oportuno de las distintas maquinarias, herramientas muebles y equipos de trabajo, esto se lo hace con el fin de garantizar un eficiente manejo y empleo de los mismos y en el proceso de elaboración de las prendas de vestir, además de proporcionar seguridad a quiénes se encuentren manipulando dichos instrumentos.

- ✓ El desarrollo de la metodología diseñada para el presente estudio constituye una herramienta eficiente y efectiva, en la cual los procesos continuos de recolección, análisis y construcción de variables relacionadas a cada capítulo del proyecto de emprendimiento, permitirá futuros procesos de recolección de forma sistemática y presentará resultados que puedan ser comparados en proyectos similares de manera local, regional y nacional.

- ✓ La investigación muestra que la principal actividad en la ciudad de Atuntaqui es en el área textil, las cuáles para innovar y desarrollar sus actividades es mediante la aplicación de maquinaria y equipos fundamentales para su desarrollo, cabe mencionar que actualmente existe una intensa renovación tecnológica en el sector textil. No obstante, la constante innovación sigue siendo considerada como un déficit debido a la introducción de nueva maquinaria y procesos de producción dentro de las empresas.

- ✓ Al investigar con qué agentes coopera el sector textil para innovar, los datos mostraron que las industrias así como los emprendedores realizan sus innovaciones, mediante el apoyo del GAD Municipal de Antonio Ante y la conformación de una Asociación de Artesanos textiles, lo cual refleja que existe una adecuada articulación entre Empresa- Microempresa –Gobierno, para facilitar los procesos de innovación, desarrollo y producción.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Alvira, M. . (2011). La encuesta: una perspectiva general metodológica (2a. ed.). España: CIS - Centro de Investigaciones Sociológicas.
- ✓ Amaden-Crawford, C. (2014). Confección de moda: técnicas básicas. Vol. 1. Barcelona: Gustavo Gill.
- ✓ Cruz del Castillo, C., Olivares Orozco, S., & González García, M. (2014). Metodología de la investigación. México: Patria.
- ✓ Durán, P. D. (2013). Preparación de máquinas de corte, ensamblado y acabado. España: IC.
- ✓ Fernández, L. G., Mayagoitia, B. V., & Quintero, M. A. (2010). Formulación y evaluación de proyectos de inversión. México: Instituto Politécnico Nacional.
- ✓ López, M. W. (2014). Estadística práctica: aplicación y análisis para la toma de decisiones en las empresas. Puerto Rico: Universidad de Puerto Rico.
- ✓ Montoya Guzmán, J. O. (2009). Investigación de campo y análisis estadístico sobre el uso e impacto de los teléfonos celulares en los estudiantes de la Universidad Católica de Occidente. En J. O. Montoya Guzmán, *Investigación de campo y análisis estadístico sobre el uso e impacto de los teléfonos celulares en los estudiantes de la Universidad Católica de Occidente* (pág. 42). Córdoba: El Cid Editor | apuntes.
- ✓ Niño Rojas, V. M. (2011). Metodología de la Investigación: diseño y ejecución. Colombia: Ediciones de la U.
- ✓ Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2010). Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. En R. Sautu, P. Boniolo, P. Dalle, & R. Elbert. CLACSO.

LINCOGRAFÍA

- ✓ (SRI), S. d. (15 de Julio de 2019). *Trámites Ecuador* . Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/requisitos-para-sacar-el-rise/>
- ✓ Ante, G. M. (15 de Julio de 2019). *Sistema de Trámites Municipales*. Obtenido de <https://www.antonioante.gob.ec/>
- ✓ Universo, E. (04 de Junio de 2012). *La industria textil transformó la economía del cantón Atuntaqui*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/2012/06/04/1/1447/industria-textil-transformo-economia-canton-atuntaqui.html>.
- ✓ *ViajandoX*. (28 de Julio de 2019). Obtenido de <https://ec.viajandox.com/antonio-ante/industria-textil-A950>.

ANEXOS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS O GERENTES DE LAS INDUSTRIAS TEXTILES, PERTENECIENTES AL CANTÓN ANTONIO ANTE, DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.

TEMA: PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.

POBLACIÓN: El siguiente trabajo de titulación está dirigido a las industrias textiles del cantón Antonio Ante de la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

OBJETIVO: Realizar una entrevista para evaluar la necesidad de dirigir un producto de prendas textiles en el cantón Antonio Ante de la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

INSTRUCCIONES. Se solicita contestar de la manera más cordial, las siguientes preguntas:

1.- Si tuviera que definir la producción de la industria textil, que se encuentra representada en la ciudad de Atuntaqui, ¿cómo la consideraría?

