



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA
DE LIENCILLO EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CIUDAD DE
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

AUTOR: GARCÍA, Paulina.

DIRECTOR: Econ. CERVANTES, Luis

IBARRA, JULIO, 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una microempresa productora y comercializadora de Ropa de Liencillo, en la Parroquia de Caranqui, por ser un sitio privilegiado, al ser considerada como el nido de la historia ancestral, también se pretende aprovechar las habilidades, creatividad y talento de sus pobladores, al producir en tela de liencillo todo tipo de prendas, las mismas que llevaran impresas, la cultura de un pueblo guerrero y luchador, a través del bordado en múltiples colores. Todo lo relacionado a la teoría bibliográfica la encontramos en el marco teórico, el mismo que sirvió de base, sustento y orientación, proporcionando el conocimiento que le dio sentido a este trabajo. El estudio de mercado determinó que el proyecto es viable, ya que existe una demanda insatisfecha considerable, la mayoría de los consumidores gustan de este tipo de prendas, a demás en la parroquia existen pocos productores de ropa de liencillo y su producción es limitada. En la producción se busca la optimización de los recursos materiales y el aprovechamiento de la infraestructura y mano de obra, la producción generada será comercializada en el mercado local pero se busca la expansión al mercado nacional, haciendo buen uso de la publicidad que realiza el Sr. Presidente de la República al usar este tipo de prendas. El monto de inversión del presente proyecto será financiado con recursos propios. Se determinó que el proyecto es bastante rentable tomando en cuenta que los gastos son menores a los ingresos y los resultados de los indicadores financieros son altos. La creación de la microempresa mejorara las condiciones de vida de los participantes, se incursionara en el campo empresarial y garantiza la conservación de la cultura y la herencia ancestral, generando nuevas fuentes de empleo y permitiendo obtener un impacto positivo tanto en lo económico como lo social.

SUMMARY

The present project has as purpose the creation of a small company producer and comercializadora of Clothes of Liencillo, in the Parish of Caranqui, to be a privileged place, when being considered as the nest of the ancestral history, he/she also seeks to take advantage the abilities, creativity and its residents' talent, when taking place in liencillo cloth all type of garments, the same ones that took printed, the culture of a warring and combatant town, through the embroidery in multiple colors. All the related to the bibliographical theory finds it in the theoretical mark, the same one that served as base, sustenance and orientation, providing the knowledge that gave sense to this work. The market study determined that the project is viable, since a considerable unsatisfied demand exists, most of the consumers like of this type of garments, to other in the parish few producing of liencillo clothes exist and its production is limited. In the production it is looked for the optimization of the material resources and the use of the infrastructure and manpower, the generated production it will be marketed in the local market but the expansion is looked for to the domestic market, making good use of the publicity that he carries out the Mr. President from the Republic when using this type of garments. The amount of investment of the present project will be financed with own resources. It was determined that the project is quite profitable taking into account that the expenses are smaller to the revenues and the results of the financial indicators are high. The creation of the small company improved the conditions of life of the participants, it was intruded in the managerial field and it guarantees the conservation of the culture and the ancestral inheritance, generating new employment sources and allowing to obtain a positive impact so much in the economic thing as the social thing.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo Paulina Margarita García Pineda, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100275993-2, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA DE LIENCILLO EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Firma

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada, Paulina Margarita García Pineda, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA DE LIENCILLO EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA". Certifico 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.

En la ciudad de Ibarra, a los 4 días del mes de Julio del 2011.



Econ. Luis Cervantes
C.I. 1001290236



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, PAULINA MARGARITA GARCÍA PINEDA, con cédula de ciudadanía Nro 100275993-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: " ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA DE LIENCILLO EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombre: Paulina García

Cédula: 100275993-2

Ibarra, a los 4 días del mes de Julio de 2011.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100275993-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	GARCÍA PINEDA PAULINA MARGARITA		
DIRECCIÓN:	CARANQUI		
EMAIL:	magygarcia@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062 653 520	TELÉFONO MÓVIL:	0939226687
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA DE LIENCILLO EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA		
AUTOR (ES):	PAULINA MARGARITA GARCÍA PINEDA		
FECHA: AAAAMMDD	04 DE JULIO 2011		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA		
ASESOR /DIRECTOR:	ECON. LUIS CERVANTES		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, PAULINA MARGARITA GARCÍA PINEDA, con cédula de ciudadanía Nro. 100275993-2, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (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 4 días del mes de julio de 2011.

EL AUTOR:


Paulina García.

AUTORA

ACEPTACIÓN:


Ing. Betty Chávez
JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Con mucho amor y cariño dedico este trabajo a mis padres quienes me dieron la oportunidad de ser alguien en la vida, a mi hijo Paolo Vinicio y a toda mi familia por confiar en mí, les dedico todo el esfuerzo, perseverancia y voluntad que estuvieron presentes en cada momento y me permitieron culminar esta maravillosa carrera.

Con cariño Paulina

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida, a mi Universidad por abrirme las puertas y acogerme durante todo este tiempo, a mis profesores quienes compartieron sus conocimientos y experiencia, a mis compañeros por vivir junto a mí los momentos de felicidad y tristeza, a mis padres por todos los esfuerzos y sacrificios que tuvieron que hacer para darme la educación, y a Marco Vinicio por su amor, y apoyo incondicional. A todos gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE CONTENIDO	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxii
PRESENTACIÓN.....	xxiv
INTRODUCCIÓN	xxv
ANTECEDENTES.....	xxv
JUSTIFICACIÓN.....	xxvi
OBJETIVOS.....	xxvii
GENERAL.....	xxvii
ESPECÍFICOS.....	xxvii
CAPÍTULO I.....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
Antecedentes	29
Objetivos Diagnósticos	31
General	31
Específicos.....	31
Variables del Diagnóstico	31

Indicadores o Subaspectos	31
Situación económica	32
Aspectos geográficos	32
Socio- cultural.....	33
Actividades económicas.....	34
Mecánica Operativa	35
Identificación de la Población	35
Identificación de la Muestra.....	35
Cálculo de la muestra.....	36
Información Primaria	36
Encuesta	37
Entrevista	37
Información Secundaria	37
ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	37
ALIADOS.....	37
Oponentes.....	38
Oportunidades	38
Riesgos.....	39
Determinación de la oportunidad de inversión	39
CAPÍTULO II	41
MARCO TEÓRICO	41
MICROEMPRESA.....	41
Antecedentes	41
Concepto.....	42
Compañía de Responsabilidad Limitada.....	43
Estructura Financiera	50
Costo de Capital.....	50

Rentabilidad de la Empresa.....	50
Análisis de Inversión	50
Importancia del departamento de Marketing.....	51
Mercado.....	51
Definición de Mercado Meta	52
Demanda	52
Oferta.....	53
El empresario.....	54
Presupuesto.....	55
Generalidades del Presupuesto.....	55
Definición	56
Importancia	56
Clases.....	57
Rígidos estáticos, fijos o asignados	57
flexibles o variables.....	58
A corto plazo.....	58
A largo plazo.....	58
De operación o económicos	58
Financieros	58
Presupuestos del sector público	59
Presupuestos del sector privado.....	59
Ventajas y límites.....	59
Planeamiento y presupuesto de la producción	60
Planeamiento.....	60
Presupuesto de producción	61
Características de la Información Financiera.....	62
Estructura Financiera de la Entidad	62

Introducción a los Estados Financieros.....	62
Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados	62
Estados Financieros Principales	63
Estados Financieros Secundarios	63
Análisis Financiero	64
Tipos de análisis.....	64
Análisis cualitativo y cuantitativo	65
Análisis vertical y horizontal	65
El valor del dinero en el tiempo	66
Análisis de la tasa de interés.....	66
Valor Presente, futuro y tasa interna de retorno.....	67
Componentes contables.....	67
Activo	67
Pasivo	68
Patrimonio	68
Ingresos	68
Egresos	68
Planeación Financiera.....	69
Corto plazo	69
Largo plazo.....	69
Instrumento de Financiamiento	70
Instrumento de inversión	70
Flujo de Caja	70
Definición.....	70
El flujo de caja como herramienta de la Empresa	71
Aplicación.....	71
Contabilidad de costos	72

Generalidades.....	72
Definición	72
Objetivos de la Contabilidad de Costos	73
Diferencia entre Contabilidad de Costos y Contabilidad General	73
Clasificación de los Costos	74
Clasificación según la función que cumplen	74
Clasificación según su grado de variabilidad	75
Clasificación según su asignación	76
Clasificación según su comportamiento.....	76
Elementos del Costo.....	76
Materiales Directos o Materia Prima directa	76
Mano de Obra Directa.....	77
Costos Indirectos de Fabricación.....	77
Punto de Equilibrio.....	77
Sistema de Costos.....	78
Introducción	78
Clases de Sistemas de Costos	78
Sistema de Costos por Ordenes de Producción	79
Costos Por Orden: Materias Primas	80
Orden de Producción	80
Costos Por Orden: Mano de Obra	80
Generalidades.....	80
Mano de obra directa e indirecta.....	80
Costos Por Orden: Costos Indirectos de Fabricación	81
Generalidades.....	81
Objetivos del Control de los Costos Indirectos	81
Costos Por Procesos	82

Generalidades	82
Problemas en la Contabilidad de Costos por Procesos	82
Elementos del Costo en Costos por Procesos	83
Costos Estándar	84
Definición.....	84
Ventajas de los Costos Estándar	85
CAPÍTULO III	86
ESTUDIO DE MERCADO	86
Presentación	86
Presentación de resultados de encuestas aplicadas.....	86
Encuestas a Consumidores.....	96
Identificación del Producto o Servicio.....	102
El Mercado Meta	103
Segmento de Mercado	103
Identificación de la Demanda	103
Identificación de la Oferta.....	104
Proyección de la Demanda	105
Balance oferta-demanda	107
Análisis de la Competencia	108
Proyección de Precios.....	108
Sensibilidad del Estudio	109
Conclusiones del Estudio	109
CAPÍTULO IV	111
ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO	111
Macro y micro localización del proyecto.....	111
Macro localización.....	111
Micro localización	112

Ubicación de la Microempresa.....	112
Diseño de las Instalaciones	113
Distribución de la Planta	114
Flujograma del Proceso	115
Presupuesto Técnico	117
Espacio Físico.....	117
Obra civil.....	117
Maquinaria y Equipo	117
Muebles y Enseres	118
Equipo de Computación.....	118
Resumen del presupuesto de Activos Fijos	119
Activo Diferido.....	119
Capital de Trabajo.....	119
Presupuesto Técnico Total	120
Tamaño del Proyecto.....	121
CAPÍTULO V	122
ESTUDIO FINANCIERO	122
Presupuesto de la Inversión	122
Cálculo del Costo de Oportunidad	122
Proyecciones de Ventas, Costos y Gastos	123
Materiales directos.....	124
Mano de obra directa	125
Gastos generales de fabricación.....	125
Materiales indirectos	126
Servicios básicos	126
Amortización gastos de constitución.....	126
Depreciación de activos fijos	127

Gastos administrativos	128
Gastos de ventas	129
Gastos financieros.....	129
Costos y gastos en función del proyecto	130
Balance General Inicial	130
Proyección del Estado Financiero de Pérdidas y Ganancias	131
Flujo de Caja	131
Evaluación de la Inversión: VAN, TIR y Beneficio-Costo	132
Valor Actual Neto (VAN).....	132
Tasa Interna de Retorno (TIR)	133
Periodo de Recuperación	134
Beneficio-Costo	135
Punto de Equilibrio	135
CAPÍTULO VI.....	138
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	138
Estructura Organizativa	138
Aspecto legal.....	138
Creación de la microempresa.....	138
Servicios de la microempresa	138
Formación de la microempresa	138
Nombre	139
Logotipo	139
Capital	139
Misión	139
Visión	139
Políticas de la empresa.	140
Principios y valores.	140

Estructura orgánica.....	141
Estructura funcional	141
Nivel legislativo	141
Junta General de Socios.....	141
Nivel Ejecutivo	142
Gerente - Contador	142
Nivel auxiliar.....	144
Secretaria	144
Nivel operativo	145
Producción	145
Trámites para la creación de una microemprsa	146
Permisos de funcionamiento.....	147
Requisitos para obtener el ruc	148
Requisitos para obtener la patente municipal	148
Requisitos permiso funcionamiento en el ministerio de salud pública ..	148
CAPÍTULO VII	149
PRINCIPALES IMPACTOS	149
Impacto Económico	150
Impacto Social	151
Impacto Empresarial- Comercial.....	152
Impacto Educativo- Cultural.....	153
Resumen General de Impactos	154
CONCLUSIONES	155
RECOMENDACIONES.....	157
BIBLIOGRAFÍA.....	159
LINCOGRAFÍA:.....	161
ANEXOS	163

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Unidad de Análisis	35
Cuadro N° 2 Ejemplo Flujo de caja	72
Cuadro N° 3 Tiempo de Elaboración	87
Cuadro N° 4 Venta de ropa de liencillo	88
Cuadro N° 5 Imposición de precios	89
Cuadro N° 6 Destino de ropa de liencillo.....	90
Cuadro N° 7 Demanda ropa de liencillo	91
Cuadro N° 8 Competencia producción	92
Cuadro N° 9 Mano de obra	93
Cuadro N° 10 Vías de acceso	94
Cuadro N° 11 Utilidad de producción	95
Cuadro N° 12 Conocimiento.....	96
Cuadro N° 13 Posible uso	97
Cuadro N° 14 Preferencia de prendas	98
Cuadro N° 15 Características para la compra	99
Cuadro N° 16 Lugares de compra.....	100
Cuadro N° 17 Consumo de productos ecuatorianos	101
Cuadro N° 18 Demanda.....	104
Cuadro N° 19 Producción por producto.....	104
Cuadro N° 20 Oferta.....	105
Cuadro N° 21 Proyección de la demanda de ropa de liencillo	106
Cuadro N° 22 Cálculo de la tasa promedio	106
Cuadro N° 23 Proyección de la oferta de ropa de liencillo	107
Cuadro N° 24 Balance oferta-demanda histórica	107
Cuadro N° 25 Balance oferta-demanda futura	107
Cuadro N° 26 Proyección de precios	109

Cuadro N° 27 Diseño de las instalaciones.....	113
Cuadro N° 28 Maquinaria y equipo	117
Cuadro N° 29 Muebles y enseres	118
Cuadro N° 30 Equipo de computación.....	118
Cuadro N° 31 Resumen del presupuesto de activos fijos	119
Cuadro N° 32 Activo diferido.....	119
Cuadro N° 33 Capital de trabajo	120
Cuadro N° 34 Inversión requerida.....	120
Cuadro N° 35 Presupuesto de la inversión	122
Cuadro N° 36 Cálculo del costo de oportunidad	122
Cuadro N° 37 Cálculo de la producción proyectada	123
Cuadro N° 38 Cálculo del precio proyectado	124
Cuadro N° 39 Cálculo de los ingresos proyectados.....	124
Cuadro N° 40 Requerimiento de materiales	125
Cuadro N° 41 Requerimiento de mano de obra	125
Cuadro N° 42 Material indirecto requerido.....	126
Cuadro N° 43 Servicios básicos requeridos.....	126
Cuadro N° 44 Amortización gastos de constitución	127
Cuadro N° 45 Depreciación activos fijos.....	127
Cuadro N° 46 Resumen de gastos generales de fabricación	128
Cuadro N° 47 Resumen de costos de producción	128
Cuadro N° 48 Gastos administrativos	129
Cuadro N° 49 Gastos de ventas	129
Cuadro N° 50 Costos y gastos en función del proyecto.....	130
Cuadro N° 51 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	131
Cuadro N° 52 Flujo de caja proyectado	132
Cuadro N° 53 Escala de impactos	149

Cuadro N° 54 Impacto Económico	150
Cuadro N° 55 Impacto Social	151
Cuadro N° 56 Impacto Empresarial-Comercial.....	152
Cuadro N° 57 Impacto Educativo-Cultural.....	153
Cuadro N° 58 Resumen general de impactos	154

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Tiempo de Elaboración	87
Gráfico N° 2 Venta de ropa de liencillo.....	88
Gráfico N° 3 Imposición de precios	89
Gráfico N° 4 Destino de ropa de liencillo	90
Gráfico N° 5 Demanda ropa de liencillo	91
Gráfico N° 6 Competencia producción	92
Gráfico N° 7 Mano de obra.....	93
Gráfico N° 8 Vías de acceso	94
Gráfico N° 9 Utilidad de producción	95
Gráfico N° 10 Conocimiento	96
Gráfico N° 11 Posible uso	97
Gráfico N° 12 Preferencia de prendas.....	98
Gráfico N° 13 Características para la compra	99
Gráfico N° 14 Lugares de compra	100
Gráfico N° 15 Consumo de productos ecuatorianos	101

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1 Bordado	102
Ilustración N° 2 Macrolocalización.....	111
Ilustración N° 3 Ubicación de la microempresa	112

Ilustración N° 4 Diseño de instalaciones.....	113
Ilustración N° 5 Flujograma de proceso	115
Ilustración N° 6 Procesos.....	116
Ilustración N° 7 Proceso de Venta	116
Ilustración N° 8 Punto de equilibrio	137
Ilustración N° 9 Logotipo propuesto	139
Ilustración N° 10 LIENCILLO´S CLOTHES CMB Cía. Ltda.	141

PRESENTACIÓN

El Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Ropa de Liencillo está estructurado en siete capítulos: Marco Teórico, Diagnóstico Situacional, Estudio de Mercado, Ingeniería del Proyecto, Estudio Financiero, Estructura Organizativa y Principales Impactos.

En el primer capítulo se ha realizado un diagnóstico que detalla la situación del sector donde se va a crear la microempresa: antecedentes, objetivo general y específicos, variables, indicadores, población y el problema diagnóstico.

En el segundo capítulo se ha buscado apoyo en las teorías y experiencias anteriores sobre el estudio de factibilidad: conceptos de microempresa, conceptos básicos sobre presupuestos, conceptos básicos sobre la contabilidad financiera y contabilidad de costos.

En el tercer capítulo se realizó una investigación de campo en la cual se investigó la aceptación del producto: presentación, identificación del producto, el mercado, la demanda, la oferta, competencia, precio y conclusiones.

En el cuarto capítulo se realizó la ingeniería del proyecto o estudio técnico el cual muestra: la macro y micro localización, ubicación, diseño, distribución, flujograma, presupuesto de inversión y tamaño.

En el quinto capítulo se realizó el estudio financiero el cual da a conocer: presupuesto requerido, costo de oportunidad, proyecciones de ventas y gastos, balance inicial, estado de pérdidas y ganancias, flujos de caja proyectado, análisis del VAN, TIR, Beneficio-Costo y punto de equilibrio.

En el sexto capítulo se describe la estructura organizativa y funcional de la microempresa en donde podemos encontrar el nombre, logotipo, misión, visión, principios, valores, funciones y trámites para su legalización.

El último capítulo trata de un análisis técnico de los impactos que el presente proyecto generará en los ámbitos: económico, social, empresarial-comercial y educativo-cultural.

Finalmente se concluye este proyecto productivo con una serie de conclusiones y recomendaciones que deberán ser tomadas en cuenta en futuros proyectos relacionados con el tema.

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La Provincia de Imbabura ubicada al norte del país, está conformada por seis cantones entre los cuales aparece el Cantón Ibarra, ubicada al Oriente de la provincia. Posee cinco parroquias urbanas y siete parroquias rurales, ciudad de clima templado dedicada al turismo, comercio e industria, sus visitantes gustan de su gastronomía, artesanías, costumbres, tradiciones, danza, música, atuendos, montañas, lagunas y demás atractivos que aquí encontramos.

La Parroquia de Caranqui ha sido el centro del presente estudio en los aspectos más significativos, está ubicada al sureste de Ibarra, al pie del Cerro Imbabura, posee una extensión de 6.53 km², 13.000 habitantes aproximadamente, rica en historia como tradiciones, en cada uno de sus rincones guarda el recuerdo de las batallas y triunfos de sus ancestros, parroquia que albergó al último inca del Tahuantinsuyo, sus pobladores se dedican a la agricultura, ganadería, ladrillería, comercio, actividades

que han ido decayendo. Por lo que se ha hecho necesario buscar una nueva fuente de empleo que les permita mejorar su calidad de vida, esto también ha dado lugar a que dentro del hogar trabajen marido y mujer, muchas de las mujeres no tienen un título profesional, pero sí la habilidad, la creatividad de confeccionar, bordar prendas de modistería y lencería en tela de liencillo.

Este estudio propone la creación de una microempresa para la producción y comercialización de ropa de liencillo en la Parroquia de Caranqui, encaminada a aprovechar las habilidades de la elaboración de prendas bordadas, utilizando la nueva tecnología para lograr la eficiencia y eficacia en los procesos, de esta forma ofrecer un producto de calidad a nivel local, nacional e internacional dando solución a la falta de empleo.

Esta problemática presenta la oportunidad de emprender un microempresa en donde se cuenta con la mano de obra para producir ropa de liencillo en términos competitivos, ofreciendo al consumidor un producto novedoso, bonito, de calidad, al alcance de su economía, el cual tiene una demanda internacional, también a través de este proyecto se estaría dando a conocer la cultura, tradiciones de un pueblo y de un país entero.

JUSTIFICACIÓN

El diseño de este proyecto es importante ya que se aportará para la creación y desarrollo de la microempresa en la Provincia , además se generará fuentes de trabajo, ayudando de esta forma a mejorar la situación económica, social y la falta de empleo, también se estará haciendo conocer nuestra cultura, habilidades, capacidades, costumbres, tradiciones, a través del proyecto se convierten en entes activos de la sociedad contribuyendo a generar ingresos, se apoyara el crecimiento económico - cultural del Ecuador. En fin la microempresa es una

herramienta de progreso y evolución, no solo para las personas que están involucradas directamente quienes son: los que conforman la microempresa al brindarles trabajo para que así mejoren sus ingresos, sino también a aquellas que son favorecidas de manera indirecta, como son: la Parroquia al hacerse conocer tanto dentro del país como fuera del mismo, también los consumidores del producto porque lo obtendrán a costos más bajos, de mejor calidad, los proveedores y por último el país porque apoyamos al crecimiento y desarrollo tanto de este como de la sociedad al poner a su servicio toda la creatividad como el profesionalismo.

OBJETIVOS

GENERAL

- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de ropa de liencillo en la parroquia de Caranqui

ESPECÍFICOS

- Elaborar un Diagnóstico Situacional para determinar los problemas diagnósticos que enfrenta la Parroquia de Caranqui motivo de la investigación.
- Establecer las bases teórico científicas que me permitan estructurar el Marco Teórico con el cual se sustenta el proyecto.
- Realizar un estudio de mercado en la ciudad de Ibarra para establecer la oferta, la demanda y precio del producto.
- Establecer una estructura, Organizativa y Operativa para la creación de una microempresa de Ropa de Liencillo en la Parroquia de Caranqui.

- Realizar un Estudio Financiero para determinar la rentabilidad y factibilidad del proyecto.
- Determinar los principales impactos que tendrá en los ámbitos: Económico, Social, Empresarial-Comercial, y Educativo-Cultural.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La presente investigación se realizó en la parroquia de Caranqui, en el mes de Junio del año 2010, al Señor Presidente de la Junta Parroquial, los productores y consumidores de ropa de liencillo, mediante la aplicación de entrevistas y encuestas y la obtención de información secundaria.

La artesanía es una de las principales manifestaciones de la tradición cultural de Ibarra y cada uno de sus rincones. Entre aquellas habilidades manuales - creativas de las mujeres indígenas, mestizas y campesinas, tiene su mayor expresión el bordado, el cual da origen a la Ruta de los Paisajes Bordados, creado como un destino histórico-cultural que incorpora a los hermosos paisajes así como las sencillas poblaciones del sur oriente ibarreño.

Caranqui quien nació de la mezcla de razas, fue nombrada así por sus primeros pobladores los Caras, que consolidaron su cultura, pueblo guerrero de valor indomable y altivo que no fueron subyugados ni perdieron la gallardía de su estirpe pese a que fueron vencidos por los Incas. Actualmente conserva todavía un aire rural, con sus parques rodeados de casas coloridas, sus estrechas calles las cuales guardan los recuerdos de los Caranquis, antigua tribu que vivió, luchó, resistió la invasión y de la cual nace Atahualpa el último inca del Tahuantinsuyo.

Es una parroquia urbana desde el 25 de Agosto de 1960 que pertenece al cantón Ibarra en la Provincia de Imbabura, posee una extensión de 6.53 km² y 13.000 habitantes aproximadamente. Está ubicada a 2km al sur-

este de Ibarra, al pie nor-este del cerro Imbabura, a 2800m sobre el nivel del mar, sus límites son:

Norte: Parroquia Urbana de San Francisco.

Sur: Parroquia rural de la Esperanza.

Occidente: Parroquia rural de San Antonio.

Oriente: Caserío de San Francisco de Santa Lucía.

Caranqui, símbolo de las etapas más ricas de la historia del Ecuador. Pueblo antiguo, lugar de asentamiento de los Quitus, Caras e Incas, tribus que resistieron la conquista incásica, lugar de origen del último Shyri Inca. Punto de irradiación de cultura y conquista. **(Anexo “D”)**

Pueblo místico, tradicional, lleno de costumbres, dedicado al comercio, agricultura, ladrillería y turismo, heredo de los incas ruinas, danzas, música, bellos atuendos, una exquisita gastronomía, así como la amabilidad y cordialidad que emana su gente.

Es aquí donde aparece la artesanía, gracias a las manos mágicas de las mujeres, las mismas que lucen con orgullo sus hermosas blusas cubiertas de enmarañados bordados, fruto de la rica imaginación femenina.

Hoy esas blusas, camisas, manteles de mesa, servilletas, ajuares, cubrecamas y toallas, prendas que lucen flores, hojas y otros símbolos bordados, son fabricadas en pequeñas empresas y comercializadas a nivel local e internacional.

El presente estudio se realiza con la finalidad de conocer la situación de la parroquia de Caranqui y la factibilidad de crear una microempresa productora - comercializadora de ropa de liencillo.

1.2 Objetivos Diagnósticos

1.2.1 General

Realizar un diagnóstico situacional de la Parroquia de Caranqui, para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2 .2 Específicos

- Conocer la situación económica de la Parroquia de Caranqui
- Conocer aspectos geográficos como: clima, recursos naturales, relieve- orografía, vías de comunicación y barrios.
- Conocer la parte socio-cultural: población, educación, vestimenta y costumbres
- Conocer las actividades económicas como: turismo artesanías, industrias y comercio de la Parroquia de Caranqui

1.3 Variables del Diagnóstico

Las variables diagnósticas constituyen los aspectos generales a investigarse y están relacionadas directamente con los objetivos diagnósticos, identificando las siguientes:

- SITUACIÓN ECONOMICA
- ASPECTOS GEOGRÁFICOS
- SOCIO-CULTURAL
- ACTIVIDADES ECONÓMICAS

1.4 Indicadores o Subaspectos

De acuerdo a las variables expuestas anteriormente se detalla sus respectivos indicadores o subaspectos más relevantes para su análisis:

a) SITUACIÓN ECONÓMICA

Ingresos.- Los ingresos con los que cuenta la Parroquia de Caranqui es el Presupuesto entregado por el Municipio, el mismo que está distribuido de la siguiente manera: el 10% son para gastos administrativos como: servicios básicos, papelería, pago secretaría y fiestas de la parroquia; el 15% sectores como: discapacitados, tercera edad, niños, adolescentes, jóvenes y mujeres; el resto dividido entre los 24 barrios y comunidades que posee la parroquia. En cuanto a los ingresos que tienen sus habitantes, es un mensual superior o igual a 250,00 dólares ya sea por las actividades agrícolas, ganaderas, comerciales o por ser empleados públicos o privados.

