



**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 DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INFANTIL TEJIDA A MANO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTOR: Marco Antonio Yépez Betancourth**

**ASESOR: Ing. Vinicio Guerra**

**Ibarra, Agosto 2013**

## RESUMEN EJECUTIVO

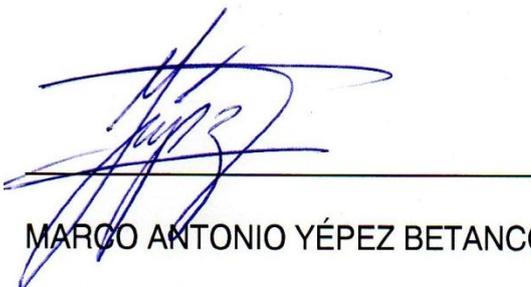
El presente trabajo de investigación llamado “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura” se basó en la necesidad de aprovechar los conocimientos profesionales adquiridos por su autor en beneficio tanto propio como de la sociedad, el tema escogido nace de la experiencia familiar adquirida durante años de trabajo en el rubro comercial, hoy en día es muy difícil encontrar un nicho de mercado total o medianamente inexplorado es por eso que aprovechando las herramientas que brinda una acabada formación académica se deben utilizar para competir en este negocio en las cuales se tenga una ventaja comparativa de cualquier índole, al estudiar el mercado se detectó algunos errores que cometen los productores y comerciantes del rubro y que éstos pueden ser utilizados transformando sus debilidades en nuestras oportunidades y de esta forma captar una cuota de mercado que de otra forma le sería arrebatada por empresas de capital y que cuenten con talento humano de excelente formación académica, , sin embargo la experiencia de este país dice que más del 80% de la demanda laboral proviene de pequeñas empresas tal como la evaluada en este proyecto, el tema entonces adquiere actualidad cuando la realidad de nuestro cantón verifica lo anterior y nos obliga a crear nuestras propias fuentes de empleo y en este camino contribuir con aumentar las plazas de trabajo en beneficio social, el trabajo aquí expuesto toma relevancia cuando más que un beneficio económico para su gestora tienen un impacto para toda la comunidad. Obtenidos estos resultados se desarrolló la organización administrativa mediante un organigrama funcional, se detalló las funciones de cada uno de los colaboradores de la empresa. Finalmente se determinó los impactos sociales, económicos, ecológicos, educativos–culturales. Una vez establecida toda esta estructura se justifica la necesidad de emprender el presente proyecto y la conveniencia de la inversión.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present investigation called " Feasibility study for the creation of a production and marketing of children's clothing hand-woven in the city of Otavalo ,Imbabura Province " was based on the need to build professional knowledge acquired by its author benefit both himself and society , the theme comes from the family experience gained over years of working in the commercial category , today it is very difficult to find a niche market is fully or fairly untapped why using the tools that provides a thorough academic training should be used to compete in this business in which they have a comparative advantage of any kind, to study the market detected some mistakes producers and traders for the category and that they can be used to transform your weaknesses our opportunities and thus capture a market share that otherwise would be taken away by venture capital and human talent have excellent academic education , but the experience of this country says that over 80 % of the labor demand comes from small businesses such as the one evaluated in this project , the issue then becomes present when the reality of our county checks above and forces us to create our own sources of employment and in this way contribute to increase jobs in social benefit , the work presented here is relevant when more than an economic benefit for its management have an impact for the community . Obtained these results was developed administrative organization through a functional, it detailed the functions of each of the partners of the company. Finally we determined the social, economic, ecological, educational and cultural. Once established this structure justifies the need to undertake this project and the advisability of investing.

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

**MARCO ANTONIO YÉPEZ BETANCOURTH**, portador de cédula de ciudadanía N°1002620092 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INFANTIL TEJIDA A MANO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA** es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que luego de haber consultado las referencias bibliográficas en este documento.



MARCO ANTONIO YÉPEZ BETANCOURTH

C.I. 1002620092

## **INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

Una vez concluido todo el proceso investigativo del Trabajo de Grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INFANTIL TEJIDA A MANO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** certifico que el mismo puede ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal.

En la ciudad de Ibarra, Agosto del 2013



**ING. VINICIO GUERRA**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



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

Yo, **MARCO ANTONIO YEPEZ BETANCOURTH**, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos Patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5,6 en calidad de autor del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INFANTIL TEJIDA A MANO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería Comercial 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 del trabajo antes citado. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



MARCO ANTONIO YÉPEZ BETANCOURTH

C.I. 1002620092

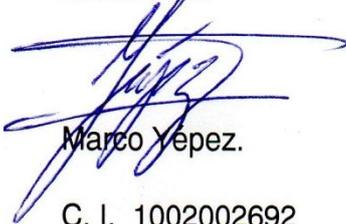
Ibarra. Agosto2013

## CONSTANCIAS

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

Ibarra, Agosto2013

**EI AUTOR:**



Marco Yepez.

C. I. 1002002692

**ACEPTACIÓN:**

Lic. Ximena Vallejos

Cargo: Jefe de biblioteca

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....

## DEDICATORIA

Este trabajo de tesis de grado está dedicado a **DIOS**, por darme la vida, a **MI HIJA** que ha sido el motor de mi vida y con mucho cariño y amor quiero ser un ejemplo de persona con principio y valores para poder desenvolverme en lo largo de mi vida

A mis padres **ALFONSO Y CLARA**, que ha estado a mi lado dándome cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante para cumplir otra etapa en mi vida.

A mí querida hija **DOMÈNICA**, que es el motivo y la razón que me ha llevado a seguir superándome día a día, para alcanzar mis más altos ideales, ella es quien me hace a seguir adelante atravesando cada obstáculo y así dejarle el ejemplo de progreso que ha sido mi vida.

Marco Yépez

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco en forma muy especial a mi Madre que sin ella no hubiese sido posible llegar hasta varias etapas de mi vida, a mis hermanas que con su comprensión, apoyo y por todos sus consejos.

También quisiera agradecer a varias las personas especiales a las que les debo de alguna manera retribuir su amistad, apoyo y ánimo en las diferentes etapas de mi vida.

Agradezco a la Universidad Técnica del Norte, por haberme abierto las puertas de este prestigioso templo del saber, cuna de buenos profesionales.

A mis profesores, no sólo de la carrera sino de toda mi formación académica, mi gratitud porque de alguna manera forman parte de lo que actualmente soy.

Marco Yépez

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY .....	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	iv
INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CONSTANCIAS.....	vi
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO .....	ix
ÍNDICE GENERAL .....	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xviii
INTRODUCCIÓN.....	xxiii
JUSTIFICACIÓN.....	xxv
OBJETIVOS .....	xxvi
CAPÍTULO I	
1.    DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	27
1.1.    Antecedentes .....	27
1.2.    Objetivos diagnósticos.....	29
1.2.1.    Objetivo general: .....	29
1.2.2.    Objetivos Específicos .....	29
1.3.    Variables diagnósticas.....	29
1.4.    Indicadores.....	29
1.5.    Matriz de relación de diagnóstico .....	31
1.6.    Identificación de la población.....	32
1.7.    Cálculo de las muestras .....	32
1.8.    Instrumentos de investigación .....	33

1.8.1.	Información primaria .....	33
1.8.2.	Información secundaria .....	33
1.9.	Evaluación de la información .....	34
1.9.1.	Resultados de la Observación Directa .....	34
1.9.2.	Resultados de la Entrevista realizada al dirigente de la asociación de artesanos UNAIMCO. ....	34
1.9.3.	GUIA DE ENTREVISTA: dirigente de la asociación de artesanos UNAIMCO.....	35
1.10.	Resultados y análisis de encuestas dirigidas a los artesanos de la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura. ....	37
1.11.	Construcción de la matriz AOOD (aliados, oponentes, oportunidades, amenazas) .....	47
1.12.	Determinar la oportunidad de la Inversión .....	48
<b>CAPÍTULO II</b>		
2.	MARCO TEÓRICO .....	49
2.1.	La microempresa .....	49
2.1.1.	Definición de la microempresa.....	49
2.1.2.	Importancia.....	49
2.2.	EMPRESA.....	51
2.2.1.	OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	51
2.2.2.	CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS .....	51
2.3.	La contabilidad .....	52
2.3.1.	Definición.....	52
2.3.2.	El proceso contable .....	52
2.3.3.	Contabilidad de costos .....	53
2.3.4.	Estados financieros .....	54
2.4.	Aspectos legales para la exportación de artesanías .....	55

2.4.1.	Requisitos y trámites para exportar .....	55
2.5.	Estudio de factibilidad.....	58
2.6.	MICROEMPRESA TEXTIL .....	59
2.6.1.	Definición.....	59
2.7.	El diagrama de flujo.....	60
<b>CAPÍTULO III</b>		
3.	ESTUDIO DE MERCADO .....	61
3.1.	PRESENTACIÓN .....	61
3.2.	IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	61
3.2.1.	Productos sustitutos .....	63
3.2.2.	Competencia directa.....	63
3.3.	OBJETIVOS .....	63
3.3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	63
3.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	63
3.3.3.	Variables .....	64
3.3.4.	Indicadores.....	64
3.4.	Matriz de relación de estudio de mercado .....	65
3.5.	Identificación de la población.....	66
3.6.	Tabulación y procesamiento de la información .....	68
3.7.	Mercado meta.....	80
3.8.	Segmentación del mercado .....	80
3.8.1.	Segmentación económica .....	80
3.8.2.	Segmentación poblacional.....	80
3.9.	Identificación de la demanda .....	82
3.9.3.	Proyección de la demanda .....	83
3.10.	Identificación de la oferta.....	84

3.10.2.	Análisis de la oferta de prendas infantiles.....	84
3.10.3.	Proyección de la oferta de productos.....	85
3.11.	Balance demanda – oferta.....	86
3.12.	Análisis de competidores.....	86
3.12.1.	Productos .....	86
3.13.	Análisis de precios.....	87
3.13.1.	Selección de los objetivos del precio .....	87
3.13.2.	Identificación del Mercado .....	87
3.13.3.	Determinación de la demanda .....	87
3.13.4.	Estimación de los Costos .....	88
3.13.5.	Selección del precio definitivo.....	89
3.13.6.	Proyección de precios .....	89
3.14.	Estrategias para la plaza .....	89
3.14.1.	Estrategias para el producto .....	90
3.14.2.	Estrategias para el precio .....	95
3.14.3.	Estrategias promoción .....	95
3.15.	Conclusiones del estudio.....	97
<b>CAPÍTULO IV</b>		
4.	ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	99
4.1.	OBJETIVO GENERAL.....	99
4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	99
4.3.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	100
4.3.1.	MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO. ....	100
4.3.2.	Micro localización del proyecto. ....	101
4.4.	UBICACIÓN DE LA PLANTA.....	102
4.5.	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	103

4.5.1.	INFRAESTRUCTRA .....	103
4.5.2.	DISEÑO DE INSTALACIONES .....	103
4.6.	FLUJO GRAMA DEL PROCESO.....	106
4.6.1.	Proceso de producción de prendas infantiles .....	106
4.6.2.	Proceso de comercialización .....	107
4.6.3.	Proceso de venta del producto. ....	108
4.7.	PRESUPUESTO TÉCNICO.....	108
4.7.1.	VALORIZACION DE LAS INVERSIONES .....	108
4.7.2.	INVERSIÓN DE MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS .....	109
4.7.3.	INVERSIÓN DE MUEBLES Y ENSERES.....	110
4.7.4.	INVERSIÓN DE EQUIPO DE OFICINA.....	111
4.8.	INVERSION VARIABLE .....	112
4.8.1.	TALENTO HUMANO REQUERIDO .....	112
4.8.2.	MATERIA PRIMA DIRECTA.....	113
4.8.4.	GASTOS PUBLICIDAD .....	114
4.8.5.	GASTO FINANCIAMIENTO.....	114
4.9.	RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS .....	115
4.10.	CAPITAL DE TRABAJO .....	115
4.11.	INVERSIÓN.....	115
4.12.	Tamaño del proyecto .....	116
4.12.1.	Datos Técnicos.....	116
CAPÍTULO V		
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	117
5.1.	ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN Y SU FINANCIAMIENTO .....	117
5.2.	PROYECCIONES DE INGRESOS .....	118
5.2.1.	INGRESOS POR VENTA DE ROPA TEJIDA INFANTIL .....	118

5.3.	PROYECCIONES DE EGRESOS.....	118
5.3.1.	COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	119
5.3.2.	GASTOS OPERATIVOS .....	120
5.3.3.	GASTOS ADMINISTRATIVOS .....	121
5.3.4.	GASTOS DE VENTAS .....	123
5.3.5.	GASTOS FINANCIEROS .....	123
5.4.	BALANCE GENERAL INICIAL .....	125
5.5.	PROYECCIONES DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AL 2013.....	126
5.6.	FLUJO DE CAJA .....	128
5.7.	EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	128
5.7.1.	TASA DE REDESCUENTO MEDIO .....	128
5.7.2.	VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	129
5.7.3.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	129
5.7.4.	RELACIÓN COSTO BENEFICIO .....	131
5.7.5.	PERÍODO DE RECUPERACIÓN .....	131
5.8.	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	132
5.8.2.	PUNTO DE EQUILIBRIO EN INGRESOS .....	132
5.8.3.	PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES DE PRODUCCION.....	133
5.8.4.	REPRESENTACION GRAFICA.....	134
5.9.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	134
 CAPÍTULO VI		
6.	ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA.....	135
6.1.	Estructura administrativa .....	135
6.1.1.	Denominación de la microempresa.....	135

6.1.2.	Importancia.....	136
6.1.3.	Beneficiarios.....	136
6.1.4.	Sector económico.....	136
6.1.5.	Tipo de empresa.....	136
6.1.6.	Misión de la microempresa.....	136
6.1.7.	Visión de la microempresa. ....	136
6.1.8.	Objetivos, principios, reglas, valores de la microempresa.....	137
6.1.9.	Principios y valores.....	137
6.1.10.	Reglas de la empresa.....	137
6.1.11.	OBJETIVOS .....	138
6.2.	Estructura organizacional. ....	138
6.2.1.	Orgánico estructural. ....	138
6.2.2.	Niveles administrativos. ....	139
6.2.3.	Atribuciones y perfiles de los niveles administrativos.....	140
6.3.	MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE.....	140
6.3.1.	MANUAL DE FUNCIONES DE VENDEDOR.....	141
6.4.	Aspectos legales de constitución.....	142
6.4.1.	Requisitos para sacar el ruc .....	142
6.4.2.	Requisitos para la patente municipal .....	142
<b>CAPÍTULO VII</b>		
7.	IMPACTOS DEL PROYECTO.....	143
7.1.	Antecedentes. ....	143
7.2.	Análisis de impactos.....	144
7.2.1.	Impacto social.....	144
7.2.2.	Impacto económico. ....	145
7.2.3.	Impacto ambiental. ....	146

7.2.4.	Impacto educativo .....	147
7.2.5.	Impacto comercial. ....	149
7.2.6.	IMPACTO EMPRESARIAL.....	150
7.2.7.	Resumen general de impactos. ....	152
	CONCLUSIONES .....	153
	RECOMENDACIONES.....	154
	BIBLIOGRAFÍA.....	155
	LINCOGRAFÍA. ....	156
	ANEXOS	
	ANEXO 1 ENCUESTA DIRIJIDA A: FAMILIAS RESIDENTES DEL CANTON DE OTAVALO.....	158
	ANEXO 2 GUIA DE ENTREVISTA: .....	161
	ANEXO 3 ficha de observación.....	162
	ANEXO 4 ficha de observación.....	163
	ANEXO 5 Banco Central Del Ecuador .....	164
	ANEXO 6 Tabla Impuesto a la renta.....	165

## ÍNDICE DE CUADROS

cuadro 1 matriz de relación de diagnóstico .....	31
cuadro 2 tiempo en la actividad .....	38
cuadro 3 artesanía que comercializa .....	39
cuadro 4 expertas en tejido.....	40
cuadro 5 confeccion de modelos .....	41
cuadro 6 aceptación de modelos .....	42
cuadro 7 comercialización .....	43
cuadro 8 selección del modelo.....	44
cuadro 9 características de la lana.....	45
cuadro 10 capital de trabajo.....	46
cuadro 11 matriz aoor .....	47
cuadro 13 matriz de relación de estudio de mercado.....	65
cuadro 14 identificación de la población por parroquias.....	66
cuadro 15 condición de actividad (10 y más años) del cantón otavalo. ....	66
cuadro 16 grado de aceptación.....	68
cuadro 17 materia prima .....	69
cuadro 18 diseño de modelos .....	70
cuadro 19 aceptación de colores .....	71
cuadro 20 localización de la plaza .....	72
cuadro 21 canales de distribución.....	73
cuadro 22 logística de inventarios.....	74
cuadro 23 costo de la prenda .....	75
cuadro 24 nivel de precios .....	76
cuadro 25 exclusividad de la prenda.....	77
cuadro 26 medios de comunicación.....	78
cuadro 27 implementación de publicidad y cursos .....	79
cuadro 28 nacimientos en el ecuador .....	82
cuadro 29 nacimientos en el canton otavalo .....	83
cuadro 30 proyección de demanda para el primer año .....	83
cuadro 31 proyección de demanda anual .....	84
cuadro 32 oferta para el primer año .....	85

cuadro 33 proyección de la oferta de productos .....	85
cuadro 34 proyeccion de la oferta-demanda .....	86
cuadro 35 localizacion de tejedoras .....	86
cuadro 36 nacimientos en el canton otavalo .....	88
cuadro 37 costos directos e indirectos .....	88
cuadro 38 precio de venta .....	89
cuadro 39 proyeccion de precios chambras.....	89
cuadro 41 arriendo.....	108
cuadro 42 adecauciones.....	109
cuadro 43 maquinaria y herramientas.....	109
cuadro 44 muebles y enseres .....	110
cuadro 45 equipo de oficina.....	111
cuadro 46 resumen de inversión fija .....	112
cuadro 47 salarios y honorarios mensuales .....	112
cuadro 50 materia prima directa .....	113
cuadro 51 gasto de útiles de oficina.....	113
cuadro 52 gasto publicidad .....	114
cuadro 53 gasto financiamiento .....	114
cuadro 54 resumen de activos fijos.....	115
cuadro 55 resumen capital de trabajo .....	115
cuadro 56 inversion .....	116
cuadro 57 financiamiento.....	117
cuadro 58 ingreso por venta de prendas tejidas a mano.....	118
cuadro 59 modelo chombra .....	119
cuadro 60 modelo mameluco.....	119
cuadro 61 modelo poncho .....	120
cuadro 62 gasto salarios proyectados para los 5 años .....	121
cuadro 65 gastos servicios básicos y otros.....	121
cuadro 66 depreciación anual de equipo y muebles y enseres .....	122
cuadro 67 gasto de sueldos proyectados.....	122
cuadro 68 presupuesto publicidad atl .....	123
cuadro 69 datos para calcular el interés .....	123

cuadro 70 cuadro de amortización .....	124
cuadro 71 resumen de cálculo del interés.....	125
cuadro 72 balance de situación inicial.....	125
cuadro 73 estado de pérdidas y ganancias.....	127
cuadro 74 flujo de caja.....	128
cuadro 75 costo de capital .....	128
cuadro 76 período de recuperación .....	132
cuadro 77 manual de funciones del gerente .....	140
cuadro 79 manual de funciones de vendedor .....	141
cuadro 82 nivelación de impactos.....	143
cuadro 83 valoración de impactos .....	144
cuadro 84 impacto social .....	144
cuadro 85 impacto económico .....	145
cuadro 86 impacto ambiental.....	147
cuadro 87 impacto educativo .....	148
cuadro 88 impacto comercial.....	149
cuadro 89 impacto empresarial.....	150
cuadro 90 impacto general del proyecto .....	152

#### ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ilustración 1 exportaciones por tipo de producto .....	57
ilustración 2 modelos del producto.....	61
ilustración 3 provincia de nacimiento .....	81
ilustración 4 nacimientos en el canton otavalo .....	82
ilustración 5 características del producto .....	91
ilustración 6 punto santa clara .....	92
ilustración 7 punto damero.....	92
ilustración 8 punto arroz.....	93
ilustración 9 punto doble arroz.....	93
ilustración 10 punto jersey .....	94
ilustración 11 etiqueta.....	94
ilustración 12 volantes .....	96

ilustración 13 diseño pagina web .....	97
ilustración 14 mapa división política administrativa de imbabura .....	100
ilustración 15 mapa de otavalo .....	102
ilustración 16 distribución de instalaciones .....	103
ilustración 17 diseño de local comercial-punto de ventas .....	104
ilustración 18 area de tejido .....	104
ilustración 19 oficina de gerencia.....	105
ilustración 20 proceso de produccion de prendas .....	106
ilustración 21 proceso de comercialización .....	107
ilustración 22 proceso de venta de prendas.....	108
ilustración 23 nombre comercial .....	135
ilustración 24 logotipo .....	135
ilustración 25 organico estructural .....	138

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 tiempo en la actividad .....	38
GRÁFICO 2 artesanía que comercializa .....	39
GRÁFICO 3 expertas en tejido .....	40
GRÁFICO 4 confeccion de modelos .....	41
GRÁFICO 5 aceptación de modelos .....	42
GRÁFICO 6 comercialización .....	43
GRÁFICO 7 selección del modelo .....	44
GRÁFICO 8 características de la lana .....	45
GRÁFICO 9 capital de trabajo .....	46
GRÁFICO 10 grado de aceptación .....	68
GRÁFICO 11 materia prima.....	69
GRÁFICO 12 diseño de modelos.....	70
GRÁFICO 13 aceptación de colores .....	71
GRÁFICO 14 localización de la plaza .....	72
GRÁFICO 15 canales de distribución .....	73
GRÁFICO 16 logística de inventarios .....	74
GRÁFICO 17 costo de la prenda .....	75

GRÁFICO 18 nivel de precios.....	76
GRÁFICO 19 exclusividad de la prenda .....	77
GRÁFICO 20 medios de comunicación .....	78
GRÁFICO 21 implementación de publicidad y cursos.....	79

## INTRODUCCIÓN

### ANTECEDENTES

En el cantón de Otavalo se va desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano, se cuenta con la mano de obra capacitada en el tejido de ropa con alta calidad y la ubicación en donde se desarrolla el proyecto es una de las mejores ya que la ciudad de Otavalo es considerada un punto turístico renombrado a nivel mundial por sus artesanías y tejidos

Con la ejecución del proyecto se genera fuentes de trabajo, de esta manera disminuirá el porcentaje de desempleo, utilizando la mano de obra de la zona

Del problema descrito anteriormente se hace la necesidad de ir mejorando la elaboración y comercialización de la ropa infantil tejida a mano que permita en alto grado progresar económicamente a las personas que se dedican a la labor de tejer en la zona

Frente al problema escrito se plantea estructurar una microempresa de ropa infantil tejida a mano.