- a) En un constante desarrollo.
- b) Estabilidad conforme al lineamiento económico.
- c) En un decrecimiento en los niveles de producción.

2.- ¿Cuál es el destino de las ventas de su industria?

- a) Mercado local
- b) Mercado nacional
- c) Mercado Internacional

3.- ¿Cómo define sus dimensiones de ventas?

- a) Ventas van creciendo
- b) Ventas se mantienen
- c) Ventas van decreciendo

4.- ¿Considera que se abastece la demanda de sus clientes en su totalidad?

- a) SI
- b) NO

¿Por qué?.....

5.- ¿La producción en su industria se la realiza de manera:

- a) Semanal
- b) Quincenal

c) Mensual

6) ¿Conoce usted el servicio de maquila?

- a) SI
- b) NO

7) ¿Consideraría necesario que se contrate este servicio, para un cumplimiento más efectivo y eficiente en sus productos?

- a) SI
- b) NO

¿Por qué?.....

8) ¿Qué línea de productos de los que comercializa son los más demandados por sus clientes?

- a) Línea deportiva
- b) Línea casual
- c) Línea para el hogar
- d) Otras..... ¿Cuáles?.....

9) ¿Qué canales de comercialización utiliza para la distribución de sus productos?

- a) Directamente a los clientes locales
- b) Paquetería/ bajo pedido, tanto a clientes locales/nacionales
- c) Otros..... ¿Cuál?.....

10) ¿Realiza algún tipo de publicidad a su línea de productos?

- a) Ferias locales
- b) Tv pagada
- c) Revistas
- d) Otros..... ¿Cuál?.....

11) ¿Cómo establece el precio de sus productos?

- a) Por volumen de producción
- b) Dependiendo de las ventas
- c) Dependiendo de la localidad
- d) Otra manera..... ¿Cuál?.....

12).- ¿Qué sugerencias le piden para mejorar el producto?

- a) En relación a diseños
- b) En relación a colores
- c) En relación a promociones o descuentos
- d) Otros.... ¿Cuál?.....

**FICHA DE OBSERVACIÓN A LAS INDUSTRIAS TEXTILES,
PERTENECIENTES AL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA CIUDAD DE
ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.**

**TEMA: CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA ELABORACIÓN DE
PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.**

**FICHA DE OBSERVACIÓN
INDUSTRIAS TEXTILES PERTENECIENTES AL CANTÓN ANTONIO ANTE.**

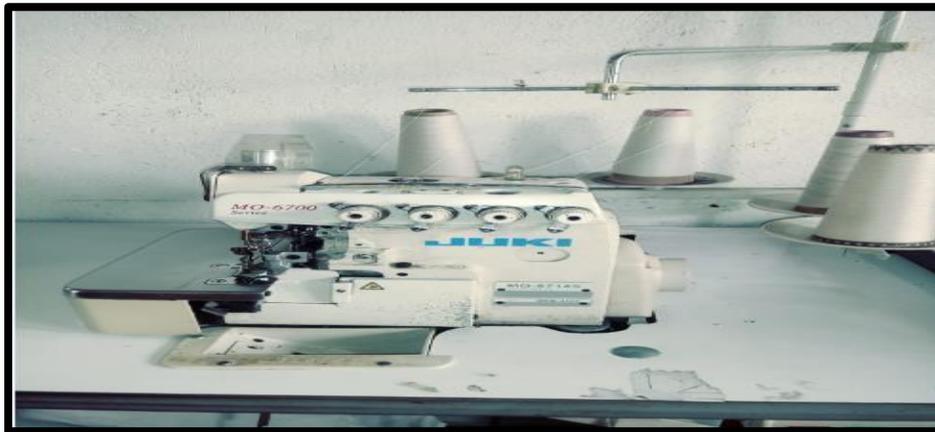
Lugar: -----
Fecha: -----
Observado por: -----
N° de ficha: -----

ASPECTOS RELEVANTES	INDUSTRIA TEXTIL	INDUSTRIA TEXTIL	INDUSTRIA TEXTIL	INDUSTRIA TEXTIL	INDUSTRIA TEXTIL
POSICIONAMIENTO					
ESTRATEGIAS Y PUBLICIDAD					
VENTAJAS					
DESVENTAJAS					

MÁQUINA RECUBRIDORA



MÁQUINA OBERLOCK



MÁQUINA RECTA



MASCARILLAS



MANDIL DE OPERARIA DE COSTURA