Egresos.- Los gastos que tiene la parroquia son: gastos administrativos, por sectores, también los que tiene cada barrio y comunidad. En cuanto a los gastos de sus pobladores estos son: vivienda, servicios básicos, alimentación, vestuario y educación.

b) ASPECTOS GEOGRÁFICOS

Clima.- El cantón Ibarra se distingue por poseer una variedad de climas que van desde el frío andino hasta el tropical seco. Caranqui goza de un clima templado, agradable muy sano. La temperatura es de 17 grados centígrados, clima que permite el cultivo del maíz, papas, caña de azúcar, cebada, trigo, ocas, lenteja y quinua. **(Anexo “D”)**

Recursos Naturales.- Caranqui cuenta con tres recursos naturales valiosos como son: la tierra que sirve para fabricar adobes, ladrillos y tejas, el recurso lítico o piedra en las quebradas así como el recurso agua de las acequias de la Magdalena y Carrasco que viene de Angochagua.

Relieve y Orografía.- El relieve de Caranqui es irregular por la presencia de pequeñas colinas y quebradas, unas secas llenas de piedras, las otras con agua que sirve para regar los cultivos garantizando así las cosechas. El terreno es empinado como corresponde a las faldas del monte Imbabura. **(Anexo “D”)**

Vías de Comunicación.- Caranqui está unida a las demás parroquias urbanas de Ibarra por la Av. Atahualpa. Hay un camino vecinal que va a San Antonio y una carretera que une a la Esperanza. A demás la Av. El Retorno que une a varios barrios de las parroquias urbanas.

Barrios.- Son 24 barrios de los cuales son: 8 comunidades y 16 barrios, los mismos que forman la parroquia de Caranqui, estos son: Catzoloma, Naranjal, Guayaquil, Manzanal, Chamanal, San Franciscno de Chorlavico, Turupamba, Ejido de Caranqui, 20 de Octubre, Bellavista de Maria, San Francisco de Chorlavi, 19 de Enero, Candelaria, Unión y Progreso, Simón Bolívar, Naranjito, 10 de Agosto, Cuatro Esquinas, Barrio Central, Urb. Municipal Yuyucocha, San Cristóbal Alto, San Cristóbal de Caranqui, Vista Hermosa y Santa Lucía. **(Anexo “E”)**

c) SOCIO- CULTURAL

Población.- La población según el Censo de 2001 es de 13.000 habitantes; que pertenecen a la raza blanca, mestiza e indígena. Estos últimos son descendientes del grupo étnico Caranquis que se asentaron en esta zona de Imbabura. El castellano es el idioma de la mayoría aunque algunos hablan además el quichua. **(Anexo “E”)**

Educativa.- En relación al aspecto educativo, Caranqui al igual que las otras parroquias urbanas, cuenta con el nivel pre-primario, primario y medio, posee 4 jardines fiscales, 2 jardines particulares; 4 escuelas

fiscales, 2 escuelas particulares, un colegio fiscal, un colegio particular y una unidad de formación artesanal fiscal.

Vestimenta.- Los habitantes de Caranqui usan la ropa común y corriente para los centros poblados, llegan todas las modas de los países avanzados. Casi toda la población es calzada. En el campo, el vestido es rudimentario, las mujeres usan blusas bordadas, polleras confeccionadas de tela indulana, la chalina de algodón o lana de borrego y en sus pies alpargatas de caucho, mientras los hombres visten su tradicional pantaloncillo blanco, camisa del mismo color, con poncho grueso y sombrero que les protegen del frío. **(Anexo “E”)**

Costumbres.- En cuanto a costumbres están: la celebración religiosa de la Cruz, el 3 de mayo de cada año, en honor al Señor del Amor, la fiesta del Inty Raymi que hace el pueblo indígena el 19 de Junio de cada año, los bailes tradicionales de San Juan en el mes de Julio y los Inocentes en la primera semana del mes de Enero. **(Anexo “F”)**

d) ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Turismo.- Las atracciones turísticas con las que cuenta Caranqui son: el Templo del Sol, el hallazgo arqueológico de Inka-Huasi, el Santuario del Señor del Amor con su magnífica pintura que representa al infierno y muchas otras reliquias arqueológicas. **(Anexo “F”)**

Artesanías.- La artesanía principal de Caranqui ha sido la fabricación de guitarras, a demás de los carpinteros, albañiles, mecánicos, existe el tejido de bellos sombreros, la arriería de caballos y el bordado. **(Anexo “F”)**

Industrias.- En industrias se encuentra la FLORALP, industria láctea con una fábrica de quesos y sus derribados. También las fábricas u hornos de ladrillos como de ripio.

Comercio.- Los habitantes realizan su comercio vendiendo sus productos en el mercado Amazonas; también mediante las tiendas de abastecimiento local. La principal venta es el Pan de Leche y los helados de crema. **(Anexo “G”)**

1.5 Mecánica Operativa

Constituye la metodología o instrumentalización puntual del diagnóstico y para ello es importante indicar o detallar los siguientes aspectos:

1.5.1 Identificación de la Población

Para la realización de la presente investigación consideramos importante la opinión de los productores de ropa de liencillo y los posibles consumidores del producto que es la Población Económicamente Activa (PEA), (clase alta y media-alta) del cantón Ibarra. **(Anexo “H”)**

1.5.2 Identificación de la Muestra

Para la identificación de la muestra se obtiene de una población definida. Si la población es mayor de 50 se realizará la técnica del muestreo y en caso de ser menor, se realizará un censo.

Cuadro N° 1 Unidad de Análisis

POBLACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	CANTIDAD	TÉCNICA
Caranqui	Productores	7	Censo
PEA cantón Ibarra (clase alta y media-alta)	Consumidores	38.025	Muestra

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2001

Elaborado por: La Autora

FÓRMULA QUE SE UTILIZÓ

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * \delta^2 * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * \delta^2}$$

n = Tamaño de la muestra

N= Universo o Población = PEA (clase alta y media-alta) cantón Ibarra

δ^2 = Varianza de la población. Es un valor constante que equivale a 0.25.

Z = Intervalo de confianza. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1.96.

E = Límite aceptable de error que en este caso es del 5% = 0.05.

CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.25) * (38025)}{(0.05)^2 * (38024) + (1.96)^2 * (0.25)}$$

$$n = \frac{36519.21}{96.02}$$

$$n = 380h.$$

1.6 Información Primaria

Es aquel tipo de información que se recoge a través del contacto directo con el objeto de estudio y son:

1.6.1 Encuesta

Productores de ropa de liencillo de la Parroquia de Caranqui y Consumidores del producto. **(Anexo “A” y “B”)**

1.6.2 Entrevista

Presidente de la Junta Parroquial de Caranqui, preguntas relacionadas con situación de la Parroquia. **(Anexo “C”)**

1.6.3 Información Secundaria

La información secundaria que se ha utilizado es la siguiente:

- Folletos de participación ciudadana.
- Recortes de prensa.
- Información de Internet

1.7 ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

En base a toda la información obtenida en el presente diagnóstico podemos hablar de los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos que tiene la Parroquia de Caranqui.

ALIADOS

- Los aliados principales del futuro proyecto lo constituyen los pobladores de Caranqui y los consumidores del producto.
- Los habitantes de Caranqui usan la ropa de liencillo en sus diferentes diseños y modelos, en especial las comunidades del sector. Gracias a

la propaganda que hace el Sr. Presidente del Ecuador Rafael Correa hace posible la aceptación y comercialización del producto.

- La herencia que han dejado los ancestros sobre la confección y bordado de la vestimenta, la misma que se han transmitido de generación a generación, el avance de tecnología, contribuirán a la implantación de una microempresa de ropa de liencillo.
- Se contará con la mano de obra de los pobladores de la Parroquia, lo que da lugar a generar fuentes de empleo.

OPONENTES

- Los principales oponentes son las grandes empresas textiles que han acaparado a los clientes.
- Existe falta de presupuesto y organización en la Parroquia de Caranqui los cuales permitan emprender una microempresa.
- La idea errónea que tiene la gente al creer que la ropa bordada solo puede ser usada por gente indígena.
- El conformismo de la gente frente a su situación económica, el miedo a salir de la rutina y la creencia de que la migración es la solución a los problemas económicos.

OPORTUNIDADES

- Caranqui tiene excelentes vías de acceso que le conectan con las otras parroquias urbanas y algunas parroquias rurales.

- Los créditos y microcréditos que otorgan las cooperativas así como otras organizaciones, las cuales permiten la implementación de nuevas microempresas.
- Se crean nuevas fuentes de empleo para los pobladores de Caranqui en especial para las mujeres por su creatividad y habilidad en la confección como el bordado de ropa en tela de liencillo.
- La existencia de una cultura consumista que se deja llevar por la moda que imponen personas de popularidad y renombre.

RIESGOS

- La inestabilidad económica en el País, afecta a la inflación de la economía, variando los precios de los materiales y perjudicando así la producción y comercialización del producto.
- La mayoría de las personas tienen preferencia por los productos extranjeros que por los que se hacen en el Ecuador.

1.8 Determinación de la oportunidad de inversión

Del diagnóstico situacional realizado en la Parroquia de Caranqui se tiene como resultado que:

Caranqui es una parroquia privilegiada que tiene una identidad cultural histórica, conserva sus tradiciones y costumbres, guarda con cuidado sus tesoros, goza de un gran clima, es un atractivo para los turistas nacionales como extranjeros, quienes quedan encantados al contemplar ese mágico paisaje de verdes prados, el café de una tierra fructífera, el dorado de sus cosechas de maíz o trigo, todo esto envuelto por un

misticismo, que se queda en la mente también en el corazón de quien lo contempla. Por estas razones y con la finalidad de aprovechar la habilidad, creatividad artesanal de sus mujeres, la oportunidad de generar fuentes de empleo haciendo valer lo elaborado dentro del País, se hace posible la formulación de un proyecto económico – productivo con el siguiente tema: “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de ropa de liencillo, en la parroquia de Caranqui, ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 MICROEMPRESA

2.1.1 Antecedentes

La microempresa es una organización, conformada por un grupo de personas reunidas, con un objetivo, para lo cual cuenta con recursos, desarrollando actividades en las áreas rurales, comerciales, industriales, financieras, o de servicios con fines lucrativos.

Según su tamaño pueden clasificarse en grandes, medianas, pequeñas o microemprendimientos. En épocas de crisis y de falta de empleo, surge la alternativa, nada despreciable de ingresar al mundo de los negocios en la actividad empresarial.

El Ecuador tiene una tradición de producción artesanal, las primeras escuelas se especializaban en elaborar toda clase de artesanías como paños, frazadas, sombreros, tejidos, etcétera. A finales del siglo XIX se asentaron en Guayaquil las primeras industrias y a mediados de los 60, estas tomaron auge debido a la sustitución de importaciones.

A comienzos de los 70 y debido al petróleo se dio paso a un cambio en el aparato productivo nacional mediante la instalación de grandes industrias y la adquisición de maquinaria sofisticada. La agricultura estuvo limitada a pocos productos y a vender productos naturales como materia prima. Convirtiendo al país en económicamente pobre y sin mayor futuro, puesto que vendemos a precios bajos nuestra materia prima y adquirimos a precios muy altos productos procesados de otros países.

El marco referencial que identificó a la microempresa tradicional fue el siguiente: Poco capital, baja productividad, intensivo uso de la mano de

obra, restricción de créditos en el sistema financiero formal, mínima capacidad de ahorro, tecnología obsoleta y escasos conocimientos de gestión empresarial.

La tabla de salvación para muchos ecuatorianos fue la actividad artesanal en la década de los años 80, como consecuencia de la grave crisis económica. Las actividades como: carpintería, mecánica, panadería, peluquería y confección, fueron saturados.

2.1.2 Concepto

Una microempresa puede ser definida como: una asociación de personas debidamente organizada que utilizan sus habilidades, capacidades y recursos para la producción y comercialización de productos o servicios y de esta forma obtener una utilidad luego de cubrir sus egresos y costos.

En el Ecuador se ha establecido una definición de pequeña industria a través de la **Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, en su artículo 5 que dice:** *“Se considera pequeña industria a la que, con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, se dedique a actividades de transformación, inclusive de forma, de materia prima o de productos semielaborados en artículos finales o intermedios y siempre que sus activos, excluyéndose terreno y edificios, no sean mayores del valor que el Comité Interministerial de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía fije anualmente.”*

Una definición de Pequeña y Mediana Empresa fue establecida por el **II Simposio Latinoamericano y del Caribe de la Pequeña y Mediana Empresa** realizado en Quito en el mes de Septiembre de 1978 que es la siguiente:

“De manera general, entendemos por pequeña y mediana empresa aquellas que no ocupan una posición de dominio o monopolio en el mercado, están dirigidas por sus propios dueños, que asumen el riesgo del negocio y no están vinculadas a otras grandes empresas o grupos financieros. Estas empresas se caracterizan por tener:

- a) Una limitada cifra de obreros y empleados, nunca superior a 50 trabajadores.*
- b) Una reducida cifra de negocios comparativamente.*
- c) Un mercado pequeño.*
- d) Su forma jurídica toma por común la forma de sociedad individual o de responsabilidad limitada.*
- e) Las relaciones entre el empresario y sus colaboradores son personales y directas.*
- f) Constituyen para los empresarios-propietarios, la principal fuente de renta.”*

Según mi criterio y luego de haber analizado puedo decir que la microempresa es: Una entidad pequeña con administración independiente en donde el dueño aporta el capital de trabajo, convirtiéndose en su herramienta para obtener ingresos y brindar fuentes de empleo, nacida de una idea con el fin de explotar habilidades y capacidades.

Finalmente se puede observar que no es tan fácil establecer una definición clara y precisa de lo que es una microempresa.

2.1.3 Compañía de Responsabilidad Limitada

Según la Ley de Compañías.-

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo

una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE

Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

Las personas comprendidas en el Art. 7 del Código de Comercio no podrán asociarse en esta clase de compañías.

DEL CAPITAL

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS

El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones legales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato.

b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;

c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;

d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe; pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;

e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios.

g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes.

h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarios a la ley o a los estatutos.

i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley; y,

j) A ejercer en contra de los gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

Son obligaciones de los socios:

a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la

aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el artículo 219 de esta Ley;

b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;

c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;

d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;

e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;

f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,

g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos

requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

DE LA ADMINISTRACIÓN

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

DE LA FORMA DEL CONTRATO

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5, y 6, del Art. 137 de esta Ley, y además la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por sí o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

- 1.- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
- 2.- La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
- 3.- El objeto social, debidamente concretado;
- 4.- La duración de la compañía;
- 5.- El domicilio de la compañía;
- 6.- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
- 7.- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
- 8.- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
- 9.- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirarla; y,
- 10.- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

2.1.4 Estructura Financiera

2.1.4.1 Costo de Capital

El costo de capital es el rendimiento requerido sobre los distintos tipos de financiamiento. Teniendo en cuenta que este costo es también la tasa de descuento de las utilidades empresariales futuras. Este costo puede ser implícito y explícito y ser expresado como el costo de oportunidad para una alternativa equivalente de inversión.

2.1.4.2 Rentabilidad de la Empresa

La rentabilidad es la relación entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, mide la afectividad de la gerencia de una empresa, una administración competente, una planeación inteligente y la reducción integral de costos y gastos.

2.1.4.3 Análisis de Inversión

Una inversión es un desembolso de dinero u otros recursos financieros líquidos, con el propósito de obtener beneficios líquidos en el futuro. El análisis de inversiones brinda información sobre la conveniencia de la misma y ayuda a la correcta toma de la decisión, ya que estas constituyen el armazón del desarrollo futuro de una empresa, siendo un factor básico de la eficiencia y del poder competitivo de las mismas, la adopción incorrecta de este tipo de decisiones tiene unas consecuencias muy graves, sobre los beneficios y el futuro de una empresa, el análisis de inversiones no debe basarse exclusivamente en modelos matemáticos, sino también en el sentido común y la experiencia.

2.1.5 Importancia del departamento de Marketing

Es bien cierto que vivimos en un mundo cada vez más global y mediatizado y tanto las nuevas tecnologías como las estrategias están invadiendo con más fuerza los mercados, sin embargo se cree que las empresas pequeñas no necesitan del marketing y esto es grave.

Toda empresa por pequeña que sea debe emplear herramientas tanto internas como externas que le permitan llegar a alcanzar la máxima rentabilidad.

El marketing en cualquier empresa sea pequeña o grande va desde plantearse los objetivos a corto y largo plazo, hacer un análisis de su realidad interna y externa, delimitar bien el mercado y saber cómo es que queremos ser percibidos y con todo esto desarrollar estrategias de trabajo para poder conseguir todo lo trazado.

Hacer bien un plan de marketing no depende del tamaño de la empresa, sino de los alcances de la misma, utilizar los medios que esta tenga y con los cuales pueda cumplir los objetivos que se han propuesto.

Debemos saber que sin importarnos el tamaño de nuestra empresa, todos aquellos que venden algo u ofrecen algún servicio hacen marketing.

El marketing hace que nuestra empresa sea más rentable, cumplamos los objetivos que nos trazamos y tenga más presencia en el mercado.

2.1.5.1 Mercado

Los Mercados que en la terminología económica *“es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes*

transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse”.

2.1.5.2 Definición de Mercado Meta

- **Kotler y Armstrong**, autores del libro "Fundamentos de Marketing", consideran que un mercado meta *"consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir"*
- **Stanton, Etzel y Walker**, autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el **mercado meta** como *"el segmento de mercado al que una empresa dirige su programa de marketing"*. Otra definición de los mismos autores, dice que *"un segmento de mercado (personas u organizaciones) para el que el vendedor diseña una mezcla de mercadotecnia es un **mercado meta**"*

El mercado como la Industria, ocupa un lugar cada vez más importante en la Sociedad moderna. El número y extensión en sus operaciones, su acción de satisfacer las necesidades de la vida humana, el incremento de trabajo, la creación de nuevas fuentes de producción y comercialización, las comunicaciones rápidas entre las diversas regiones del mundo, han extendido las relaciones comerciales.

2.1.5.3 Demanda

Para **Kotler, Cámara, Grande y Cruz**, autores del libro "Dirección de Marketing", la **demanda** es *"el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago"*.

Simón Andrade, autor del libro "Diccionario de Economía", proporciona la siguiente **definición de demanda**: *"Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca"*.

Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades.

2.1.5.4 Oferta

Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", define la **oferta** o cantidad ofrecida, como *"la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender"*

El **Diccionario de Marketing**, de Cultural S.A., define la **oferta** como *"la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta"*

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.

2.1.6 El empresario

Los conceptos empresa y empresario aparecen siempre unidos, por lo que es difícil disociar uno del otro en el momento de hacer definiciones y reflexiones tanto teóricas como prácticas.

Si la empresa representa el aspecto objetivo del conocimiento económico-empresarial, es el empresario quien protagoniza por derecho propio el aspecto pragmático y del comportamiento, en él se “personaliza” la función de agente económico que se define por organización, primero asociándose a una persona física o individuo para después finalizar en una identificación más amplia y referida tanto a individuos como a grupos y a personas jurídicas.

En una primera concepción, la figura del empresario estuvo unida a la del capitalista, patrón o maestro, propietario de las medidas de producción, con el surgimiento y exposición del capitalismo financiero, época en la que se produce una importante ruptura, la separación de la propiedad y el control, en la empresa de cierta dimensión, se van poniendo las bases de la figura del empresario como un experto, profesional o grupo decisor, que atiende a las funciones básicas de la innovación y del liderazgo, a través de una adecuada toma de decisiones y gracias a determinada actitud y mentalidad estratégica.

La función directiva en la actualidad se caracteriza por la capacidad de:

- Innovación
- Liderazgo
- Actitud Estratégica del Empresario

INNOVACIÓN.- Innovación tecnológica: de producto, de proceso; Innovación en métodos de gestión; Innovación social.

LIDERAZGO.- Capacidad para ser escuchado, capacidad para comunicar mensajes comprensibles, capacidad para emanar credibilidad, capacidad para reconocer las habilidades propias y ajenas.

ACTITUD ESTRATÉGICA.- Estratega: sujeto que sabe gestionar el cambio; Actitud estratégica: voluntad del empresario para enfrentarse al cambio; Postura estratégica: forma de enfrentarse al cambio.

2.2 PRESUPUESTO

2.2.1 Generalidades del Presupuesto

Como herramienta de planificación y control, tanto en sus fundamentos teóricos como es su aplicación práctica, el presupuesto tuvo su origen en el sector gubernamental.

Técnicamente la palabra se deriva del francés antiguo “bougette” o bolsa, la que posteriormente en el sistema inglés denominan “budget”, término que en nuestro idioma es presupuesto.

En 1820 Francia adopta el sistema en el sector gubernamental y en 1821 lo hace Estados Unidos, siempre como elemento de control del gasto público.

Entre los años 1912 a 1925 y especialmente después de la primera guerra mundial, el sector privado se dio cuenta que podía utilizar ventajosamente el presupuesto para controlar los gastos. En la empresa privada se habla intensamente de control presupuestario, y en el sector público se llega incluso a la aprobación de una LEY DE PRESUPUESTO NACIONAL. La técnica siguió su continua evolución desde 1930 hasta 1965 como son:

- Los principios básicos del sistema.
- El presupuesto por programas y actividades.
- Un sistema de “planeación por programas y presupuestos”.

2.2.2 Definición

El presupuesto es una herramienta gerencial, el cual bien manejado puede orientar políticas y objetivos.

El presupuesto es planear la manera de obtener utilidades a través de la realización de diferentes actividades coherentes.

El presupuesto es la anticipación al futuro que cualquier persona sea natural o jurídica realiza, previendo lo que pueda suceder, ideando mecanismos o analizando estrategias para hacer frente a circunstancias inciertas.

El presupuesto es un completo plan financiero diseñado para orientar al empresario hacia la consecución de las metas propuestas.

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas.

2.2.3 Importancia

Los presupuestos son importantes porque ayudan a minimizar el riesgo en las operaciones de la organización:

- Por medio de los presupuestos se mantiene el plan de operaciones de la empresa en unos límites razonables.

- Sirven como mecanismos para la revisión de políticas y estrategias de la empresa y direccionarlas hacia lo que verdaderamente se busca.
- Las partidas del presupuesto sirven como guías durante la ejecución de programas del personal en un determinado periodo de tiempo.
- Los presupuestos pueden desempeñar tantos roles preventivos como correctivos dentro de la organización.

El presupuesto es un instrumento importante, utilizado como medio administrativo de determinación adecuado de capital, costos e ingresos necesarios en una organización, así como la debida utilización de los recursos disponibles acorde con las necesidades de cada una de las unidades y los departamentos.

2.2.4 Clases

Distintos son los puntos de vista desde los cuales se pueden contemplar los presupuestos y así tenemos:

- | | | |
|------------------------|---|---|
| Clases de Presupuestos | { | <ol style="list-style-type: none"> 1. Según la flexibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Rígidos, estáticos, fijos o asignados. • Flexibles o variables. 2. Según el periodo de tiempo que cubran <ul style="list-style-type: none"> • A corto plazo. • A largo plazo. 3. Según el campo de aplicabilidad en la empresa <ul style="list-style-type: none"> • De operación o económicos • Financieros (tesorería y capital) 4. Según el sector en el cual se utilicen <ul style="list-style-type: none"> • Sector público. • Sector privado. |
|------------------------|---|---|

2.2.4.1 RIGIDOS ESTÁTICOS, FIJOS O ASIGNADOS

Generalmente se elaboran para un solo nivel de actividad. Una vez alcanzado éste, no se permiten los ajustes necesarios ocasionados por las variaciones que suceden realmente. De esta manera se estará

efectuando un control anticipado, dejando de lado el concepto de comportamiento económico, cultural, político, demográfico o jurídico de la región en donde actúa la empresa.

2.2.4.2 FLEXIBLES O VARIABLES

Los presupuestos serán flexibles o variables si se elaboran para diferentes niveles de actividad y son capaces de adaptarse a las circunstancias que surjan en cualquier momento. Son dinámicos porque se adoptan a cualquier capacidad. Se elaboran teniendo presentes múltiples variables por lo cual también son complicados y costosos.

2.2.4.3 A CORTO PLAZO

Los presupuestos serán a corto plazo si la planificación se hace para cumplir el ciclo de operaciones de un año.

2.2.4.4 A LARGO PLAZO

En este campo podríamos ubicar los planes de desarrollo que adopten el estado y las grandes empresas. Estas últimas adoptan planes de este tipo generalmente en lo referente a la adquisición de activos fijos, bajo la modalidad “uno-cuatro” esta es, aquélla en la cual se detalla ampliamente el primer año y se presentan datos generales para los años restantes.

2.2.4.5 DE OPERACIÓN O ECONÓMICOS

Incluyen la presupuestación de todas las actividades para el período siguiente el cual se elabora y cuyo contenido se resume generalmente en un estado de pérdidas y ganancias proyectado.

2.2.4.6 FINANCIEROS

Incluye el cálculo de partidas y los rubros que inciden fundamentalmente en el balance. Conviene en este caso destacar el de caja o tesorería que se formula con las estimaciones de fondos disponibles en caja, bancos y valores de fácil realización, y el de capital o erogaciones capitalizables que sirve como medio de evaluación y control de las posibles alternativas de inversión en activos fijos.

2.2.4.7 PRESUPUESTOS DEL SECTOR PÚBLICO

Los presupuestos serán del sector público si en ellos se trata de verter la cuantificación de los programas de organismos y entidades oficiales. Esta forma de cálculo de ingresos y gastos públicos se usó durante varios años, dando surgimiento a lo que más tarde se denominó presupuesto tradicional.

2.2.4.8 PRESUPUESTOS DEL SECTOR PRIVADO

Usados por las empresas particulares y conocidos como: “presupuestos empresariales” y en ellos se intenta planificar todas las actividades de la empresa.

2.2.5 Ventajas y límites

Las ventajas de emplear el presupuesto como herramienta de dirección son:

- Cada integrante de la empresa pensará en la consecución de metas específicas ejecutando responsablemente las actividades designadas.
- Se hace en la empresa un estudio temprano de los problemas antes de tomar las decisiones.
- En forma periódica se hace un replanteamiento de las políticas las mismas que permiten alcanzar los objetivos propuestos.
- Ayuda a la planeación adecuada de los costos de producción y a buscar el rendimiento del capital.
- Se procura optimizar resultados a través del uso adecuado de los recursos.
- Se crea en los integrantes la necesidad de idear medidas para utilizar eficazmente los limitados recursos de la empresa.
- Es el sistema más adecuado para llegar al establecimiento de “costos promedios”, mide la eficiencia de la administración y sirve de incentivo para actuar en forma más efectiva.
- Facilita la vigilancia efectiva de cada una de las funciones y actividades de la empresa.

A pesar de presentar esta serie de ventajas, tiene también sus limitaciones:

- Sus datos son estimados por lo que estarán sujetos al juicio de quienes se encargaran de plantearlos.
- La colaboración de todo el personal de la empresa es fundamental.
- Es sólo una herramienta de la gerencia.
- Su importancia y funcionamiento necesita tiempo.

2.2.6 Planeamiento y presupuesto de la producción

PLANEAMIENTO

Los presupuestos constituyen una de las herramientas básicas para el planeamiento y control de las operaciones en orden a un objetivo preestablecido.

Debe ser entendido como un criterio rector para la acción: ordenador y descriptivo.

La planeación consiste en conocer el camino a seguir, interrelacionar actividades, establecer objetivos y dar una adecuada organización.

El planeamiento también denominado control integral de utilidades, es un proceso destinado a suministrar información adelantada, sistematizada y estimada, sobre los futuros escenarios de actuación de la empresa y de los planes o programas a desarrollar en los mismos para alcanzar objetivos.

El planeamiento supone la predicción del comportamiento tanto de las variables controlables como de los que no lo son, para la fijación de objetivos y definición de las alternativas para alcanzarlos.

Tanto el planeamiento como sus presupuestos tienen similar importancia, el resultado final del ejercicio, el análisis y los procesos para alcanzarlos.