La información recopilada en este estudio de producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo servirá como un aporte para fomentar la habilidad de tejer a mano generando la utilización de la mano de obra local e ingresos económicos que repercutirán en el desarrollo de un alto nivel de vida de las artesanas; evitando que aumente el desempleo y la falta de desarrollo y la afluencia a grandes ciudades del país y del mundo.

La industria textil cuenta con tecnología de punta y su producción es en grandes cantidades pero tienen un alto impacto ambiental.

En nuestro medio las artesanías y los tejidos tienen un alta rentabilidad, los turistas buscan las cosas hechas a mano ya que valoran el trabajo del artesano, el problema es que los turistas ya no vienen a ser compras en el

mercado de los ponchos porque no encuentran la variedad de productos o todo esta industrializado.

Actualmente existen problemas que afectan a los artesanos, uno de ellos es la inexistencia en Otavalo una microempresa que brinde un producto exclusivo, sólo se dedican a tejer ropa a mano para niños esporádicamente y no tienen estándares de calidad, ni tienen promoción alguna en los diferentes mercados nacionales e internacionales.

Al no existir la comercialización adecuada es muy difícil encontrar prendas infantiles de calidad tejidas a mano, estas son codiciadas en el mercado local como internacional por su exclusividad y calidad de ser elaboradas de esa manera también se ha creado una tradición que es la de obsequiar a las futuras madres estos conjuntos.

Con el estudio de la factibilidad para la creación de la microempresa se dará una oportunidad de mejorar el ingreso económico de las amas de casa que se dedican a la elaboración de trajes tejidos a mano.

La presente investigación desarrollada permitirá aportar con una guía para un adecuado manejo técnico y una correcta utilización de los recursos existentes.

El presente proyecto es factible realizarlo debido a que se encuentra en la ciudad de Otavalo, otro factor para el desarrollo del mismo es que se dispone de la mano de obra, en lo referente al financiamiento se optará por créditos obtenidos en instituciones financieras de la región.

## JUSTIFICACIÓN

La información recopilada en este estudio de producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo servirá como un aporte para fomentar esta habilidad generando la utilización del talento humano local e ingresos económicos que repercutirán en el desarrollo de un alto nivel de vida de las artesanas; evitando que aumente el desempleo, la falta de desarrollo y la afluencia a grandes ciudades del país y del mundo.

La industria textil industrializada cuenta con tecnología de punta y su producción es en grandes cantidades pero tienen un alto impacto ambiental, por usar maquinarias que usan combustible y energía eléctrica.

En nuestro medio comercial las artesanías y los tejidos tienen una alta rentabilidad, debido a que los turistas buscan las cosas hechas a mano porque valoran el trabajo del artesano.

Actualmente existen problemas que afectan a los artesanos, uno de ellos es la falta de una microempresa en Otavalo que brinde un producto exclusivo de ropa tejida a mano, solo se dedican a tejer ropa esporádicamente y no tienen estándares de calidad, ni promoción alguna en los diferentes mercados nacionales e internacionales.

Al no existir la comercialización adecuada es muy difícil encontrar prendas infantiles de calidad tejidas a mano, estas son codiciadas en el mercado local como internacional por su exclusividad y calidad de ser elaboradas a mano, también se ha creado una tradición que es la de obsequiar a las futuras madres estos conjuntos.

Con el estudio de la factibilidad para la creación del microempresa se dará una oportunidad de mejorar el ingreso económico de las amas de casa que se dedican a elaboración de trajes tejidos a mano.

La presente investigación desarrollada permitirá aportar con una guía para un adecuado manejo técnico, una correcta utilización de los recursos existentes.

El presente proyecto es factible realizarlo debido a que se encuentra en la ciudad de Otavalo, otro factor para el desarrollo del mismo es que se dispone de la mano de obra, en lo referente al financiamiento se optará por créditos obtenidos en instituciones financieras de la región.

## **OBJETIVOS**

### **1.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

### **1.2. ESPECÍFICOS**

- 1.2.1 Realizar un diagnóstico del entorno situacional de la producción de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo.
- 1.2.2 Realizar un Estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda insatisfecha de ropa infantil tejida a mano
- 1.2.3 Diseñar el estudio técnico que justifique la ejecución del proyecto respecto a su estructura, análisis de la inversión, financiamiento y rentabilidad.
- 1.2.4 Diseñar el estudio económico financiero para determinar si es rentable.
- 1.2.5 Determinar los diferentes impactos: económico, social, ecológico, que generará la aplicación de la microempresa de ropa infantil tejida a mano.

## **CAPÍTULO I**

### **ESTRUCTURA DEL PROYECTO**

#### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

En la ciudad de Otavalo se elaboran artesanías como alpargatas, instrumentos musicales, tejidos en telar, ponchos, sombreros, prendas de vestir tejidas, la de mayor importancia es la artesanía textil por su calidad y, por este motivo la ropa de infantil tejida a mano es muy apreciada. Esta puede ser una oportunidad para implementar una microempresa dedicada a la producción y comercialización de este tipo de artesanía.

##### **1.1. Antecedentes**

La provincia de Imbabura está formada por seis cantones que son Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Ibarra, Urcuquí, y Pimampiro se encuentra limitada al Norte con la provincia del Carchi, al sur con Pichincha, al Este con la provincia de Napo y al Oeste con Esmeraldas. En la parte Este está accidentado por la cordillera Occidental, entre las cordilleras se encuentra la hoya del Chota, formada por el río Homón afluente del río Mira.

El clima de la provincia de Imbabura varía, existen tres climas diferentes desde las montañas de Intag, la prolongación del parque nacional de Cayapas, en las faldas occidentales del Cotacachi, hasta las frías regiones de los altiplanos. La temperatura de la provincia oscila entre 16C a 18C, fresca en la noche y tibia al medio día, el invierno inicia en el mes de septiembre, mientras que en agosto son los meses de verano en los cuales existen vientos fuertes.

Con la ejecución del proyecto se genera fuentes de trabajo, de esta manera disminuirá el porcentaje de desempleo, utilizando la mano de obra de la zona

La base de la artesanía textil en la ciudad de Otavalo depende de los talleres artesanales familiares y obreros asalariados, cada artesano jefe de taller tiene un promedio de tres personas que le ayudan a trabajar. Muchos de los tejedores trabajan solos o cuentan con la ayuda exclusiva de su esposa e hijos especialmente en la zona rural. Sin embargo los artesanos tienen un número no determinado de obreros no familiares.

El artesano textil tiene una larga trayectoria en el cantón Otavalo, casi todas las familias están ligadas de alguna manera a esta actividad de tejer, vender materia prima, arriendan locales comerciales, construyen telares, hacen sombreros, son intermediarios y ahora grandes exportadores.

Los tejidos elaborados por los artesanos Otavaleños se los puede encontrar en la feria que se realiza todos los días en el mercado de los ponchos, pero especialmente el sábado; esta se extiende por algunas calles de la ciudad donde los artesanos salen con sus productos a ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros.

La implementación de una microempresa de producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo para que todas las familias que se dedican a tejer tengan una organización, procesos para la calidad de las prendas, un beneficio económico y un mejor estilo de vida.

## **1.2. Objetivos diagnósticos.**

### **1.2.1. Objetivo general:**

Conocer el diagnóstico situacional del entorno del proyecto para establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que permitan determinar los diferentes medios de producción y comercialización

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la situación económica de las personas que se dedican al tejido de ropa infantil a mano en la ciudad de Otavalo.
- Determinar el talento humano que labora en esta actividad.
- Analizar los sistemas de producción de las artesanías
- Identificar los medios de Comercialización.

## **1.3. Variables diagnósticas**

Las variables a utilizar son:

- Situación económica
- Talento Humano
- Producción
- Comercialización

## **1.4. Indicadores**

### **1.4.1. Variable: situación económica**

- a) Actividad económica
- b) Inflación
- c) Riesgo país
- d) Recursos económicos

### **1.4.2. Variable: talento humano**

- a) Capacitación
- b) Competencias
- c) Experiencia
- d) Educación

1.4.3. Variable: Variable: producto

- a) Materia Prima
- b) Mano de Obra
- c) Costos indirectos de fabricación
- d) Control de Calidad
- e) Procesos

1.4.4. Variable: comercialización

- a) Oferta y Demanda
- b) Presentación del Producto
- c) Precio
- d) Ventas

### 1.5. Matriz de relación de diagnóstico

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	PÚBLICO META
Determinar la situación económica de las personas que se dedican al tejido de ropa infantil a mano en la ciudad de Otavalo.	Situación económica	Actividad económica Inflación Riesgo país Recursos económicos	Primaria	Entrevista Observación directa Encuesta Observación directa Entrevista	Artesanos Artesanos Artesanos Artesanos Directivos
Establecer el talento humano que labora en esta actividad.	Talento Humano	Capacitación Competencia Experiencia Educación	Primaria	Encuesta Entrevista Encuesta Encuesta	Artesanos Directivos Artesanos Artesanos
Analizar los sistemas de Producción de las Artesanías.	Producción	Materia Prima Mano de Obra Costos indirectos de fabricación Control de Calidad Procesos	Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Observación Observación	Artesanos Artesanos Artesanos Tejedoras Tejedoras
Identificar los diferentes medios de comercialización	Comercialización	Oferta y Demanda Presentación del Producto Precio Ventas	Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Artesanos Artesanos Artesanos Artesanos

CUADRO 1 Matriz de relación de diagnóstico

**FUENTE:** Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

**ELABORACION:** EL AUTOR

## 1.6. Identificación de la población

La Población de comerciantes artesanos ubicados en el Mercado Centenario, (Plaza de Ponchos), de la ciudad de Otavalo siendo 1.270 dedicados a esta actividad, según información proporcionada por el Ilustre Municipio de la Ciudad de Otavalo.

Para la realización de entrevistas se eligió al Sr. José Antonio Lema Presidente de UNAIMCO, como experto por su conocimiento de la situación económica, comercialización y producción de los artesanos,

## 1.7. Cálculo de las muestras

De acuerdo a la población de artesanos en la ciudad de Otavalo, se ha obtenido un total de 1.270 artesanos. Siendo la población mayor de 50 se aplicó un muestreo de población finita de la siguiente manera:

### FÓRMULA

$$n = \frac{N \times z_2 \times \delta}{\varepsilon_2(N - 1) + z_2 \delta^2}$$

$$n = \frac{1270 \times 1,96^2 \times 0,25}{0,05^2(1270 - 1) + 1,96^2 \times 0,25}$$

$$n = 295.1215853$$

$$n = 295 \text{ encuestas}$$

El resultado son 295 encuestas a aplicarse a los artesanos de la zona urbana de la ciudad de Otavalo

## **1.8. Instrumentos de investigación**

### **1.8.1. Información primaria**

- Para la presente investigación se realizó una observación directa en la ciudad de Otavalo, sobre los posibles lugares en los cuales se podría implementar el proyecto y las personas que se dedican al tejido a mano.
- También se realizó una entrevista dirigida al presidente de la asociación del mercado Centenario-Otavalo
- Se realizó una encuesta a 295 personas que se dedican a comercializar y a producir artesanías como ropa, telares, cerámica en la ciudad de Otavalo

### **1.8.2. Información secundaria**

La información secundaria que se utilizó en la elaboración del diagnóstico fue:

- Libros de metodología de la investigación.
- Libros especializados en actividad económica.
- Información de páginas oficiales de internet, sobre datos económicos y empresariales, demografía y tecnología.

## 1.9. Evaluación de la información

### 1.9.1. Resultados de la Observación Directa

- Indicador: Actividad económica

En la observación realizada en la ciudad de Otavalo se pudo determinar que existen lugares de mayor población la cual se dedican a elaborar tejido a mano y artesanías, entre ellas podemos citar en la comunidad de Peguche, Quichínche e Ilumán, las prendas se comercializan en el mercado centenario de Otavalo, el costo del servicio de tejido es de 7 a 8 dólares por conjunto.

- Indicador: procesos

En la observación realizada a las personas que elaboran ropa tejida a mano se pudo constatar que no poseen procesos estandarizados para sus labores y con un proceso se evitara desperdicio de materia prima, aumento de producción y control de calidad para competir con las demás prendas que se ofertan en el mercado nacional e internacional

### 1.9.2. Resultados de la Entrevista realizada al dirigente de la asociación de artesanos UNAIMCO.

- **ENTREVISTADO:** Sr. José Antônio Lema
- **CARGO:** Presidente
- Indicador: capacitación.

Se necesita la capacitación continua para innovar en los modelos a realizarse ya que los turistas les atraen mucho lo elaborado a mano y que cuiden el medio ambiente, en la UNAIMCO se dicta talleres de atención al cliente.

- Indicador: competencia

La principal competencia de los comerciantes de la Plaza de Ponchos que están asociados en el gremio de la UNAIMCO es el comercio desleal como las artesanías peruanas, bolivianas que no pagan impuestos al ingresar al país y se las comercializa como artesanía Otavaleña, la mayoría son de contrabando y tienen un precio menor en el mercado.

### **1.9.3. GUIA DE ENTREVISTA: dirigente de la asociación de artesanos UNAIMCO**

#### **1. ¿Cuál es el significado de UNAIMCO?**

Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo.

#### **2. ¿Quiénes se afilian a UNAIMCO?**

Todos los artesanos, no hay ninguna excepción.

#### **3. ¿Cuáles son los requisitos para afiliarse a UNAIMCO?**

- Copia de cédula de ciudadanía.
- Papeleta de votación.
- Fotografías
- Valor de \$12,00 por única vez al inscribirse.

**4. ¿Dónde residen los principales comerciantes y productores de artesanías en la ciudad de Otavalo?**

La mayoría de los productores son de la localidad y comunidades aledañas como Peguche, Ilumán, Cotacachi, y generan una fuente de trabajo para muchas familias dedicadas a la comercialización y producción de artesanías.

**5. ¿Cuál cree usted que son las principales competencias para la artesanía Otavaleña?**

Partiendo del punto de vista de los comerciantes y productores locales es la mercadería de otras zonas como el Perú, Bolivia, Colombia que la mayoría son de contrabando y tampoco elaborados a mano porque son productos hechos en industrias.

**6. ¿Cómo se les capacita a los artesanos de la asociación?**

Para el mejoramiento continuo y el aprovechamiento de la afluencia de turistas locales y extranjeros, se mantiene un diálogo con los comerciantes y productores para saber sus necesidades en materia legal, atención al cliente.

**7. ¿Con qué frecuencia compran los productos tejidos a mano?**

La frecuencia de compra de los productos podríamos decir que es de 3 a 4 prendas, por la variedad de colores y diseños

**8. ¿Cuál es el costo de la mano de obra para tejer ropa de bebe por las tejedoras?**

El valor del servicio de tejido es de 7 dólares a 8 dólares según el modelo y la dificultad al hacer el tejido

#### **1.10. Resultados y análisis de encuestas dirigidas a los artesanos de la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.**

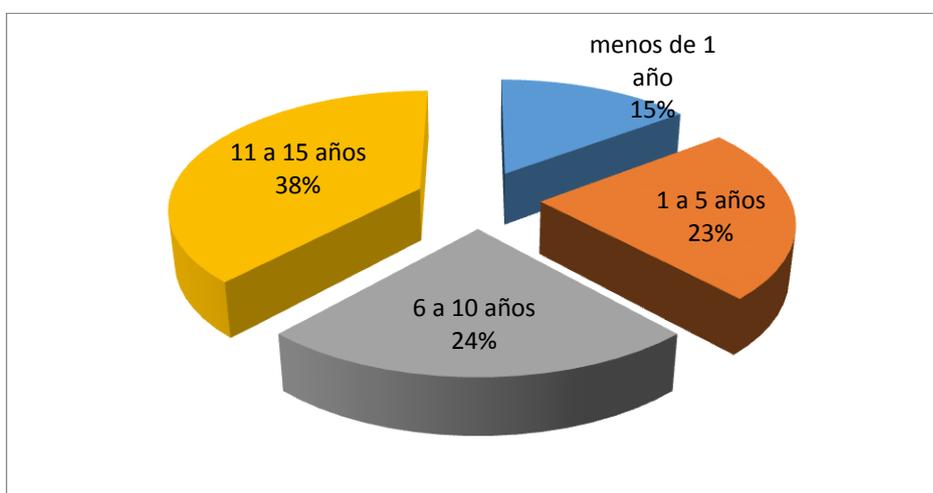
La encuesta se la realizó a una muestra de 295 artesanos de Otavalo de una población de 1270 personas (artesanos afiliados a la UNAIMCO según datos proporcionados por el municipio de Otavalo sin hacer ninguna distinción específica al encuestado. Los resultados obtenidos se detallan a continuación:

### 1.10.1. ¿Qué tiempo lleva usted en su actividad?

CUADRO 2 Tiempo en la actividad

PREGUNTA	%	PERSONAS ENCUESTADAS
menos de 1 año	15,00%	44
1 a 5 años	23,00%	68
6 a 10 años	24,00%	71
11 a 15 años	38,00%	112
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>295</b>

GRÁFICO 1 Tiempo en la actividad



Fuente: Diagnóstico  
Elaborado por: el autor

### Análisis

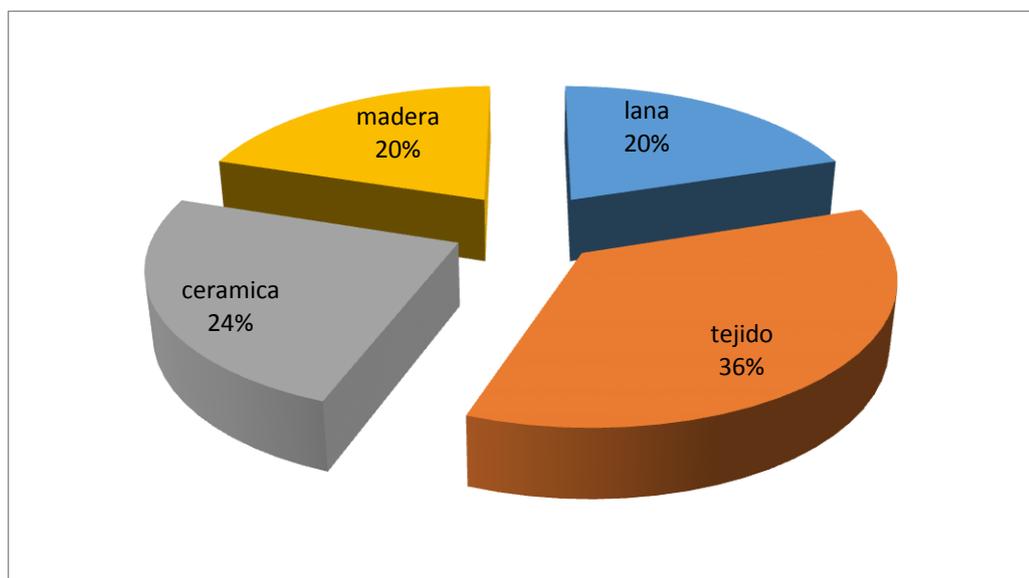
La actividad artesanal en Otavalo es una tradición propia de esta ciudad por lo que existe artesanos con algún tiempo en esta actividad resaltando que la mayoría de artesanos tienen muchos años de experiencia en la actividad.