A diferencia del planeamiento, los presupuestos son la expresión concreta y cuantitativa de aquél, orientada a lograr un resultado u objetivo predeterminado, mediante la asignación de los recursos disponibles.

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN

Son estimaciones que se hallan estrechamente relacionadas con el presupuesto de venta y los niveles de inventario deseado. En realidad el presupuesto de producción es el presupuesto de venta proyectado y ajustados por el cambio en el inventario, primero hay que determinar si la empresa puede producir las cantidades proyectadas por el presupuesto de venta, con la finalidad de evitar un costo exagerado en la mano de obra ocupada.

2.3 LA CONTABILIDAD

2.3.1 Conceptos y fundamentos básicos

2.3.1.1 Contabilidad Financiera

“Contabilidad es el arte de coleccionar, resumir, analizar e interpretar datos financieros, para así conocer la estabilidad, solvencia y capacidad financiera de la empresa”. www.mografias.com

La Contabilidad Financiera se ocupa en forma especial de la medición de recursos y obligaciones económicas y los cambios operados en ellos.

Según mi criterio la Contabilidad es un sistema destinado a proporcionar información a terceras personas relacionadas con la empresa, como son: accionistas e inversionistas, a fin de facilitar la toma de sus decisiones.

2.3.1.2 Características de la Información Financiera

La información financiera que genera la contabilidad debe ser: oportuna y adecuada; es decir:

- Ser cuantitativa comparativa y confiable.
- Dirigida a los usuarios externos.
- Incluye todos los hechos y cifras económicas susceptibles de ser valuadas en términos monetarios.
- Se basa en la igualdad para todos los sectores sin preferencia.
- Estar a disposición en el momento en que se necesite.
- Presentar en un lenguaje de fácil comprensión, incluso para los no contables.

2.3.1.3 Estructura Financiera de la Entidad

La estructura financiera consiste en la forma en la que se van a financiar los activos de una empresa, incluye las deudas a corto plazo, así como el capital contable de los accionistas.

2.3.2 Introducción a los Estados Financieros

2.3.2.1 Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados

Los principios contables se refieren al conjunto o conceptos básicos de proposiciones, directrices a las que debe subordinarse todo desarrollo posterior, son aplicados en la contabilidad financiera.

Establecer delimitaciones en los entes económicos, bases de cuantificación de operaciones y presentación de la información financiera.

2.3.2.2 Estados Financieros Principales

Los estados financieros son informes que se elabora al finalizar un periodo contable, con el objetivo de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad. Los estados financieros básicos son:

ESTADO DE RESULTADOS.- Es un estado financiero que muestra los efectos de las operaciones de una empresa y el resultado es la utilidad o pérdida líquida del ejercicio. Es dinámico, ya que expresa en forma acumulativa las cifras de rentas, costos y gastos resultantes en un periodo determinado.

BALANCE GENERAL O DE SITUACIÓN FINANCIERA.- Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuenta de activos, pasivos y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado.

2.3.2.3 Estados Financieros Secundarios

Los estados financieros secundarios son:

ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO.- Este estado consiste en presentar las cuentas relacionadas con el patrimonio: aporte de capital, utilidades obtenidas en el periodo, reservas de capital, etc., con el objeto de obtener el monto de Capital Contable, y poder determinar, así, el valor actualizado de las acciones o participantes de capital, según el tipo de compañía en que se halle conformada la empresa.

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO.- Este estado proporciona la información relacionada con las entradas de efectivo y salidas de efectivo de una empresa durante un periodo contable.

POLÍTICAS CONTABLES Y NOTAS EXPLICATIVAS.- El contador, al presentar los estados financieros, en las notas explicativas debe mencionar, básicamente, el sistema de contabilidad aplicado a la empresa, si se observaron las Normas Ecuatorianas de Contabilidad, los Principios Generalmente Aceptados no considerados en las NECs, si se consideraron todas las leyes tributarias y reglamentos. Adicionalmente, es necesario expresar las políticas contables seguidas en la elaboración de dichos estados financieros.

BALANCE DE COMPROBACIÓN.- Es aquel que verifica si los saldos débitos y créditos del libro mayor son iguales, una vez que los asientos del diario han sido pasados al libro mayor.

ESTADO DE SUPERAVIT- GANANCIAS RETENIDAS.- Es aquel que muestra los cambios que ocurren en la cuenta de Superávit-Ganancias Retenidas, durante un periodo contable.

2.3.3 Análisis Financiero

2.3.3.1 Tipos de análisis

El análisis financiero es el conjunto ordenado de acciones, generalmente aceptadas, que se hace mediante la lectura crítica, el análisis objetivo y la interrelación coherente de los datos que constan en los estados financieros y otros elementos complementarios, que permiten obtener indicadores que ayudan a describir la situación económica y financiera presente y futura de la empresa, con lo que facilitan la toma de decisiones para corregir falencias actuales y prevenir acontecimientos que pudieran afectar los intereses o estabilidad de la empresa.

Existen diferentes tipos de análisis entre los cuales tenemos:

- Análisis Interno
- Análisis Externo
- Análisis Horizontal
- Análisis Vertical
- Análisis Cualitativo
- Análisis Cuantitativo

2.3.3.2 Análisis cualitativo y cuantitativo

ANÁLISIS CUALITATIVO.- Es aquel que tiene por objeto la identificación y combinación de los contribuyentes de una muestra dada, no solo se llega a demostrar la presencia de determinados contribuyentes, sino que puede también obtenerse una aproximación relativa de las cantidades de cada uno de ellos. La precisión de dichas cantidades es el objeto del análisis cuantitativo.

ÁNÁLISIS CUANTITATIVO.- Es aquel que se emplea para determinar la cantidad de cada elemento, es una técnica que aplica las matemáticas.

2.3.3.3 Análisis vertical y horizontal

ANÁLISIS VERTICAL.- Este análisis se realiza con base en una partida importante o significativa de los balances del período analizado, que se debe hacer con cada una de las cuentas, por ejemplo: ventas respecto a los costos, gastos y utilidad del año. En otras palabras es la técnica utilizada para medir las relaciones que existen entre las diferentes cifras de un solo estado, también puede llamarse “análisis estático”. Por ejemplo:

El análisis se va a hacer con el total de los activos corrientes (12.000) es la cifra base (100%). Cada una de las cifras de los activos corrientes se dividirá por 12.000, para así determinar qué porcentaje del total corresponde a cada una de ellas. La cifra de Caja-Bancos es 2300 y dividido para 12000 produce 19.2%.

ANÁLISIS HORIZONTAL.- Este análisis se realiza comparando una cuenta o un grupo de cuentas de dos o más períodos, con el fin de determinar las partidas que han tenido mayor variación o movimiento y conocer el comportamiento de una cuenta.

Es el procedimiento que envuelve el uso de dos o más estados financieros de la misma clase pero de periodos diferentes, con este tipo de análisis se relacionan el cambio de un periodo a otro y por eso se lo llama también “análisis dinámico”.

2.3.4 El valor del dinero en el tiempo

El concepto de valor de dinero en el tiempo indica que una unidad de dinero vale más hoy que en el futuro, porque este puede ser invertido y ganar intereses y aumentar el valor nominal.

2.3.4.1 Análisis de la tasa de interés

El interés es el costo pagado por el uso del dinero en un período de tiempo determinado y expresado en un índice porcentual. La tasa de interés pagada a los ahorradores depende básicamente de la tasa de rendimiento que los productos esperan ganar sobre el capital invertido, las preferencias de tiempo de los ahorradores en aras de un consumo actual versus un consumo futuro, el grado de riesgo del préstamo y la tasa de inflación esperada en el futuro. Es difícil predecir los niveles de las tasa de

interés futuras, es muy fácil predecir que las tasa de interés habrán de fluctuar.

2.3.4.2 Valor Presente, futuro y tasa interna de retorno

VALOR PRESENTE.- Es el valor de la inversión hoy, es decir es el valor actual de los flujos de efectivo futuros descontados a la tasa de descuento apropiada.

VALOR FUTURO.- Es el valor de la inversión a lo largo de un cierto período de tiempo y a una determinada tasa de interés.

VALOR ACTUAL NETO (VAN).- Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

TASA INTERNA DE RETORNO.- La tasa interna de retorno o **tasa interna de rentabilidad (TIR)** de una inversión está definida como la tasa de interés con la cual el **valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN)** es igual a cero. Estos Valores VAN o VPN son calculados a partir del flujo de caja o **cash flow** anual, trayendo todas las cantidades futuras -flujos negativos y positivos- al presente.

2.3.5 Componentes contables

2.3.5.1 Activo

Los activos son: el dinero en efectivo, bienes y valores que son de propiedad y están a disposición de la empresa en un momento determinado y se clasifica en:

- Activos corrientes
- Activos no corrientes

- Propiedad, planta y equipo.

2.3.5.2 Pasivo

Constituyen los pasivos todas las obligaciones de la empresa a la fecha del Balance General. En palabras simples son las deudas que tiene la empresa con los acreedores, y se clasifica en:

- Pasivo corriente y
- Pasivo no corriente o largo plazo

2.3.5.3 Patrimonio

El patrimonio representa los derechos del propietario o propietarios sobre los activos de la empresa. Las aportaciones de dinero o especies realizadas por el dueño o dueños del negocio y se clasifica en:

- Capital pagado
- Reservas
- Utilidades o (perdidas) acumuladas

2.3.5.4 Ingresos

Es la entrada bruta de los beneficios económicos en un periodo determinado, los mismos que se originan de las actividades ordinarias de una empresa y se derriban básicamente en tres actividades, a saber:

- Prestación de servicios
- Venta de productos
- Otros ingresos

2.3.5.5 Egresos

Egresos o gastos son aquellos desembolsos de dinero o acumulación de cuentas por pagar, que se han realizado con el propósito

de generar ingresos para la empresa y poder atender, en adecuadas condiciones las ventas de servicios y se clasifica en:

- Gastos de ventas
- Gastos administrativos
- Otros gastos operativos
- Gastos financieros.

2.3.6 Planeación Financiera

La planeación o planificación financiera es una parte importante de las operaciones, porque proporciona esquemas y pautas para guiar, conducir y controlar las actividades de la empresa, con el propósito de lograr el éxito.

2.3.6.1 Corto plazo

Se debe enmarcar en la planificación estratégica y se prepara períodos cortos, por seis meses o un año. Cuanto más incierto es el panorama económico, más corto debe ser el período.

En esta planificación específica, las previsiones financieras a corto plazo se presentarán en cédulas que previenen el futuro.

2.3.6.2 Largo plazo

Se inicia con la formulación de planes estratégicos que deben definir los siguientes aspectos:

- Alcance: plasma la misión, visión, políticas y objetivos empresariales a largo plazo, en los aspectos económico y financiero.
- Cobertura: se prepara para un horizonte temporal de dos o cinco años.
- Componentes: metas económicas generales, que incluyen evolución y estructura del patrimonio. Planes de producción, desarrollo e

investigación de nuevos productos o líneas de negocios. Plan de investigación, desarrollo físico y equipamiento. Presupuesto general de caja y fuentes importantes de financiamiento.

2.3.6.3 Instrumento de Financiamiento

La planeación financiera de una empresa se nutre del análisis económico-financiero en el cual se realizan proyecciones de las decisiones de financiamiento y se analizan los efectos de las diversas alternativas, donde los resultados alcanzados serán producto de las decisiones que se vayan a tomar. Permite aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas que se presentan el momento del financiamiento. Será necesario considerar las fortalezas y debilidades de la empresa para decidir la alternativa de financiación.

2.3.6.4 Instrumento de inversión

La planeación financiera es un instrumento de inversión ya que permite planificar en que se puede invertir el dinero de la empresa a fin de que dicha inversión sea productiva y no una pérdida para la empresa. La idea es determinar donde ha estado la empresa, dónde se halla ahora y hacia dónde va; si las cosas resultan desfavorables, debe tener la empresa un plan de apoyo de modo que no se encuentre desprotegida sin alternativas financieras.

2.3.7 Flujo de Caja

2.3.7.1 Definición

“El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, debido a los resultados obtenidos en el flujo

de caja, se evaluará la realización del proyecto.”
html.rincondelvago.com/flujo-de-caja.html.

La información básica para la construcción de un flujo de caja proviene de los estudios de mercado, técnicos, organizacional y como también de los cálculos de los beneficios. Al realizar el flujo de caja, es necesario, incorporar a la información obtenida anteriormente, datos adicionales relacionados principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización, utilidades y pérdidas.

2.3.7.2 El flujo de caja como herramienta de la Empresa

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

2.3.7.3 Aplicación

Para realizar el flujo de caja debemos:

- Iniciar con el saldo anterior.

- Sumar los ingresos en efectivo, que pueden ser por: ventas en efectivo, cobranza de ventas hechas a crédito, préstamos.
- A este resultado se le resta los gastos en efectivo como son: compras en efectivo, pago de compras hechas a crédito, gastos de venta, administrativos y financieros.
- El resultado de esta diferencia nos da el saldo de efectivo y así cada mes para observar como fluye el efectivo.

Ejemplo:

Cuadro N° 2 Ejemplo Flujo de caja

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Saldo mes anterior	3200	2068	1736	604	672	1240
INGRESOS						
Ventas	-	-	600	500	700	700
Total Ingresos	3200	2068	2336	1104	1372	1940
EGRESOS						
Compras	1000	1000	-	-	-	-
Publicidad	-	200	-	300	-	400
Gasto Mensual	132	132	132	132	132	132
Intereses	-	-	-	-	-	-
Total Egresos	1132	332	1732	432	132	532
Saldo	2068	1736	604	672	1240	1408

2.4 CONTABILIDAD DE COSTOS

2.4.1 Generalidades

2.4.1.1 Definición

“La contabilidad de costos es la aplicación de los principios contables con el fin de determinar el valor total de la materia prima, mano

de obra y otros insumos utilizados en la obtención de un producto terminado o en la prestación de un servicio” MOLINA ANTONIO

“La Contabilidad de Costos es el arte o la técnica empleada para recoger, registrar y reportar la información relacionada con los costos y, con base en dicha información, tomar decisiones adecuadas relacionadas con la planeación y el control de los mismos.” HARGADON

La Contabilidad de Costos es una rama especializada de la Contabilidad General, permite analizar, clasificar, registrar, controlar e interpretar los costos utilizados en la empresa.

2.4.1.2 Objetivos de la Contabilidad de Costos

Los objetivos de la Contabilidad de Costos son:

- Determinar el costo de los productos elaborados en la empresa.
- Controlar y evaluar los inventarios de materia prima, productos en proceso y productos terminados.
- Generar la información básica para la elaboración del presupuesto.
- Proveer a la gerencia los datos necesarios para el planeamiento y la toma de decisiones.

2.4.1.3 Diferencia entre Contabilidad de Costos y Contabilidad General

La diferencia que existe entre estas dos contabilidades es:

La Contabilidad de Costos es una parte especializada de la Contabilidad General, de una empresa industrial. Encargada de todos los detalles referentes a los costos de producción, mientras que la Contabilidad General cubre todas las transacciones financieras para la preparación de los Estados Financieros.

2.4.1.4 Clasificación de los Costos

Clasificación según la función que cumplen

Costo de Producción.- Son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Por ejemplo:

- Costo de la materia prima y materiales que intervienen en el proceso productivo
- Sueldos y cargas sociales del personal de producción.
- Depreciaciones del equipo productivo.
- Costo de los Servicios Públicos que intervienen en el proceso productivo.
- Costo de envases y embalajes.
- Costos de almacenamiento, depósito y expedición.

Costo de Comercialización.- Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios a los clientes. Por ejemplo

- Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.
- Comisiones sobre ventas.
- Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería.
- Seguros por el transporte de mercadería.
- Promoción y Publicidad.
- Servicios técnicos y garantías de post-ventas.

Costo de Administración.- Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo:

- Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa
- Honorarios pagados por servicios profesionales.
- Servicios Públicos correspondientes al área administrativa.
- Alquiler de oficina.

- Papelería e insumos propios de la administración

Costo de financiación.- Es el correspondiente a la obtención de fondos aplicados al negocio. Por ejemplo:

- Intereses pagados por préstamos.
- Comisiones y otros gastos bancarios.
- Impuestos derivados de las transacciones financieras.

Clasificación según su grado de variabilidad

Esta clasificación es importante para la realización de estudios de planificación y control de operaciones. Está vinculado con las variaciones o no de los costos, según los niveles de actividad.

Costos Fijos.- Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa. Por ejemplo:

- Alquileres
- Amortizaciones o depreciaciones
- Seguros
- Impuestos fijos
- Servicios Públicos (Luz, TE., Gas, etc.)
- Sueldo y cargas sociales de encargados, supervisores, gerentes, etc.

Costos Variables.- Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por "producir" o "vender". Por ejemplo:

- Mano de obra directa (a destajo, por producción o por tanto).
- Materias Primas directas.
- Materiales e Insumos directos.

- Impuestos específicos.
- Envases, Embalajes y etiquetas.
- Comisiones sobre ventas.

Clasificación según su asignación

Costos Directos.- Son aquellos costos que se asigna directamente a una unidad de producción. Por lo general se asimilan a los costos variables.

Costos Indirectos.- Son aquellos que no se pueden asignar directamente a un producto o servicio, sino que se distribuyen entre las diversas unidades productivas mediante algún criterio de reparto. En la mayoría de los casos los costos indirectos son costos fijos.

Clasificación según su comportamiento

Costo Variable Unitario.- Es el costo que se asigna directamente a cada unidad de producto. Comprende la unidad de cada materia prima o materiales utilizados para fabricar una unidad de producto terminado, así como la unidad de mano de obra directa, la unidad de envases y embalajes, la unidad de comisión por ventas, etc.

Costo Variable Total.- Es el costo que resulta de multiplicar el costo variable unitario por la cantidad de productos fabricados o servicios vendidos en un período determinado; sea éste mensual, anual o cualquier otra periodicidad.

2.4.1.5 Elementos del Costo

Para que un producto sea producido o transformado, necesariamente debe contener los tres elementos del costo que son:

Materiales Directos o Materia Prima directa

Se considera como el elemento básico del costo, es el más importante para la transformación del producto terminado y guardan relación directa

con este. Su principal característica es la de fácil identificación, puede estar expresada en: cantidad, peso, volumen, etc.

Mano de Obra Directa

Es el segundo elemento del costo, es el talento humano que se encarga de la transformación del producto, su trabajo puede ser físico o mental, intervienen directamente en la elaboración del producto.

Costos Indirectos de Fabricación

Además de los materiales directos y la mano de obra directa, hace falta para la fabricación de los productos otra serie de costos que no son fácilmente medibles ni cuantificables, tales como: los servicios básicos, arrendamientos, seguros y otros, los mismos que son llamados también Costos Generales de Fabricación, y constituyen el tercer elemento del costo. Los costos indirectos de fabricación incluyen: materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros costos indirectos.

Punto de Equilibrio

Para poder comprender mucho mejor el concepto de PUNTO DE EQUILIBRIO, se deben identificar los diferentes costos y gastos que intervienen en el proceso productivo. Para operar adecuadamente el punto de equilibrio es necesario comenzar por conocer que el costo se relaciona con el volumen de producción y que el gasto guarda una estrecha relación con las ventas. Tantos costos como gastos pueden ser fijos o variables.

El PUNTO DE EQUILIBRIO se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PV_q - CV_q}$$

Donde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario

O también se puede calcular para ventas así:

$$P_{Eventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

2.4.2 Sistema de Costos

2.4.2.1 Introducción

La Contabilidad de Costos para lograr sus objetivos sigue una serie de normas y procedimientos contables que se utilizan para determinar el costo unitario de producción y el control de operaciones realizadas, son los que constituyen precisamente el sistema de costos y este deberá adaptarse a las necesidades de la empresa en cuestión.

2.4.2.2 Clases de Sistemas de Costos

Las clases de Sistemas de Costo más conocidas son:

SISTEMA DE COSTOS POR ÓRDENES DE PRODUCCIÓN

Este sistema se utiliza en las industrias en las que la producción es **interrumpida** porque puede comenzar y terminar en cualquier momento o fecha del período de costos; **diversa** porque se puede producir uno o varios productos similares, para lo cual se requiere de las respectivas órdenes de producción para cada lote o producto que se elabora.

SISTEMA DE COSTOS POR PROCESOS

Este sistema, se aplica generalmente en empresas donde el proceso de producción es continuo, en serie, en gran escala, para productos similares y en varios procesos, entendiéndose como proceso los pasos que debe seguir o las diferentes etapas que necesariamente deben cumplirse hasta la obtención de un artículo.

Sistema de Costos por Ordenes de Producción

“Se establece este sistema cuando la producción tiene un carácter interrumpido, lotificado, diversificado, que responda a órdenes e instrucciones concretas y específicas de producir uno o varios artículos o un conjunto de similar de los mismos. Por consiguiente, para controlar cada partida de artículos se requiere de la emisión de un orden de producción en la que se acumule valores por los tres elementos del costo de producción. Por su parte el costo unitario de producción se obtiene de dividir el costo total de producción entre el total de unidades producidas de cada orden” GARCÍA, JUAN

El sistema de órdenes de producción es aplicado en aquellas industrias que producen unidades perfectamente identificables durante el tiempo de transformación y brinda ventajas como:

- Detalles del costo de producción.
- Permite estimaciones futuras.
- Conocer si hay utilidad o pérdida

Y desventajas como:

- Costo de operación alto.
- Mayor tiempo para obtener los costos
- Dificultades en cuanto al costo de entrega parcial del producto.

Costos Por Orden: Materias Primas

Orden de Producción

Es un formulario mediante el cual el Jefe de Producción ordena la fabricación de un determinado producto o lote de productos similares.

Es considerado como el inicio o la base para autorizar al departamento de producción la elaboración de una orden de producción; la que se envía a la planta o fábrica, con características propias de cada orden.

Esta orden de producción contiene los datos principales que interesan a los departamentos encargados de la producción y de hacer los registros contables como son: Producción, Contabilidad, Planeamiento y Control.

Costos Por Orden: Mano de Obra

Generalidades

La mano de obra directa al ser tratada en costos sigue un proceso semejante al de los materiales directos, pero el pago de los salarios es más complicado que la compra de materiales sobre todo por aspectos relacionados con la legislación social.

Mano de obra directa e indirecta

En un sistema por órdenes de producción se identifica claramente el costo de Mano de Obra directa, la misma que tiene que ver con los trabajadores que intervienen directamente en la transformación del producto.

La mano de obra indirecta forma parte de los Costos Indirectos de Fabricación y hace referencia al esfuerzo físico o mental que realizan los trabajadores que no intervienen directamente en la fabricación del

producto, pero que sirven de apoyo indispensable en el proceso productivo.

Costos Por Orden: Costos Indirectos de Fabricación

Generalidades

El costo de fabricación o gastos está constituido por el costo primo más los gastos de fabricación. El costo primo está conformado por: materiales directos y mano de obra directa, los mismos que son fáciles de identificar y se cargan en cada orden de producción.

Los gastos de fabricación son todas aquellas erogaciones que siendo necesarias para lograr la producción de un artículo no es posible calcular la cantidad exacta que corresponde a cada unidad producida, es de carácter indirecto, no puede ser individualizado y se subdivide en:

- Materiales indirectos
- Mano de obra indirecta
- Otros gastos indirectos

Objetivos del Control de los Costos Indirectos

ANTONIO MOLINA señala que: “los objetivos del control de los costos indirectos de fabricación son:

- *Evitar el desperdicio de los materiales indirectos.*
- *Evitar el exceso de la mano de obra indirecta.*
- *Procurar el mejor aprovechamiento de los servicios que se emplean.*
- *Facilitar la elaboración y el control de los presupuestos de la fábrica.*
- *Procurar la correcta aplicación de los costos indirectos a la producción efectuada.*

Costos Por Procesos

Generalidades

Los costos por órdenes de producción que hemos tratado anteriormente son sencillos porque se puede identificar cada lote en el taller y al final de la producción se puede conocer con precisión el costo de fabricación.

La producción por proceso es semejante a una corriente o flujo continuo y no hay lotes específicos, existiendo gran dificultad para diferenciar o individualizar la producción.

En la producción por proceso el énfasis se pone en hallar un costo promedio para un periodo determinado.

La característica principal de esta clase de industrias consiste en el hecho de que el producto pasa por diferentes etapas o departamentos a través de los cuales se va procesando, de allí el nombre de este sistema de costos.

Problemas en la Contabilidad de Costos por Procesos

Esta contabilidad se pone énfasis sobre un periodo de tiempo y no sobre el número de unidades que se han producido.

Existen algunos factores que generan problemas en este tipo de contabilidad entre los cuales tenemos:

- La duración y regularidad del ciclo de producción.
- El hecho de que en algunos departamentos se agregan materiales que pueden o no aumentar el número de productos terminados.

- El hecho de que existan mermas o desperdicios y unidades malogradas durante las etapas y/o al final.
- La existencia de productos en proceso al inicio y/o al final del periodo.

Particularidades de los Tres Elementos del Costo en Costos por Procesos

Dado que un proceso es una unidad de costeo más amplia que una orden de producción, se presentan algunas diferencias en cuanto al tratamiento de cada uno de los tres elementos del costo, como vamos a ver a continuación:

MATERIALES.- Para fines administrativos y de control, los materiales usados en producción se suelen contabilizar distinguiéndolos de acuerdo con el tipo de material por medio de subcuentas y registros auxiliares.

Para obtener los costos unitarios no es necesario diferenciar entre materiales directos e indirectos, sino saber para qué proceso se destinan los materiales que salen del almacén. Entonces el primer elemento del costo se denomina simplemente “materiales” sin agregarle la palabra “directos” o “indirectos”. Las requisiciones de materiales deben indicar los procesos en los cuales se usaron.

MANO DE OBRA.- Al igual que en los materiales, no hace falta la distinción entre mano de obra directa e indirecta. Basta saber a qué proceso se debe cargar el salario de cada uno de los trabajadores de los procesos de producción. El segundo elemento del costo viene siendo “mano de obra” simplemente.

La tarjeta de reloj sirve para controlar el pago de los trabajadores y el informe proveniente del departamento de nomina sobre los procesos a los

que pertenecen los salarios de los distintos trabajadores en el periodo contable en cuestión.

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION.- Este tercer elemento del costo no incluye los costos de materiales y mano de obra indirectos, incluye solamente costos tales como: servicios públicos, depreciaciones, seguros, etcétera, relacionados con los procesos de producción, también costos de los departamentos de servicios.

En este sistema se puede trabajar con los costos reales de los gastos generales de fabricación, esto se debe a que, los costos unitarios se calculan solamente al final del periodo contable donde ya se conoce los costos generales realmente incurridos.

En resumen la contabilización de los elementos del costo es mucho más sencilla en este sistema que en el de órdenes de producción.

2.4.3 Costos Estándar

2.4.3.1 Definición

Los costos estándar es un sistema que trabaja con valores predeterminados o estándar contra los cuales se comparan los costos reales. La diferencia entre ambos recibe el nombre de variación, es decir:

$$\text{Variación} = \text{Costo estándar} - \text{Costo real}$$

La variación puede ser favorable (f) o desfavorable (d) según el costo estándar sea mayor que el real o viceversa.

El costo, en general, es el producto de dos factores: Cantidad y Precio. Si C =Costo, Q = Cantidad y P =Precio, tenemos la siguiente fórmula general.

$$C=Q*P$$

Si los factores que integran el costo son patrones, modelos o estándares de lo que debe ser el costo, el producto resultante es un costo estándar.

Tenemos entonces, que un costo estándar es el producto de dos factores estándar: un estándar de cantidad y un estándar de precio.

2.4.3.2 Ventajas de los Costos Estándar

A los costos estándar se le atribuyen algunas ventajas como son:

- Los costos estándar constituyen una herramienta administrativa para el control de los costos y para evaluar el desempeño de los trabajadores y los centros de producción.
- Son una ayuda para la toma de decisiones relacionadas con políticas de producción y fijación de precios de venta.
- Simplifican y hacen más económico el sistema de costos. Una vez calculados los estándares, el procedimiento se simplifica.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

El presente Estudio de Mercado tiene como finalidad el hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de la actividad económica, en otras palabras se quiere identificar el mercado en donde se va a vender el producto, realizando un análisis del entorno general que rodea a la microempresa, el análisis del consumidor para detectar sus necesidades de consumo, la manera de satisfacerlas y descubrir sus habilidades de compra, también aporta datos que permitan cubrir la demanda no satisfecha así como el análisis de la competencia, de aquellas empresas que comparten el mercado del mismo producto.

En un proyecto el Estudio de Mercado constituye uno de los elementos más importantes ya que permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto que se va a ofertar en el mercado.

Además ofrece una visión detallada del comportamiento de aspectos importantes como: el producto, el precio, los canales de comercialización, el mercado, la demanda y la oferta.

En fin este Estudio de Mercado nos permite determinar el espacio que ocupa el producto en el mercado, las condiciones en que esta la competencia, el régimen de formación del precio, la manera como llega el producto al cliente, realizar la proyección de la demanda, hacer un análisis del comportamiento pasado y proyectar el futuro.

3.1.1 Presentación de resultados de encuestas aplicadas

Encuestas a Productores

1. Qué tiempo lleva en la elaboración de ropa de liencillo?

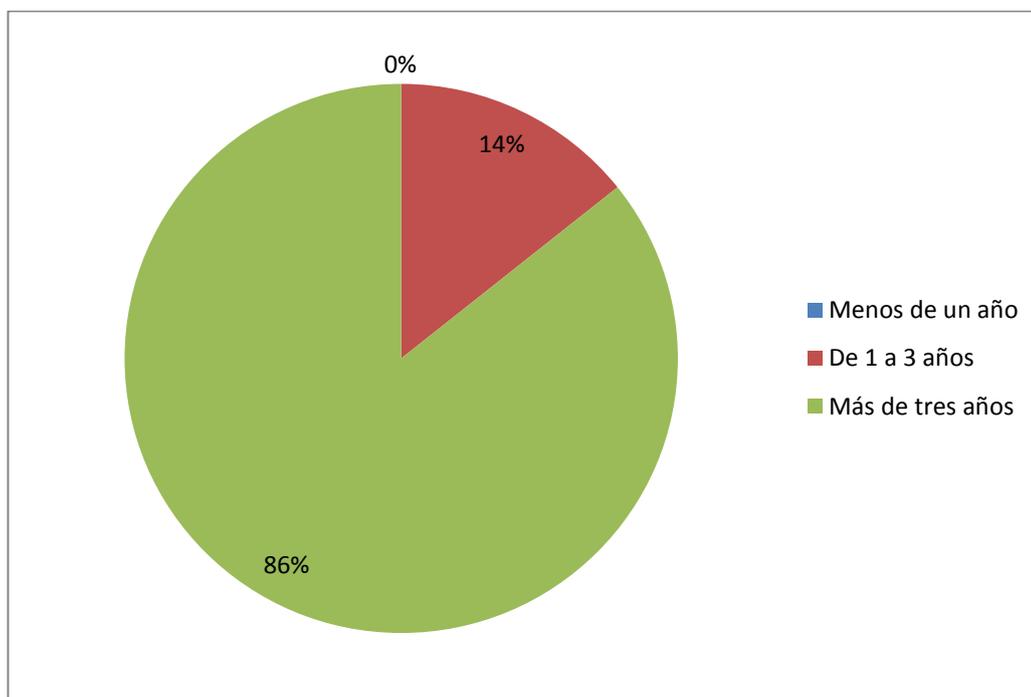
Cuadro N° 3 Tiempo de Elaboración

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Menos de un año	0	0
De 1 a 3 años	1	14
Más de tres años	6	86
TOTAL	7	100

Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 1 Tiempo de Elaboración



Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Análisis.

El 86% de los productores de ropa de liencillo encuestados llevan en la elaboración de este tipo de ropa más de tres años y el 14% lleva de 1 a 3 años en la elaboración de esta clase de ropa.

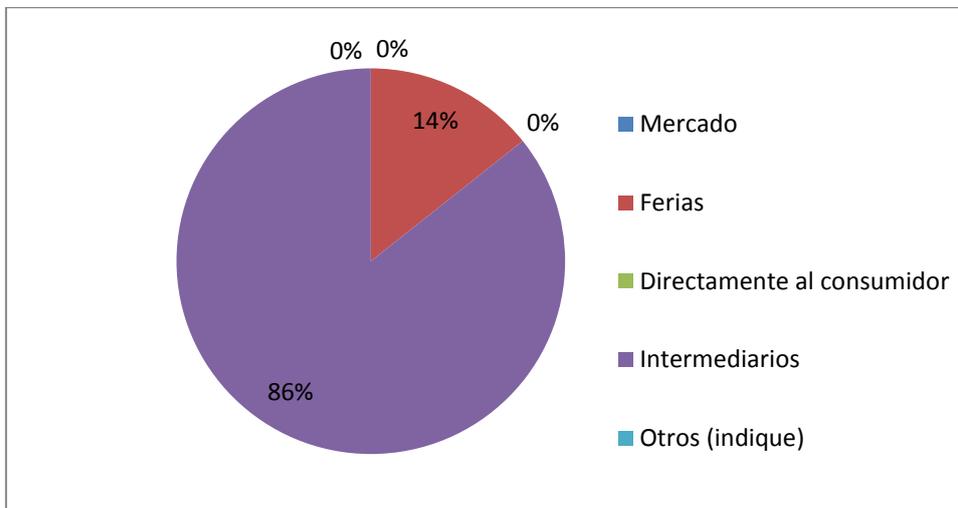
2. La producción de ropa de liencillo la vende en:

Cuadro N° 4 Venta de ropa de liencillo

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Mercado	0	0
Ferias	1	14
Directamente al consumidor	0	0
Intermediarios	6	86
Otros (indique)	0	0
TOTAL	7	100

Fuente: Productores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 2 Venta de ropa de liencillo



Fuente: Productores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Análisis.

El 14% de los productores de ropa de liencillo encuestados venden su producto en las ferias mientras que el 86% lo venden a través de intermediarios.

3. Quién impone los precios de venta de sus productos?

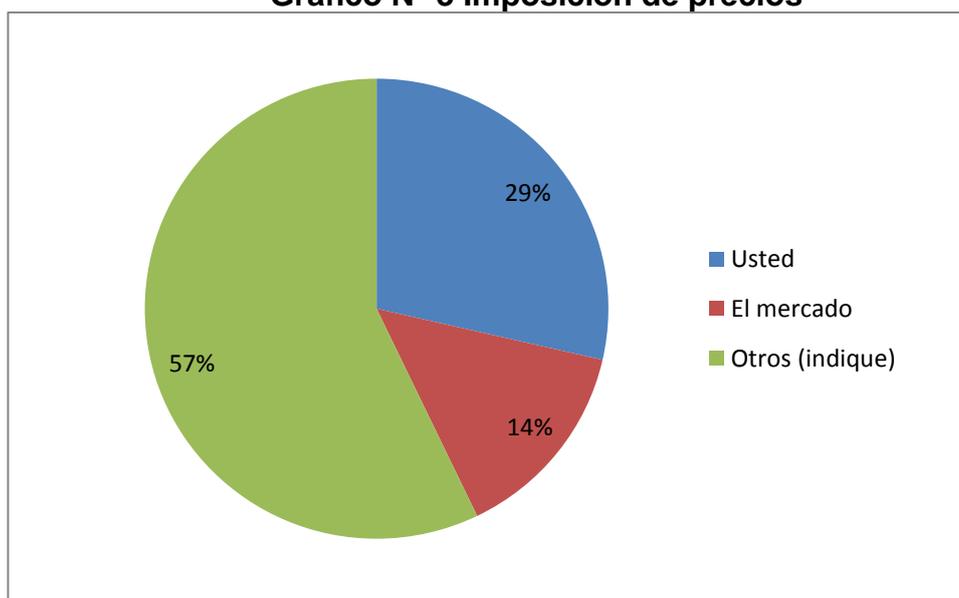
Cuadro N° 5 Imposición de precios

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Usted	2	29
El mercado	1	14
Otros (indique)	4	57
TOTAL	7	100

Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3 Imposición de precios



Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Análisis.

Quien impone el precio del producto según la encuesta realizada a los productores de ropa de liencillo, en su mayoría con un 57% son otros que según los encuestados son los intermediarios, un 29% manifestaron que son ellos mismos y un 14% dijeron que era el mercado quien ponía el precio.

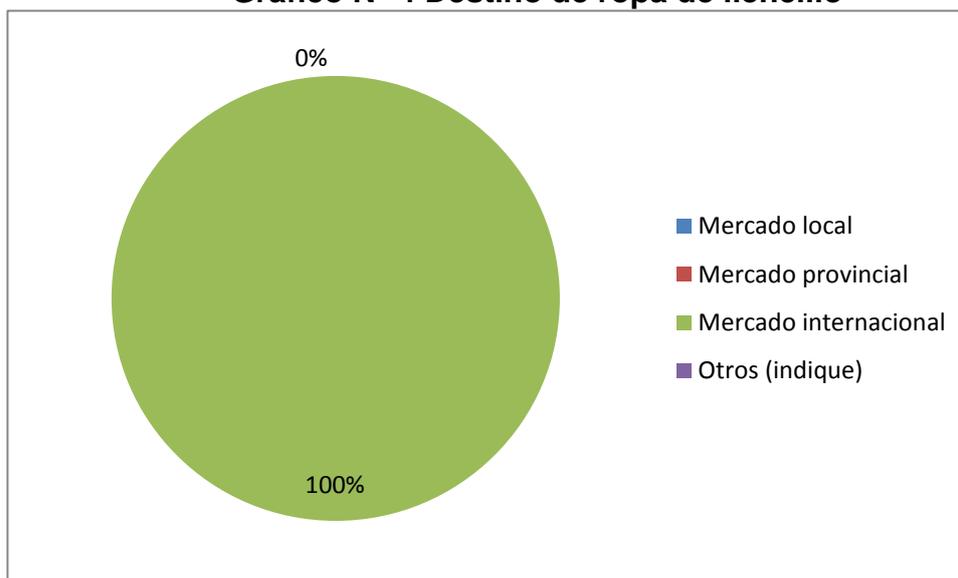
4. A dónde cree usted que mayoritariamente se destina la ropa de liencillo?

Cuadro N° 6 Destino de ropa de liencillo

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Mercado local	0	0
Mercado provincial	0	0
Mercado internacional	7	100
Otros (indique)	0	0
TOTAL	7	100

Fuente: Productores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4 Destino de ropa de liencillo



Fuente: Productores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Análisis.

El total o sea el 100% de los productores de ropa de liencillo manifestaron que su producción es destinada mayoritariamente al mercado internacional y que un mínimo de producción se queda en el mercado local y provincial.

5. Cómo considera usted la demanda de la ropa de liencillo?

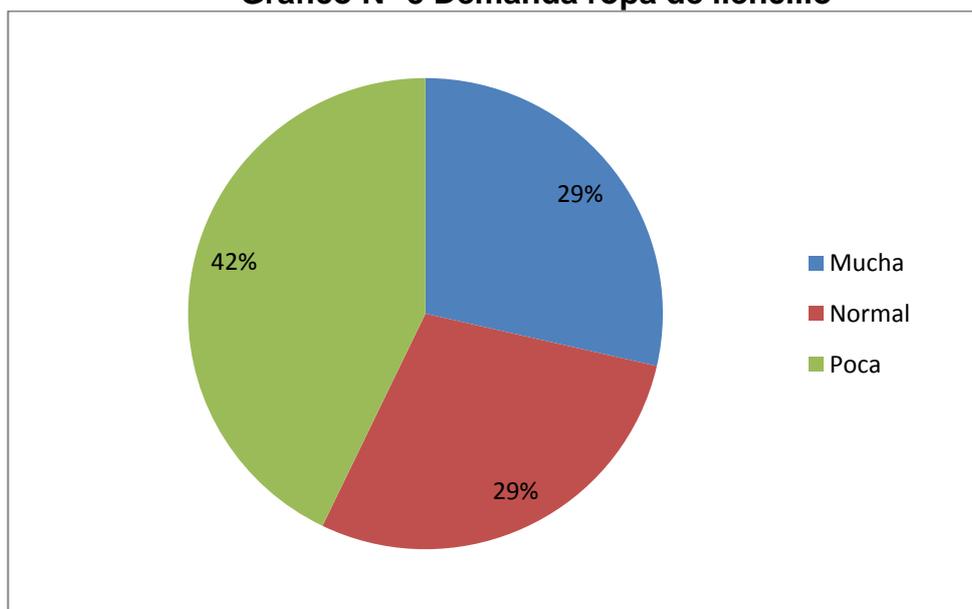
Cuadro N° 7 Demanda ropa de liencillo

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Mucha	2	29
Normal	2	29
Poca	3	42
TOTAL	7	100

Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5 Demanda ropa de liencillo



Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Análisis.

En cuanto a la demanda del producto el 42% de los encuestados manifestaron que en relación a los años pasados y debido al aumento de ofertantes la demanda es poca, mientras que para el 29% dijeron los unos que es normal que no ha subido ni ha bajado y los otros que han percibido un aumento y por lo tanto es mucha.

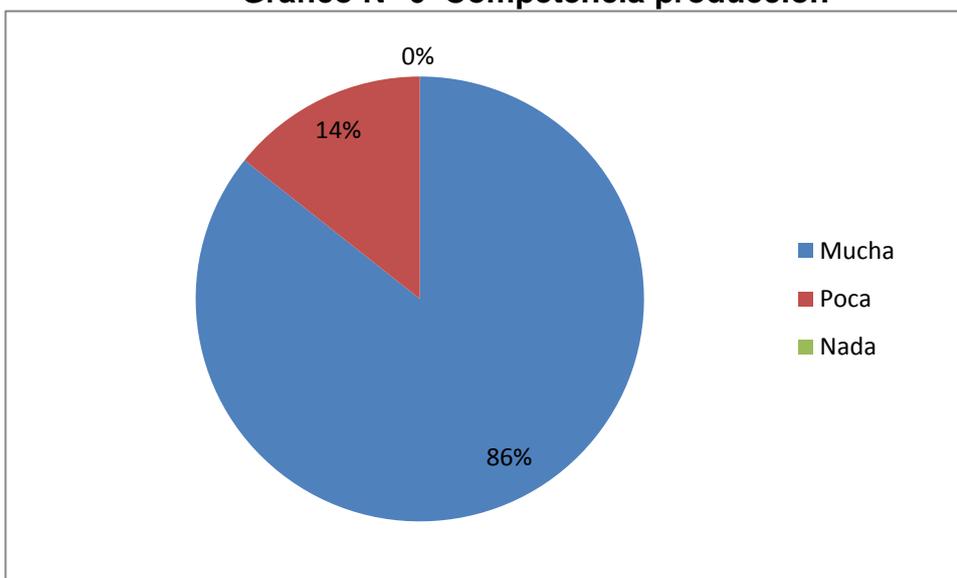
6. Actualmente la competencia para la producción de ropa de liencillo la considera:

Cuadro N° 8 Competencia producción

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Mucha	6	86
Poca	1	14
Nada	0	0
TOTAL	7	100

Fuente: Productores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6 Competencia producción



Fuente: Productores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Análisis.

El 86% de los productores de ropa de liencillo encuestados dijeron que la competencia es mucha en relación a los años anteriores tanto localmente como internacionalmente ya que Perú y Bolivia también producen este tipo de ropa y el 14% manifestaron que es poca la competencia.

7. Encuentra mano de obra para la producción de ropa de liencillo:

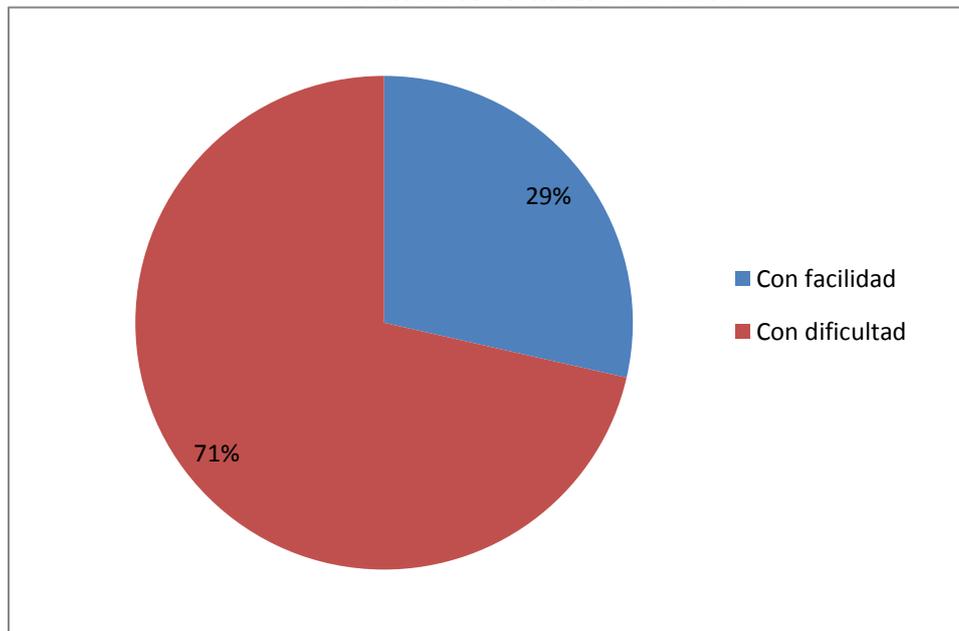
Cuadro N° 9 Mano de obra

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Con facilidad	2	29
Con dificultad	5	71
TOTAL	7	100

Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7 Mano de obra



Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Análisis.

En relación a la mano de obra el 71% de los encuestados dijeron que en la actualidad es difícil encontrar mano de obra ya que hay mucha competencia y siempre buscan un trabajo mejor remunerado, y el 29% manifiestan que no tienen problema con la mano de obra.

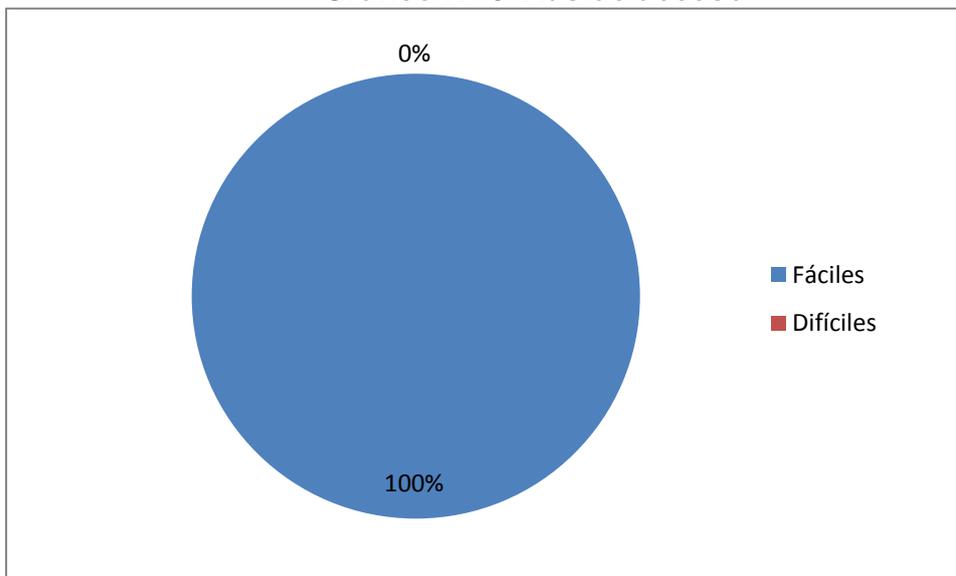
8. Las vías de acceso hacia el producto son:

Cuadro N° 10 Vías de acceso

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Fáciles	7	100
Difíciles	0	0
TOTAL	7	100

Fuente: Productores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8 Vías de acceso



Fuente: Productores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Análisis.

El total, es decir el 100% de los productores de ropa de liencillo encuestados manifestaron que acceder al producto es fácil ya que pueden hacerlo directamente con ellos o en las ferias artesanales.

9. Cómo considera que es su utilidad:

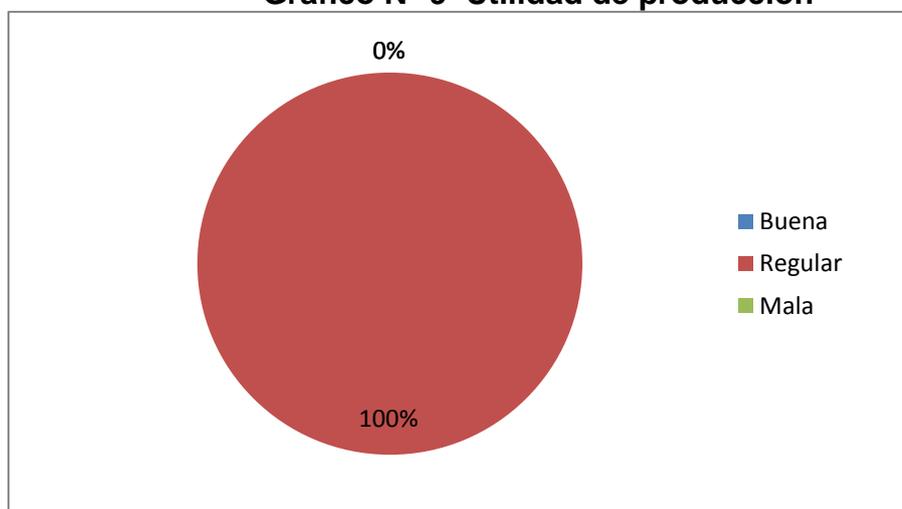
Cuadro N° 11 Utilidad de producción

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Buena	0	0
Regular	7	100
Mala	0	0
TOTAL	7	100

Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9 Utilidad de producción



Fuente: Productores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Análisis.

El 100% de los productores de ropa de liencillo encuestados dijeron que su utilidad es regular, debido a la mucha competencia.

10. Emita una opinión sobre la producción de ropa de liencillo.

La producción de ropa de liencillo es un arte hermosa y fácil porque los modelos son conocidos, aunque hay modelos que son muy laboriosos y requiere de muchas manos para su elaboración. A demás es un negocio que les permite estar en la casa y lo consideran bueno ya que pueden

dedicarse al cuidado de los hijos y por último es muy bueno porque a través de esto damos a conocer a nuestro Ecuador a nivel internacional.

Encuestas a Consumidores

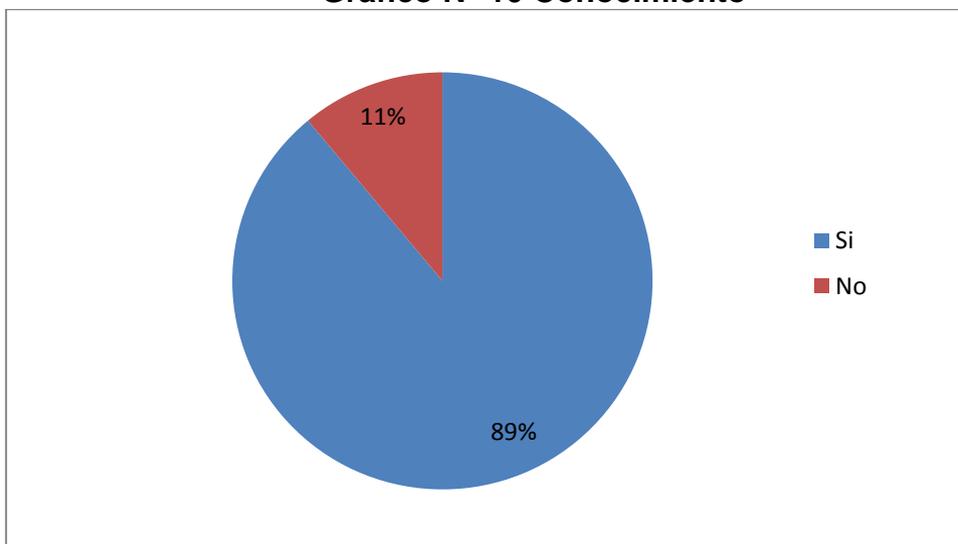
1. Conoce usted la ropa de liencillo.

Cuadro N° 12 Conocimiento

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	338	89
No	42	11
TOTAL	380	100

Fuente: Consumidores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10 Conocimiento



Fuente: Consumidores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Análisis.

Según las encuestas realizadas a los posibles consumidores del producto el 89% manifestaron que conocen la ropa de liencillo mientras que el 11% no la conocen.

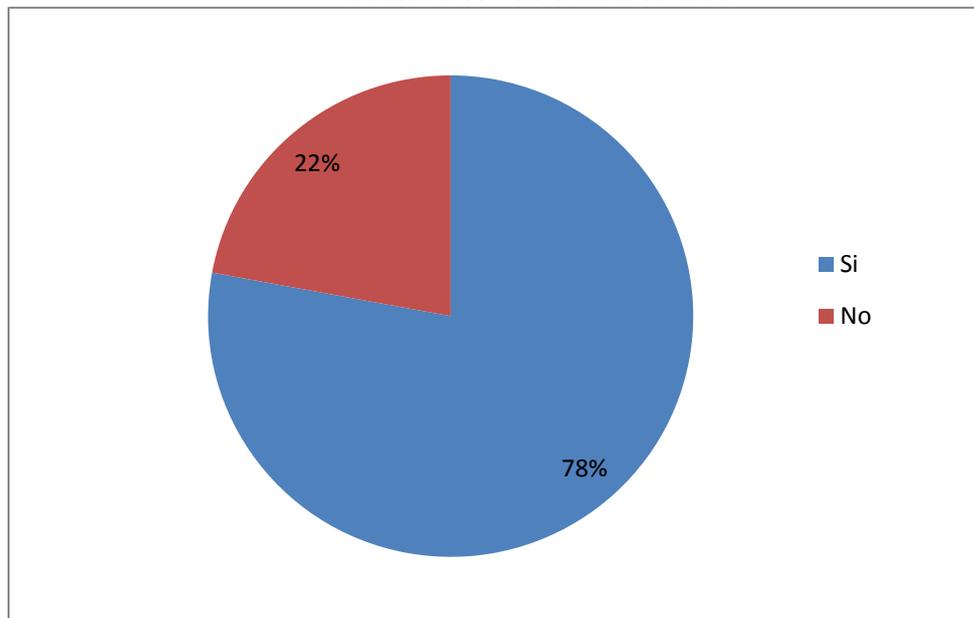
2. Le gustaría usar ropa de liencillo.

Cuadro N° 13 Posible uso

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	296	78
No	84	22
TOTAL	380	100

Fuente: Consumidores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11 Posible uso



Fuente: Consumidores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Análisis.

En relación a si usarían la ropa de liencillo el 78% dijeron que si y el 22% dijeron que no, estos últimos manifestaron que no la usarían de forma personal pero si para los hijos, o para la casa.