### 1.10.2. ¿A qué actividad de artesanías se dedica?

CUADRO 3 Artesanía que comercializa

PREGUNTA	%	PERSONAS ENCUESTADAS
lana	20,00%	59
tejido	36,00%	106
cerámica	24,00%	71
madera	20,00%	59
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>295</b>

GRÁFICO 2 Artesanía que comercializa



Fuente: Diagnóstico  
Elaborado por: el autor

#### Análisis

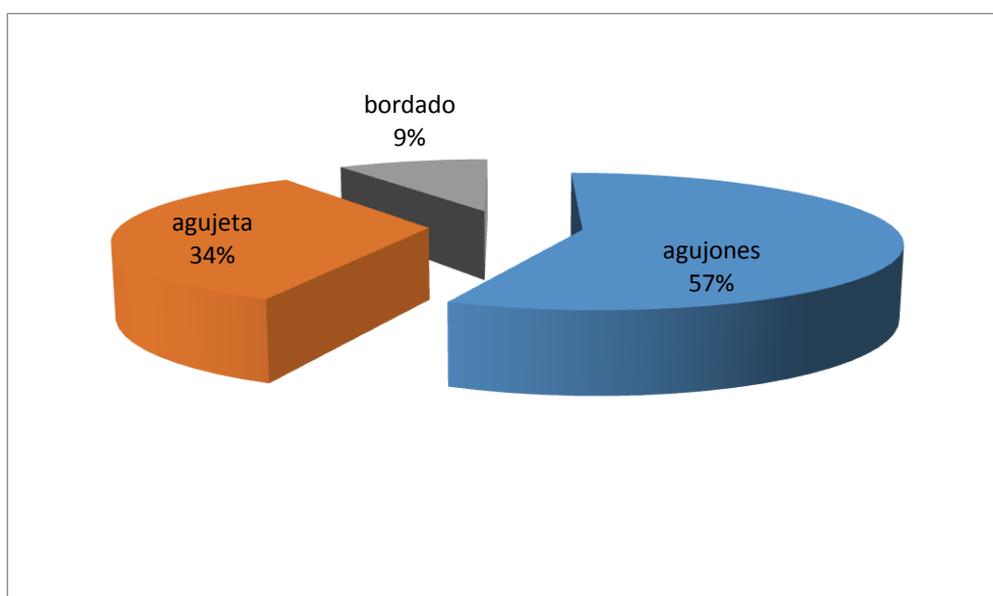
Al ser Otavalo una ciudad de clima frío se necesita ropa abrigada por lo que la mayoría de artesanos optaron por la comercialización de productos elaborados en lana, seguidos por los demás productos como artesanías de cerámica, madera y lana elaborada artesanalmente.

### 1.10.3. ¿Usted es experto en tejido con?

CUADRO 4 Expertas en tejido

PREGUNTA	%	PERSONAS ENCUESTADAS
agujones	57,00%	168
agujeta	34,00%	100
bordado	9,00%	27
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>295</b>

GRÁFICO 3 Expertas en tejido



Fuente: Diagnóstico  
Elaborado por: El autor

### Análisis

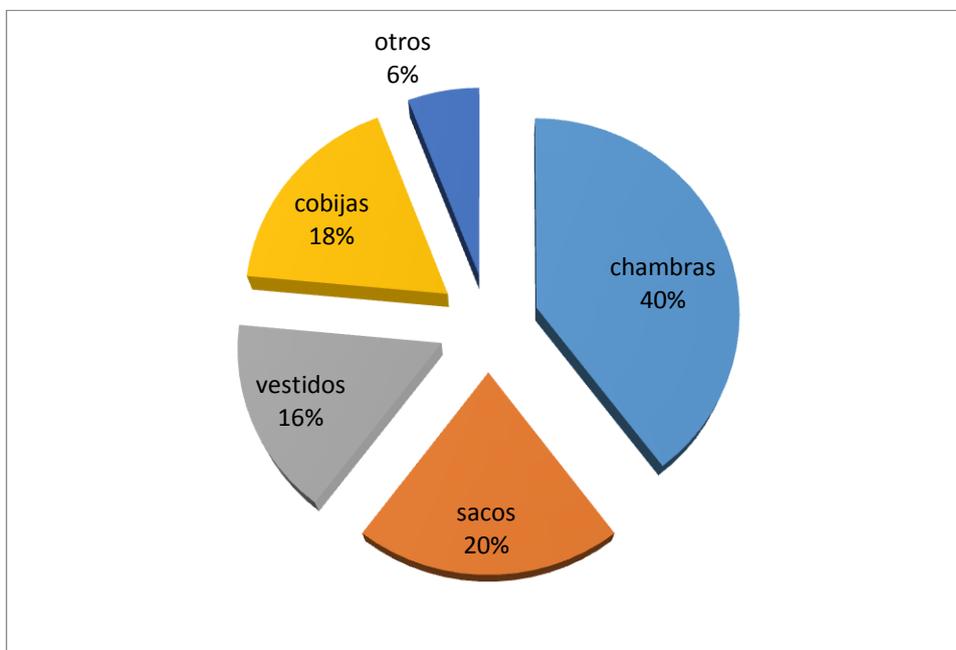
Las técnicas que utilizan para elaborar las prendas tejidas a mano, podemos ver que la técnica de tejer con agujones tiene el más alto porcentaje de la totalidad eso nos permite ver que la mano de obra especializada en un solo tejido es representativa para destacar esta técnica y los acabados con las técnicas restantes.

#### 1.10.4. ¿Que modelos usted confecciona?

CUADRO 5 Confeccion de modelos

PREGUNTA	%	PERSONAS ENCUESTADAS
chambras	40,00%	118
sacos	20,00%	59
vestidos	16,00%	47
cobijas	18,00%	53
otros	6,00%	18
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>295</b>

GRÁFICO 4 Confeccion de modelos



Fuente: Diagnóstico  
Elaborado por: El autor

#### Análisis

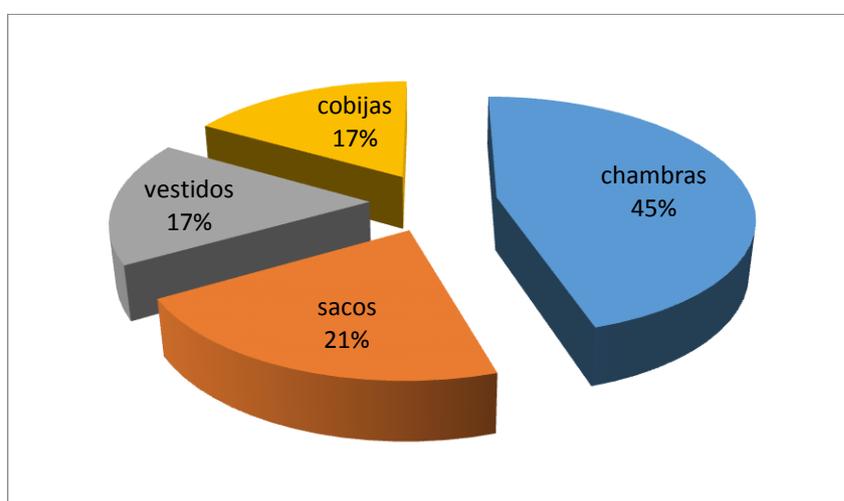
Podemos determinar que la mayoría de tejedoras se dedica a la confeccion de chambras, esto nos permite avisorar que la tradicion se mantiene vigente para la elaboracion del proyecto planteado, sin embargo debemos resaltar que los sacos, tienen el segundo lugar en la escala y siguen el orden las cobijas, vestidos son importantes para el proyecto esto significa que hay diversidad de productos.

**1.10.5. ¿Cuáles son las prendas más vendidas de ropa tejida a mano?**

**CUADRO 6 Aceptación de modelos**

<b>PREGUNTA</b>	<b>%</b>	<b>PERSONAS ENCUESTADAS</b>
<b>Chambras</b>	45,00%	133
<b>Sacos</b>	21,00%	62
<b>Vestidos</b>	17,00%	50
<b>Cobijas</b>	17,00%	50
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>295</b>

**GRÁFICO 5 Aceptación de modelos**



**Fuente:** Diagnóstico  
**Elaborado por:** El autor

**Análisis**

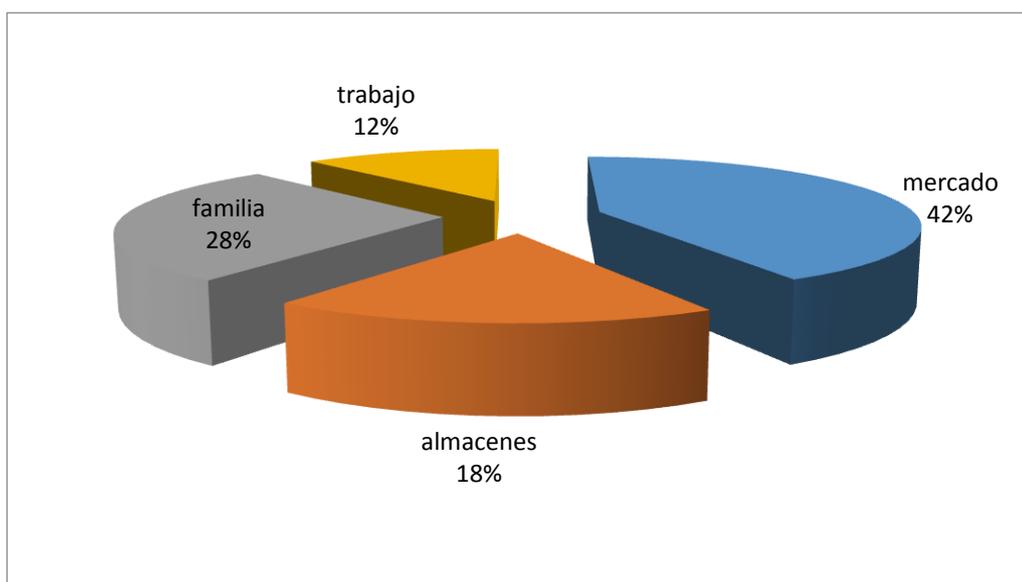
Podemos determinar que los modelos más vendidos o con más pedidos para los artesanos dedicados a tejer a mano son las chambras que se utilizan para los recién nacidos, como regalo y por los turistas a modo de recuerdo de la artesanía de Otavalo, después están los sacos, también son importantes las cobijas y los vestidos por sus pedidos.

### 1.10.6. ¿Dónde comercializa sus prendas tejidas a mano?

CUADRO 7 Comercialización

PREGUNTA	%	PERSONAS ENCUESTADAS
Mercado	42,00%	124
almacenes	18,00%	53
familia	28,00%	83
trabajo	12,00%	35
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>295</b>

GRÁFICO 6 Comercialización



Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: El autor

#### Análisis

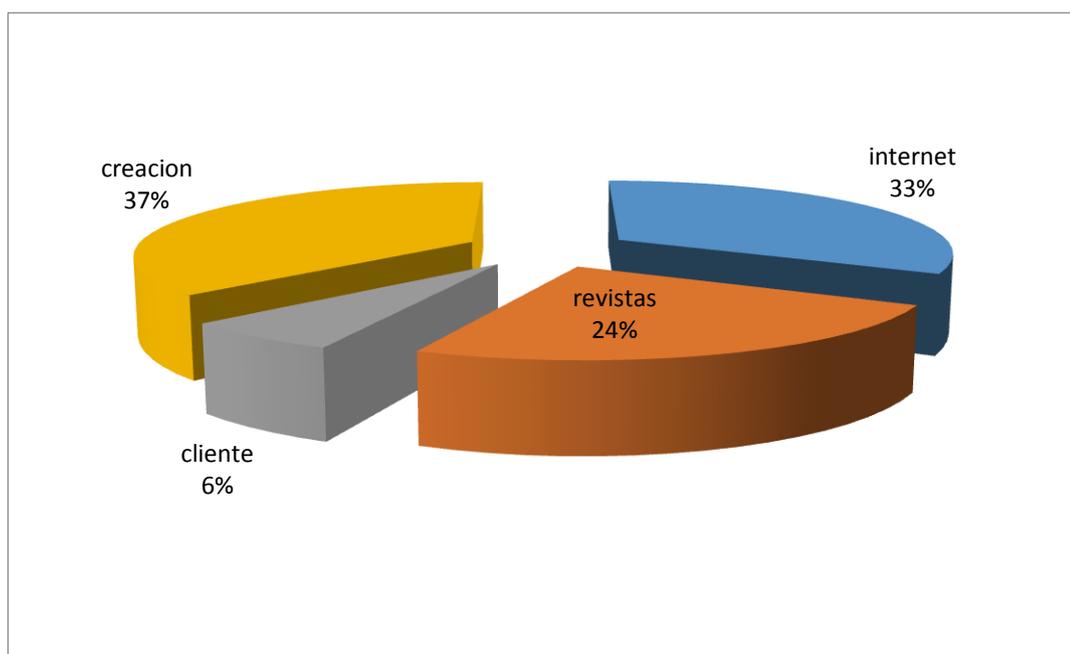
Se puede determinar que la mayoría de los artesanos comercializan sus prendas en el mercado, ya que en ese sector hay gran afluencia de personas nacionales y extranjeras, seguido por los pedidos de familiares o conocidos, en almacenes y en el trabajo las personas que tienen otra actividad.

### 1.10.7. ¿De qué forma selecciona usted el modelo a tejer?

CUADRO 8 Selección del modelo

PREGUNTA	%	PERSONAS ENCUESTADAS
internet	33,00%	97
revistas	24,00%	71
cliente	6,00%	18
creación	37,00%	109
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>295</b>

GRÁFICO 7 Selección del modelo



Fuente: Diagnóstico  
Elaborado por: El autor

#### Análisis

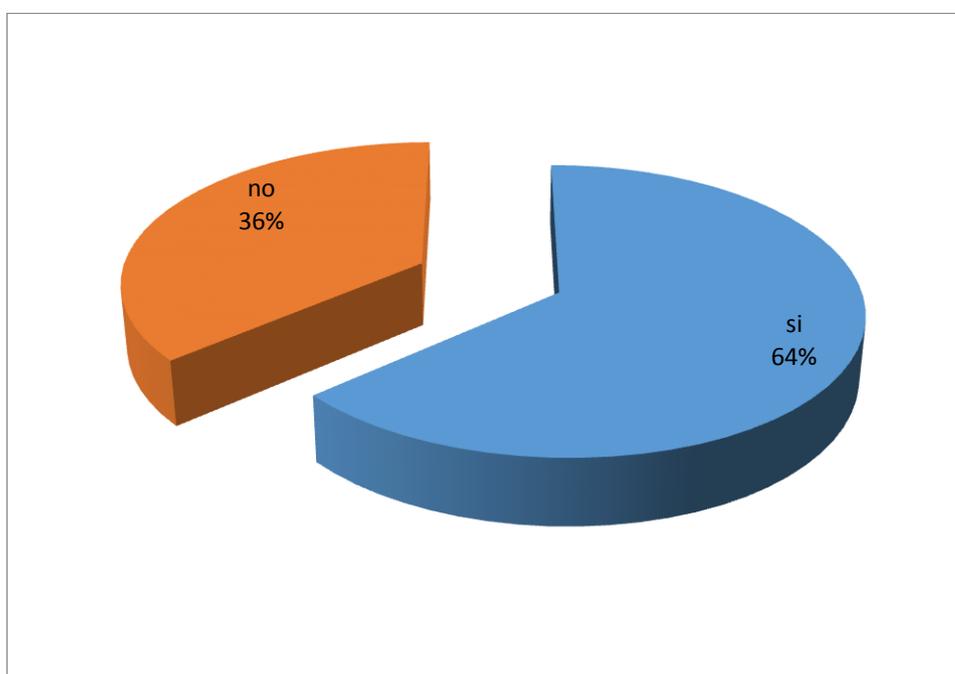
La mayoría de los artesanos usan sus creaciones para elaborar las prendas, no poseen variedad de modelos, el siguiente es el internet de esta forma hacen los pedidos los clientes cuando quieren un modelo en especial también con revista y por sugerencias de los clientes.

### 1.10.8. ¿Sus prendas son elaboradas con lana de marca?

CUADRO 9 Características de la lana

PREGUNTA	%	PERSONAS ENCUESTADAS
si	64,00%	189
no	36,00%	106
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>295</b>

GRÁFICO 8 Características de la lana



Fuente: Diagnóstico  
Elaborado por: El autor

#### Análisis

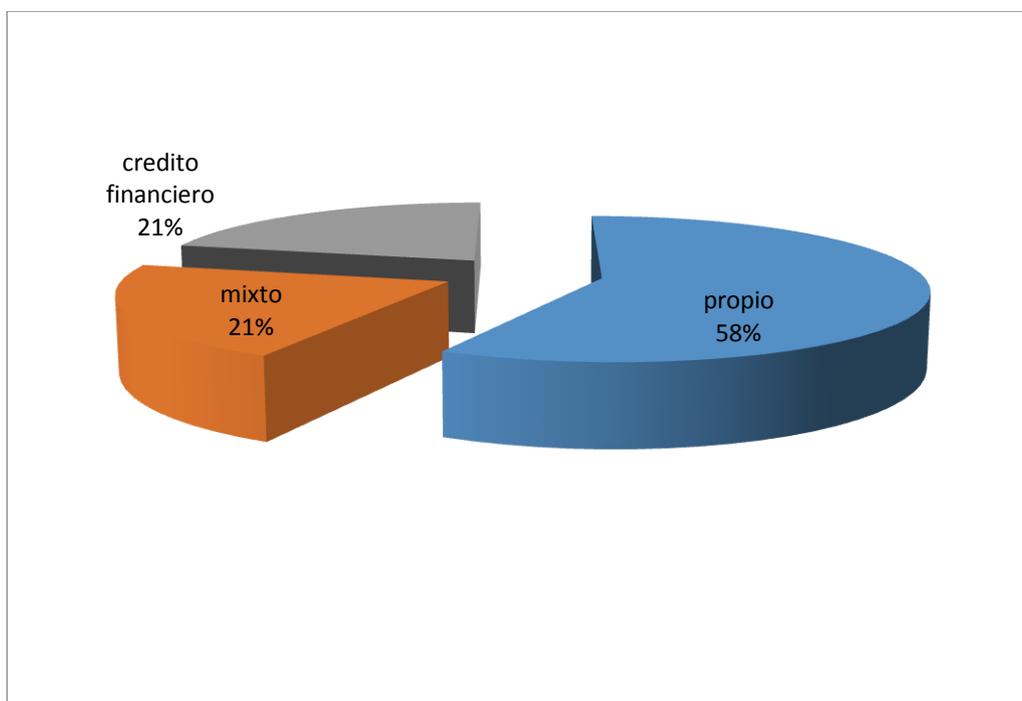
Es importante para dar un producto de calidad que la lana sea de materiales tipo alergénicos ya que son destinados para bebés y la mayoría utiliza lana comercial o de marca, mientras los demás, usa la elaborada artesanalmente.

### 1.10.9. ¿El capital invertido para su actividad es?

CUADRO 10 Capital de trabajo

PREGUNTA	%	PERSONAS ENCUESTADAS
propio	58,00%	171
mixto	21,00%	62
crédito financiero	21,00%	62
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>295</b>

GRÁFICO 9 Capital de trabajo



Fuente: Diagnóstico  
Elaborado por: El autor

#### Análisis

El capital que está invertido en la producción y comercialización de los productos en la mayoría de los artesanos es propio, con un porcentaje del 58%, ya que por lo general son negocios familiares, en los cuales todos aportan dinero, manifiestan que también es una inversión mixta, es decir capital propio y otra parte financiado, finalmente indica que el capital de trabajo lo obtienen a través de créditos financieros.

### 1.11. Construcción de la matriz AOOR (aliados, oponentes, oportunidades, amenazas)

Con los resultados de la información obtenida y la recopilación de Información de expertos en la producción y comercialización de ropa tejida a mano se procedió a construir la matriz AOOR.

#### MATRIZ AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociaciones de mujeres que se dedican a tejer</li> <li>• Personas que comercializan prendas tejidas a mano</li> <li>• Talleres de aprendizaje de tejido</li> <li>• Experiencia en la producción y comercialización de la prenda</li> <li>• Empresas de modas</li> <li>• Futuras madres y familiares</li> <li>• Proveedores locales de la materia prima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor tiempo de elaboración</li> <li>• Mano de obra no calificada</li> <li>• Prendas sustitutas industrializadas</li> <li>• Tecnología</li> <li>• Materia prima costosa no se la encuentra en el país</li> <li>• Falta de recursos económicos</li> <li>• Falta de organización</li> <li>• Manejo de la materia prima de manera no técnica</li> <li>• Poca publicidad</li> </ul>
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ropa tejida a mano</li> <li>• Lugar de venta altamente turístico</li> <li>• No tienen exclusividad en diseños</li> <li>• Mejorar el ingreso económico de las tejedoras</li> <li>• Apoyo para la creación de la microempresa de producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo aprovechamiento de los recursos</li> <li>• Competencia desleal</li> <li>• Tasas de interés muy altas</li> <li>• Éxodo de los tejedores a las urbes</li> <li>• Deserción de mano de obra calificada</li> <li>• Falta de materia prima de calidad</li> </ul>

CUADRO 11 MATRIZ AOOR

FUENTE: Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

ELABORACION: EL AUTOR

### **1.12. Determinar la oportunidad de la Inversión**

Concluido el diagnóstico situacional, se puede identificar la oportunidad de inversión

Se cuenta con el apoyo de las asociaciones de mujeres que se dediquen a tejer, Personas que comercializan prendas tejidas a mano, talleres de aprendizaje de tejido y con su experiencia en la producción y comercialización de la prenda dar un producto novedoso a las futuras madres y familiares

No existe una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ropa tejida a mano para recién nacidos al momento, con diseños exclusivos

Como conclusión, la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo es una buena alternativa de inversión si se respeta estrictamente el marco legal para este tipo de actividades.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. La microempresa**

##### **2.1.1. Definición de la microempresa**

MONTEROS, Edgar (2005) dice: “Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o prestación de servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, costos variables y gastos de fabricación”.