3. Qué tipo de prendas preferiría?

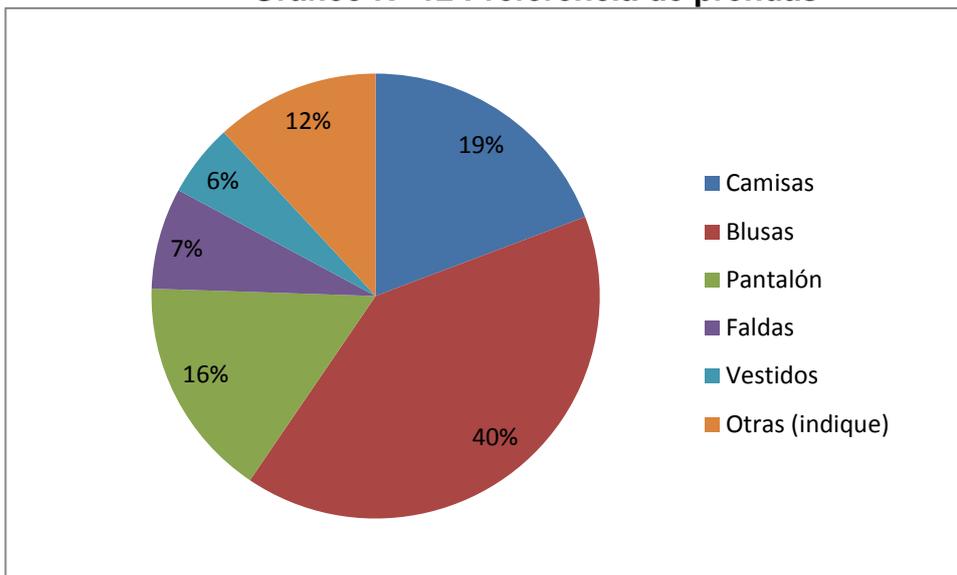
Cuadro N° 14 Preferencia de prendas

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Camisas	73	19
Blusas	153	40
Pantalón	61	16
Faldas	28	7
Vestidos	20	6
Otras (indique)	45	12
TOTAL	380	100

Fuente: Consumidores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 12 Preferencia de prendas



Fuente: Consumidores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Análisis.- De las encuestas realizadas a los posibles consumidores el 40% manifestaron que prefieren las blusas, el 19% por las camisas, el 16% se pronunciaron por el pantalón, el 12% otras prendas como son: manteles, caminos de mesa, pijamas, entre otras, el 7% por las faldas, y el 6% vestidos.

4. Al momento de comprar una prenda qué es lo que primero que toma en cuenta?

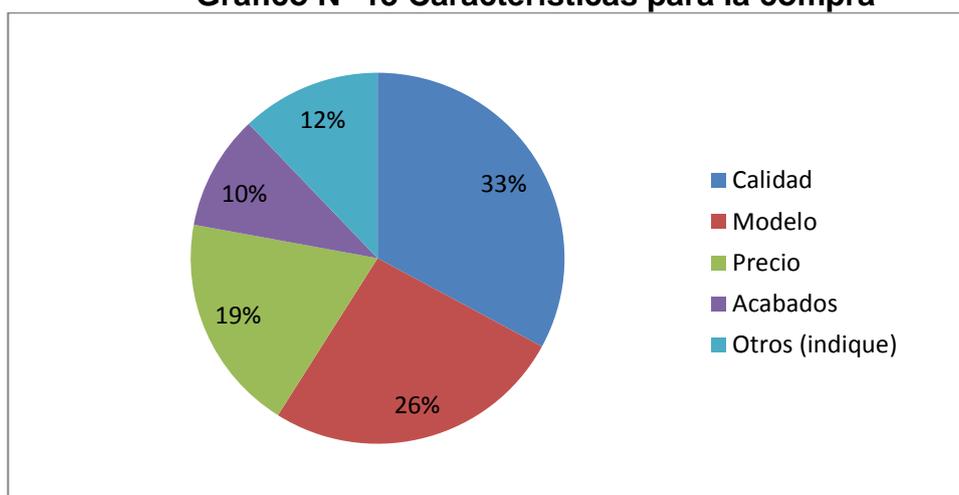
Cuadro N° 15 Características para la compra

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Calidad	125	33
Modelo	99	26
Precio	72	19
Acabados	38	10
Otros (indique)	46	12
TOTAL	380	100

Fuente: Consumidores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 13 Características para la compra



Fuente: Consumidores Ropa liencillo

Elaborado por: La Autora

Análisis.

En cuanto a lo que como compradores toman en cuenta al adquirir una prenda el 33% de los encuestado dijeron que lo primero que ven es la calidad del producto, el 26% el modelo es importante, el 19% se fijan en el precio debido a la economía actual, el 12% en otros aspectos como que sea llamativo, que impresione a la vista, y el 10% en los acabados que tenga el producto ya que deben ser buenos y perfectos.

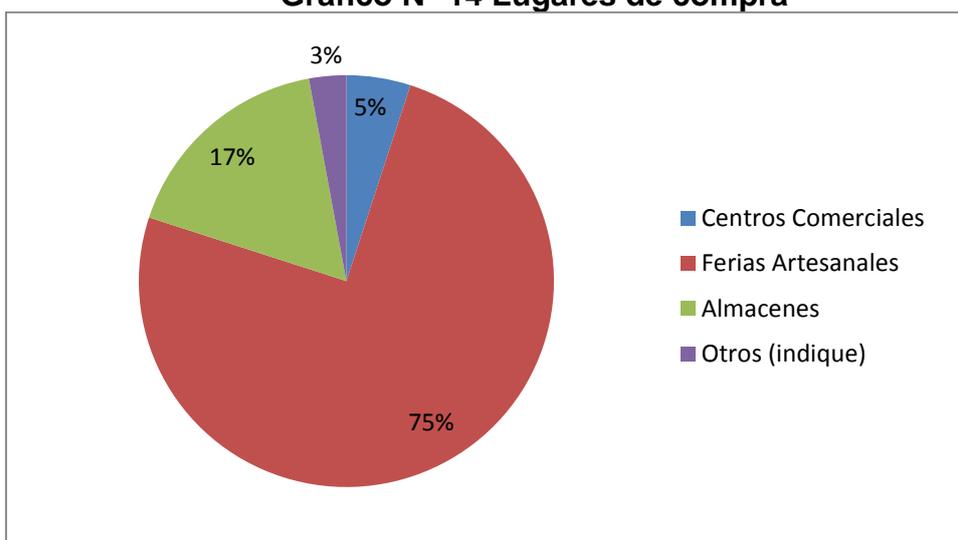
5. A cuál de estos lugares acudiría para adquirir las prendas de liencillo?

Cuadro N° 16 Lugares de compra

OPCIÓN	FRECUENCIA	%
Centros Comerciales	19	5
Ferias Artesanales	285	75
Almacenes	65	17
Otros (indique)	11	3
TOTAL	380	100

Fuente: Consumidores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 14 Lugares de compra



Fuente: Consumidores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Análisis.

Las respuestas obtenidas de esta pregunta, la mayoría es decir el 75% de los encuestados manifestaron que en las ferias artesanales ya que los productos son buenos y baratos, el 17% en los almacenes por la presentación, el 5% en los Centros Comerciales ya que dicen que le cobran hasta por entrar y el 3% prefieren comprar directamente al productor.

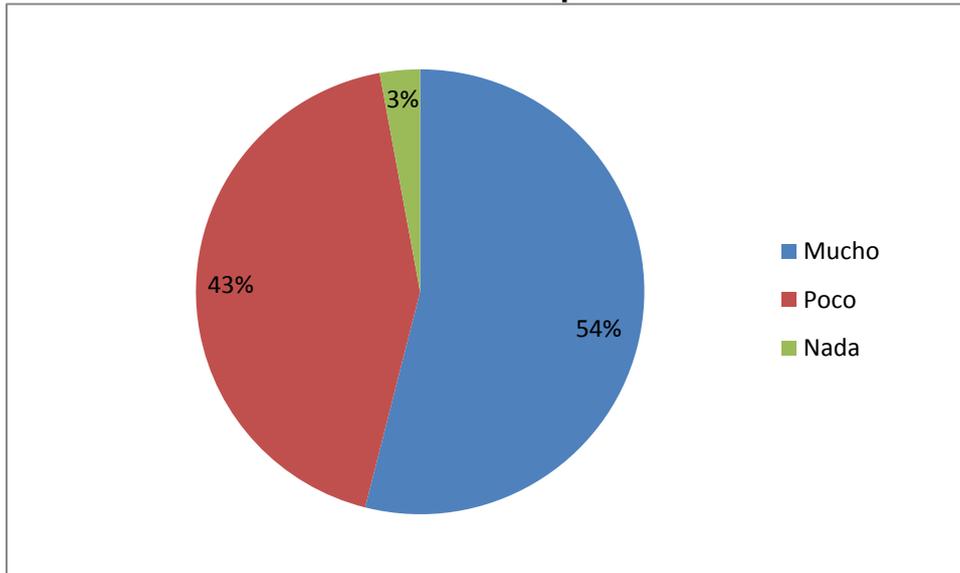
6. Apoya y consume los productos elaborados dentro de nuestro país:

Cuadro N° 17 Consumo de productos ecuatorianos

OPCIÓN	NÚMERO	%
Mucho	205	54
Poco	164	43
Nada	11	3
TOTAL	380	100

Fuente: Consumidores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 15 Consumo de productos ecuatorianos



Fuente: Consumidores Ropa liencillo
Elaborado por: La Autora

Análisis.

El 54% de los posibles consumidores encuestados afirman que consumen mucho los productos elaborados en nuestro país ya que debemos dar importancia a lo nuestro antes que a lo de afuera, seguir el ejemplo de países como México que son muy nacionalistas, el 43% dijeron que es poco lo que consumen de los que se elabora en nuestro país y el 3% dijeron que no consumen nada de lo elaborado aquí.

Identificación del Producto o Servicio

El liencillo es una tela de fibra vegetal de algodón, la cual permite la elaboración de toda clase de prendas, como son: faldas, camisas, blusas, pantalones, vestidos, para niños, jóvenes y adultos, en distintos modelos, colores de acuerdo al gusto del cliente. Este tipo de ropa es liviana muy cómoda, se usa exclusivamente en la época de verano o en los lugares de clima cálido.

A esta clase de ropa se le puede añadir el bordado, que es un arte que consiste en la ornamentación por medio de hebras, de una superficie flexible, pueden ser lisos, que a penas sobresalen, de realce, ofrece mucho relieve debido a un relleno, de aplicación, que se borda fuera de la pieza y posteriormente se cose sobre ella. También el bordado tiene diferentes diseños.

El proceso de confección de una prenda de liencillo se la hace por medio del trazo o con la aplicación de un molde, se corta, cose a máquina overlock o recta, es sencillo dependiendo del modelo. La elaboración del bordado es muy ardua según el diseño y puede ser a mano o a máquina.

Estas prendas son exclusivas, originales, vistosas, gustan a propios y extraños. Actualmente ya que el Sr. Presidente de la República Rafael Correa Delgado usa las camisas de liencillo bordadas, este tipo de prendas se ha puesto de moda lo que ha servido de publicidad para una de las tantas riquezas que tiene el Ecuador.

Ilustración N° 1 Bordado



El Mercado Meta

La ropa de liencillo se producirá básicamente en la parroquia de Caranqui por tener las condiciones necesarias para la realización del proyecto y por ser el sitio escogido para su ubicación.

El mercado de cobertura es básicamente la población económicamente activa (PEA), clase alta y media alta del cantón Ibarra, pero se espera a mediano plazo propagarse al mercado cantonal y provincial.

Segmento de Mercado

La parte del mercado que se quiere acaparar con el producto en forma especial es el mercado local, parroquias urbanas del Cantón Ibarra como: el Sagrario, San Francisco y Caranqui, llegando con un tipo de ropa llamativa, original, cómoda y accesible, para niños jóvenes y adultos.

Este segmento de mercado es importante ya que nos permite incluir en su vestimenta común, prendas elaboradas por nuestra gente, un producto nacional, tradicional y bonito.

Identificación de la Demanda

La demanda del producto ha sido identificada en base a las opiniones vertidas en las encuestas realizadas a los 380 posibles consumidores, quienes en su mayoría o sea el 78% manifestó que sí usarían la ropa de liencillo de acuerdo con este porcentaje tenemos lo siguiente:

Cuadro N° 18 Demanda

Población Económicamente Activa (PEA) Clase alta y media alta	% de Consumo	N° de Personas Posibles Consumidores DEMANDA
38.025	78%	29.660

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 19 Producción por producto

PRODUCTO	PORCENTAJE	PRENDAS
Camisas	19%	2.736
Blusas	40%	5.760
Pantalón	16%	2.304
Faldas	7%	1.008
Vestidos	6%	864
Otras	12%	1.728
TOTAL	100%	14.400

Fuente: Resultado encuesta consumidores cuadro N° 13

Elaborado por: La Autora

Identificación de la Oferta

En relación a la oferta de la ropa de liencillo no presenta variaciones significativas debido a que este producto no a explotado el mercado local y la producción es cada vez más difícil, por la competencia y aquellos microempresarios dedicados a la fabricación de estas prendas no han tenido un crecimiento significativo.

Para identificar la oferta se realizó en base a los datos brindados por los productores de ropa de liencillo quienes manifestaron que ellos trabajan bajo pedidos para evitar pérdidas y por temporada la misma que empieza en Marzo y termina en Julio.

Cuadro N° 20 Oferta

AÑO	PRODUCCIÓN POR TEMPORADA (Prendas)
2009	12.850
2010	14.400

Fuente: Productores de Ropa de Liencillo

Elaborado por: La Autora

Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda lo haremos en base a la tasa de crecimiento poblacional de Ibarra, que según el INEC es de 2.3% y trabajaremos con el N° de Posibles Consumidores que son 29.660 personas, se utilizó la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

En donde:

Q_n= Consumo futuro

Q₀= Consumo inicial

i= Tasa de crecimiento

n= Año proyectado.

Aplicando la fórmula y tomando como base el año 2010, la Demanda de los próximos años es:

Cuadro N° 21 Proyección de la demanda de ropa de liencillo

AÑO	CONSUMO FUTURO	
	$Q_n = Q_o(1 + 0.023)^n$	
2010		29.660
2011		30.342
2012		31.040
2013		31.754
2014		32.484

Fuente: Datos INEC 2001

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de la Tasa Promedio de utilizó la siguiente fórmula:

$$i = \frac{P_n}{P_o} - 1$$

En donde:

P_n= Producción futura

P_o= Producción inicial

i= Tasa de crecimiento

Cuadro N° 22 Cálculo de la tasa promedio

AÑO	Producción OFERTA	$i = \frac{P_n}{P_o} - 1$
2009	12.850	0,00
2010	14.400	0,12

Fuente: Datos Cuadro N° 19

Elaborado por: La Autora

En base a la tasa promedio calculada realizamos la proyección de la oferta para los próximos años, la misma que es:

Cuadro N° 23 Proyección de la oferta de ropa de liencillo

AÑO	PRODUCCIÓN FUTURA
2010	14.400
2011	16.128
2012	18.063
2013	20.231
2014	22.659

Fuente: Resultado encuesta consumidores cuadro N° 13

Elaborado por: La Autora

BALANCE OFERTA-DEMANDA

Teniendo en cuenta la demanda y la producción histórica tenemos lo siguiente:

Cuadro N° 24 Balance oferta-demanda histórica

AÑO	DEMANDA (Prendas)	OFERTA (Prendas)	DEMANDA INSATISFECHA
2010	29.660	14.400	15.260

Fuente: INEC 2001 y Productores

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 25 Balance oferta-demanda futura

AÑO	DEMANDA (Prendas)	OFERTA (Prendas)	DEMANDA INSATISFECHA
2010	29.660	14.400	15.260
2011	30.342	16.128	14.214
2012	31.040	18.063	12.977
2013	31.754	20.231	11.523
2014	32.484	22.659	9.825

Fuente: Datos Proyectados cuadro # 20 y #22

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos decir que la diferencia entre la demanda y oferta es considerable, pero la capacidad de producción es solo de 14400 prendas, debido a la capacidad de la microempresa.

Análisis de la Competencia

En Ibarra nuestra competencia directa de ropa de liencillo, son los productores de Zuleta y la Esperanza, los cuales distribuyen a nivel Nacional e Internacional. Las prendas son elaboradas por amas de casa que habitan en estos sectores, las mismas que no son bien remuneradas por el trabajo que realizan, siendo esta una de las principales falencias en nuestra competencia y ocasionando el incumplimiento en la entrega de los pedidos.

Proyección de Precios

Los precios de una prenda de liencillo han sido estables durante los últimos años en el mercado, así tenemos los siguientes datos:

El precio de una prenda de liencillo es desde 9.00 dólares hasta 20.00 dólares dependiendo de la prenda que el consumidor quiera comprar como son: camisas, blusas, pantalones, faldas, vestidos, manteles, caminos de mesa, etc. Hay prendas como las camisas que usa el Sr. Presidente Rafael Correa, las cuales tiene un costo más alto.

Para la proyección de precios se ha elaborado un cuadro de acuerdo al tipo de prenda y con una inflación de 3.33% a partir del primer año teniendo así:

Cuadro N° 26 Proyección de precios

PRODUCTO	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
Camisa	13,00	13,43	13,88	14,34	14,82
Blusa	10,00	10,33	10,68	11,03	11,40
Pantalón	11,00	11,37	11,74	12,14	12,54
Falda	6,00	6,20	6,41	6,62	6,84
Vestido	15,00	15,50	16,02	16,55	17,10
Otros	15,00	15,50	16,02	16,55	17,10
TOTAL	70,00	72,33	74,74	77,23	79,80

Fuente: Vendedores de prendas de Liencillo

Elaborado por: La Autora

Sensibilidad del Estudio

El presente estudio de mercado aparte de ser una herramienta de mercadeo y permitir la obtención de datos relacionados con el producto, demanda, oferta y precio, para ver y analizar su comportamiento, también sirve para obtener conclusiones y establecer estrategias que ayudarán a la factibilidad del proyecto.

Conclusiones del Estudio

Luego de realizado el Estudio de Mercado obtenemos las siguientes conclusiones:

- La ropa de liencillo es vistosa, original, colorida, cómoda y bonita, en cada prenda está plasmada la habilidad, creatividad y amor de su gente por nuestro País.
- Este tipo de prendas presentan distintos diseños y para todas las edades.

- Existe la aceptación del producto por parte de los posibles consumidores de acuerdo con el análisis de la demanda.
- La oferta no ha tenido variaciones significativas dentro del mercado.
- Los productores trabajan con intermediarios y no directamente con el consumidor.
- La diferencia entre demanda y oferta es considerable.
- El producto debe competir con prendas elaboradas en tela punto y jean las cuales han acaparado clientela.
- Falta promoción que incentive el uso de este tipo de ropa a nivel local y nacional.
- En relación al precio estos son accesibles y están establecidos de acuerdo al tipo de prenda.
- Este tipo de ropa nos identifica como un pueblo ancestral, nacionalista, tradicional y creativo que llama la atención de propios y extraños.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO O INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 Macro y micro localización del proyecto

4.1.1 Macro localización

El Proyecto estará localizado en la República del Ecuador, región Sierra, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia de Caranqui, la cual esta al sur este de la ciudad de Ibarra a 20 minutos en bus o en carro, cuenta con las vías de acceso e infraestructura necesarias y adecuadas para la actividad que se va a realizar.

Ilustración N° 2 Macrolocalización



4.1.2 Micro localización

Se localizará al proyecto en el Barrio Bellavista de María de la parroquia de Caranqui, en las calles Emperador Cacha y Nazacota Puento, esta a 5 minutos de la vía principal y a 5 cuadras del Parque Atahualpa.

Tiene como límites los siguientes:

Al norte la casa del Señor Marcelo Torres.

Al sur una calle sin salida

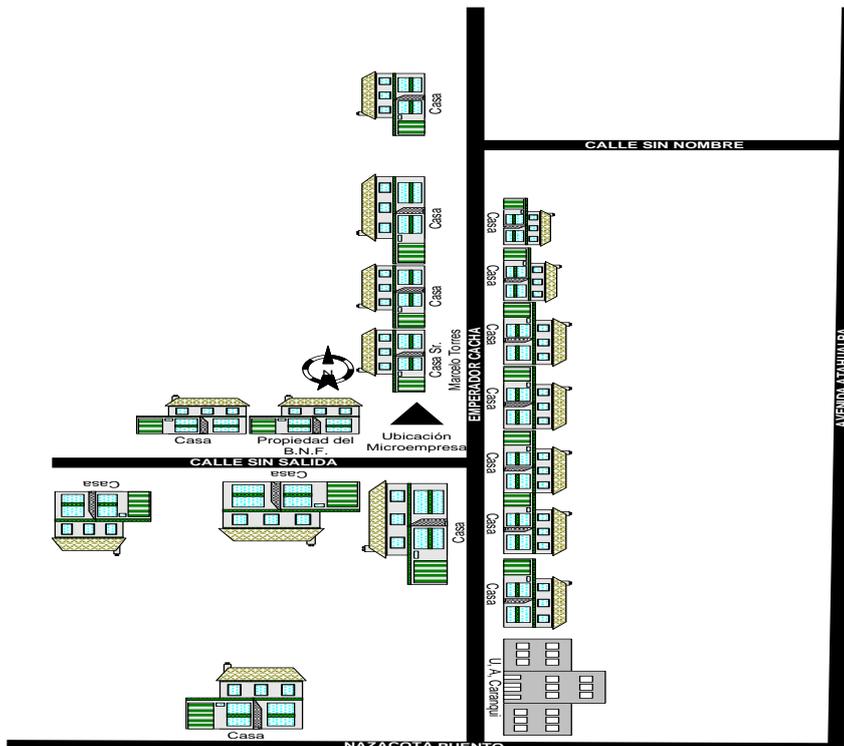
Al este una propiedad del Banco Nacional de Fomento y

Al Oeste la calle Pública.

4.2 Ubicación de la Microempresa

La microempresa productora y comercializadora de ropa de liencillo estará ubicada en el terreno de propiedad del Señor Juan Aguirre, para señalar su ubicación exacta se presenta el siguiente croquis:

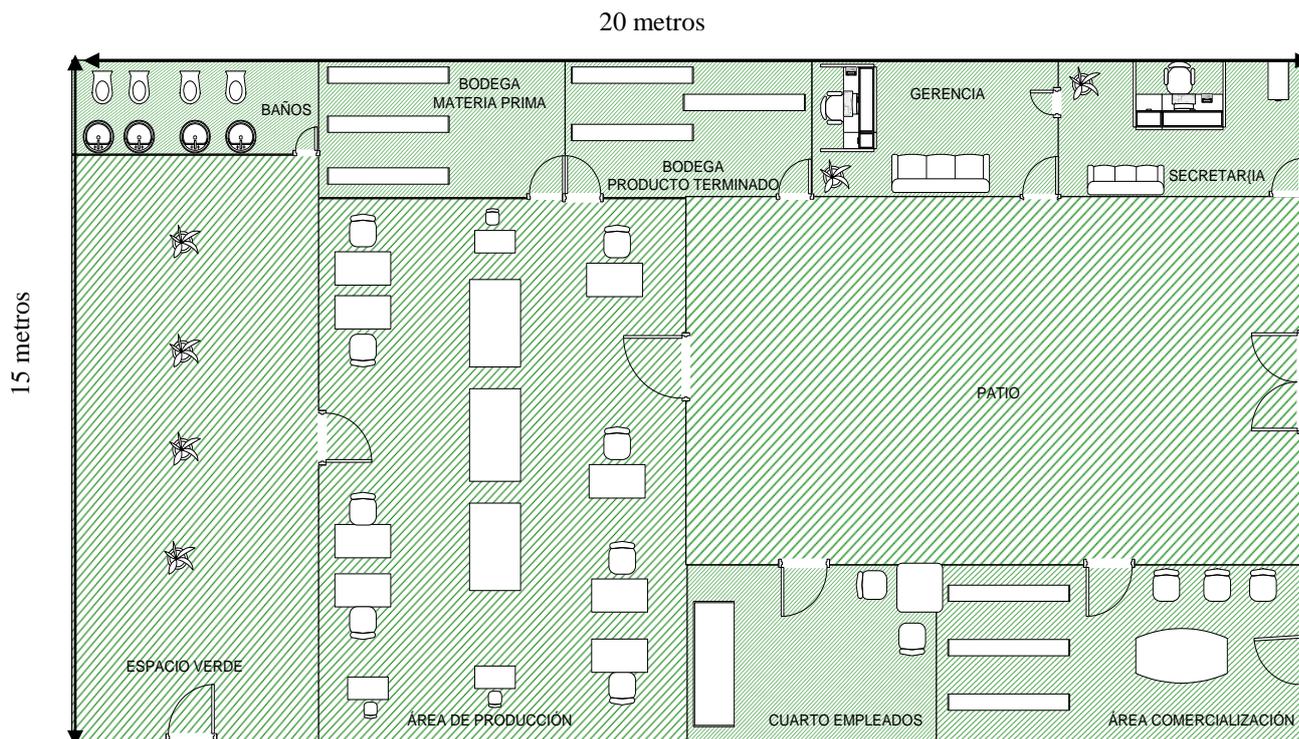
Ilustración N° 3 Ubicación de la microempresa



4.3 Diseño de las Instalaciones

El área a utilizar para la realización de este proyecto es un terreno de 20 metros de largo por 15 metros de ancho, igual a 300m², cuyas instalaciones tendrán el siguiente diseño:

Ilustración N° 4 Diseño de instalaciones



Cuadro N° 27 Diseño de las instalaciones

DEPENDENCIA	ÁREA
Secretaría- Recepción	12m ²
Gerencia	12m ²
Bodega Producto Terminado	12m ²
Bodega Materia Prima	12m ²
Baños	8m ²
Área de Producción	72m ²
Cuarto Empleados	16m ²
Área Comercialización	24m ²
TOTAL	168m²

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.4 Distribución de la Planta

Las instalaciones de la microempresa estarán distribuidas así:

SECRETARIA-RECEPCIÓN.- Será utilizada para la recepción de los proveedores y también para la secretaría, tendrá 3m de ancho y 4m de largo.

GERENCIA.- Este espacio físico en donde funcionará la gerencia tiene 3m de ancho y 4m de largo.

BODEGA DE MATERIA PRIMA Y PRODUCTO TERMINADO.- Esta área será adecuada para el almacenamiento de la materia prima así como el producto terminado y cada una tendrá una medida de 3m de ancho y 4m de largo.

BAÑOS.- Los baños tendrán una medida de 2m de ancho por 4m de largo.

ÁREA DE PRODUCCIÓN.- En esta área estará ubicada la maquinaria necesaria para la producción de ropa de liencillo y medirá 12m de ancho por 6m de largo.

CUARTO DE EMPLEADOS.- Este espacio físico estará destinado para que los empleados guarden sus cosas personales y será de 4m de ancho por 4m de largo.

ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN.- Este espacio será destinado para vender el producto directamente al cliente y sus medidas serán de 4m de ancho por 6m de largo.

También habrá un patio y un área verde.