Se entiende como microempresa a la organización de personas emprendedoras, que generalmente se forman por decisión familiar, con el objetivo de obtener una rentabilidad económica, sin que exista la necesidad de invertir un gran capital para lograrlo.

##### **2.1.2. Importancia**

Para poder desarrollar su actividad la empresa necesita disponer de una tecnología que especifique que tipo de factores productivos precisa y como se combinan. Así mismo, debe adoptar una organización y forma jurídica que le permita realizar contratos, captar recursos financieros, si no dispone de ellos, y ejercer sus derechos sobre los bienes que produce.

Las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que representen un cambio en la estructura del empleo o más bien una nueva manera de visualizarla, se les otorga una creciente atención. Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial.

La Microempresa como dimensión de un sector económico, social y político de la sociedad de vieja data, precisa de aproximaciones conceptuales que permitan un acercamiento a su realidad, en el entendido que sus siempre parciales interpretaciones no cuenten con pretensiones hegemónicas ni totalizadoras.

La importancia del sector micro empresarial de un país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.

“Las microempresas abarcan una parte importante del empleo. Sea que representen un cambio en la estructura del empleo o más bien una nueva manera de visualizarla, se les otorga una creciente atención. Las microempresas son vistas como una nueva y potente alternativa para enfrentar problemas de empleo, desigualdad y pobreza, a escala nacional y mundial”.

Dice el sociólogo chileno Oscar Mac-Clure, en su trabajo, Las microempresas: ¿una solución a los problemas de empleo?, 2009. “Para responder a esta pregunta, que resurge de modo apremiante en períodos de crisis económica, resulta importante revisar, en primer lugar, de qué modo las microempresas permiten enfrentar los problemas de empleo o si, por el contrario, son negocios inestables y frágiles, que tienden al fracaso”. (p.159)

En segundo lugar, en este artículo se busca mostrar de modo empírico que el análisis del empleo en microempresas requiere considerar los ciclos económicos. Como se verá más adelante, se ha sostenido que en los períodos de crecimiento de la economía el sector “formal”, más productivo y con mejores remuneraciones, absorbe empleo “informal”. Por el contrario, en épocas de disminución del ritmo de crecimiento de la economía, las microempresas actuarían como un colchón frente a la caída del empleo, proporcionando una alternativa ocupacional, aunque precaria, para los desocupados.

## **2.2. EMPRESA**

**IBORRA**, María, (2008) dice: “Una empresa se define como una institución en la que un conjunto de personas transforman diversos recursos en bienes y/o servicios que satisfagan las necesidades humanas con la finalidad de obtener beneficios para distribuir entre sus propietarios. Las relaciones entre las personas y los recursos de la empresa se organizan a través de una estructura, de un conjunto de procedimientos y reglas establecidos”

La empresa es una unidad económica con un fin de provecho, que produce bienes y servicios a través de la transformación de sus recursos tangibles, intangibles y humanos con el fin de obtener un beneficio, sea de forma lucrativa o no lucrativa para sus socios y todos quienes conforman la empresa.

### **2.2.1. OBJETIVOS DE LA EMPRESA**

Los objetivos generales de la empresa son hechos con las motivaciones personales de los socios que deben responder a las áreas organizacionales y pueden ser:

- a) Objetivos de servicio.
- b) Objetivos económicos.
- c) Objetivos sociales.
- d) Objetivos de desarrollo.

### **2.2.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS**

#### **a) SEGÚN SU NATURALEZA**

- Industriales; aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.
- Comerciales; aquellas que se dedican a la compra y venta de productos, convirtiéndose en intermediarias, entre productores y consumidores.
- Servicios; aquellas que se dedican a la generación y venta de productos intangibles, destinados a satisfacer necesidades complementarias de seguridad, protección, desarrollo, tecnificación, mantenimiento, custodia de valores, etc.

## **2.3. La contabilidad**

### **2.3.1. Definición**

Según BRAVO Mercedes, (2009), manifiesta: “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en un empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable.” (p. 1)

### **2.3.2. El proceso contable**

Según BRAVO Mercedes, (2009), manifiesta: “Se denomina también ciclo contable, constituye la serie de pasos o la secuencia que sigue la información contable desde el origen de la transacción hasta la presentación de los Estados Financieros” (p. 33)

El ciclo contable contiene:

- Comprobantes o Documentos Fuente
- Estado de Situación Inicial
- Libro Diario
- Libro Mayor

- Libros Auxiliares
- Balance de Comprobación
- Hoja de Trabajo
- Ajustes y Resultados
- Cierre de Libros
- Estados Financieros

### **2.3.3. Contabilidad de costos**

Según CHILQUINGA Manuel, Costos (2007), manifiesta: “La contabilidad de costos es un sistema contable especial, cuyo objetivo principal es proporcionar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio” (p. 5)

La contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo del servicio que se va a prestar.

- Materia prima

Según CHILQUINGA Manuel, Costos (2007), manifiesta: “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semi-elaborado” (p. 9)

- Mano de obra

Según CHILQUINGA Manuel, Costos (2007), manifiesta: “Es la fuerza de trabajo que participa directa o indirectamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervenga manualmente o accionando máquinas” (p. 10)

- Otros gastos

Según CHILQUINGA Manuel, (2007), manifiesta: “Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican no se identifican con un solo proceso productivo” (p. 10)

#### **2.3.4. Estados financieros**

Según BRAVO Mercedes, (2009), manifiesta: “Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía a través de varios Estados Financieros.” (p. 289)

##### a) Objetivos

- Proporcionar información útil para la toma de decisiones de inversión y de préstamos.
- Para que la información sea útil, debe ser pertinente confiable y comparable.
- La información pertinente es útil para tomar decisiones y evaluar el desempeño pasado de la empresa, es confiable cuando está libre de errores importantes y libres de prejuicios desde un punto de vista particular.
- La información comparable se puede comparar de un periodo a otro para ayudar a los inversionistas y acreedores a seguir el progreso del negocio a través del tiempo.

##### b) Clasificación

- El Estado de Resultados, de Situación Económica o Estado de Pérdidas de Ganancias.
- Estado de Ganancias Retenidas o Estado de Superávit
- Estado de Situación Financiera o Balance General
- Estado de Flujo de Efectivo
- Estado de Cambios en el Patrimonio.

## 2.4. Aspectos legales para la exportación de artesanías

### 2.4.1. Requisitos y trámites para exportar

- **. Registro como exportador**

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

1. Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/quest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

2. Registrarse en el portal de ECUAPASS:

(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

- Aquí se podrá:
  - a. Actualizar base de datos
  - b. Crear usuario y contraseña
  - c. Aceptar las políticas de uso
  - d. Registrar firma electrónica

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.

El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.

Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

[http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action) 24-04-2014

- **Proceso para exportar**

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

Del exportador o declarante

Descripción de mercancía por ítem de factura

Datos del consignante

Destino de la carga

Cantidades

Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

Factura comercial original.

Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).

Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

Canal de Aforo Documental

Canal de Aforo Físico Intrusivo

Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entendiéndose con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

Revisar boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativos.

**Fecha de actualización: Diciembre 2012**

[http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)

24-04-2014

## 2.4 Cuadro estadístico de exportaciones

Ilustración 1 **EXPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO**



**Fuente:** Asociación de industriales textiles de Ecuador, año 2012  
**Elaborado por:** El Autor

## 2.5. Estudio de factibilidad

Es también conocido como estudio de viabilidad es el análisis financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital que generan ingreso: renta, salario y ganancia

[www.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_factibilidad](http://www.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad) 24/04/2014

Según la publicación de la página de internet concluye que el estudio de factibilidad es el análisis comprensivo y detallado que sirve para recopilar

datos sobre el desarrollo del proyecto y en base a ello tomar la decisión sobre si es factible o no realizar la inversión.

## **2.6. MICROEMPRESA TEXTIL**

### **2.6.1. Definición**

Para Baca Urbina Gabriel, Edición 2008, define como: “La microempresa textil “es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los US \$20.000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio”.

La microempresa textil es un fenómeno social de indiscutible importancia para el país, ya que comprende el 65% de la población económicamente activa. Los ecuatorianos somos grandes emprendedores. Decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años en empresarios de microempresas.

A través del Decreto Legislativo N° 705, se define microempresa:”a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, de comercialización de bienes o de prestación de servicios”.

### **2.6.2. Objetivos de la microempresa textil**

Toda microempresa ya sea esta de productos o servicios tiene como objetivo principal recibir una ganancia o utilidad a cambio de lo que ofrece a sus clientes. Adicionalmente se puede hablar que los principales objetivos que persigue la microempresa son:

Aumentar las ganancias.

Crecimiento y expansión de la Microempresa.

Incremento de la productividad.

Responder a las demandas concretas de los consumidores.

Crear nuevos productos y servicios.

Generar empleos.

## **2.7. El diagrama de flujo**

Es la representación gráfica del algoritmo o proceso. Se utiliza en disciplinas como programación, economía, procesos industriales y psicología cognitiva.

En Lenguaje Unificado de Modelado (UML), un diagrama de actividades representa los flujos de trabajo paso a paso de negocio y operacionales de los componentes en un sistema. Un diagrama de actividades muestra el flujo de control general.

En SysML el diagrama de actividades ha sido extendido para indicar flujos entre pasos que mueven elementos físicos. Los cambios adicionales permiten al diagrama soportar mejor flujos de comportamiento y datos continuos.

Estos diagramas utilizan símbolos con significados definidos que representan los pasos del algoritmo, y representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y de fin de proceso.

[http://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama\\_de\\_flujo](http://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_flujo) 24/04/2014

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. PRESENTACIÓN**

La ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo se ha mantenido en un constante desarrollo y en la actualidad proporciona el sustento para muchas familias, ya que es la principal actividad productiva de la zona. Y a la vez es parte fundamental para que a través del turismo se haya convertido en un mercado dinámico.

La falta de procesos de elaboración de acuerdo a los requerimientos de los clientes, para tener una línea de producción y comercialización adecuada para posesionarse en el mercado como una prenda tradicional y emblemático de nuestra ciudad, determinar la manera de comercialización más conveniente para las personas dedicadas a la actividad de tejer, lamentablemente en la mayoría de los casos es de una manera precaria, y sin organización, no tienen publicidad ni puntos determinados de venta, no se ha logrado desarrollar fuertemente este producto, ya que en la actualidad los consumidores son muy exigentes y las prendas producidas que se ofertan no cumplen con todo lo requerido por las madres de familia.

El presente trabajo se sustenta en investigar la posibilidad de implementar alternativas de mejoramiento en procesos de producción y comercialización, por lo cual propone desarrollar procesos que permita aumentar la producción, optimizar los costos, crear productos con nuevos diseños y modelos, lograr niveles de alta productividad y competitividad.

La producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano está dirigido a un mercado específico que cumplen con criterios tales como el factor climático, factor económico, que determinan la decisión de compra del consumidor.

#### **3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

Ilustración 2 **MODELOS DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Investigación directa, año 2013  
**Elaborado por:** El Autor

El producto tejido a mano es una confección con desarrollo productivo, que utiliza materias primas de calidad, lo cual brinda calidez y suavidad, que es ideal para vestir en zonas de clima frío y demás por sus diseños novedosos.

El producto a elaborarse es ropa infantil tejida a mano, lo usualmente conocido como chambritas para niños y niñas de 0 a 24 meses.

### **3.2.1. Productos sustitutos**

La identificación de productos sustitutos supone la búsqueda de otros productos que puedan satisfacer la misma necesidad, en este caso los productos sustitutos de la ropa de bebé tejida a mano son las prendas de tela, algodón, hilo, entre otros que se expenden en fábricas como Pinto, estas prendas son un poco más económicas, son productos que generalmente se usan por debajo de la ropa de lana o como sustitutos en el caso de que los niños tengan algún tipo de alergia a la ropa de lana.

### **3.2.2. Competencia directa**

En la actualidad existen algunas comercializadoras que tienen talleres propios, pero a su vez también subcontratan con talleres algunas prendas; de cualquier forma, ya se ha mencionado anteriormente, la tendencia es que las comercializadoras subcontraten la costura o ensamble de piezas que no les representan mayor valor agregado y competitividad. Es necesario indicar que empresa comercializadora se encargara de la confección, producción y comercialización directa de sus prendas.

## **3.3. OBJETIVOS**

### **3.3.1. OBJETIVO GENERAL**

Conocer el grado de aceptación de los productos que van a fabricarse en la microempresa.

### **3.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Identificar las características y atributos del producto a comercializarse.
2. Determinar el lugar de venta y comercialización de ropa de bebe en la ciudad de Otavalo.
3. Analizar costos de producción para determinar el precio del producto

4. Identificar los medios por los cuales se dará a conocer la comercialización de los productos.

### **3.3.3. Variables**

- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción

### **3.3.4. Indicadores**

- a) Producto
  - ◆ Grado de aceptación
  - ◆ Materia Prima
  - ◆ Diseño
  - ◆ Colores
- b) Plaza
  - ◆ Localización
  - ◆ Canales de distribución
  - ◆ Logística
- c) Precio
  - ◆ Costos
  - ◆ Nivel de Precios
  - ◆ Exclusividad
- d) Promoción
  - ◆ Medios tradicionales
  - ◆ Medios no tradicionales
  - ◆ Cursos

### 3.4. Matriz de relación de estudio de mercado

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>ORIGEN</b>
Identificar las características del producto que se va a comercializar.	Producto	Grado de aceptación Materia prima Diseño Colores	Primaria Secundaria	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Clientes Clientes Clientes Clientes
Determinar el lugar de venta y la comercialización de la ropa de bebe en la ciudad de Otavalo.	Plaza	Localización Canales de distribución logística	Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta	Clientes Clientes Clientes
Analizar costos de producción para determinar el precio del producto	Precio	Costos Niveles de precios exclusividad	Primaria	Entrevista Encuesta Encuesta	Productor Clientes Clientes
Identificar los medios por los cuales se dará a conocer la comercialización de los productos.	Promoción	Medios tradicionales Medios no tradicionales Cursos	Primaria	Encuesta Encuesta Encuesta	Clientes Clientes Clientes

CUADRO 12 Matriz de relación de estudio de mercado

**FUENTE:** Formulación de Objetivos, Variables e Indicadores

**ELABORACION:** EL AUTOR

### 3.5. Identificación de la población

La población del cantón Otavalo es de 104.874 habitantes, de los cuales se considera como universo motivo de la investigación al segmento de la población económicamente activa tanto hombres como mujeres, los mismos que de acuerdo al censo de población y vivienda (CPV-2010), es de 42.553 personas.

CUADRO 13 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN POR PARROQUIAS

<b>CANTÓN OTAVALO</b>	<b>PARROQUIAS</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
	DR. MIGUEL EGAS CABEZAS	2.344	2.539	4.883
	EUGENIO ESPEJO (CALPAQUI)	3.499	3.858	7.357
	GONZALEZ SUAREZ	2.753	2.877	5.630
	OTAVALO	25.274	27.479	52.753
	PATAQUI	128	141	269
	SAN JOSE DE QUICHINCHE	4.142	4.334	8.476
	SAN JUAN DE ILUMAN	4.186	4.398	8.584
	SAN PABLO	4.701	5.200	9.901
	SAN RAFAEL	2.561	2.860	5.421
	SELVA ALEGRE	858	742	1.600
	<b>Total</b>	<b>50.446</b>	<b>54.428</b>	<b>104.874</b>

FUENTE: Censo de población y vivienda (CPV-2010)  
ELABORADO POR: EL AUTOR

CUADRO 14 CONDICIÓN DE ACTIVIDAD (10 Y MÁS AÑOS) DEL CANTÓN OTAVALO.

<b>Condición de Actividad (10 y más años) del Cantón Otavalo.</b>		<b>PEA</b>	<b>PEI</b>	<b>Total</b>
	Hombre	24.437	14.110	38.547
	Mujer	18.116	24.629	42.745
	<b>Total</b>	<b>42.553</b>	<b>38.739</b>	<b>81.292</b>

FUENTE: Censo de población y vivienda (CPV-2010)  
ELABORADO POR: EL AUTOR

La fórmula que ha permitido encontrar la muestra es:

“n” = tamaño de la muestra

“N” = tamaño de la población (42.553 potenciales consumidores)

“δ” = varianza de población, valor constante (0,25)

“z” = nivel de confianza, valor constante es de 95% (dos colas equivalente a 1,96)

“ε” = nivel de error (5% para población finita)

N-1 = es una corrección que se usa para muestras mayores de 30

#### FÓRMULA

$$n = \frac{N \times z_2 \times \delta}{\varepsilon_2(N - 1) + z_2 \delta^2}$$

$$n = \frac{42.553 \times (1,96)^2 \times 0,25}{(0,05)^2(42.553 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$

$$n = \frac{40.867,9012}{106,38 + 4,0916}$$

$$n = \frac{40.867,9012}{110,4716} = 389,94$$

$$\mathbf{N = 389}$$

La muestra del universo serán 389 habitantes de la ciudad de Otavalo.

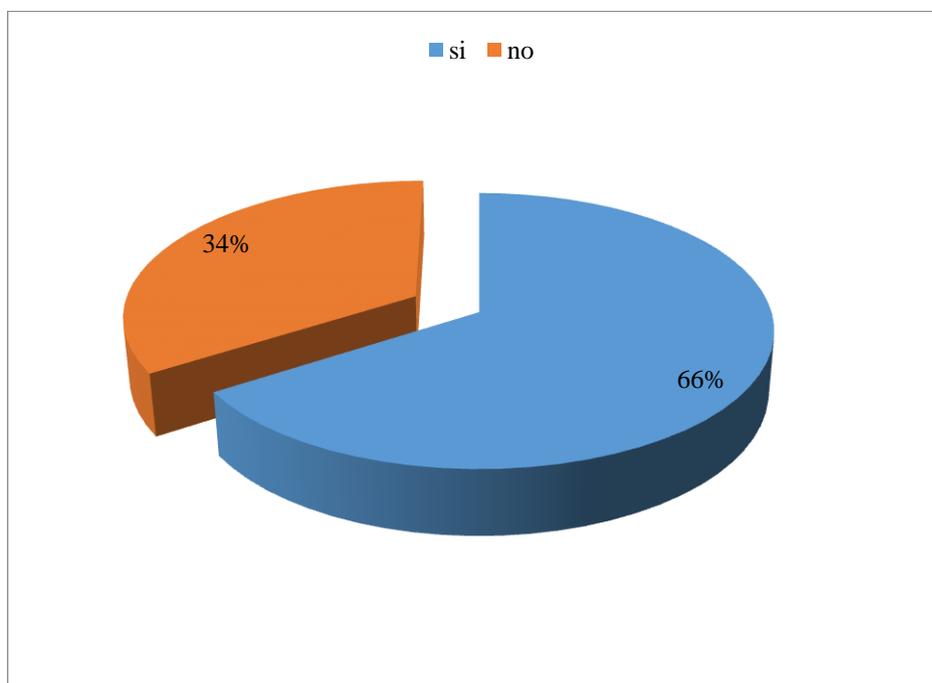
### 3.6. Tabulación y procesamiento de la información

#### 3.6.1. ¿Le gustaría comprar ropa infantil tejida mano?

CUADRO 15 Grado de aceptación

Nº	INDICADOR	F	%
1	SI	256	65,79
2	NO	133	34,21
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 10 Grado de aceptación



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

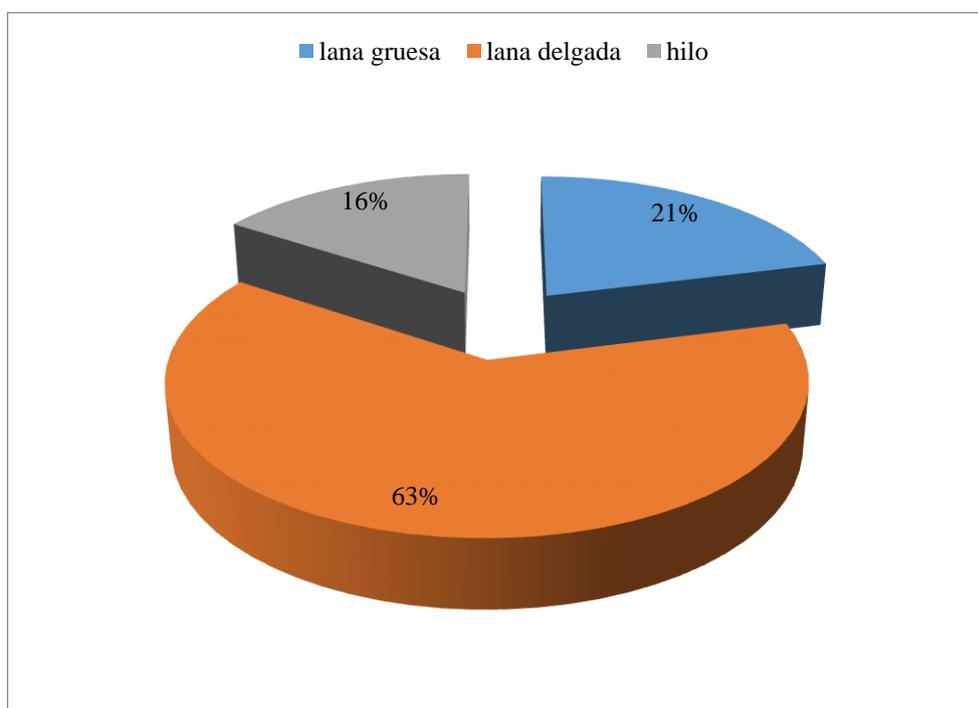
Mediante el gráfico podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas prefieren comprar ropa tejida a mano, mientras que en un porcentaje menor, no está dispuesto a comprar por falta de conocimiento.

**3.6.2. ¿Qué característica de lana prefiere que sea confeccionada las prendas de vestir?**

CUADRO 16 Materia prima

Nº	INDICADOR	F	%
1	LANA GRUESA	82	21,05
2	LANA DELGADA	246	63,16
3	HILO	61	15,79
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 11 Materia prima



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

**ANÁLISIS:**

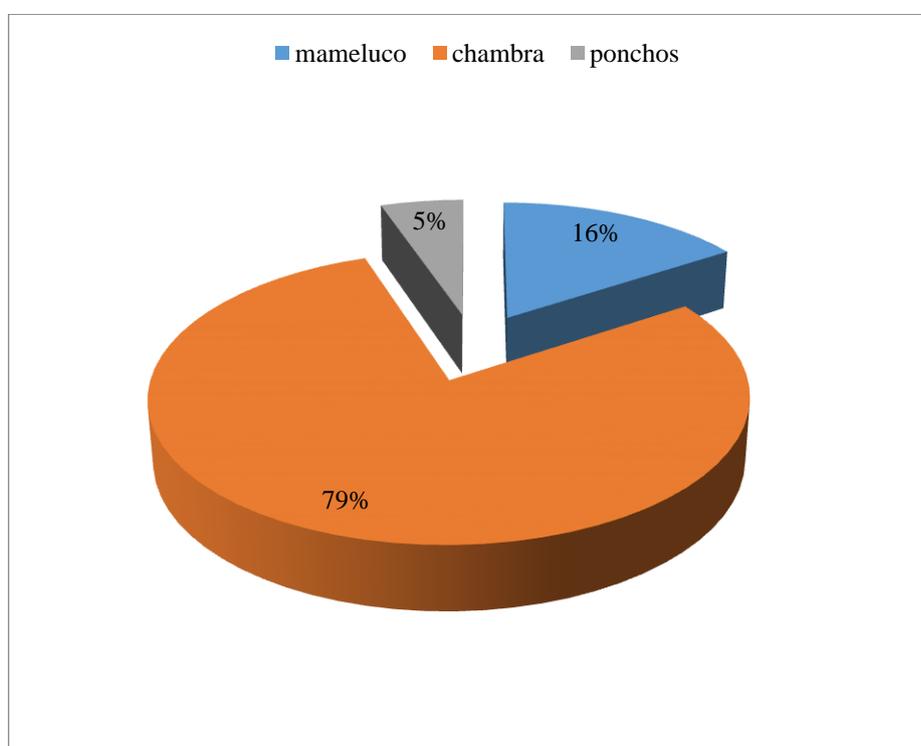
Se puede observar que un buen número de las personas a quienes se les preguntó buscan características específicas en las prendas como lana delgada, seguido con un porcentaje menor prefiere la gruesa.

### 3.6.3. ¿Qué modelos le gusta comprar en ropa infantil tejida:

CUADRO 17 Diseño de modelos

Nº	INDICADOR	F	%
1	MAMELUCO	61	15,79
2	CHAMBRA	307	78,95
3	PONCHOS	20	5,26
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 12 Diseño de modelos



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

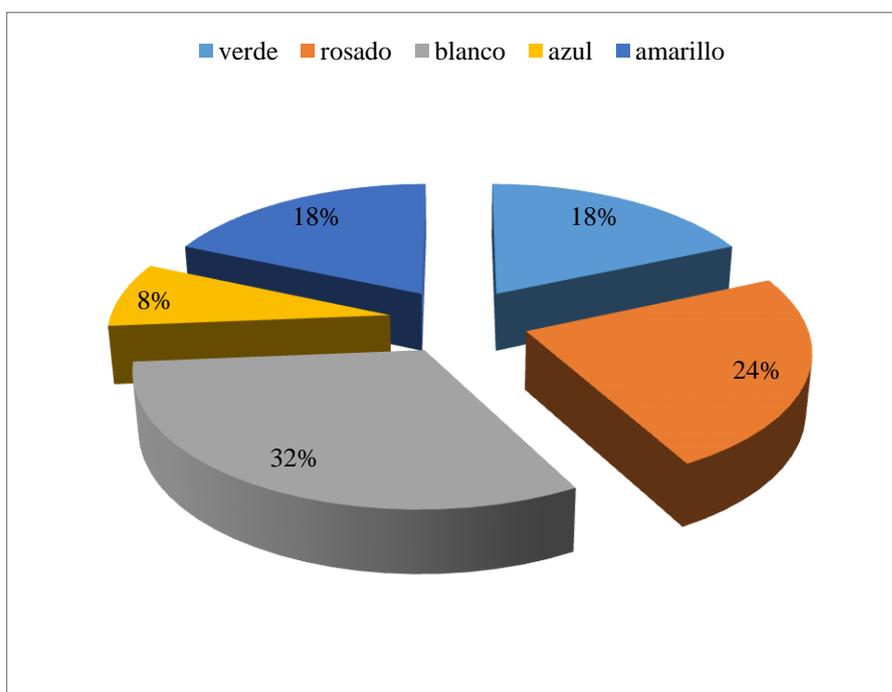
En base al gráfico se observa que las chambras y mamelucos son los que más demanda tienen en el mercado ya que tienen un grado de aceptación alto respectivamente, por lo tanto el proyecto se inclinará con más razón a la elaboración de dichas prendas por considerarse un elemento a satisfactorio por parte de los consumidores.

### 3.6.4. ¿Qué colores le gustaría comprar?

CUADRO 18 Aceptación de colores

Nº	INDICADOR	F	%
1	VERDE	72	18,42
2	ROSADO	92	23,68
3	BLANCO	123	31,58
4	AZUL	31	7,89
5	AMARILLO	72	18,42
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 13 Aceptación de colores



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

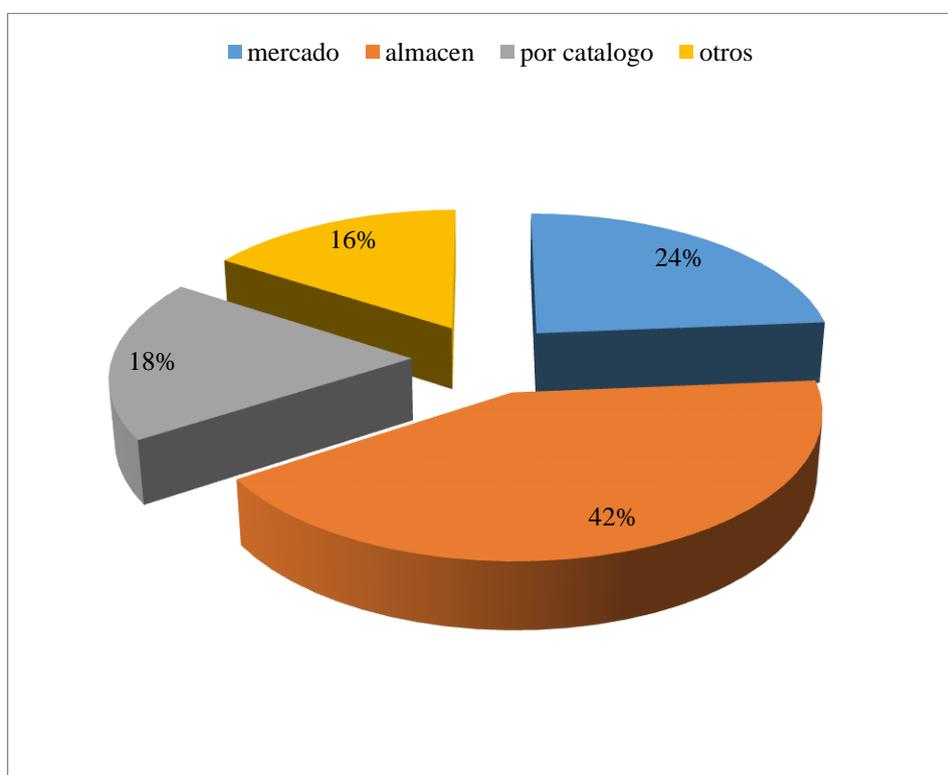
En base al gráfico se observa que el color blanco es el más solicitado ya que es un color unisex, en segundo lugar de aceptación está el rosado y en tercer lugar está el color verde y amarillo.

### 3.6.5. ¿En dónde prefiere adquirir este tipo de ropa en la ciudad de Otavalo?

CUADRO 19 Localización de la plaza

Nº	INDICADOR	F	%
1	MERCADO	92	23,68
2	ALMACEN	164	42,11
3	POR CATALOGO	72	18,42
4	OTROS	61	15,79
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 14 Localización de la plaza



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

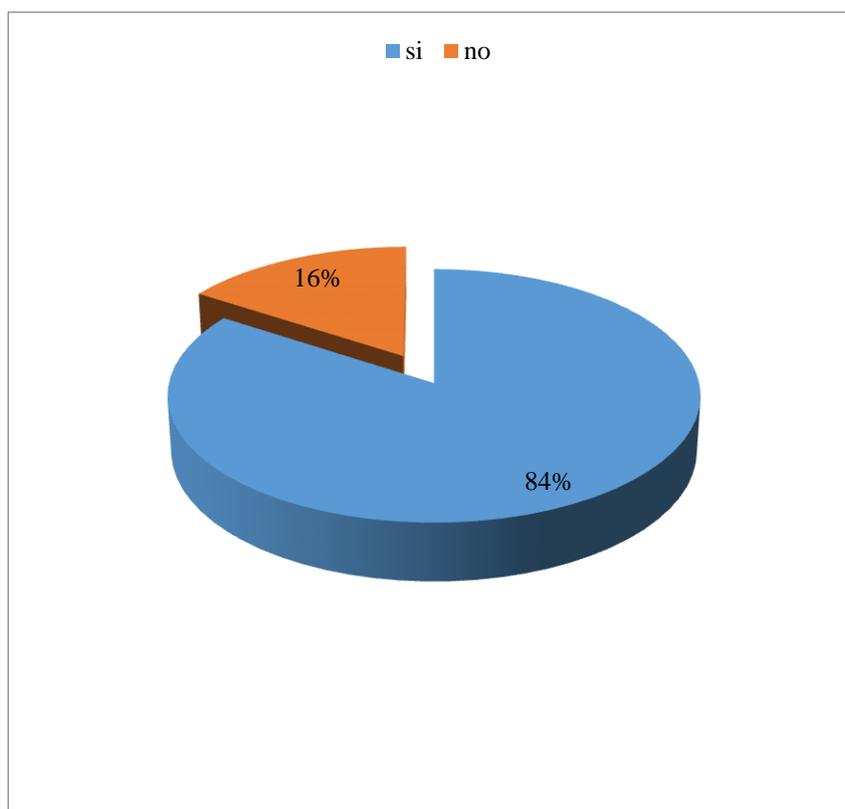
Tomando en cuenta los gustos y necesidades de las consumidoras el de en la mayoría de los casos prefieren comprar en almacén, seguido por los que prefieren comprar en el mercado.

### 3.6.6. ¿Usted desearía que el producto sea entregado a domicilio?

CUADRO 20 Canales de distribución

Nº	INDICADOR	F	%
1	SI	328	84,21
2	NO	61	15,79
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 15 Canales de distribución



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

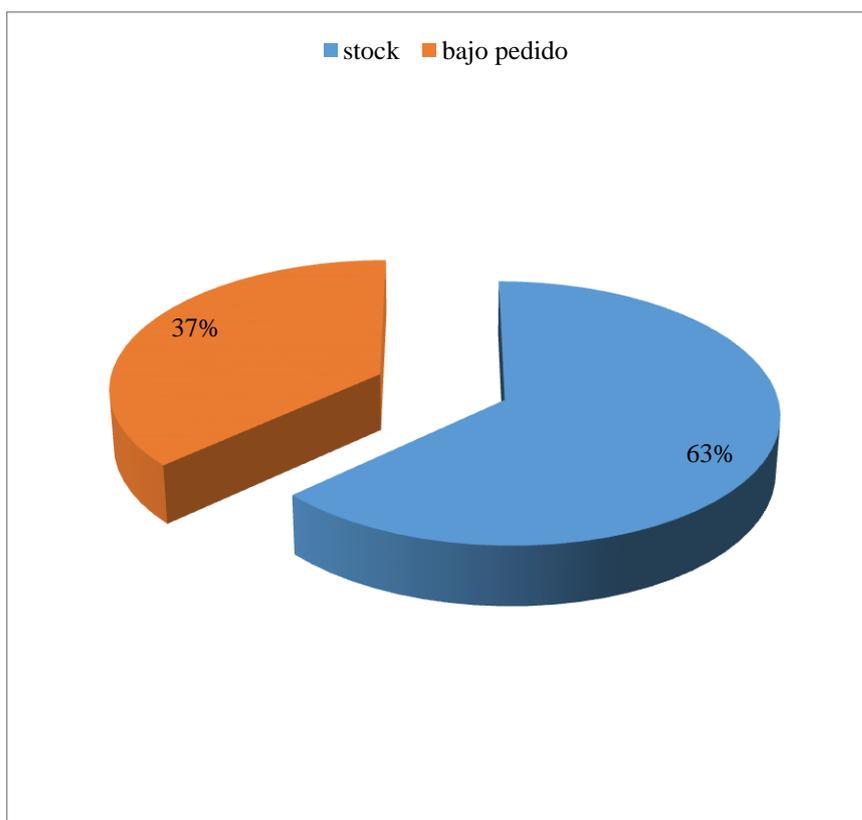
Mediante el gráfico podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas prefieren comprar ropa tejida a mano entregada a domicilio, mientras que en un porcentaje menor no está dispuesto a comprar por falta de conocimiento.

### 3.6.7. ¿Prefiere usted que la prenda este en stock o bajo pedido?

CUADRO 21 Logística de inventarios

Nº	INDICADOR	F	%
1	STOCK	246	63,16
2	BAJO PEDIDO	143	36,84
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 16 Logística de inventarios



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

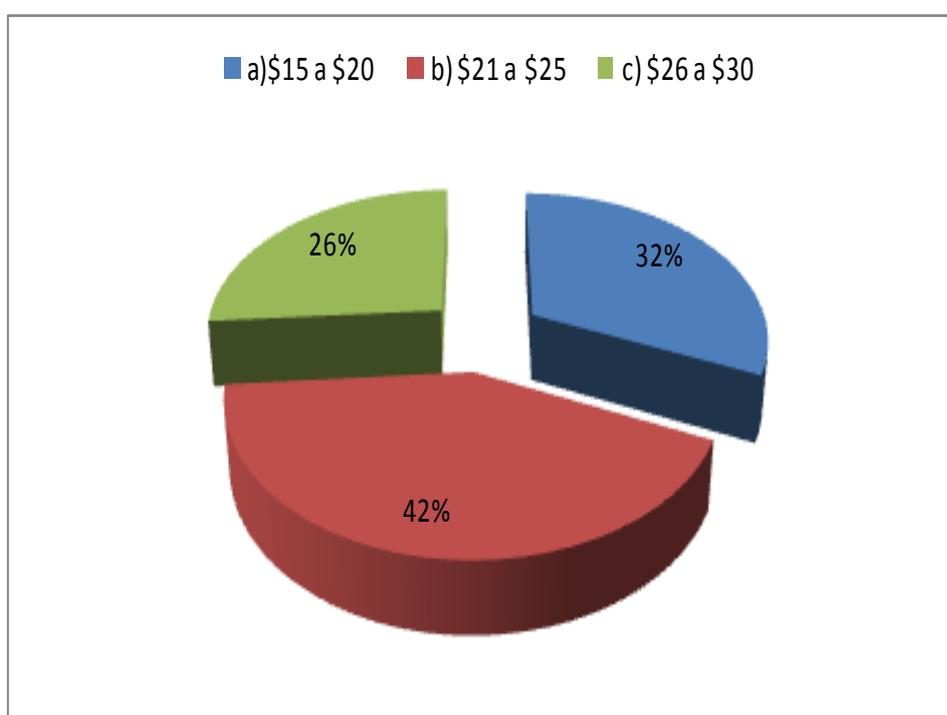
Gráficamente se ha observado que mantener un inventario variado para la clientela es mejor, seguida de las personas que le prefieren mandar hacer sus modelos.

### 3.6.8. ¿Cuánto pagaría usted por una prenda infantil tejida a mano?

CUADRO 22 Costo de la prenda

Nº	INDICADOR	F	%
1	a) \$15 a \$20	123	31,58
2	b) \$21 a \$25	164	42,11
3	c) \$26 a \$30	102	26,32
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 17 Costo de la prenda



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

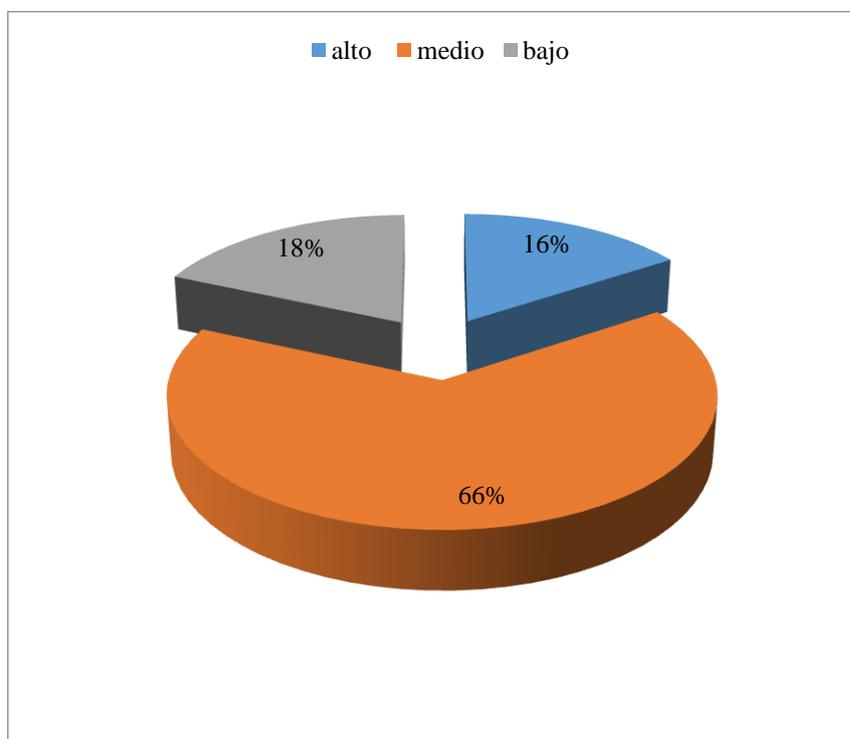
La mayoría de las personas encuestadas manifiestan que destinan de su presupuesto de 15 a 20 dólares, mientras que el resto decide invertir de 21 a 25 dólares.