4.5 Flujograma del Proceso

Ilustración N° 5 Flujograma de proceso

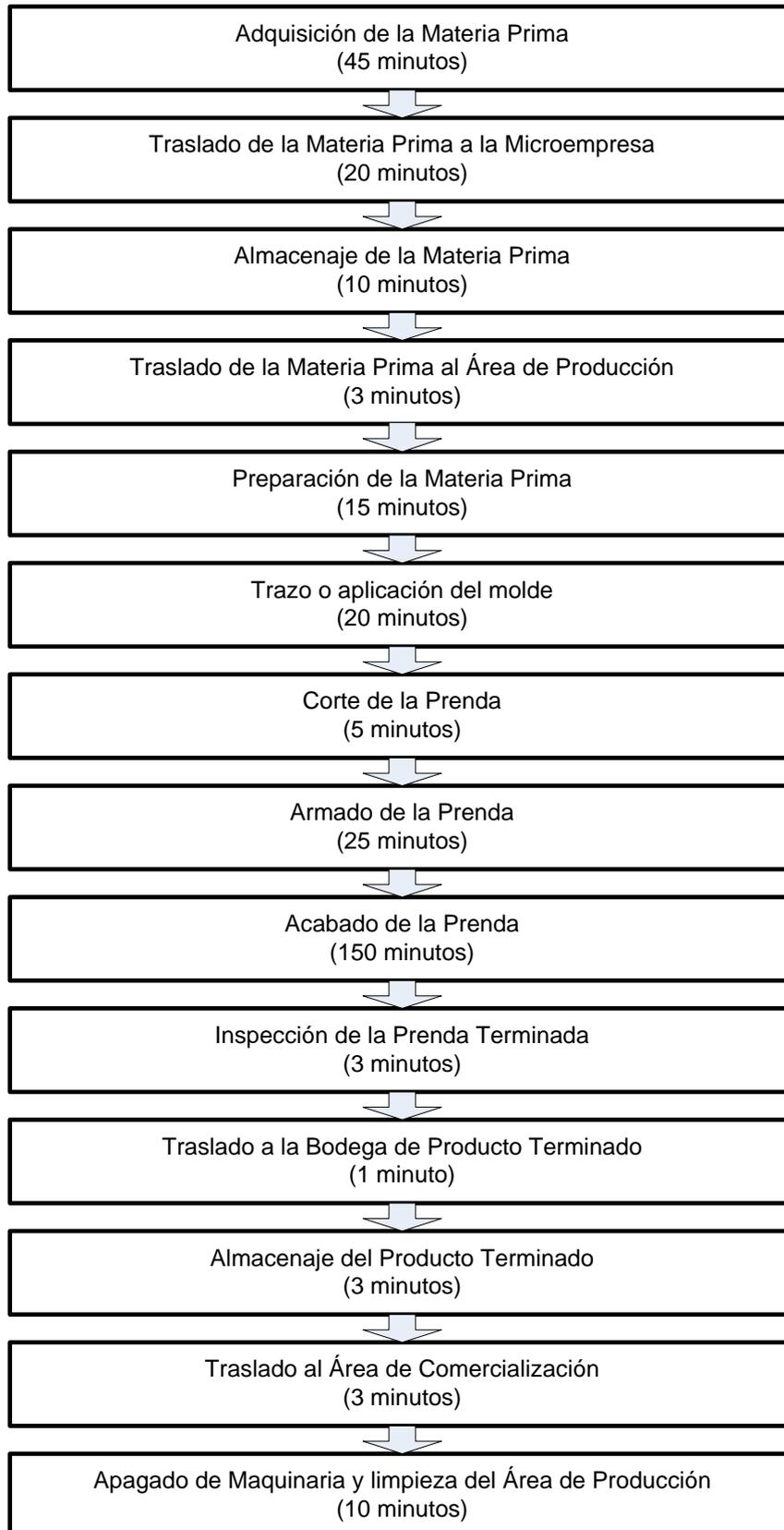


Ilustración N° 6 Procesos

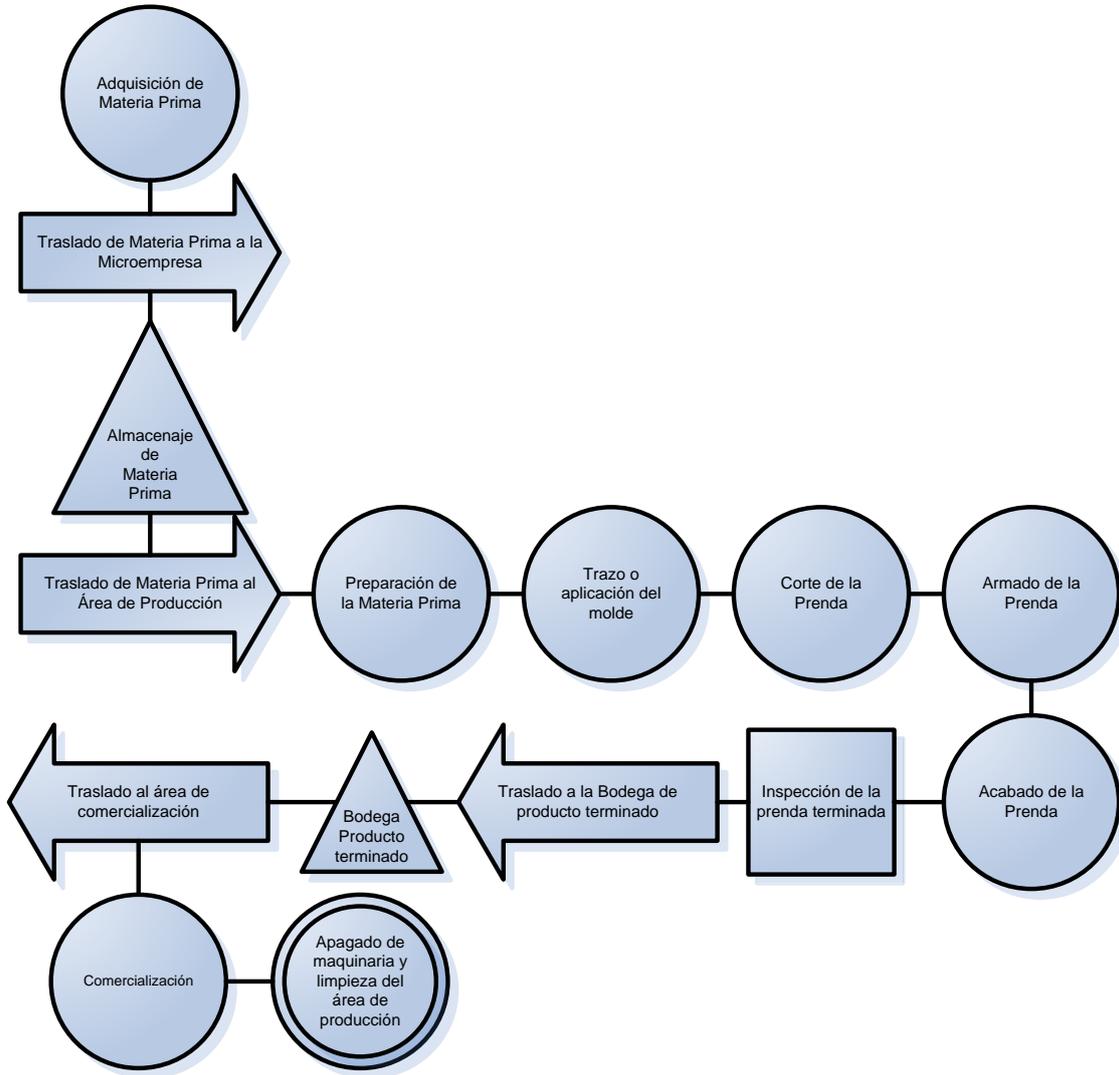
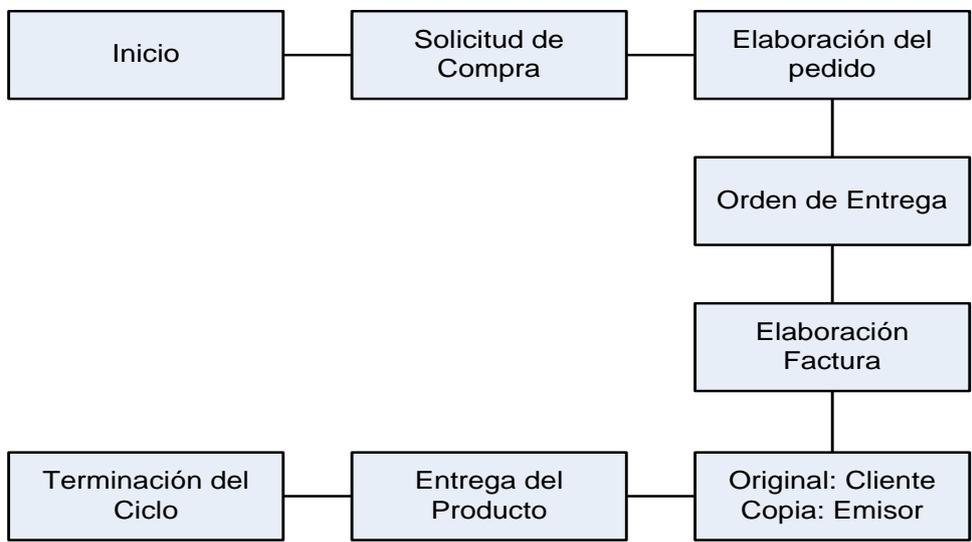


Ilustración N° 7 Proceso de Venta



4.6 Presupuesto Técnico

Para la elaboración del presupuesto técnico tomamos en cuenta lo siguiente:

4.6.1 Espacio Físico

Para la realización del presente proyecto se utilizará un terreno de un área de 300m², cuyo valor es de 7000.00 USD, debido a que esta ubicado en el sector urbano y cuenta con todos los servicios básicos y públicos.

4.6.2 Obra civil

De acuerdo a los diseños presentados para la construcción el área total es de 168m² que tendrá un valor de 310 dólares por metro cuadrado aproximadamente, lo que nos da un costo total de 52.080 USD.

4.6.3 Maquinaria y Equipo

Se usará la siguiente maquinaria para el área de producción:

Cuadro N° 28 Maquinaria y equipo

CANTIDAD	CONCEPTO	C.U.	C. TOTAL
7	Máquinas Rectas	440,00	3.080,00
3	Máquinas Overlock	640,00	1.920,00
3	Máquinas Cortadoras	170,00	510,00
1	Maquina Bordadora	130.00,00	13.000,00
	TOTAL		18.510,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaborado por: La Autora

4.6.4 Muebles y Enseres

Se considerará los siguientes muebles y enseres para el área de producción, administrativa y comercial:

Cuadro N° 29 Muebles y enseres

CANTIDAD	CONCEPTO	C.U.	C. TOTAL
3	Mesas para trazo y corte	150,00	450,00
2	Escritorios	155,00	310,00
2	Sillas giratorias	40,00	80,00
1	Archivador Vertical	120,00	120,00
20	Sillas	15,00	300,00
9	Estantes	80,00	720,00
1	Casillero	700,00	700,00
2	Teléfonos	50,00	100,00
	TOTAL		2.780,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaborado por: La Autora

4.6.5 Equipo de Computación

Será necesario adquirir el equipo de computación para las actividades comerciales:

Cuadro N° 30 Equipo de computación

CANTIDAD	CONCEPTO	C.U.	C. TOTAL
1	Computador	850,00	850,00
1	Computador Portátil	1.000,00	1.000,00
	TOTAL		1.850,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaborado por: La Autora

4.6.6 Resumen del presupuesto de Activos Fijos

Cuadro N° 31 Resumen del presupuesto de activos fijos

RUBRO	C. TOTAL
Espacio Físico	7.000,00
Obra Civil	52.080,00
Maquinaria y Equipo	18.510,00
Muebles y Enseres	2.780,00
Equipo de Computación	1.850,00
TOTAL	82.220,00

Fuente: Datos investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.6.7 Activo Diferido

Dentro de esto tendremos aquellos gastos que serán necesarios para la puesta en marcha del proyecto y estarán los siguientes:

Cuadro N° 32 Activo diferido

RUBRO	C. TOTAL
Gasto Constitución	1.800,00
TOTAL	1.800,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

4.6.8 Capital de Trabajo

Hace referencia al capital necesario para empezar la actividad de producción antes de percibir los ingresos:

Cuadro N° 33 Capital de trabajo

RUBRO	SUBTOTAL	TOTAL
MATERIALES DIRECTOS		5.160,00
Tela de Liencillo	5.160,00	
MANO DE OBRA DIRECTA		1.500,00
Obreras	1.500,00	
GASTOS DE FABRICACIÓN		130,00
Hilos	50,00	
Agujas	10,00	
Energía Eléctrica	35,00	
Agua Potable	10,00	
Teléfono	25,00	
GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.325,00
Gerente-Contador	875,00	
Secretaria	375,00	
Suministros de Oficina	50,00	
Servicio de Internet	25,00	
GASTO VENTAS		475,00
Vendedora	375,00	
Publicidad	100,00	
Subtotal		8.590,00
5% de Imprevistos		429,5
TOTAL		9.019,50

Fuente: Base de Datos

Elaborado por: La Autora

4.6.9 Presupuesto Técnico Total

El presupuesto requerido para el proyecto y el cual estará cubierto por los socios es el siguiente:

Cuadro N° 34 Inversión requerida

RUBRO	TOTAL
Activos Fijos	82.220,00
Activo Diferido	1.800,00
Capital de Trabajo	9.019,50
TOTAL	93.039,50

Fuente: Datos cuadro # 30, #31 y #32

Elaborado por: La Autora

4.7 Tamaño del Proyecto

El tamaño de un proyecto mide la relación de la capacidad productiva durante un periodo.

El tamaño del proyecto no debe ser mayor a la demanda histórica y proyectada del mercado, la cantidad demandada no debe ser menor a lo que cueste hacer el proyecto.

El tamaño está asociado a la capacidad instalada, entendiéndose esta como la máxima cantidad del producto o servicio a ser producida en un determinado periodo.

Por otra parte la capacidad utilizada, es el porcentaje en el cual la capacidad instalada está siendo utilizada en un instante de tiempo.

De acuerdo con lo anterior el tamaño del proyecto estará en base a los datos de la demanda, obtenidos en el estudio de mercado, así tenemos que la capacidad de producción para el primer año será de 14400 prendas.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Presupuesto de la Inversión

En el capítulo anterior se determinó la inversión total requerida para la puesta en marcha del proyecto, siendo esta la siguiente:

Cuadro N° 35 Presupuesto de la inversión

RUBRO	TOTAL
Activos Fijos	82.220,00
Activo Diferido	1.800,00
Capital de Trabajo	9.019,50
TOTAL	93.039,50

Fuente: Datos cuadro # 33

Elaborado por: La Autora

5.2 Cálculo del Costo de Oportunidad

El costo de oportunidad es aquel que se incurre al tomar una decisión y no otra. Decidirse por un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado. Determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y pasiva del mercado financiero, indicando si la inversión del proyecto es viable.

Cuadro N° 36 Cálculo del costo de oportunidad

RUBRO	ESTRUCTURA	COMPOSICIÓN	TASA PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO	C.K.
Inversión Propia	93.039,50	100%	4,28%	428	4,28%

Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora

$$\text{Tasa de Redescuento} = (1 + CK)(1 + Rp) - 1$$

$$i = (1 + 0.0428)(1 + 0.12) - 1$$

$$i = 16.79\%$$

Tasa de Ponderación (CK).- tasa pasiva emitida por el Banco Central del Ecuador es de 0.0428

Rp.- Riesgo País, según el Banco Central del Ecuador es de 0.12

5.3 Proyecciones de Ventas, Costos y Gastos

Para las proyecciones de las ventas, costos y gastos haremos uso de las proyecciones de producción y de precio realizados en el Estudio de Mercado, así tenemos:

Cuadro N° 37 Cálculo de la producción proyectada

Prendas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camisas	2.736	3.064	3.432	3.844	4.305
Blusas	5.760	6.451	7.225	8.092	9.063
Pantalón	2.304	2.580	2.890	3.237	3.625
Faldas	1.008	1.129	1.264	1.416	1.586
Vestidos	864	968	1.084	1.214	1.360
Otras	1.728	1.935	2.168	2.428	2.719
PRODUCCIÓN	14.400	16.128	18.063	20.231	22.659

Fuente: Datos cuadro #18

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 38 Cálculo del precio proyectado

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camisa	13,00	13,43	13,88	14,34	14,82
Blusa	10,00	10,33	10,68	11,03	11,40
Pantalón	11,00	11,37	11,74	12,14	12,54
Falda	6,00	6,20	6,41	6,62	6,84
Vestido	15,00	15,50	16,02	16,55	17,10
Otros	15,00	15,50	16,02	16,55	17,10
TOTAL	70,00	72,33	74,74	77,23	79,80

Fuente: Datos cuadro #25

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 39 Cálculo de los ingresos proyectados

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camisa	35.568,00	41.162,70	47.637,43	55.130,61	63.802,43
Blusa	57.600,00	66.660,25	77.145,64	89.280,34	103.323,78
Pantalón	25.344,00	29.330,51	33.944,08	39.283,35	45.462,46
Falda	6.048,00	6.999,33	8.100,29	9.374,44	10.849,00
Vestido	12.960,00	14.998,56	17.357,77	20.088,08	23.247,85
Otros	25.920,00	29.997,11	34.715,54	40.176,15	46.495,70
TOTAL	163.440,00	189.148,46	218.900,75	253.332,97	293.181,23

Fuente: Datos cuadro #25

Elaborado por: La Autora

5.4 MATERIALES DIRECTOS

Para la elaboración de la ropa se comprará la materia prima dentro del país a un costo de 144.00 USD la pieza de tela de liencillo.

Cuadro N° 40 Requerimiento de materiales

DETALLE	PRENDAS	CANTIDAD (Piezas)	P. U.	TOTAL AÑO
Tela Liencillo	14.400	430	144,00	61.920,00

Fuente: Productores de Ropa de Liencillo

Elaborado por: La Autora

5.5 MANO DE OBRE DIRECTA

En el presente proyecto la mano de obra necesaria es de 5 trabajadoras, las cuales percibirán un mensual en base al sueldo básico que para el año 2010 es de 240 dólares más los beneficios de ley y con un incremento del 10% anual.

Cuadro N° 41 Requerimiento de mano de obra

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obrera 1	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
Obrera 2	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
Obrera 3	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
Obrera 4	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
Obrera 5	3.600,00	3.960,00	4.356,00	4.791,60	5.270,76
TOTAL	18.000,00	19.800,00	21.780,00	23.958,00	26.353,80

Fuente: Datos Internet

Elaborado por: La Autora

5.6 GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

En este rubro constan aquellos elementos adicionales que son necesarios para la elaboración del producto o para el proceso productivo y tendrán un

incremento, el cual está en función de la producción proyectada para cada año.

5.6.1 MATERIALES INDIRECTOS

Los materiales indirectos necesarios para la producción de la ropa de liencillo son: hilos y agujas.

Cuadro N° 42 Material indirecto requerido

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hilos	250,00	289,32	334,83	387,50	448,45
Agujas	50,00	57,86	66,97	77,50	89,69
TOTAL	300,00	347,19	401,80	465,00	538,14

Fuente: Productores de Ropa de Liencillo

Elaborado por: La Autora

5.6.2 SERVICIOS BÁSICOS

Para el buen funcionamiento del proyecto es importante la electricidad, teléfono y agua potable.

Cuadro N° 43 Servicios básicos requeridos

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía Eléctrica	175,00	196,00	219,52	245,86	275,37
Teléfono	50,00	56,00	62,72	70,25	78,68
Agua Potable	125,00	140,00	156,80	175,62	196,69
TOTAL	350,00	392,00	439,04	491,72	550,73

Fuente: Productores de Ropa de liencillo

Elaborado por: La Autora

5.7 AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Esta amortización se refiere a los gastos pre operacionales incurridos, no inferior a cinco años y su porcentaje será el mismo para cada año.

Cuadro N° 44 Amortización gastos de constitución

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto Constitución	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
TOTAL	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00

Fuente: Datos cuadro # 31

Elaborado por: La Autora

5.8 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Para la depreciación de los activos fijos se utilizó el método de Línea Recta con la siguiente fórmula:

$$Depreciación = \frac{CostoHistórico - Valor Residual}{VidaÚtil}$$

Cuadro N° 45 Depreciación activos fijos

RUBRO	COSTO HISTÓRICO	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación Gastos Generales				1.665,90	1.665,90	1.665,90	1.665,90	1.665,90
Maquinaria y Equipo	18.510,00	1.851	10	1.665,90	1.665,90	1.665,90	1.665,90	1.665,90
Depreciación Gastos Administrativos				2.535,50	2.535,50	2.535,50	2.073,00	2.073,00
Obra Civil	52.080,00	15.624	20	1.822,80	1.822,80	1.822,80	1.822,80	1.822,80
Muebles y Enseres	2.780,00	278	10	250,20	250,20	250,20	250,20	250,20
Equipo de Computo	1.850,00	462,5	3	462,50	462,50	462,50	0,00	0,00
TOTAL		18.215,5		4.201,40	4.201,40	4.201,40	3.738,90	3.738,90

Fuente: Datos Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 46 Resumen de gastos generales de fabricación

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Material Indirecto	300,00	347,19	401,80	465,00	538,14
Servicios Básicos	350,00	392,00	439,04	491,72	550,73
Depreciaciones	1.665,90	1.665,90	1.665,90	1.665,90	1.665,90
TOTAL	2.315,90	2.405,09	2.506,74	2.622,63	2.754,78

Fuente: Datos cuadro #41, #42 y #44

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 47 Resumen de costos de producción

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIAL DIRECTO	61.920,00	71.659,77	82.931,56	95.976,37	111.073,06
Tela de Liencillo	61.920,00	71.659,77	82.931,56	95.976,37	111.073,06
MANO DE OBRA DIRECTA	18.000,00	19.800,00	21.780,00	23.958,00	26.353,80
Obreras	18.000,00	19.800,00	21.780,00	23.958,00	26.353,80
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	2.315,90	2.405,09	2.506,74	2.622,63	2.754,78
Material Indirecto	300,00	347,19	401,80	465,00	538,14
Servicios básicos	350,00	392,00	439,04	491,72	550,73
Depreciación	1.665,90	1.665,90	1.665,90	1.665,90	1.665,90
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	82.235,90	93.864,86	107.218,30	122.556,99	140.181,64

Fuente: Datos cuadro #39, #40 y #45

Elaborado por: La Autora

5.9 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de este rubro están todos los gastos pertenecientes al área administrativa como son: sueldos, suministros y servicios.

Cuadro N° 48 Gastos administrativos

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	10.500,00	11.550,00	12.705,00	13.975,50	15.373,05
Secretaria	4.500,00	4.950,00	5.445,00	5.989,50	6.588,45
Suministros de Oficina	250,00	258,33	266,93	275,82	285,00
Servicio de Internet	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
Depreciación	2.535,50	2.535,50	2.535,50	2.073,00	2.073,00
Gasto Constitución	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
TOTAL	18.270,50	19.778,83	21.437,43	22.798,82	24.804,50

Fuente: Datos cuadro #32, #43 y #44

Elaborado por: La Autora

5.10 GASTOS DE VENTAS

En este rubro tenemos todos aquellos gastos que intervienen en la comercialización del producto:

Cuadro N° 49 Gastos de ventas

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	4.500,00	4.950,00	5.445,00	5.989,50	6.588,45
Publicidad	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
TOTAL	5.700,00	6.150,00	6.645,00	7.189,50	7.788,45

Fuente: Datos cuadro #32

Elaborado por: La Autora

5.11 GASTOS FINANCIEROS

CAPITAL.- Para que la microempresa productora y comercializadora de ropa de liencillo inicie sus actividades, requiere un capital de 82.220,00 USD, el cual se financiará con recursos propios de los socios.

COSTOS Y GASTOS EN FUNCIÓN DEL PROYECTO

Los costos y gastos de este proyecto para el primer año y para los siguientes años son:

Cuadro N° 50 Costos y gastos en función del proyecto

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de Producción	82.235,90	93.864,86	107.218,30	122.556,99	14.0181,64
Gastos Administrativos	18.270,50	19.778,83	21.437,43	22.798,82	24.804,50
Gasto de Ventas	5.700,00	6.150,00	6.645,00	7.189,50	7.788,45
TOTAL	106.206,40	119.793,68	135.300,73	152.545,31	172.774,59

Fuente: Datos cuadro #46, #47 y #48

Elaborado por: La Autora

5.12 Balance General Inicial

LIENCILLO'S CLOTHES

CMB Cia. Ltda.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
<u>Activos Corrientes</u>		TOTAL PASIVOS	\$ -
Efectivo	\$ 9.019,50		
<u>Propiedad Planta y Equipo</u>			
Terreno	\$ 7.000,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 18.510,00		
Muebles y Enseres	\$ 2.780,00	PATRIMONIO	
Equipo de Computación	\$ 1.850,00	Capital Social	\$ 93.039,50
Edificio	\$ 52.080,00	TOTAL PATRIMONIO	
<u>Activo Diferido</u>			
Gastos Constitución	\$ 1.800,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 93.039,50	PASIVOS + PATRIMONIOS	\$ 93.039,50

5.13 Proyección del Estado Financiero de Pérdidas y Ganancias

Es también denominado Estado de Resultados y Ganancias ya que como la palabra lo indica muestra los resultados alcanzados al final del periodo contable y permite la toma de decisiones y evaluar el desempeño del proyecto.

Cuadro N° 51 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	163.440,00	189.148,46	218.900,75	253.332,97	293.181,23
Ventas	163.440,00	189.148,46	218.900,75	253.332,97	293.181,23
Egresos	82.235,90	93.864,86	107.218,30	122.556,99	140.181,64
Costo Producción	82.235,90	93.864,86	107.218,30	122.556,99	140.181,64
Utilidad Bruta	81.204,10	95.283,60	111.682,45	130.775,97	152.999,59
Gastos Operativos	23.970,50	25.928,83	28.082,43	29.988,32	32.592,95
Gastos Administrativos	18.270,50	19.778,83	21.437,43	22.798,82	24.804,50
Gastos de Ventas	5.700,00	6.150,00	6.645,00	7.189,50	7.788,45
Utilidad Operativa	57.233,60	69.354,78	83.600,02	100.787,66	120.406,64
Utilidad Antes Participación	57.233,60	69.354,78	83.600,02	100.787,66	120.406,64
Participación Empleados y Trabajadores 15%	8.585,04	10.403,22	12.540,00	15.118,15	18.061,00
Utilidad Antes Impuestos	48.648,56	58.951,56	71.060,02	85.669,51	102.345,64
Impuesto a la renta 25%	12.162,14	14.737,89	17.765,00	21.417,38	25.586,41
UTILIDAD NETA	36.486,42	44.213,67	53.295,01	64.252,13	76.759,23

Elaborado por: La Autora

5.14 Flujo de Caja

Son las estimaciones de entrada y salida de efectivo, nos permiten evaluar la liquidez y solvencia que presenta la microempresa.

Cuadro N° 52 Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Operativa		57.233,60	69.354,78	83.600,02	100.787,66	120.406,64
Participación Trabajadores		8.585,04	10.403,22	12.540,00	15.118,15	18.061,00
Pago Impuesto a la Renta		12.162,14	14.737,89	17.765,00	21.417,38	25.586,41
UTILIDAD NETA		36.486,42	44.213,67	53.295,01	64.252,13	76.759,23
Gasto Constitución		360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Depreciación de Activos Fijos		4.201,40	4.201,40	4201,40	3.738,90	3.738,90
FLUJO NETO OPERACIONAL		41.047,82	48.775,07	57.856,41	68.351,03	80.858,13
Ingreso por venta de activos						40.000,00
TOTAL FLUJO DE CAJA		41.047,82	48.775,07	57856,41	68.351,03	120.858,13
TOTAL INVERSIÓN	93.039,50					

Fuente: Datos cuadro #50

Elaborado por: La Autora

5.15 Evaluación de la Inversión: VAN, TIR y Beneficio-Costo

Para poder tener cierta seguridad en la inversión del proyecto se utilizarán las técnicas para conocer las tasas y valores que despliegan los indicadores como: el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, la relación Costo/Beneficio, el Tiempo de Recuperación de la Inversión.

5.15.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma.

La fórmula matemática es:

$$VAN = \langle Inversión \rangle + \sum FC / (1 + i)^n$$

Donde:

FC= Flujos de Caja proyectados

i= Tasa de redescuento

n= Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

$$VAN = (-93.039,50) + \sum (41.047,82/1,17) + (48.775,07/1,36) + (57.856,41/1,59) + (68.351,03/1,86) + (120.858,13/2,17)$$

$$VAN = (-93.039,50) + \sum (35.146,69 + 35.759,10 + 36.319,06 + 36.738,59 + 55.622,13)$$

$$VAN = (-93.039,50) + 199.585,56$$

$$VAN = 106.546,06$$

5.15.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es el rendimiento anual en porcentaje que se obtiene del capital que se ha invertido, es decir la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil.