### 3.6.9. ¿Cómo considera el precio de la ropa infantil tejida a mano?

CUADRO 23 Nivel de precios

Nº	INDICADOR	F	%
1	ALTO	61	15,79
2	MEDIO	256	65,79
3	BAJO	72	18,42
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 18 Nivel de precios



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

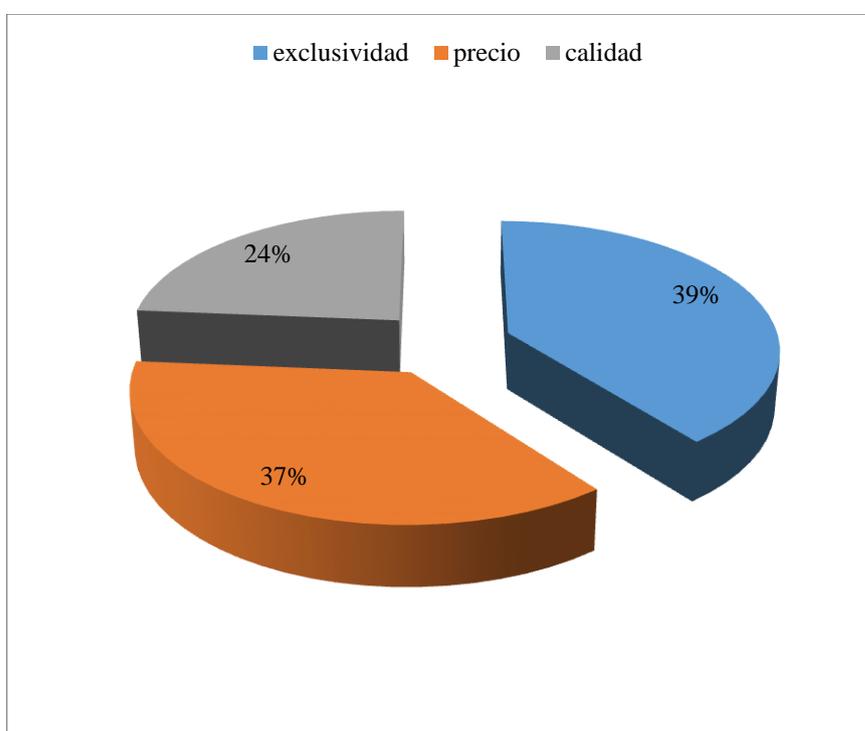
Según el gráfico, la mayoría de las personas encuestadas manifiestan que el precio es aceptable tomando en cuenta su calidad, mientras que el segundo porcentaje decide que el valor es bajo para la venta de este producto hecho a mano.

### 3.6.10. ¿Qué factor considera usted al momento de adquirir una prenda?

CUADRO 24 Exclusividad de la prenda

Nº	INDICADOR	F	%
1	EXCLUSIVIDAD	154	39,47
2	PRECIO	143	36,84
3	CALIDAD	92	23,68
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 19 Exclusividad de la prenda



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

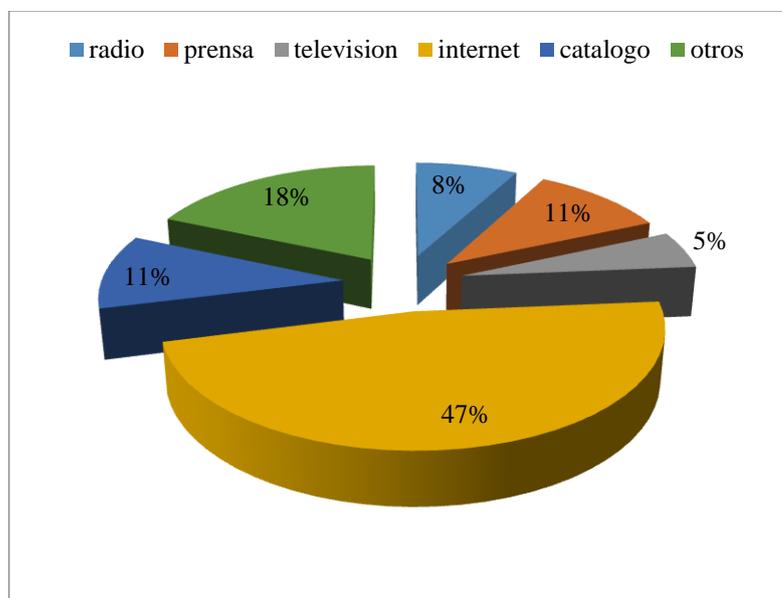
Se puede observar que un buen número de las personas a quienes se les preguntó buscan la exclusividad de las prendas y resto prefiere el costo del producto.

### 3.6.11. ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse?

CUADRO 25 Medios de comunicación

Nº	INDICADOR	F	%
1	RADIO	31	7,89
2	PRENSA	41	10,53
3	TELEVISIÓN	20	5,26
4	INTERNET	184	47,37
5	CATALOGO	41	10,53
6	OTROS	72	18,42
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 20 Medios de comunicación



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

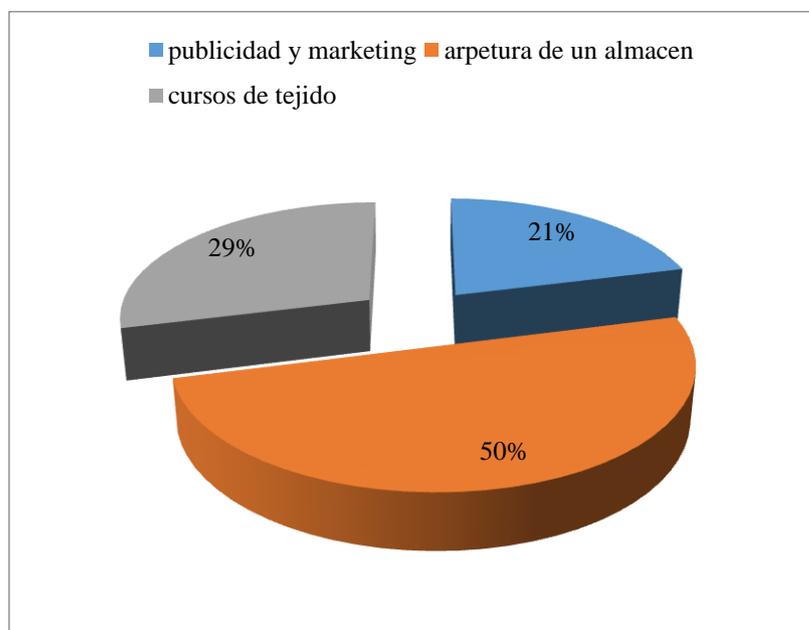
Gráficamente se observa que el porcentaje mayor busca modelos y páginas en internet, las personas encuestadas manifiestan que también prefieren otros tipos de comunicación como es la información directa con familiares.

### 3.6.12. ¿Cómo debería darse a conocer esta nueva microempresa?

CUADRO 26 Implementación de publicidad y cursos

Nº	INDICADOR	F	%
1	PUBLICIDAD Y MARKETING	82	21,05
2	APERTURA DE ALMACEN	195	50,00
3	CURSOS DE TEJIDOS	113	28,95
<b>TOTAL</b>		<b>389</b>	<b>100,00</b>

GRÁFICO 21 Implementación de publicidad y cursos



Fuente: Encuestas realizadas familias Otavaleñas, año 2013  
Elaborado por: El Autor

#### ANÁLISIS:

Tomando en cuenta las opiniones de los encuestados manifiestan que desearían que se haga la apertura de un almacén, seguida de que prefieren cursos de tejido para hacer sus modelos para sus familias.

### **3.7. Mercado meta**

El mercado meta del producto son las amas de casa, hogares y futuras madres de la ciudad de Otavalo, con una cobertura, básicamente es en zonas de clima frío por ejemplo a las provincias de la serranía del mercado local. La mayor parte de la producción de las prendas de vestir se destina a niños y niñas de 0 a 24 meses

Con el presente proyecto se pretende lograr un producto de alta calidad y nuevos diseños que vaya acorde al actual mercado y a cubrir las expectativas del consumidor, lo cual permitirá ampliar la cobertura de mercado a toda la serranía Ecuatoriana y a un mediano plazo ingresar a nuevos mercados internacionales

### **3.8. Segmentación del mercado**

#### **3.8.1. Segmentación económica**

Constituido por factores que determinan el poder de compra de los consumidores, que naturalmente depende de los ingresos líquidos. Las prendas tejidas a mano en el mercado nacional están dirigidas en especial a segmentos de población de estrato social media baja y baja. En el caso de consumidor del mercado internacional va dirigida de la clase media baja en adelante, ya que el producto sufre un aumento sustancial en el precio de venta debido a los costos que se originan en la exportación.

#### **3.8.2. Segmentación poblacional**

Un segmento importante de la población para la factibilidad del proyecto son los nacimientos de bebés en el cantón Otavalo, de acuerdo a los registros del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), para el año 2010 indican las siguientes cifras:

Ilustración 3 PROVINCIA DE NACIMIENTO

**Provincia de nacimiento (pro\_nac)**

Archivo: Nacimientos 2010

**Información General**

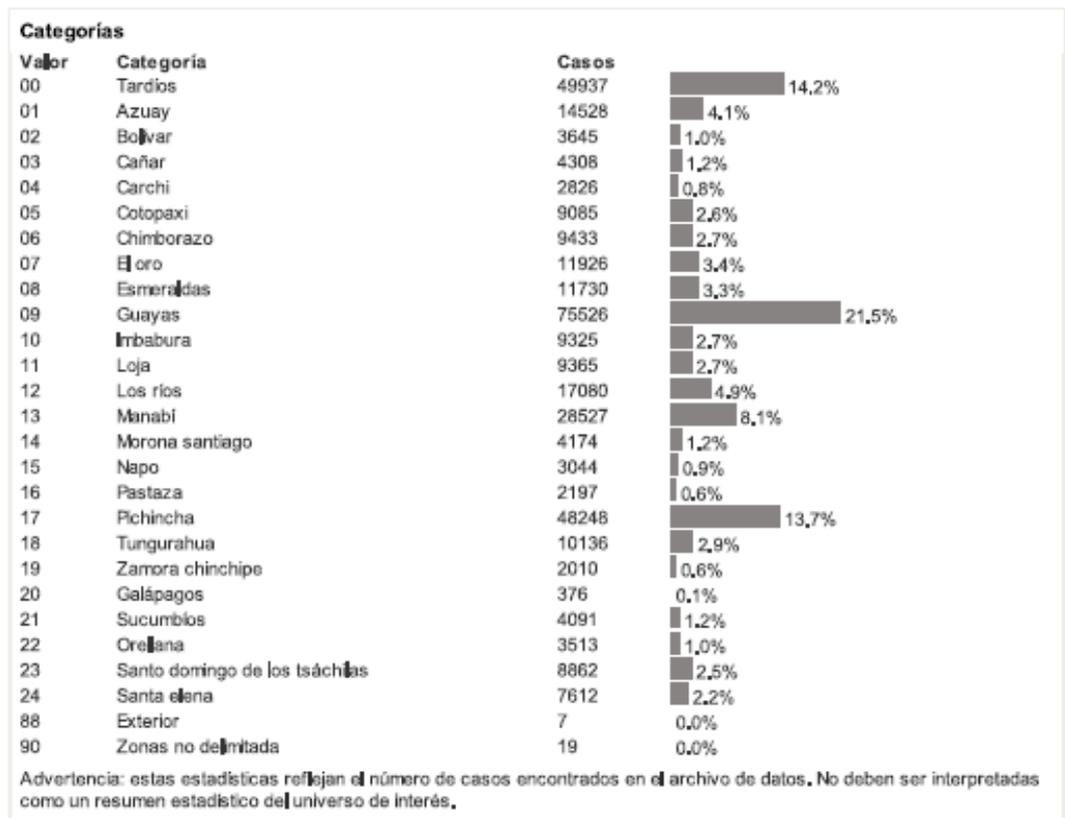
Tipo: Discreto Casos válidos: 351530  
 Formato: character Inválido: 0  
 Ancho: 2

**DEFINICIÓN**

Se refiere a las circunscripciones territoriales integradas por los cantones que legalmente les correspondan.

Se refiere a la Provincia donde ocurrió el nacimiento.

**UNIVERSO DE ESTUDIO**



Fuente: INEC  
 Elaborado por: El autor

De acuerdo a los datos de INEC la provincia de Imbabura tuvo 9.325 nacimientos en el año 2010 que representa el 2,7% de todos los nacimientos del Ecuador, dentro de los cuales 2.345 nacimientos corresponden al cantón de Otavalo.

### 3.9. Identificación de la demanda

#### 3.9.1. NACIMIENTOS EN EL ECUADOR

Es indudable que la identificación de la demanda es el elemento más importante dentro del estudio de un proyecto pudiendo definirse de la siguiente manera:

CUADRO 27 NACIMIENTOS EN EL ECUADOR

AÑO	Nº NACIMIENTOS	% CRECIMIENTO
2009	198.200	
2010	219.162	10.58%

Fuente: INEC  
Elaborado por: El autor

La demanda de los productos depende en gran parte de la tasa de natalidad que existe cada año en la provincia de Imbabura, según el INEC en el Ecuador en el año 2009, hubo 198.200 nacimientos y durante el 2010, se registraron 219.162 nacimientos, es decir que hubo un crecimiento del 10,58%.

#### 3.9.2. Nacimientos en el cantón Otavalo

Según datos de INEC durante el año 2010 reflejan los siguientes datos en cuanto a nacimientos referentes a los cantones de la provincia de Imbabura:

Ilustración 4 NACIMIENTOS EN EL CANTON OTAVALO

1001	Ibarra	5566	1.6%
1002	Antonio ante	525	0.1%
1003	Cotacahi	667	0.2%
1004	Otavalo	2345	0.7%
1005	Pimampiro	125	0.0%
1006	San miguel de urcuqui	97	0.0%

Fuente: INEC  
Elaborado por: El autor

En el cuadro anterior se indica claramente que el cantón Otavalo tuvo 2.345 nacimientos durante el año 2010, que representan 0,7% del total de nacimientos en el Ecuador.

CUADRO 28 **NACIMIENTOS EN EL CANTON OTAVALO**

<b>AÑO</b>	<b>Nº NACIMIENTOS</b>	<b>% CRECIMIENTO</b>
2009	8326	
2010	9.325	12.25%

Fuente: INEC  
Elaborado por: El autor

El cantón Otavalo tuvo un crecimiento de 12,25% de nacimientos en comparación a los años 2009 y 2010, esta tasa servirá de base para el cálculo de la proyección de la demanda.

### 3.9.3. Proyección de la demanda

La demanda se proyectó a través del método de crecimiento lineal, utilizando el grado de aceptación del proyecto que es del 65.79% y la tasa de crecimiento de natalidad del cantón de Otavalo que es 12.25% anual en base a la cual se proyectó la población en el periodo 2013-2017.

Para calcular la proyección anual se realizó lo siguiente:

- Porcentaje de aceptación del proyecto= 65,79%
- Tasa de captación del mercado = 70%
- Tasa de incremento de turistas a la ciudad de Otavalo = 12.25% al año.

CUADRO 29 **PROYECCIÓN DE DEMANDA PARA EL PRIMER AÑO**

Proyección para el primer año				
% de aceptación	Total población que acepta el proyecto	frecuencia de compra	% de captación del mercado	Total anual
65.79%	6,135	3	70%	12,883

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

Total proyectado de población con aceptación del proyecto anual = 12.883

Se procede a realizar la proyección real de los datos con referencia a la tasa de crecimiento de la natalidad en el cantón Otavalo:

CUADRO 30 PROYECCIÓN DE DEMANDA ANUAL

Proyección de la demanda anual				
Año	No. Nacimientos-Otavalo	Crecimiento tasa anual	Proyección	Total Proyección
2013	12,883	12.25%	1,578	14,461
2014	14,461	12.25%	1,771	16,233
2015	16,233	12.25%	1,989	18,221
2016	18,221	12.25%	2,232	20,453
2017	20,453	12.25%	2,506	22,959

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

### 3.10. Identificación de la oferta.

El término oferta se puede definir como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de proponentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”

Para cuantificar la oferta de chambras, mamelucos, y ponchos, de ropa tejida a mano para niños, se valió de cierta información de fuentes como la encuesta y entrevista.

#### 3.10.1. Características de los competidores

Los competidores actuales que influyen en este proyecto son directamente las prendas infantiles elaboradas en tela de punto y que por ser elaboradas con maquinaria y en volúmenes de producciones muy elevadas disminuyen sus costos y por lo tanto son más económicas.

#### 3.10.2. Análisis de la oferta de prendas infantiles

Es necesario establecer la cantidad de la oferta de las prendas infantiles para determinar una posible demanda insatisfecha la cual será de mucha importancia para el desarrollo del proyecto.

La oferta de prendas dependerá específicamente de la capacidad de producción, en este caso no tenemos producción directa porque se trabaja sin relación de dependencia con pago de servicios de tejido y la oferta cubrirá el 70% de la demanda.

CUADRO 31 OFERTA PARA EL PRIMER AÑO

AÑO	MODELO	Nº TEJEDORAS	PRENDAS MENSUALES	PRENDAS ANUALES
2013	Chambras	5	200	2400
	Mamelucos	3	120	1440
	Ponchos	2	80	960
			TOTAL	4800

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

La empresa cuenta con 10 personas que nos brindan el servicio de tejido de prendas, lavado y planchado, se dividirá el trabajo de la siguiente manera: 5 personas elaborarán chambras, 3 personas elaborarán mamelucos y 2 personas tejerán pochos; cada persona elabora 2 prendas diarias por 20 días laborables al mes.

### 3.10.3. Proyección de la oferta de productos

CUADRO 32 Proyección de la oferta de productos

Proyección de oferta anual				
Año	Nº prendas	Incremento Personal	Proyección	Total Proyección
2013	4,800	1	480	5,280
2014	5,280	1	480	5,760
2015	5,760	1	480	6,240
2016	6,240	1	480	6,720
2017	6,720	1	480	7,200

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

La proyección de la oferta se realiza en base a la contratación de una persona cada año, la misma que prestara sus servicios de tejido

### 3.11. Balance demanda – oferta.

La demanda por satisfacer en cuanto a productos de ropa para niños elaborados a base de lana queda de la siguiente manera:

CUADRO 33 PROYECCION DE LA OFERTA-DEMANDA

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA POR SATISFACER	%
2013	5.280	14.461	9.181	36,5
2014	5.760	16.233	10.473	35,5
2015	6.240	18.221	11.981	34,2
2016	6.720	20.454	13.734	32,9
2017	7.200	22.959	15.759	31,4

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

### 3.12. Análisis de competidores.

**Competencia** Para los productores la competencia son los productos de lana para niños de 0 a 24 meses son elaborado en máquinas y tela de punto, producida en la ciudad de Atuntaqui y en Otavalo que es comercializada en varios centros de venta, mercadería que puede ser considerada como producto sustituto. La competencia real se determina a las productoras de ropa infantil tejida a mano que comercializa esporádicamente en los diferentes mercados de la ciudad de Otavalo.

#### 3.12.1. Productos

Este análisis nos permite establecer quiénes son las personas que van a elaborar nuestros productos y donde las podemos encontrar.

CUADRO 34 LOCALIZACION DE TEJEDORAS

Producto que más vende	Lugar
Chambras	Barrio San Juan
Mamelucos	Plaza de Ponchos
Ponchos	Plaza de Ponchos
Chambras	Quichínche
Chambras	Plaza de Ponchos
Mamelucos	Imbaya
Chambras	Copacabana

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

### **3.13. Análisis de precios**

El análisis de precios tiene como objetivo la maximización de las ganancias totales al proveer al mercado un producto que éste requiere a un precio que el consumidor está dispuesto a pagar.

#### **3.13.1. Selección de los objetivos del precio**

El objetivo principal va de la mano con el objetivo de la empresa que es generar rentas o ganancia.

El margen de utilidad que como política de empresa se tiene es de 40% del costo de producción.

Los precios se consideran son populares, es decir son los mismos referenciales de la competencia y los que se ofrecen en el mercado.

#### **3.13.2. Identificación del Mercado**

Este tipo de prendas está dirigido a las clases media, media alta y alta, que los precios no son muy elevados, además que es una costumbre regalar este tipo de prendas lo cual beneficia mucho porque no se considera mucho el factor precio.

#### **3.13.3. Determinación de la demanda**

El tamaño del mercado se identificó de acuerdo al crecimiento de natalidad que se tiene en el Ecuador, conforme se indica a continuación:

CUADRO 35 NACIMIENTOS EN EL CANTON OTAVALO

AÑO	Nº NACIMIENTOS	% CRECIMIENTO
2009	8326	
2010	9.325	12.25%

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

### 3.13.4. Estimación de los Costos

CUADRO 36 Costos directos e indirectos

MODELO CHAMBRA			
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (MADEJA)	COSTO MATERIA PRIMA	COSTO UNITARIO
LANA	2	2,50	5
HONORARIOS POR SERVICIOS			
Nº TEJEDORAS		COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO
1		7,50	7,5
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UNIT.	COSTOS INDIRECTOS	COSTO UNITARIO
ETIQUETA	1	0,15	0,15
FUNDA EMPAQUE	1	0,03	0,03
PLASTIFLECHAS	1	0,03	0,03
ETIQUETAS CARTON	1	0,05	0,05
<b>TOTAL</b>			<b>0,26</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>			<b>12,76</b>
MODELO MAMELUCO			
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (MADEJA)	COSTO MATERIA PRIMA	COSTO UNITARIO
LANA	2,1	2,50	5,25
HONORARIOS POR SERVICIOS			
Nº TEJEDORAS		COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO
1		8,00	8,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UNIT.	COSTOS INDIRECTOS	COSTO UNITARIO
ETIQUETA	1	0,15	0,15
FUNDA EMPAQUE	1	0,03	0,03
PLASTIFLECHAS	1	0,03	0,03
ETIQUETAS CARTON	1	0,05	0,05
<b>TOTAL</b>			<b>0,26</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>			<b>13,51</b>
MODELO PONCHO			
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD KG	COSTO MATERIA PRIMA	COSTO UNITARIO
LANA	2,5	2,50	6,25
HONORARIOS POR SERVICIOS			
Nº TEJEDORAS		COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO
1		8,50	8,5
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UNIT.	COSTOS INDIRECTOS	COSTO UNITARIO
ETIQUETA	1	0,15	0,15
FUNDA EMPAQUE	1	0,03	0,03
PLASTIFLECHAS	1	0,03	0,03
ETIQUETAS CARTON	1	0,05	0,05
<b>TOTAL</b>			<b>0,26</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>			<b>15,01</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

### 3.13.5. Selección del precio definitivo

CUADRO 37 Precio de venta

PRODUCTO	COSTOS DE PRODUCCION	MARGEN DE GANACIA	UTILIDAD \$	PRECIO DE VENTA
Chambra	12,76	30%	3,83	16,6
Mameluco	13,51	30%	4,05	17,6
Ponchos	15,01	30%	4,50	19,5

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

Con esta etapa cierra el ciclo de establecimiento del precio.

### 3.13.6. Proyección de precios

Considerando estos datos se determina la proyección de precios, y para realizar la proyección se toma en cuenta la tasa de inflación en el país a Enero del 2013, se ubicó en un 4.10 %.

CUADRO 38 PROYECCION DE PRECIOS CHAMBRAS

PROYECCION DE PRECIOS							
PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	TASA INFLACION	AÑOS				
			2013	2014	2015	2016	2017
Chambra	16,58	4,10%	16,58	17,26	17,97	18,71	19,47
Mameluco	17,56	4,10%	17,56	18,28	19,03	19,81	20,62
Ponchos	19,51	4,10%	19,51	20,31	21,14	22,01	22,91

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El Autor

### 3.14. Estrategias para la plaza

La plaza o distribución está orientada a establecer el punto de venta, en el que se ofrecerá las prendas infantiles tejidas a mano a los clientes, en un lugar de fácil acceso y condiciones apropiadas para su funcionamiento. Los canales de distribución de la producción de ropa infantil tejida a mano. Un canal de distribución (algunas veces conocido como canal comercial), para un producto es la ruta o medio tomada por la propiedad de las mercancías a medida que estas se mueven del productor al

consumidor final. Un canal siempre incluye tanto al productor como al consumidor final del producto, así como el intermediario, agente o mercantil, que participa en la transferencia de la propiedad.

**Productor intermediario.** Este canal es el más útil y común en donde el productor vende a sus intermediarios, minoristas y mayoristas, que posteriormente realizan su negocio sea en el mercado local o externo.

**Producto Consumidor.** Este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a las ferias del país, también incluyen las ventas por correo, aunque por esta vía el producto cuesta menos al consumidor, no todos los fabricantes practican esta modalidad ni todos los consumidores están dispuestos a ir directamente a hacer la compra. Algunas estrategias a ser aplicadas son las siguientes:

Ofrecer productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, visitas a los puntos de agrupación, y organizaciones privadas de tipo social, empresarial y productivo.

Realizar convenios con intermediarios que demuestren un perfil de atención con el que mantiene la empresa, con lo que se espera una mayor cobertura de los productos, o aumentar puntos de ventas.

#### 3.14.1. **Estrategias para el producto**

Las estrategias que se considera para poner en práctica, están relacionadas al producto son:

Incluir nuevos atributos al producto, darle un nuevo empaque, un nuevo diseño, nuevos colores, atender los diseños que propongan los clientes, proponer diseños de la empresa.

- **CARACTERÍSTICAS**

Ilustración 5 **CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**



Fuente: Investigación directa, año 2013  
Elaborado por: El Autor

La ropa infantil es una de las manualidades tejidas a mano, que más tiempo lleva confeccionar. Por cuanto calcular el tamaño de las diferentes piezas de un conjunto de bebé puede ser muy difícil, si no se tiene instrucciones precisas.

- **Puntos**

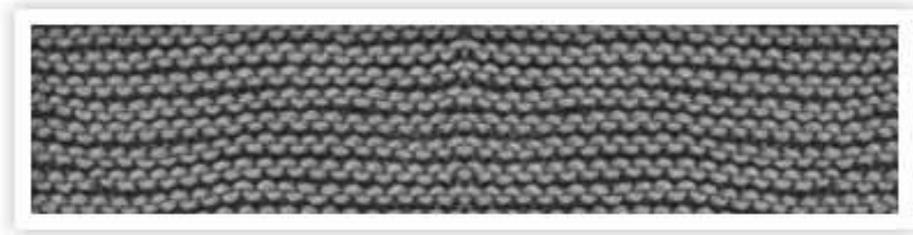
Estos son los puntos más utilizados en las prendas de vestir para niños:

- **Punto Santa Clara**

**Trabajar todas las pasadas al derecho.**

Trabajando al derecho hay tener el hilo siempre detrás de la labor y no hacia quien trabaja. Puntar la aguja derecha, por delante hacia atrás, en el punto en la aguja izquierda. Pasar el hilo de arriba abajo a la aguja derecha y hacerla deslizar a través de la lanzada en la aguja derecha. Soltar el punto de la aguja izquierda. En la aguja derecha se habrá formado de esta manera el nuevo punto. Repetir el proceso.

Ilustración 6 **PUNTO SANTA CLARA**



Fuente: Investigación directa, año 2013  
Elaborado por: El Autor

- **Punto Damero:**

Se trabaja sobre un número de puntos pares (en nuestro ejemplo es un múltiplo de 6).

1a vuelta: \* 3 p. al der., 3 p. al rev., \* repetir siempre de \* a \*

2a vuelta: \* 3 p. al rev., 3 p. al der., \*

3a vuelta: igual que la 1a vuelta

4a vuelta: igual que la 2a vuelta

5a vuelta: \* 3 p. al rev., 3 p. al der., \*

6a vuelta: \* 3 p. al der., 3 p. al rev., \*

7a vuelta: igual que la 5a vuelta.

a vuelta: igual que la 6a vuelta.

Repetir siempre desde la 1a vuelta.

Ilustración 7 **PUNTO DAMERO**



Fuente: Investigación directa, año 2013  
Elaborado por: El Autor

- **Punto Arroz**

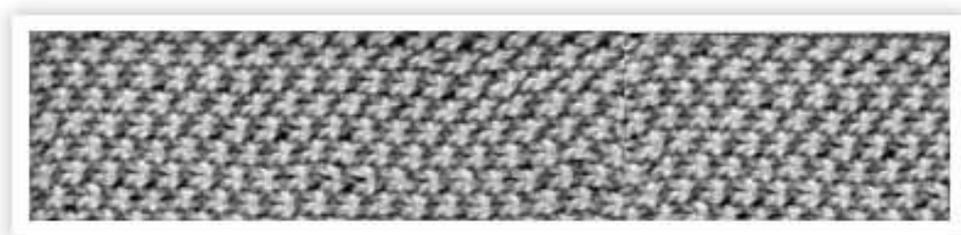
Se trabaja sobre un número de puntos pares

1° PASADA: 1 derecho, 1 revés

2° PASADA: 1 revés, 1 derecho

3° PASADA y siguientes: repetir siempre la 1° y 2° pasadas.

Ilustración 8 **PUNTO ARROZ**



Fuente: Investigación directa, año 2013  
Elaborado por: El Autor

- **Punto Doble Arroz**

Se trabaja sobre un número de puntos pares

1° y 2° PASADA: 1 punto derecho, 1 punto al revés.

3° y 4° PASADA: 1 derecho, 1 revés.

5° PASADA: repetir desde la 1° pasada.

Ilustración 9 **PUNTO DOBLE ARROZ**



Fuente: Investigación directa, año 2013  
Elaborado por: El Autor

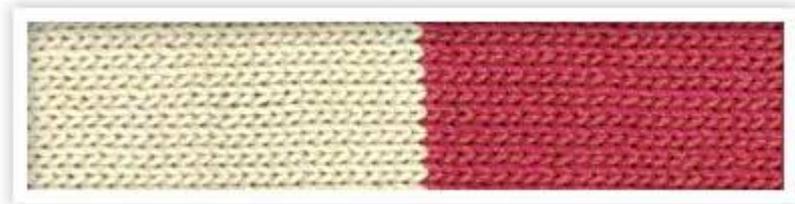
- **Punto Jersey**

1° pasada: trabajar todos los puntos al derecho.

2º pasada: trabajar todos los puntos al revés.

3º pasadas y siguientes: repetir siempre la 1º y 2º pasadas.

Ilustración 10 PUNTO JERSEY



Fuente: Investigación directa, año 2013  
Elaborado por: El Autor

- **Etiqueta**

Ilustración 11 ETIQUETA

**ANVERSO**

**REVERSO**



Lanzar estrategias de imagen para que se reconozca la marca como un símbolo de calidad.

Para garantizar la calidad del producto se empleará materia prima de calidad, tanto por firmeza del color, textura de la lana, tipo de distribuidor y calidad de los accesorios.

La fabricación de las diferentes prendas, se realizará previo el diseño de los modelos y aprobación de producción y gerencia, para garantizar productos de calidad en diseño.

Los productos se presentarán en fundas plásticas transparentes, las que tendrán el logotipo de la empresa.

.

#### 3.14.2. **Estrategias para el precio**

Algunas estrategias se ha diseñado relacionadas al precio son:

Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio altamente competitivo, brindando oportunidades de compra directa a precios cómodos y favoreciendo el presupuesto de los clientes.

Adquirir materia prima en volúmenes altos, sin descuidar los movimientos de demanda interna de bodega según s de necesidades de producción, con la finalidad de disminuir los costos de producción que se proyectará este beneficio a la estimación de precios de venta.

#### 3.14.3. **Estrategias promoción**

Para las estrategias promoción se establecen las siguientes:

Se realizará estrategias de promoción, de posicionamiento en el mercado y además se buscará promocionar los productos en los medios de comunicación.

Es por ello que la publicidad se la realizará a través de:

- Rotulo grande y luminoso en el almacén y el taller que llame la atención en el día y en la noche.
- Elaborar trípticos con los artículos que se elaboran.
- Volantes para ser entregados en las casas.

Ilustración 12VOLANTES



Fuente: Investigación directa, año 2013  
Elaborado por: El Autor

- Se enviará artículos de prensa
- Se crea una página web.

Ilustración 13 DISEÑO PAGINA WEB



Fuente: Investigación directa, año 2013  
 Elaborado por: El Autor

### 3.15. Conclusiones del estudio.

En la ciudad de Otavalo, se determina que el consumo del cliente local, genera un alto de demanda potencial alrededor del 66% en productos de lana para niños lo cual corresponde al 28.085 habitantes, y de acuerdo a los porcentajes obtenidos de la pregunta 3 donde el 15,79% de estos compra mamelucos, el 78,95% chambras y el 5, 26% ponchos, este tipo de mercadería por su alta demanda originada en la motivación de compra de turistas nacionales y extranjeros, además esta prenda de vestir es utilizada por los niños recién nacidos por la tendencia de la moda, y la tradición de las prendas como el primer traje, por lo tanto es aceptada en el mercado, la microempresa dedicada a la producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo. Con el análisis profundo de la oferta y la demanda se puede establecer que existe una demanda potencial muy alta, de la cual se captará el 34%, razón por la cual las prendas de vestir se va a posicionar en el mercado de manera muy rápida y definitiva.

Se concluye que en Otavalo no se cuenta con una oferta capaz de cubrir el mercado local; por lo que se considera que el producto alcanzará niveles altos de posicionamiento en el mercado. Una vez analizado todo y cada uno de los factores que intervienen en el estudio de mercado, se puede decir que es viable el proyecto en cuanto a la aceptación del producto en el mercado.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO DE INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

A través de este estudio se determina aspectos como: la macro y micro localización, las instalaciones y su capacidad de producción, el equipamiento, su utilización y distribución, la ingeniería del proceso, con la finalidad de establecer las condiciones ideales que permitan que el nuevo **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INFANTIL TEJIDA A MANO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** sea más eficiente.

#### **4.1. OBJETIVO GENERAL.**

Elaborar el estudio técnico del proyecto, tomando como punto de partida el requerimiento económico para el equipamiento de la microempresa, su infraestructura, el análisis de los procesos de comercialización y su ingeniería.

#### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- 1) Determinar la localización
- 2) Determinar el tamaño.
- 3) Diseñar la infra estructura.
- 4) Determinar las inversiones necesarias para la implantación e inicio de las operaciones de comercialización.

### 4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La localización es importante y con repercusión a largo plazo, ya que una vez instalado la microempresa es difícil y costosa la reubicación.

La propuesta de macro y micro localización está orientada al mercado meta ya que son las familias residentes de la ciudad de Otavalo y los turista que concurren al mercado centenario.

#### 4.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

La ciudad de Otavalo está ubicada al norte del Ecuador y al sur oriente de la Provincia de Imbabura, a 110 km. de la capital de Quito. Y 20km. de la Ciudad de Ibarra Capital de la Provincia.

Ilustración 14 MAPA DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA DE IMBABURA

#### MAPA DIVISIÓN POLÍTICA ADMINISTRATIVA DE IMBABURA



FUENTE: GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA  
ELABORADO POR EL INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR 2010

- **Límites cantonales:**

**Norte:** Limita con los cantones de Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante.

**Este:** Cantón Ibarra y cantón Cayambe (Provincia de Pichincha)

**Sur:** cantón Quito (Provincia de Pichincha)

**Oeste:** Cantón Quito y Cantón Cotacachi

**Superficie:** 528 Km<sup>2</sup>

**Idioma oficial:** castellano y kichwa

**Moneda:** Dólar Norteamericano USD.

**Religión:** Existe libertad de cultos, pero la religión católica es la predominante. **Temperatura:** Promedio de 14 °C

**Altitud y Clima:** Existe diferencias latitudinales representativas que oscilan desde los 1.100m.s.n.m. En la zona de Selva Alegre hasta los 4.700 m.s.n.m. en el Cerro Imbabura su clima es templado.

**Población:** Existen 90.188 habitantes (43.368 hombres y 46.820 mujeres). El 44,3% de la población total está asentada en el sector urbano y 55,7 % en el sector rural.

- **Vías de acceso**

El proyecto necesita carreteras de acceso de primer orden y debidamente señalizadas para el ingreso a las instalaciones por lo clientes y trabajadores

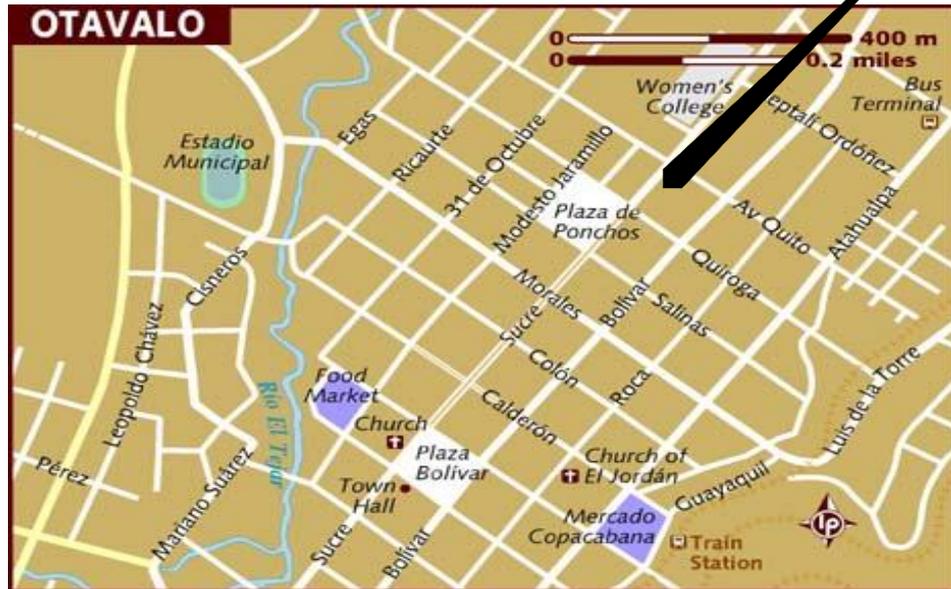
#### **4.3.2. Micro localización del proyecto.**

Estará localizado en la ciudad de Otavalo en las calles Sucre y Quito a 100 metros de la Plaza Centenario o más conocida como Plaza de Ponchos, lugar turístico por personas nacionales e internacionales, en el mercado de los ponchos se comercializa prendas de lana, artesanías en madera y metal.

País: ECUADOR  
Provincia: IMBABURA  
Cantón: OTAVALO  
Barrio: CENTENARIO  
Parroquia: EL JORDAN

Ubicación

Ilustración 15 MAPA DE OTAVALO



Fuente: [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec)  
Elaborado por: El autor

#### 4.4. UBICACIÓN DE LA PLANTA.

La elaboración de las prendas tejidas a mano se lo realizará en la ciudad de Otavalo, en la parroquia el Jordán, en las calles Sucre y Quito a 100 metros de la plaza el Centenario o más conocida como Plaza de Ponchos. La extensión del local es de: 8mts. De frente por y 12mts. De fondo, es decir que tiene una superficie de 96 m<sup>2</sup>; y, su costo de arriendo es de \$220 dólares americanos, cuenta con todos los servicios básicos: alcantarillado, agua, energía eléctrica, teléfono y vías de acceso.

## 4.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

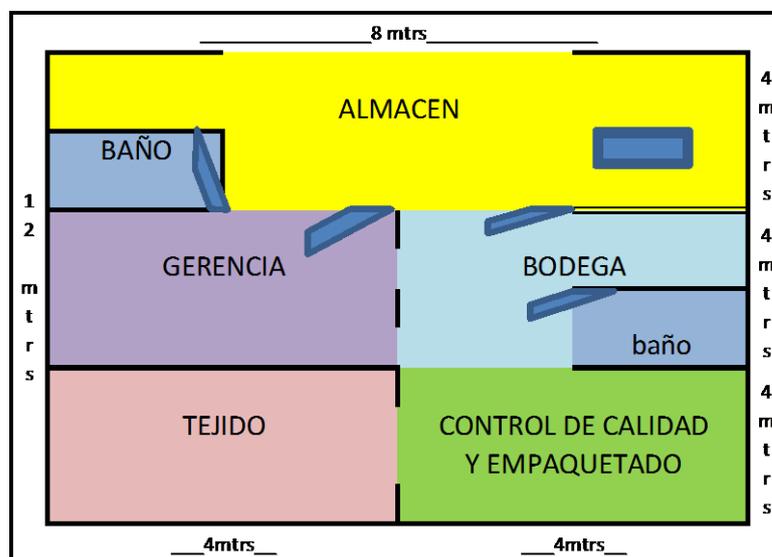
### 4.5.1. INFRAESTRUCTRA

La infraestructura contempla los espacios destinados para las diferentes áreas que requiere la microempresa, como son: administrativa, producción y ventas. El proyecto se iniciará en una superficie de 96 mts<sup>2</sup>, dividida en distintas áreas: de ventas, administrativa, producción y bodega.

### 4.5.2. DISEÑO DE INSTALACIONES

Las instalaciones donde se ubicará la microempresa son arrendadas, por tanto el espacio asignado será adecuado conforme se indica a continuación:

Ilustración 16 Distribución de instalaciones



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

Cabe mencionar que elaboración de las prendas lo hacen 10 personas que brindan el servicio de tejido de ropa y también pueden trabajar en sus casas y por ende no se requiere de un área de producción muy extensa.

El diseño de las instalaciones va acorde con los procesos, elaboración y comercialización de la ropa tejida a mano determinando áreas de producción, bodega y exhibición y comercialización de los productos elaborados.