La fórmula para el cálculo del TIR es la siguiente:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left(\frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}} \right)$$

Ti=Tasa inferior de redescuento

Ts=Tasa superior de redescuento

VAN Ti= Valor positivo

VAN Ts= Valor negativo

$$VAN Ti = (-93.039,50) + \sum (41.047,82/1,37) + (48.775,07/1,88) + (57.856,41/2,57) + (68.351,03/3,52) + (120.858,13/4,83)$$

$$VAN Ti = (-93.039,50) + \sum (29.961,99 + 25.987,04 + 22.500,38 + 19.402,73 + 25.042,23)$$

$$VAN Ti = (-93.039,50) + 122.894,29$$

$$VAN Ti = \mathbf{29.854,79}$$

$$VAN Ts = (-93.039,50) + \sum (41.047,82/1,39) + (48.775,07/1,93) + (57.856,41/2,69) + (68.351,03/3,73) + (120.858,13/5,19)$$

$$VAN Ts = (-93.039,50) + \sum (29.530,81 + 25.244,59 + 21.543,05 + 18.309,90 + 23.291,74)$$

$$VAN Ts = (-93.039,50) + 117.920,07$$

$$VAN Ts = \mathbf{24.880,57}$$

CÁLCULO DEL TIR

$$TIR = 0,37 + (0,39 - 0,37) \left(\frac{29.854,79}{29.854,79 - (24.880,57)} \right)$$

$$TIR = 0,49 \approx 49\%$$

Nos indica que vamos a tener un rendimiento del 49% el cual comparado con el 16,79% es viable ya que es superior.

5.15.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Este indicador se obtiene de la suma de los flujos netos de efectivo con la inversión inicial.

INVERSIÓN = 93.039,50

FNE = 70.905,79; **2 AÑOS**

DIFERENCIA (inversión – FNE) = 93.039,50-70.905,79=22.133,71

FNEaño3= 36.319,06/12=3.026,59

MESES= 22.133,71/3.026,59= **7,3 MESES**

El periodo de recuperación que tendrá el proyecto de acuerdo al cálculo realizado es de 2 años, 7,3 meses.

5.15.4 BENEFICIO-COSTO

Este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en el flujo de caja.

$$B/C = \frac{\sum FNA}{Inversión}$$

$$B/C = \frac{199.585,56}{93.039,50}$$

$$B/C = 2,15$$

Esto significa que por cada dólar invertido obtenemos 1,15 USD de ganancia.

5.15.5 Punto de Equilibrio

Este es una de las herramientas más poderosas del Marketing Audit. Permite averiguar exactamente el número de ventas o la cantidad de dinero que hemos de vender para no ganar ni perder dinero y también

la cantidad exacta de ventas para ganar una cantidad predeterminada de dinero. Por eso se llama Punto de Equilibrio (PE), porque a partir de ese punto, cada venta contribuye directamente al beneficio con una cantidad de dinero que llamaremos Margen de Contribución al Beneficio (o simplemente Margen o M).

El Punto de Equilibrio se llama en inglés Breack Even Point (BEP), que significa “el punto donde se rompe la igualdad”, aunque en realidad es el punto donde se produce la igualdad entre gastos e ingresos; pero los norteamericanos no saben hablar bien el inglés. También se conoce como ‘Punto Muerto’ a imitación del lenguaje automovilístico. Otros lo llaman casi poéticamente ‘Umbral de Rentabilidad’, porque a partir de ese punto se empieza a ganar dinero. Nosotros usamos el nombre de Punto de Equilibrio.

El Punto de Equilibrio en Dólares se calcula utilizando la siguiente fórmula:

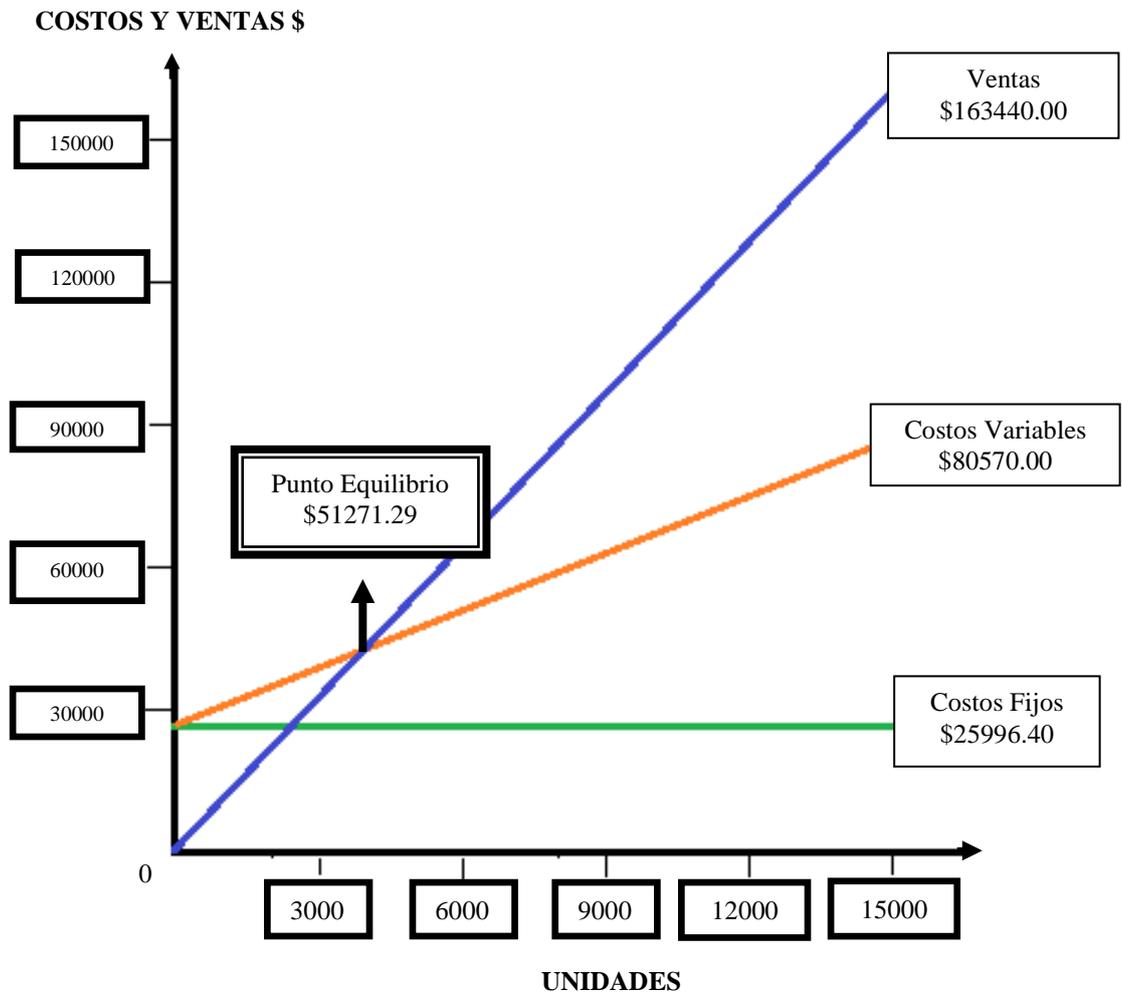
$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$PE\$ = \frac{25.996,40}{1 - \frac{80.570,00}{163.440,00}}$$

$$PE\$ = 51.271,29$$

Este resultado nos muestra las ventas necesarias para que la microempresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas son más altas se tendrá utilidad y si son bajas se tendrá pérdida.

Ilustración N° 8 Punto de equilibrio



CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1 Estructura Organizativa

En esta parte del proyecto se describen los aspectos relacionados con la parte organizativa y funcional de la microempresa.

6.1.1 ASPECTO LEGAL

CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA.-

Del presente estudio se desprende la factibilidad para la creación de la microempresa productora y comercializadora de ropa de liencillo.

SERVICIOS DE LA MICROEMPRESA.-

Los servicios que brindará la microempresa son dos:

- Producción de Ropa de Liencillo.
- Comercialización de Ropa de Liencillo.

FORMACIÓN DE LA MICROEMPRESA.-

Para la conformación de la microempresa se celebrará una escritura pública de constitución.

- Ente Jurídico.- Constituida como una Compañía Limitada.
- Socios.- Estará formada por 4 socios de acuerdo al siguiente detalle:

Sr. Juan Aguirre	23.259,88
Sr. Cosme Pineda	23.259,88
Sr. Marco Godoy	23.259,88
Sra. Blanca Pineda	23.259,88
TOTAL	93.039,50

NOMBRE.-

Las actividades se desarrollarán bajo la denominación de:

LIENCILLO´S CLOTHES CMB Cia. Ltda.

LOGOTIPO.-

El logotipo a utilizarse para la presentación del producto es:

Ilustración N° 9 Logotipo propuesto



CAPITAL.-

El capital inicial es de **93.039,50** USD el cual estará cubierto con el aporte de los socios.

MISIÓN.-

LIENCILLO´S CLOTHES CMB se dedicará a la producción y comercialización de toda clase de prendas en tela de liencillo, las cuales estarán de acuerdo al gusto del cliente y llenarán sus expectativas de calidad, modelo y precio.

VISIÓN.-

La visión de la microempresa es consolidarse como líder en la producción y comercialización de ropa de liencillo, disponiendo de la tecnología

necesaria y alcanzar el reconocimiento en el mercado local e internacional.

POLÍTICAS DE LA EMPRESA.-

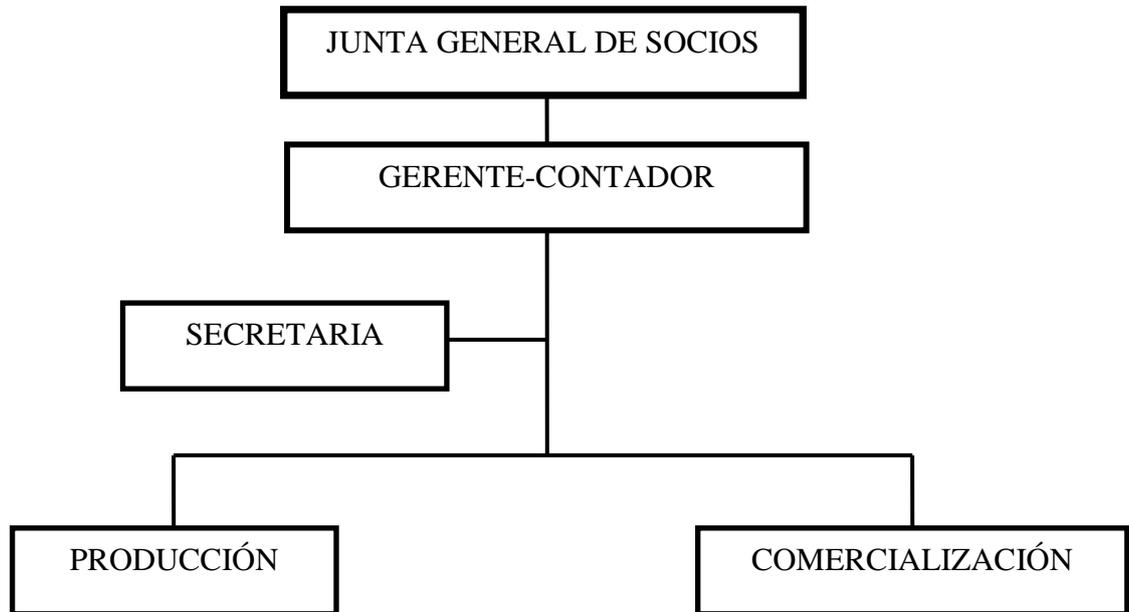
- Realizar el trabajo con excelencia.
- Impulsar el desarrollo de la creatividad de los trabajadores, mediante cursos y charlas.
- Capacitación continua del personal administrativo y de producción.
- Preservar el entorno ambiental y la seguridad.
- Realizar sesiones con el objetivo de evaluar la marcha de la microempresa, definir prioridades y plantear soluciones.
- Brindar un trato cordial, justo y esmerado al cliente, considerando que son la razón de ser de la microempresa.
- Difundir permanentemente la gestión de la empresa en forma interna y externa.

PRINCIPIOS Y VALORES.-

- Búsqueda permanente de la excelencia y progreso.
- Orientación hacia el servicio al cliente.
- Trabajo en equipo.
- Responsabilidad y Respeto.
- Honestidad y Solidaridad.
- Compromiso y Compañerismo.
- Buen trato y Armonía Laboral.

6.2 ESTRUCTURA ORGÁNICA

Ilustración N° 10 LIENCILLO´S CLOTHES CMB Cía. Ltda.



Elaborado por: La autora

6.3 ESTRUCTURA FUNCIONAL

6.3.1 NIVEL LEGISLATIVO

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Está constituido por los socios de la compañía y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es la producción y comercialización de ropa de liencillo. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la microempresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos,

dictar reglamentos internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la empresa.

a) FUNCIONES:

- Designar y remover al gerente y fijar su remuneración.
- Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente.
- Resolver la forma de reparto de utilidades.
- Resolver la amortización de las partes sociales.
- Consentir la admisión de nuevos socios.
- Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social.
- Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución.
- Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la microempresa.
- Interpretar o reformar el reglamento y resolver aumentos o disminuciones de capital.
- Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la microempresa cuya cuantía no exceda de 20000 dólares. Y
- Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.

6.3.2 NIVEL EJECUTIVO

GERENTE - CONTADOR

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía, será designado por la junta general de socios y ejercerá sus funciones por el período de tres años, pudiendo ser reelegido. Será el responsable de la administración, manejo y control de las cuentas de la microempresa, determinará estrategias, organizará el trabajo, motivará y tomará las decisiones para la buena marcha de la microempresa.

a) FUNCIONES:

- Representar legalmente a la microempresa.
- Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario.
- Formular los planes y programas que debe cumplir la microempresa y someterlos a la aprobación de la Junta General de Socios.
- Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa.
- Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico.
- Gestionar préstamos y efectivizarlos previo la autorización de la Junta General de Socios.
- Seleccionar, contratar y remover al personal de la microempresa previo conocimiento de la Junta General de Socios.
- Coordinar los programas de capacitación del personal.
- Ejecutar las decisiones que se tomen en la Junta General de Socios.
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la microempresa.
- Supervisar el trabajo de todas las dependencias.
- Supervisar las instalaciones de la microempresa para que se mantengan en excelentes condiciones.
- Programar, organizar, dirigir, ejecutar y controlar las actividades contables.
- Elaborar con la oportunidad del caso los estados financieros, sus anexos y notas aclaratorias.
- Asesorar a la Junta General de Socios en los aspectos contables.
- Las demás funciones que le fueran asignadas por la Junta General de Socios.

6.3.3 NIVEL AUXILIAR

SECRETARIA

Este nivel es encargado de brindar apoyo en ciertos aspectos administrativos y contables coordinados por la gerencia, también es el encargado de transcribir los estados financieros de forma oportuna y razonable, jerárquicamente depende del gerente.

a) FUNCIONES

- Velar por el orden, seguridad y privacidad de los documentos de la microempresa.
- Preparar la documentación y los informes que correspondan a la gerencia.
- Archivar correctamente la documentación.
- Presentar a la gerencia el informe de la disponibilidad del efectivo.
- Elaborar los comprobantes de pago y los cheques para los pagos acompañado de facturas u otros documentos que los respalde, de los compromisos adquiridos legalmente por la microempresa, previa autorización del gerente.
- Registrar todas las transacciones en los registros contables basándose en el manual de contabilidad.
- Orientar a los clientes que acuden a la gerencia, con buen trato y calidez.
- Transcribir con la oportunidad del caso los estados financieros, sus anexos y notas aclaratorias y someterlos a la aprobación del gerente y la Junta General de Socios.
- Realizar los roles de pagos para los trabajadores de la microempresa, previa autorización del gerente.
- Cancelar al IESS, los aportes de los servidores de la microempresa, realizar las actividades de retención y proceder al pago de los impuestos de forma oportuna.

6.3.4 NIVEL OPERATIVO

PRODUCCIÓN

Serán los encargados de los trabajos operativos de la microempresa, tiene la función de ver que su trabajo salga con los estándares señalados por la gerencia.

a) FUNCIONES

- Preparación de la materia prima
- Preparación de la tela.
- Confección y corte de la prenda.
- Armado de la prenda.
- Acabados de la prenda.
- Mantenimiento de las máquinas.
- Limpieza del área de producción.

b) COMERCIALIZACIÓN

Son los encargados de realizar las ventas de la ropa de liencillo, coordinar y controlar que el producto sea presentado adecuadamente.

c) FUNCIONES

- Informar a contabilidad para que proceda a realizar el registro por el ingreso debido a la venta de ropa de liencillo.
- Realizar las publicaciones de las ventas de ropa de liencillo.
- Entregar mensualmente el informe de las actividades.
- Realizar contactos permanentes con los diferentes clientes.
- Tener un inventario de productos para la venta.

6.5 TRÁMITES PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA

Primero debe reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías; para pasar luego a la elaboración de la minuta, la que contendrá el contrato constitutivo, el estatuto social y la integración de capital. Debe llevar la firma de un abogado.

Los socios deberán entonces depositar los aportes en numerario en una cuenta especial de 'Integración de Capital', abierta en un banco, a nombre de la compañía en formación. El certificado de depósito emitido por el banco, con el detalle del aporte que corresponda a cada socio, se adjuntará a la escritura de constitución.

Luego se presentará en una Notaría para que se eleve a escritura pública; Si se aportan bienes muebles o inmuebles serán avaluados por los socios o peritos designados por ellos. El avalúo también se agregará a la escritura.

Entonces se redactará la solicitud de aprobación de la constitución de la compañía, dirigida al Superintendente de Compañías, adjuntando tres copias certificadas de la escritura. Con lo cual se logra la aprobación, mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías;

Para que el mercado conozca de la nueva compañía se hace la publicación del extracto de la escritura en uno de los periódicos de amplia circulación en el Cantón de domicilio de la compañía (el cantón es menor que un departamento o una provincia), por ejemplo en el caso de que se haga en el cantón Rumiñahui, se publicará en Diario El Hoy o El Comercio.

Una vez el Notario que autorizó la escritura de constitución toma nota al margen de la matriz de dicho instrumento del contenido de la resolución aprobatoria; se acude al municipio donde se tramitará la Patente Municipal.

Es importante que la compañía esté Afiliada a la Cámara de la Producción de acuerdo con el objeto social de la empresa, porque así obtendrá un respaldo extra que de otra manera, el mercado, puede resultar inseguro para esta.

Ahora bien, se hace inscripción en el Registro Mercantil de la escritura y de la Resolución de la Superintendencia de Compañías y luego la emisión e inscripción de los nombramientos de los representantes legales en el Registro Mercantil.

En la parte tributaria se hace la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes.

Finalmente se obtiene la autorización de la Superintendencia de Compañías para que los fondos de la Cuenta de " Integración de Capital" de la que se hablo anteriormente, sean retirados y pueda iniciar sus actividades comerciales o de producción.

La diferencia entre los dos casos es que para las limitadas deberá estar consignado por lo menos el 50% del capital social al inicio del trámite en la cuenta de " Integración de Capital". En el caso de las sociedades anónimas el porcentaje que exige la ley es de al menos el 25% del capital social.

6.5.1 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

De las investigaciones realizadas dentro de los departamentos respectivos del Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra, se estableció que no existiría impedimento para el funcionamiento de la microempresa en el sector, teniendo como requisitos:

- El registro único de contribuyentes (RUC).
- Patente Municipal.
- Permiso de Funcionamiento.

6.5.2 REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC

- Cédula del representante legal.
- Copia del certificado de votación.
- Recibo del pago de agua, luz o teléfono.

6.5.3 REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL

- Recibo del último pago del impuesto predial.
- Copia del RUC.
- Documentos personales del representante legal.

6.5.4 REQUISITOS PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EN EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

- Llenar la solicitud de permiso de funcionamiento.
- Reunir la documentación necesaria para ingresar junto con la solicitud.
- Al ingresar la solicitud y documentación, se procederá a inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- Entrega del informe final.
- Estudio y emisión del permiso de funcionamiento, vigencia de un año.

CAPÍTULO VII

PRINCIPALES IMPACTOS

Los impactos son posibles consecuencias que puede presentarse cuando se implante el proyecto. Es importante analizar su efecto, porque permite establecer las posibles bondades o defectos que tendrá el proyecto. Para la evaluación de los impactos del proyecto de producción y comercialización de la ropa de liencillo, se empleará la matriz de impactos la cual funciona con la asignación de una calificación a los componentes del entorno sean estos directos o indirectos que afecten o no, en el entorno en el que se instale el proyecto.

Cuadro N° 53 Escala de impactos

CALIFICACIÓN	NIVELES DE IMPACTO
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	Indiferente
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

ESCALA	CONDICIÓN
1 a 3	Es favorable
-1 a -3	No es favorable
0	Es indiferente

Elaborado por: La Autora

A continuación se realiza el análisis de cada uno de los impactos de acuerdo a la matriz anterior, asignando a cada uno de ellos la calificación correspondiente.

7.1 Impacto Económico

Cuadro N° 54 Impacto Económico

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nivel de ingresos						x		2
Oferta de empleo						x		2
Desarrollo del sector							x	3
Creación de proyectos alternativos						x		2
Estabilidad económica familiar						x		2
TOTAL						8	3	11

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ Impacto = \frac{\sum Im\ pactos}{Nro.\ Indidcadores}$$

$$Nivel\ Impacto = \frac{11}{5}$$

$$Nivel\ Impacto = 2,2$$

La matriz indica que el impacto económico es medio positivo, esto quiere decir que la inversión del proyecto permitirá el mejoramiento del nivel de ingresos, nuevas oportunidades de empleo, ofrece una estabilidad económico familiar, la creación de proyectos alternativos, todo esto permitirá el desarrollo del sector.

7.2 Impacto Social

Cuadro N° 55 Impacto Social

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejor calidad de vida							x	3
Bienestar familiar							x	3
Imagen microempresarial						x		2
Valores éticos y morales							x	3
Preservación de valores							x	3
Trata y clima laboral							x	3
TOTAL						2	15	17

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ Impacto = \frac{\sum Im\ pactos}{Nro.\ Indidcadores}$$

$$Nivel\ Impacto = \frac{17}{6}$$

$$Nivel\ Impacto = 2,8$$

El impacto social indica un nivel alto, lo que significa que mejora la calidad de vida de los pobladores de la Parroquia de Caranqui, por los ingresos de las ventas de ropa de liencillo, y esto brinda un bienestar familiar porque se cubrirían las necesidades básicas, también permitirá la integración en el mundo laboral con ideas creativas y emprendedoras mejorando así la imagen microempresarial, internamente se procurará tener un buen trato y clima laboral basado en los valores éticos y morales.

7.3 Impacto Empresarial- Comercial

Cuadro N° 56 Impacto Empresarial-Comercial

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Liderazgo							x	3
Clima organizacional							x	3
Manejo de los recursos							x	3
Creatividad							x	3
Posicionamiento en el mercado						x		2
Cobertura						x		2
TOTAL						4	12	16

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ Impacto = \frac{\sum Im\ pactos}{Nro.Indicadores}$$

$$Nivel\ Impacto = \frac{16}{6}$$

$$Nivel\ Impacto = 2,7$$

La matriz indica que el impacto empresarial-comercial es alto positivo ya que al estar incursionando en el campo empresarial se pretende liderar en el campo de la producción y comercialización de ropa de liencillo, establecer un clima organizacional que permita la buena marcha de la empresa, un buen manejo de los recursos tanto materiales como el factor humano, explotar la creatividad de las personas involucradas en el proyecto, posicionarse en el mercado y su cobertura a nivel local y nacional.

7.4 Impacto Educativo- Cultural

Cuadro N° 57 Impacto Educativo-Cultural

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de conocimientos							x	3
Nivel de educación							x	3
Tradiciones							x	3
Autoestima							x	3
Capacitación						x		2
Nuevos aprendizajes							x	3
TOTAL						2	15	17

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ Im\ pacto = \frac{\sum Im\ pactos}{Nro.Indicadores}$$

$$Nivel\ Im\ pacto = \frac{17}{6}$$

$$Nivel\ Im\ pacto = 2,8$$

En el nivel educativo-cultural, se estaría aumentando los niveles de educación y cultura al generar nuevos aprendizajes, conocimientos acerca de la creación de microempresas, manejo turístico, administración de recursos, las bondades de utilizar ropa de liencillo y por ende el nivel de educación mejorara, también se busca con la implantación del proyecto conservar y dar a conocer a propios y extraños las tradiciones del pueblo caraqueño. Para conseguir esto se realizara una capacitación continua y elevar el autoestima de la gente.

7.5 RESUMEN GENERAL DE IMPACTOS

Cuadro N° 58 Resumen general de impactos

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Económico						x		2
Impacto Social							x	3
Impacto Empresarial - Comercial							x	3
Impacto Educativo - Cultural							x	3
TOTAL						2	9	11

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ Impacto = \frac{\sum Im\ pactos}{Nro.Indicadores}$$

$$Nivel\ Impacto = \frac{11}{4}$$

$$Nivel\ Impacto = 2,8$$

Se puede ver que en la matriz general de impactos, los indicadores que influyen en el proyecto de producción y comercialización de ropa de liencillo dan un resultado de 2,8 igual a un nivel alto positivo, lo que significa que con la ejecución del proyecto no afecta en ningún aspecto sino más bien contribuyen al progreso y desarrollo del pueblo de Caranqui, así como de las personas involucradas en este proyecto.

CONCLUSIONES

De acuerdo a lo presentado en el Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Ropa de Liencillo puedo enumerar las siguientes conclusiones:

- Se han investigado todos los conceptos, teorías y fundamentos en documentos y libros, los cuales se utilizaron como base, sustento y orientación de cómo debe llevarse a cabo y que información recolectar para el presente estudio, proporcionando el conocimiento teórico profundo que le da significado a esta investigación.
- En La Parroquia de Caranqui es factible la creación de la microempresa porque es un sitio privilegiado, por ser considerado el nido de la historia ancestral, rico en tradiciones, costumbres y atractivos turísticos, es la cuna de gente amable, emprendedora que busca el progreso propio y colectivo.
- De acuerdo con los resultados proyectados de la demanda, oferta, y precios, esta inversión es factible ya que existe la apertura en el mercado para el nuevo producto por ser novedoso, cómodo y económico.
- El sitio escogido para la ubicación de la microempresa es el adecuado ya que cuenta con el espacio físico, vías de acceso, los recursos materiales, maquinaria, equipos y mano de obra necesarios para la puesta en marcha del negocio.
- El proyecto es viable, en base a los resultados económicos obtenidos como son: VAN = 106546.06, TIR= 49%, C/B= 2.15 y PE\$= 51271.29, ya que son mayores a los que ofrece el mercado financiero.

- El funcionamiento de la microempresa tendrá impacto alto y positivo en los aspectos: económico, social, empresarial y cultural, permitiendo mejorar la calidad de vida de los beneficiarios directos e indirectos del proyecto.

RECOMENDACIONES

Se realizan las siguientes recomendaciones:

- Es necesario para la realización de este y otros estudios buscar y conocer todos aquellos conceptos y teorías que describan la realidad de las cosas y con los cuales el investigador pueda tomar decisiones en el diseño de las investigaciones de campo.
- Se recomienda la incursión de Caranqui en el campo microempresarial, el mismo que le permitirá aprovechar las habilidades y creatividad de sus pobladores, los valiosos atractivos turísticos, dar a conocer su cultura y enaltecer el nombre que le heredaron sus antepasados.
- Se debe investigar cuidadosamente dentro del estudio de mercado la demanda, oferta, precios y competencia que tendrá el producto para conocer claramente la viabilidad comercial del mismo.
- Escoger la ubicación geográfica más idónea, la cual permita utilizar de manera eficiente y eficaz los recursos materiales, físicos y talento humano que intervendrán en la producción y comercialización del producto que se pretende ofrecer en el mercado.
- Se debe realizar un estudio económico cuidadoso y preciso que permita avizorar la cantidad de dinero que se necesita para ponerlo en marcha, los ingresos, egresos y la rentabilidad que generará la producción y comercialización del producto en el mercado y realizar comparaciones con el sector financiero.
- Es preciso tomar en cuenta los impactos que tendrá el proyecto, ya que permitirá tener una idea de los beneficios que traerá para los

involucrados directos y la colectividad aledaña, en los diferentes campos que se haya determinado.

BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL, Cesar (2006) "Metodología de la Investigación", 2da Edición, México.
- BRAVO, M; UBIDIA, C (2007) "Contabilidad de Costos", Editorial NUEVODIA, Quito-Ecuador.
- BRAVO, Mercedes (2009) "Contabilidad General", 9na Edición, Editorial NUEVODIA, Quito-Ecuador.
- BURBANO, Jorge (2005) "Presupuestos", 3ra. Edición, Colombia.
- GARAY, Urbi (2005) "Finanzas (Aplicaciones al Mercado Venezolano)", Ed. Instituto de Estudios Superiores (IESA), Venezuela.
- GUAMAN, Ana María (2009) Tesis: "Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de miel de abeja en la comunidad de San Clemente"
- JÁCOME, Walter (2005) "Bases Teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión", Ibarra-Ecuador
- KETELHHN, Werner (2004) "Inversiones (Análisis de Inversiones Estratégicas)", Editorial Norma, Mexico.
- LITA, Ana (2010) Tesis: "Estudio de factibilidad para creación de la empresa "PRESTAUTOS"

- en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”
- MOLINA, Verónica (2010) Tesis: “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de Setas (Hongos)
- MONTEROS, Edgar (2005) “Manual de Gestión Microempresarial” Editorial Universitaria, Ibarra- Ecuador.
- POSSO, Miguel (2004) “Metodología para el Trabajo de Grado (tesis y Proyecto), 1ra. Edición, Ecuador.
- RINCÓN, C; LASSO, G (2010) “Contabilidad siglo XXI”, Ediciones Eco, Bogotá- Colombia.
- RODRÍGUEZ, Joaquín (2006) “Administración I”, 1ra. Edición, México.
- SARMIENTO, Rubén (2010) “Contabilidad de Costos”, Impresos Andinos S.A., 2da. Edición, Quito- Ecuador.
- TORRES, Luis (2009) Tesis: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de plantas frutales en la Asociación de Empleados del MAGAP-Imbabura”
- VANCE, Lawrence “Principios de Contabilidad y Control”, Ed. Continental, 2da. Edición, México.

- VÁSCONEZ, José (2004) “Contabilidad para el siglo XXI”, 3ra. Edición, Quito – Ecuador.
- VILLALVA, Carlos (2006) “Metodología de la Investigación”, 2da. Edición, México.
- ZAPATA, Pedro (2008) “Contabilidad General”, Ed. McGrawhill, 6ta Edición, Colombia
- “GUIA PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE TRABAJO DE GRADO” (2005)
- “GUÍA TURÍSTICA DE IMBABURA”
- “NORMA ECUATORIANAS DE CONTABILIDAD-NEC TOMO1”

LINCOGRAFÍA:

www.dnp.gov.com

www.gestiopolis.com

www.acape.com.mx

www.monografias.com

www.vivecuador.com

www.inec.gov.ec

www.rincondelvago.com/proyecto-productivo.html

www.consultoria-pyme.com/55-1-Presupuestos.html

www.es.wikipedia.org

www.comunazuleta.com

www.abc pymes.com/menu22.htm/

ANEXOS

ANEXO “A” ENCUESTAS PRODUCTORES ROPA LIENCILLO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE ROPA DE LIENCILLO

La presente encuesta tiene como objeto recolectar toda la información acerca de la producción de ropa de liencillo, para lo cual solicitamos muy comedidamente su colaboración.

Instrucciones.- Lea la pregunta detenidamente y marque con una “x” según corresponda a su respuesta.

1. Qué tiempo lleva en la elaboración de ropa de liencillo:

- Menos de un año
- De 1 a 3 años
- Más de tres años

2. La producción de ropa de liencillo la vende en:

- Mercado
- Ferias
- Directamente al consumidor
- Intermediarios
- Otros (indique) _____

3. Quién impone los precios de venta de sus productos:

- Usted
- El mercado
- Otros (indique) _____

4. A dónde cree usted que mayoritariamente se destina la ropa de liencillo:

- Mercado local
- Mercado provincial
- Mercado Internacional
- Otros (indique) _____

5. Cómo considera usted la demanda de la ropa de liencillo:

- Mucha
- Normal
- Poca

6. Actualmente la competencia para la producción de ropa de liencillo la considera:

- Mucha
- Poca
- Nada

7. Encuentra mano de obra para la producción de ropa de liencillo:

- Con facilidad
- Con dificultad

8. Las vías de acceso hacia el producto son:

- Fáciles
- Difíciles

9. Como considera que es su utilidad:

- Buena
- Regular
- Mala

10. Emita una opinión sobre la producción de ropa de liencillo

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO "B" ENCUESTAS CONSUMIDORES ROPA LIENCILLO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DEL PRODUCTO

La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información sobre la aceptación que tiene el producto en el mercado, por lo cual solicitamos comedidamente su colaboración.

Instrucciones.- Lea detenidamente la pregunta y marque con una "x" según corresponda a su respuesta.

1. Conoce usted la ropa de liencillo?

- Si
- No

2. Le gustaría usar ropa de liencillo?

- Si
- No

3. Qué tipo de prendas preferiría?

- Camisas
- Blusas
- Pantalón
- Faldas
- Vestidos
- Otras (indique) _____

4. Al momento de comprar una prenda que es lo primero que toma en cuenta?

- Calidad
- Modelo
- Precio
- Acabados
- Otros (indique) _____

5. A cuál de estos lugares acudiría para adquirir las prendas de liencillo?

- Centros comerciales
- Ferias Artesanales
- Almacenes

- Otros (indique) _____

6. Apoya y consume los productos elaborados dentro de nuestro país:

- Mucho
- Poco
- Nada

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO “C” ENCUESTA PRESIDENTE J.P. CARANQUI

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA JUNTA PARROQUIAL DE CARANQUI

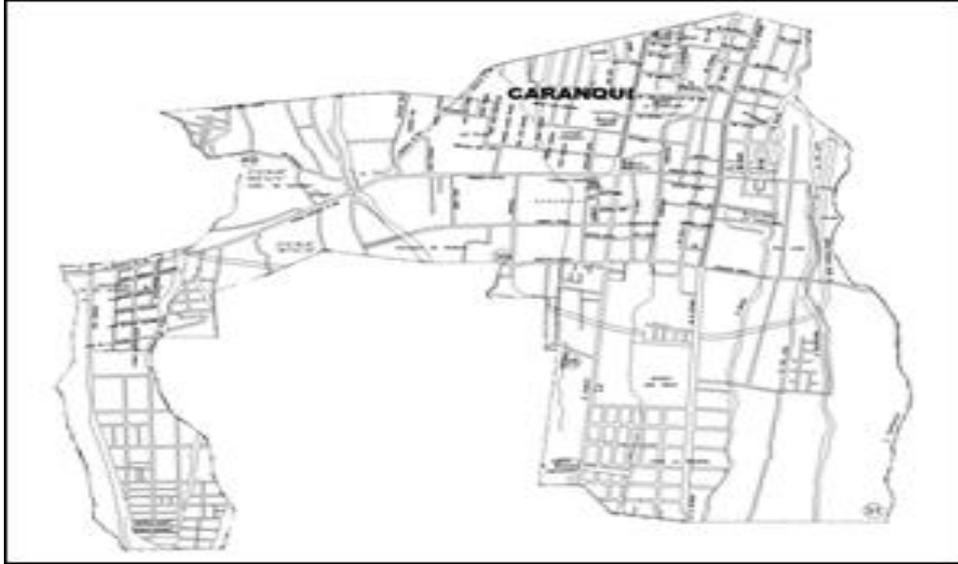
La presente entrevista tiene por objetivo recolectar información sobre la situación económica que presenta la Parroquia. En tal virtud solicitamos muy comedidamente su colaboración.

1. ¿Cuenta la parroquia con los ingresos suficientes para satisfacer todas sus necesidades?
2. ¿Cuáles son los egresos que tiene la Parroquia?
3. ¿Considera usted que el presupuesto asignado a la Parroquia está acorde con la realidad que vive la misma?
4. ¿En qué proyectos se invierten los dineros de la Parroquia?
5. ¿Cuántos barrios tiene la parroquia de Caranqui?
6. ¿Cuáles son las tradiciones que tiene la parroquia?
7. ¿Cómo se ha explotado los atractivos turísticos de la parroquia?
8. ¿Qué ventajas tiene en relación a las otras parroquias del cantón?

**ANEXO "D" IMÁGENES PARRROQUIA DE CARANQUI: CLIMA
RELIEVE**



ANEXO "E" CARANQUI: BARRIOS, POBLACIÓN, VESTIMENTA



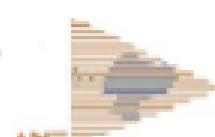
ANEXO “F” PARROQUIA DE CARANQUI: COSTUMBRES, TURISMO, ARTESANÍAS



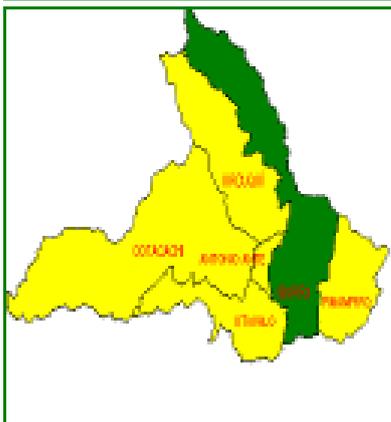
ANEXO "G" IMÁGENES PARROQUIA DE CARANQUI: COMERCIO



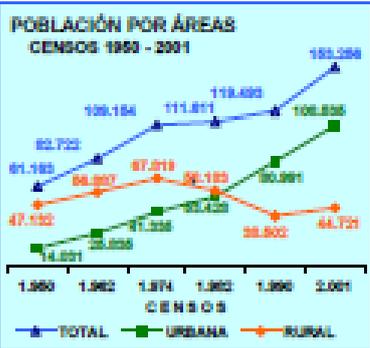
ANEXO "H" ESTADÍSTICAS DEL CANTÓN IBARRA



MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA

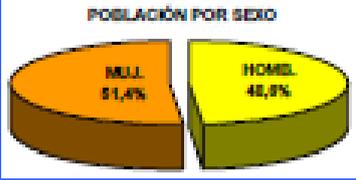


PRESENTACIÓN
 El Instituto Nacional de Estadística y Censos, tiene el agrado de poner a consideración de la población del Cantón Ibarra y de las entidades públicas y privadas de la provincia, los resultados definitivos de algunas de las variables investigadas en el VI Censo de Población y V de Vivienda, realizado el 25 de noviembre del año 2001.



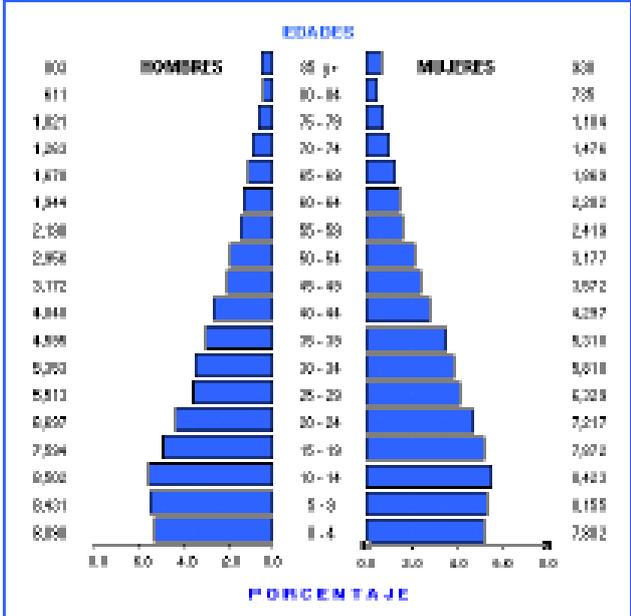
POBLACIÓN DEL CANTÓN IBARRA CENSO 2001

ÁREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	153.266	74.489	78.787
URBANA	106.535	52.146	56.387
RURAL	44.721	22.321	22.400



La población del Cantón IBARRA, según el Censo del 2001, representa el 44,5 % del total de la Provincia de Imbabura; ha crecido en el último periodo intercensal 1990-2001, a un ritmo del 2,3 % promedio anual. El 29,2 % de su población reside en el Área Rural; se caracteriza por ser una población joven ya que el 42,4 % son menores de 20 años, según se puede observar en la Pirámide de Población por edades y sexo.

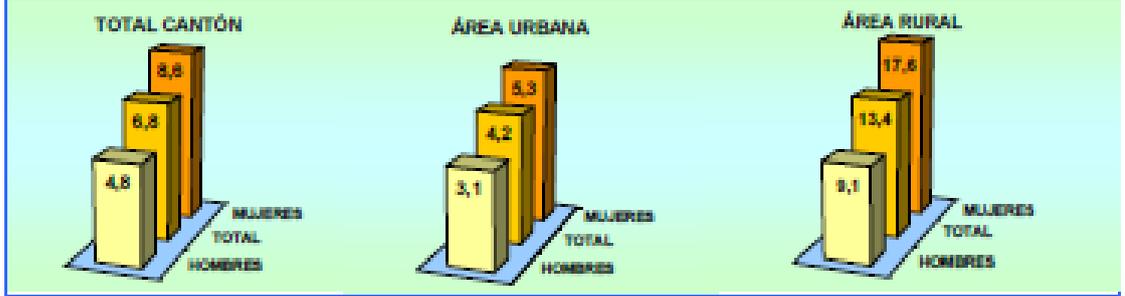
PIRÁMIDE DE POBLACIÓN. Censo 2001



DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN IBARRA, SEGÚN PARROQUIAS

PARROQUIAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	153.266	74.489	78.787
IBARRA (URBANO)	106.535	52.146	56.387
ÁREA RURAL	44.721	22.321	22.400
PERIFERIA	7.968	3.923	4.045
AMBUOLÍ	5.319	2.690	2.629
ANGOCHAGUA	3.788	1.785	2.003
CAROLINA	2.675	1.507	1.168
LA ESPERANZA	6.677	3.326	3.352
LITA	2.413	1.306	1.107
SALINAS	1.854	885	969
SAN ANTONIO	13.987	6.917	7.070

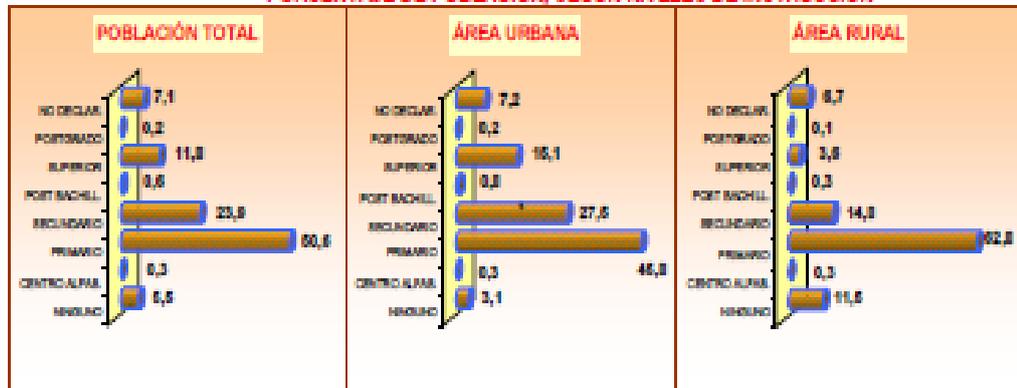
CANTÓN IBARRA: TASAS DE ANALFABETISMO, POR SEXO Y ÁREAS. Censo 2001



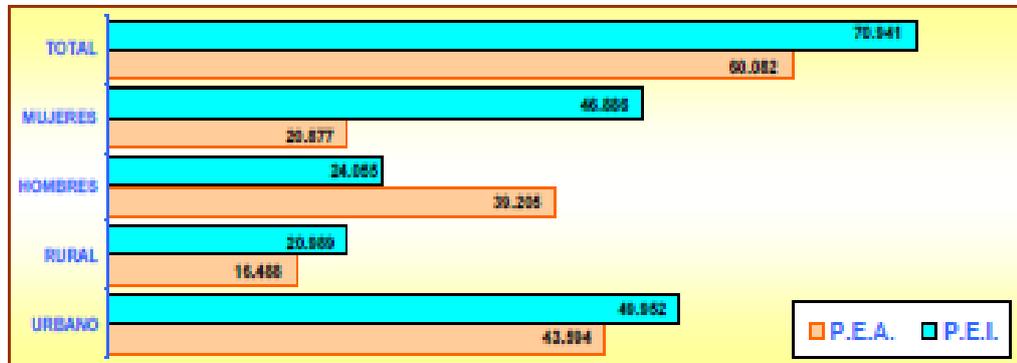
CANTÓN IBARRA: POBLACIÓN DE 6 AÑOS Y MÁS, POR SEXO Y ÁREAS, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN. Censo 2001									
NIVELES DE INSTRUCCIÓN	TOTAL			HOMBRES			MUJERES		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
TOTAL	137.276	66.661	39.225	66.371	46.795	19.576	70.905	61.268	19.649
NINGUNO	7.525	3.003	4.522	2.461	946	1.513	5.064	2.055	3.009
CENTRO ALFAB.	360	260	106	211	149	62	177	131	46
PRIMARIO	69.505	44.575	24.828	34.717	21.949	12.768	34.789	22.929	11.860
SECUNDARIO	32.790	27.001	5.789	15.464	12.469	3.015	17.306	14.532	2.774
POST BACHILLERATO	890	772	118	391	336	55	499	436	63
SUPERIOR	16.233	14.812	1.421	7.993	7.265	728	8.240	7.547	693
POSTGRADO	283	238	25	175	158	17	86	60	26
NO DECLARADO	9.661	7.067	2.614	4.939	3.521	1.418	4.742	3.546	1.196

El promedio de años aprobados por la población de 16 años y más (excluyendo media) para el Cantón Ibarra es de 7,1 años, para la población del área urbana es de 7,3 años y para el área rural 6,1 años. Para hombres 7,3 y para mujeres 6,9 años

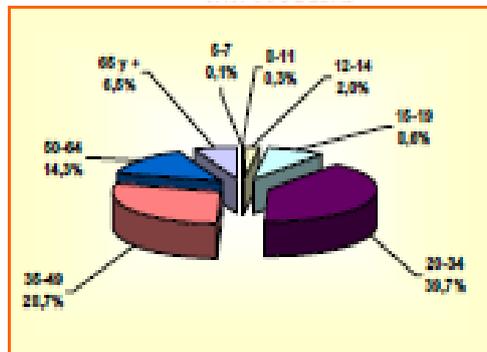
PORCENTAJE DE POBLACIÓN, SEGÚN NIVELES DE INSTRUCCIÓN



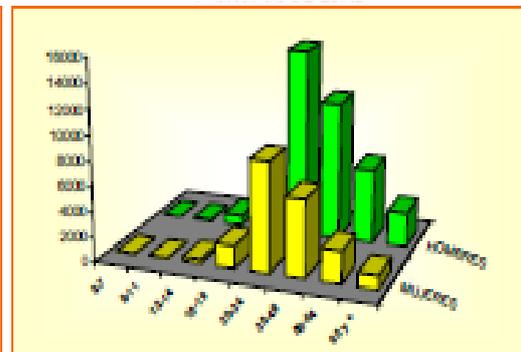
POBLACIÓN DE 6 AÑOS Y MÁS, ACTIVA E INACTIVA, SEGÚN SEXO Y ÁREAS



POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, OCUPADA POR GRUPOS DE EDAD



POBLACIÓN DE 5 AÑOS Y MÁS, OCUPADA POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD



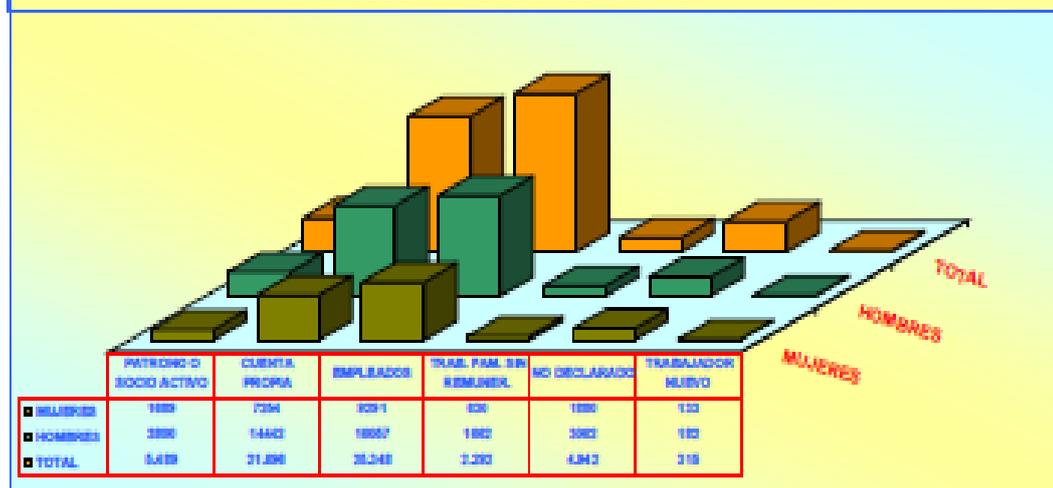
CANTÓN IBARRA

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 6 AÑOS Y MÁS, POR SEXO SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES

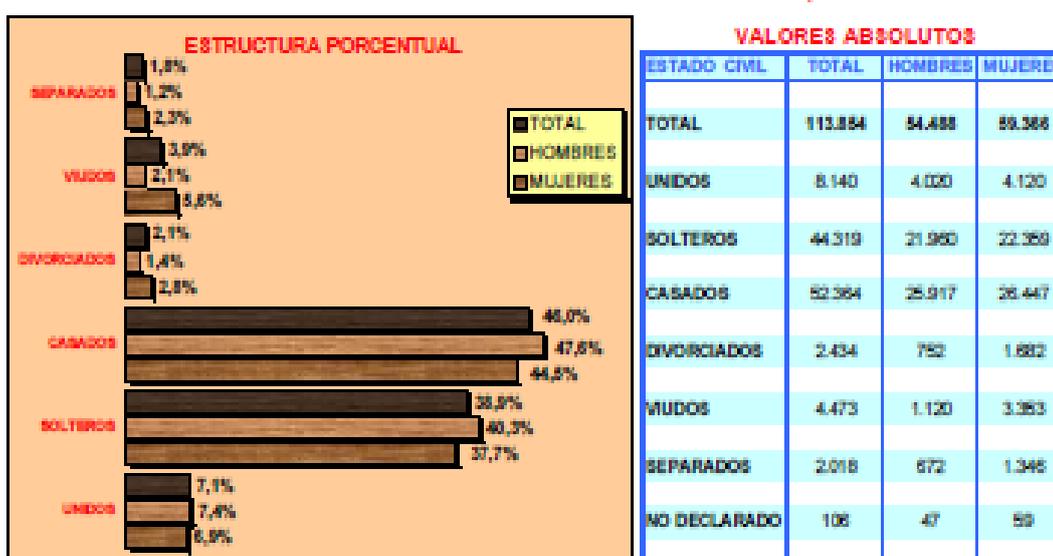
GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	
TOTAL	66.662	39.266	26.877	
MIEMBROS PROFESIONALES				
TÉCNICOS	7.142	4.009	3.133	
EMPLEADOS DE OFICINA	3.422	1.690	1.732	
TRAB. DE LOS SERVICIOS	10.706	5.046	5.750	
AGRICULTORES	5.421	4.398	1.023	
OPERARIOS Y OPERADORES DE MAQUINARIAS	16.666	13.623	3.042	
TRAB. NO CALIFICADOS	11.829	7.262	4.577	
OTROS	4.807	3.167	1.620	

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	66.662	39.266	26.877
AGRICULTURA, GANADERÍA, CACA, PESCA, SILVICULTURA	9.940	8.467	1.483
MANUFACTURA	8.260	5.304	2.946
CONSTRUCCIÓN	4.412	4.312	100
COMERCIO	12.074	6.069	5.205
ENSEÑANZA	3.608	1.572	2.036
OTRAS ACTIVIDADES	21.798	12.691	9.107

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 6 AÑOS Y MÁS, POR SEXO SEGÚN CATEGORÍA DE OCUPACIÓN



POBLACIÓN DE 12 AÑOS Y MÁS POR ESTADO CIVIL O CONYUGAL, SEGÚN SEXO



CENSO DE VIVIENDA

CANTÓN IBARRA							
TOTAL DE VIVIENDAS, OCUPADAS CON PERSONAS PRESENTES, PROMEDIO DE OCUPANTES Y DENSIDAD POBLACIONAL Censo 2001							
ÁREAS	TOTAL DE VIVIENDAS	VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS CON PERSONAS PRESENTES			POBLACIÓN TOTAL	EXTENSIÓN Km²	DENSIDAD Hab / Km²
		NÚMERO	OCUPANTES	PROMEDIO			
TOTAL CANTÓN	44.426	38.165	191.725	4,0	153.256	1.093,3	140,2
ÁREA URBANA	30.667	27.666	107.262	3,9	106.526		
ÁREA RURAL	13.539	10.499	44.463	4,2	44.721		

VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS, POR TIPO DE VIVIENDA, SEGÚN PARROQUIAS									
PARROQUIAS	TOTAL VIVIENDAS	TIPO DE VIVIENDA							
		CASA O VILLA	DEPARTAMENTO	CUARTOS EN DOBL.	MEDIO-GUJA	RANCHO	CORONA	CHICA	OTRO
TOTAL CANTÓN	38.165	24.361	4.035	4.452	4.922	179	70	107	39
IBARRA(URBANO)	27.666	16.344	3.902	3.968	3.363	22	37	14	26
PERFERA	1.775	1.231	5	13	492	7	4	22	1
AMBUQUI	1.293	1.038	17	63	144	3	5	9	4
ANGOCUAGUA	959	696	2	6	27	-	-	38	-
CAROLINA	667	542	1	7	96	6	1	3	1
LA ESPERANZA	1.495	1.158	7	111	120	68	7	14	-
LITA	506	379	8	23	24	62	4	3	2
SALINAS	401	334	2	20	39	1	4	1	-
SAN ANTONIO	3.434	2.449	91	261	617	10	8	3	5

VIVIENDAS PARTICULARES OCUPADAS, SEGÚN SERVICIOS QUE DISPONE Y TIPO DE TENENCIA DE LA VIVIENDA

ABASTECIMIENTO DE AGUA		
TOTAL	38.165	100,0
RED PÚBLICA	34.338	90,0
POZO	495	1,3
RÍO O VERTIENTE	2.791	7,3
CARRO REPARTIDOR	132	0,3
OTRO	419	1,1

PRINCIPAL COMBUSTIBLE PARA COCINAR		
TOTAL	38.165	100,0
GAS	34.035	89,2
ELECTRICIDAD	152	0,4
GASOLINA	20	0,1
KÉREX O DIESEL	66	0,2
LEÑA O CARBÓN	3.897	9,4
OTRO	10	0,0
NO COCINA	235	0,7

ELIMINACIÓN DE AGUAS SERVIDAS		
TOTAL	38.165	100,0
RED PÚBL. DE ALCANTARILLADO	29.130	76,3
POZO CIEGO	1.124	3,0
POZO SÉPTICO	2.538	6,7
OTRA FORMA	4.373	11,5

TIPO DE TENENCIA		
TOTAL	38.165	100,0
PROPIA	22.359	58,6
ARRENDADA	11.666	30,3
EN ANTICRESIS	358	0,9
GRATUITA	2.699	7,0
POR SERVICIOS	906	2,4
OTRO	303	0,8

SERVICIO ELÉCTRICO		
TOTAL	38.165	100,0
SI DISPONE	36.582	95,9
NO DISPONE	1.583	4,1

SERVICIO TELEFÓNICO		
TOTAL	38.165	100,0
SI DISPONE	14.405	37,7
NO DISPONE	23.760	62,3