**Ilustración 17 DISEÑO DE LOCAL COMERCIAL-PUNTO DE VENTAS**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

**Ilustración 18 AREA DE TEJIDO**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

Ilustración 19 OFICINA DE GERENCIA



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

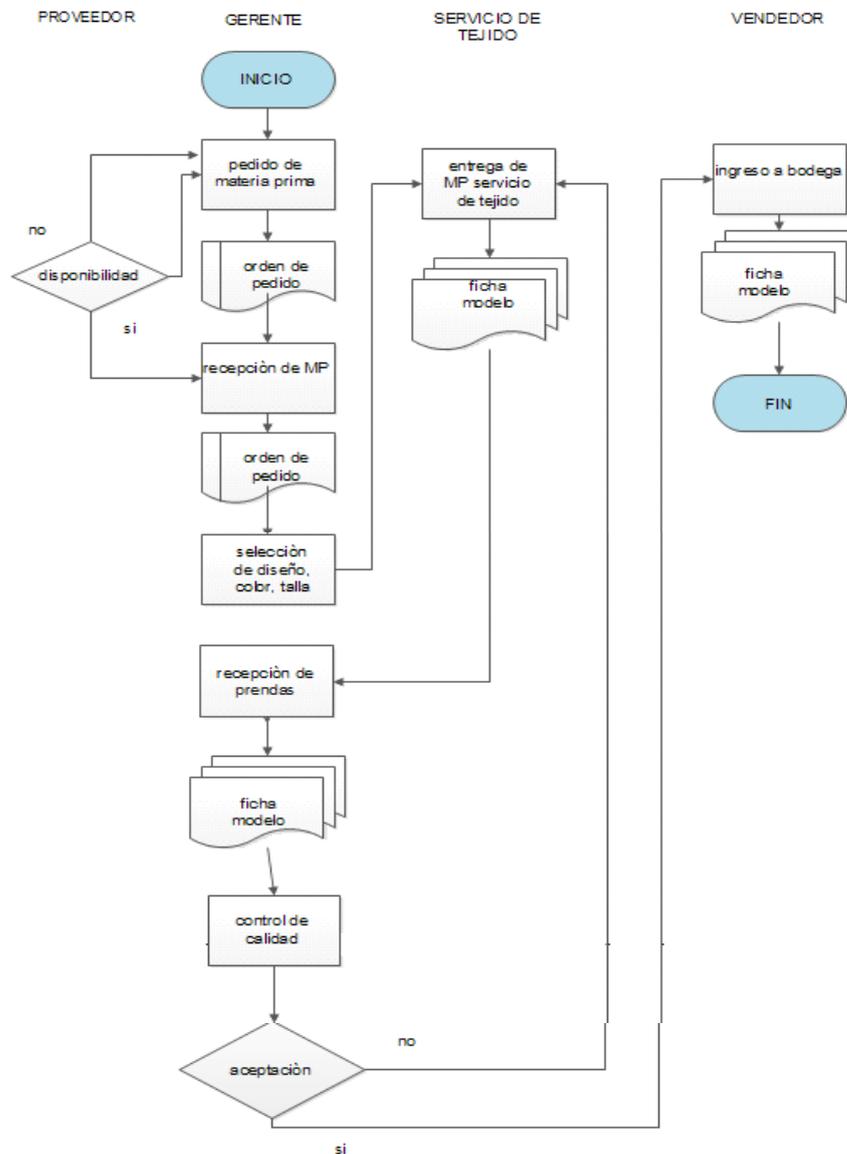
Para la instalación de la planta y áreas de almacenamiento, administración, ventas se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

- a.** El área de tejido debe estar bien iluminada y con suficiente ventilación, con la finalidad de tener un ambiente agradable para las labores de control de calidad.
- b.** Las oficinas se instalarán en un lugar estratégico donde pueda tener la suficiente visibilidad y supervisión de las diferentes áreas de producción, como también un acceso directo del cliente a ventas.
- c.** Las instalaciones deberán tener una apariencia ordenada y bien distribuida, con la finalidad de brindar las comodidades necesarias, a los empleados, trabajadores y en especial a los visitantes de nuestras instalaciones.
- d.** La presentación externa e internamente la planta, será la que nos permita establecer una imagen que perdure en la retina de los consumidores de la ciudad como de los turistas que visitan.

## 4.6. FLUJO GRAMA DEL PROCESO.

### 4.6.1. Proceso de producción de prendas infantiles

Ilustración 20 PROCESO DE PRODUCCION DE PRENDAS



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

- **Recepción de materia prima**

Se realiza el pedido de la materia prima para la producción de ropa de infantil tejida a mano según orden de trabajo para la confección de modelos en color y talla, para luego recibir la materia prima en bodega, clasificar y ordenar

- **Transformación de materia**

Para iniciar con la elaboración según orden de trabajo se clasifica la materia prima para elaborar un modelo que será seleccionado según la calidad, luego se detalla colores y tallas para ser entregados las personas que tejerán y elaboraran las prendas con las especificaciones de la orden de trabajo

- **Control de calidad**

Para tener un control de calidad y presentar un producto que cumpla con las especificaciones se revisa la entrega de las prendas de las tejedoras si cumplen con lo requerido pasarán al siguiente proceso si no cumplen con las medias o terminados correctos será devuelto para su corrección a las tejedoras.

- **Terminados de las Prendas**

En este proceso se da el terminado de la prenda colocando las etiquetas luego de un lavado para quitar las posibles manchas que se realiza durante el tejido, son planchadas y pasan por otro filtro de calidad para ser empaquetados y ser ingresado a bodega.

#### 4.6.2. Proceso de comercialización

Ilustración 21 PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN



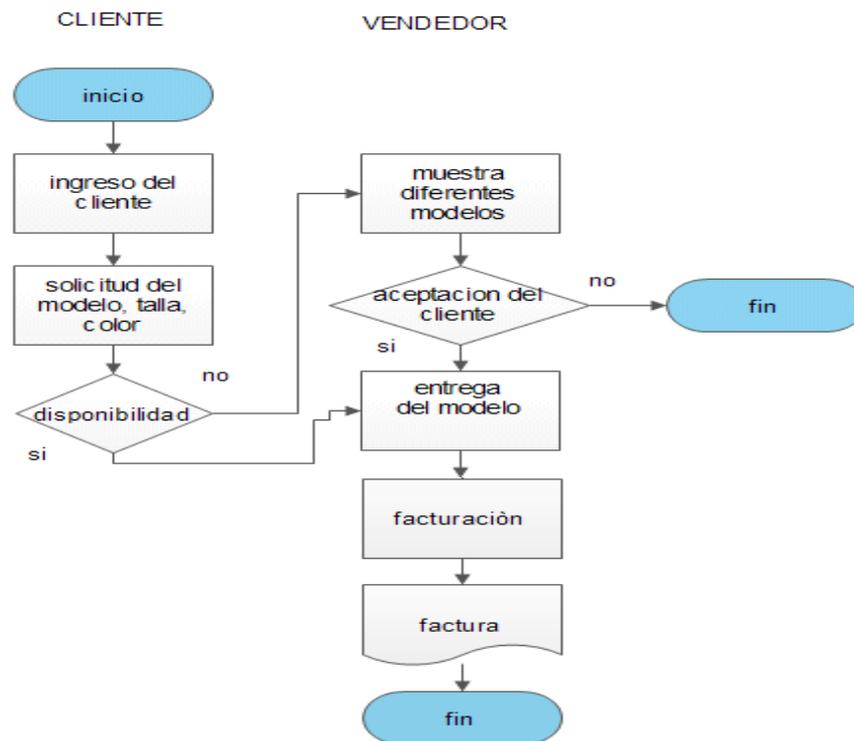
Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

Las prendas se realizan con una orden de trabajo o por pedido, por esta razón esas personas entregan las prendas en el punto de venta y luego se comercializan a los clientes.

### 4.6.3. Proceso de venta del producto.

Esta representación gráfica demuestra como los clientes tienen acceso a la adquisición del producto.

Ilustración 22 PROCESO DE VENTA DE PRENDAS



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

## 4.7. PRESUPUESTO TÉCNICO

### 4.7.1. VALORIZACION DE LAS INVERSIONES

#### CONSTRUCCIÓN (ARRIENDO)

CUADRO 39 ARRIENDO

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Arriendo	220,00	2.640,00
<b>Total Arriendo</b>	<b>220,00</b>	<b>2.640,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

Se iniciará arrendando un área de 96 metros cuadrados para la implantación de la microempresa y el almacén.

## ADECUACIONES

CUADRO 40 ADECAUCIONES

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Vinil	6m2	6	72
Lámparas	10 un	30	300
Baldosa	5m2	10	100
Modulares	12m2	32	384
Persianas	8 un	8	64
<b>TOTAL</b>			<b>920,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

Las adecuaciones que se realizarán se asumirán como gasto ya que por el valor invertido no se considera alto lo que se estima el proyecto.

### 4.7.2. INVERSIÓN DE MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS

CUADRO 41 MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>Departamento de Producción</b>			
Tijeras	10	4	40
Pares agujetas varios N°	30	3,5	105
Plancha	1	45	45
Pares agujones varios N°	30	6	180
Pistola plastiflèche	2	22	44
<b>TOTAL</b>			<b>414</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

La empresa no requiere de maquinaria porque la producción es totalmente manual.

### 4.7.3. INVERSIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

CUADRO 42 MUEBLES Y ENSERES

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
<b>Departamento de Ventas</b>			
Vitrinas metálicas	4	180,00	720,00
Estanterías	4	100,00	400,00
Mostrador	1	204,00	204,00
Vitrina con caja	1	180,00	180,00
Sillón visitas	1	170,00	170,00
Vitrina escaparate	2	200,00	400,00
<b>Subtotal</b>			<b>2.074,00</b>
<b>Departamento de administrativo</b>			
Escritorio	1	329,00	329,00
Archivador	2	87,00	174,00
Sillón giratorio	1	100,00	100,00
Sillón visitas	2	35,00	70,00
Archivador aéreo	1	70,00	70,00
<b>Subtotal</b>			<b>743,00</b>
<b>Departamento bodega</b>			
estanterias metálicas	6	97,67	586,00
<b>Subtotal</b>			<b>586,00</b>
<b>Departamento producción</b>			
Mesas de madera	2	45,00	90,00
sillas	12	30,00	360,00
<b>Subtotal</b>			<b>450,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>3.853,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

#### 4.7.4. INVERSIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

CUADRO 43 EQUIPO DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Unitario	Costo Total
<b>Departamento Administrativo</b>			
Computadora	1	1,120.00	1,120.00
Impresora multifunción	1	400.00	400.00
Calculadora	1	12.00	12.00
sistema contable(modulo de fact y invent)	1	800.00	800.00
Teléfonos	1	24.00	24.00
<b>Subtotal</b>			<b>2,356.00</b>
<b>Departamento bodega</b>			
Balanza de gramos	1	45.00	45.00
Teléfonos	1	24.00	24.00
Calculadora	1	12.00	12.00
<b>Subtotal</b>			<b>81.00</b>
<b>Departamento Ventas</b>			
Computadora	1	900.00	900.00
impresora matricial	1	600.00	600.00
Balanza de gramos	1	25.00	25.00
<b>Subtotal</b>			<b>1,500.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>3937.00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

El equipo de oficina tendrá una inversión de \$ 3937.00 la misma que será depreciada para 3 años debido al desgaste acelerado que tiene los equipos electrónicos de oficina.

A continuación se presenta un resumen de todos los recursos que requiere la microempresa de comercialización y producción de ropa infantil tejida a mano en cuanto tiene que ver a maquinaria, equipos de oficina, muebles y enseres que representan la base fija del proyecto.

CUADRO 44 Resumen de inversión fija

CONCEPTO	VALOR
Maquinaria y herramientas	414,00
Muebles y enseres	3853,00
Equipo de oficina	3937,00
<b>Total</b>	<b>8204,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

#### 4.8. INVERSION VARIABLE

Para que la microempresa pueda operar en forma apropiada es necesario contar con lo siguiente:

##### 4.8.1. TALENTO HUMANO REQUERIDO

La microempresa contará con personal para cada área del proceso productivo, pero se propone un perfil para cada cargo con el fin de incentivar el desarrollo de los empleados mediante capacitaciones a fin de mejorar y potenciar el recurso humano de la microempresa. Es decir que en un determinado tiempo se requiera de una nueva persona a quien se requerirá lo siguiente:

- GERENTE
- vendedor

CUADRO 45 SALARIOS Y HONORARIOS MENSUALES

SALARIO MENSUAL									
OPERATIVOS	Nº	SUELDO POR PERSONA	DECIMO 4TO	DECIMO 3RO	VACACIONES	FONDOS RESERVA 2do AÑO	IESS-PATRONAL	IECE	SETEC
vendedor	1	318,00	26,50	26,50	13,25	26,49	35,46	15,90	15,90
<b>TOTAL</b>		<b>318,00</b>	<b>26,50</b>	<b>26,50</b>	<b>13,25</b>	<b>26,49</b>	<b>35,46</b>	<b>15,90</b>	<b>15,90</b>
SALARIO MENSUAL									
ADMINISTRATIVOS	Nº	SUELDO POR PERSONA	DECIMO 4TO	DECIMO 3RO	VACACIONES	FONDOS RESERVA 2do AÑO	IESS-PATRONAL	IECE	SETEC
gerente	1	450,00	37,50	37,50	18,75	37,49	50,18	22,50	22,50
<b>TOTAL</b>		<b>450,00</b>	<b>37,50</b>	<b>37,50</b>	<b>18,75</b>	<b>37,49</b>	<b>50,18</b>	<b>22,50</b>	<b>22,50</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

Como resultado se obtuvo que para el primer mes sean necesarios para el pago de sueldos administrativos \$ 450.00 dólares y para el salario del p la M.O.I se requiere de \$318.00. dólares

#### 4.8.2. MATERIA PRIMA DIRECTA

CUADRO 46 MATERIA PRIMA DIRECTA

MATERIA PRIMA DIRECTA				
DETALLE	COLOR	CANTIDAD KL	PRECIO KL	TOTAL
LANA	amarillo	300	2,50	750,00
LANA	verde	250	2,50	625,00
LANA	azul	190	2,50	475,00
LANA	blanco	300	2,50	750,00
LANA	rosado	300	2,50	750,00
<b>TOTAL</b>				<b>3350,00</b>
MATERIA PRIMA INDIRECTA				
DETALLE	TAMAÑO	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	TOTAL
FUNDAS	7*14 CM	1000	0,03	25,00
PLASTIFLECHAS		3000	0,03	90,00
ETIQUETAS		600	0,15	90,00
ETIQUETAS CARTON		1000	0,05	50,00
SUAVITEL	1 LT	1	13,00	13,00
DETERGENTE	1KL	1	11,00	11,00
<b>TOTAL</b>				<b>279,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

#### 4.8.3. ÚTILES DE OFICINA

CUADRO 47 GASTO DE ÚTILES DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	total mensual	Total anual
Resma de papel	1	3,5	3,5	42,00
Bolígrafos	2	0,25	0,5	6,00
Lápices	2	0,25	0,5	6,00
Carpeta archivador grande	3	2,5	7,5	90,00
Carpeta archivador pequeño	5	2	10	120,00
Carpeta/ papel	5	0,15	0,75	9,00
Carpeta / plástica	5	0,6	3	36,00
Rollo papel factura	2	1,85	3,7	44,40
Gomero en barra	1	1	1	12,00
Corrector	1	2	2	24,00
Grapadora	1	20	20	20,00
Perforadora	1	15	15	15,00
Resaltador	1	0,6	0,6	7,20
Subtotal			68,05	431,60
Imprevistos 10%			6,81	43,16
<b>TOTAL</b>			<b>74,86</b>	<b>474,76</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

La inversión que se realizará en útiles de oficina es para iniciar, la misma que tendrá una duración aproximada de un mes.

#### 4.8.4. GASTOS PUBLICIDAD

CUADRO 48 GASTO PUBLICIDAD

PRESUPUESTO PUBLICIDAD ATL				
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR PARCIAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
diseño de pagina web	1		-	1.920,00
Publicación Diario El Norte	2	25,00	50,00	600,00
<b>TOTAL</b>			<b>50,00</b>	<b>2.520,00</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

#### 4.8.5. GASTO FINANCIAMIENTO

CUADRO 49 GASTO FINANCIAMIENTO

<b>CAPITAL</b>	7.000,00				
<b>PERIODO EN MESES</b>	36				
<b>TASA DE INTERÉS MENSUAL</b>	0,00875				
<b>CUOTA MENSUAL</b>	\$ 227,52				
<b>INTERÉS ANUAL</b>	10,50%				
<b>PERIODO</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>SALDO FINAL</b>	<b>CUOTA MENSUAL</b>
1	7.000,00	61,25	166,27	6.833,73	227,52
		<b>61,25</b>			

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

#### 4.9. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Se realizó el resumen de activos con la finalidad de establecer el monto de financiamiento, son los siguientes:

CUADRO 50 RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Maquinaria y herramientas	414,00
Muebles y enseres	3853,00
Equipo de oficina	3937,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>8204,00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

#### 4.10. CAPITAL DE TRABAJO

CUADRO 51 RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCION	1 MES	3 MESES
MATERIA PRIMA DIRECTA	3.350,00	10.050,00
MATERIA PRIMA INDIRECTA	279,00	837,00
HONORARIOS POR SERVICIOS	960,00	2.880,00
SUELDOS PERSONAL VENTAS	478,00	1.433,99
SUELDOS PERSONAL ADMINISTRATIVOS	676,41	2.029,23
GASTO ARRIENDO	220,00	660,00
ADECUACIONES	920,00	0,00
UTILES DE OFICINA	74,86	224,57
GASTO PUBLICIDAD	210,00	630,00
GASTO FINANCIAMIENTO	61,25	183,75
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>7.229,51</b>	<b>18.928,53</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

#### 4.11. INVERSIÓN

Con el activo fijo, y capital de trabajo necesario, se necesita una inversión de 15.433.51 USD, de los cuales 8.433,51 USD se cuenta con capital

propio el saldo se obtendrá mediante un financiamiento con la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés de 10,50%.

Para una mejor explicación se presenta un cuadro demostrativo de la inversión a realizarse:

CUADRO 52 INVERSION

INVERSIÓN	
DESCRIPCION	TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO	7.229,51
ACTIVOS FIJOS	8.204,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>15.433,51</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El autor

#### 4.12. Tamaño del proyecto

##### 4.12.1. Datos Técnicos

El tamaño del proyecto está relacionado con el tamaño del mercado a la que se pretende satisfacer.

De la demanda insatisfecha total que existe la microempresa únicamente podrá satisfacer el 70%, explotando al 100% la capacidad productiva.

La proyección se realizó tomando en cuenta la demanda, ya que esta prenda es realizada a mano y solo se teje una prenda diaria, esto no abastece el mercado se ha tomado la decisión de producir a maquila entregando la materia prima para que todas las prendas tengan homogeneidad en calidad y siguiendo los procesos adecuados.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero proporciona elementos que permiten formar una opinión de las cifras que se presentan en los estados financieros de la empresa y su panorama general, se efectúa para determinar la rentabilidad de un proyecto.

En este capítulo se presenta la proyección de los estados financieros: Flujo de Caja y Estado de Resultados.

Para medir la rentabilidad del proyecto se utiliza las herramientas financieras como el TIR, VAN, Costo Beneficio, y el período de recuperación de la Inversión.

#### 5.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN Y SU FINANCIAMIENTO

Para el financiamiento del proyecto se necesita una inversión de 15.433,51 USD, de los cuales 8.433,51 USD se cuenta con capital propio el saldo se obtendrá mediante un financiamiento con la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés de 10,50%.

Para una mejor explicación se presenta un cuadro demostrativo de la inversión a realizarse:

CUADRO 53 Financiamiento

FINANCIAMIENTO		
CONCEPTO	VALOR	%
RECURSOS PROPIOS	8.433,51	55%
CRÉDITO	7.000,00	45%
<b>TOTAL</b>	<b>15.433,51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

## 5.2. PROYECCIONES DE INGRESOS

### 5.2.1. INGRESOS POR VENTA DE ROPA TEJIDA INFANTIL

De acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado se tiene previsto comercializar las diferentes prendas tejidas, para de esta manera incentivar la elaboración de estas prendas trabajadas con mano de obra de la localidad y mejorar sus ingresos económicos.

CUADRO 54 INGRESO POR VENTA DE PRENDAS TEJIDAS A MANO

INGRESOS POR VENTAS									
AÑO	Chambra			Mameluco			Ponchos		
	Q	P.V.UNIT.	ING.TOTAL	Q	P.V.UNIT.	ING.TOTAL	Q	P.V.UNIT.	ING.TOTAL
2013	2400	16,58	39.795,60	1440	17,56	25.281,36	960	19,51	18.726,24
2014	2600	17,26	44.879,49	1560	18,28	28.511,05	1040	20,31	21.118,52
2015	3000	17,97	53.907,17	1680	19,03	31.963,08	1120	21,14	23.675,48
2016	3400	18,71	63.599,68	1800	19,81	35.650,25	1200	22,01	26.406,62
2017	3800	19,47	73.996,36	1920	20,62	39.586,04	1280	22,91	29.321,91

Fuente: investigación directa  
Elaborado por: El Autor

Los ingresos fueron calculados con la oferta proyectada para cada año y con la proyección de precios para cada prenda

### 5.3. PROYECCIONES DE EGRESOS.

Los egresos en que se incurrirá en la operación del proyecto son los gastos operativos del servicio, gastos administrativos, de ventas y financieros.

Para incrementar los costos y gastos futuros se ha decidido tomar en cuenta el indicador de inflación que hasta junio de 2013 es de 2,68% con lo que los precios también podrían variar en este porcentaje.

### 5.3.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción se encuentran representados por:

- Materia Prima Directa
- Mano de Obra Directa
- Costos indirectos de fabricación

CUADRO 55 MODELO CHAMBRA

MODELO CHAMBRA			
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (MADEJA)	COSTO MATERIA PRIMA	COSTO UNITARIO
LANA	2	2,50	5
HONORARIOS POR SERVICIOS			
N° TEJEDORAS		COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO
1		7,50	7,5
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UNIT.	COSTOS INDIRECTOS	COSTO UNITARIO
ETIQUETA	1	0,15	0,15
FUNDA EMPAQUE	1	0,03	0,03
PLASTIFLECHAS	1	0,03	0,03
ETIQUETAS CARTON	1	0,05	0,05
<b>TOTAL</b>			<b>0,26</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>			<b>12,76</b>

Fuente: investigación directa

Elaborado por: El Autor

CUADRO 56 MODELO MAMELUCO

MODELO MAMELUCO			
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD (MADEJA)	COSTO MATERIA PRIMA	COSTO UNITARIO
LANA	2,1	2,50	5,25
HONORARIOS POR SERVICIOS			
N° TEJEDORAS		COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO
1		8,00	8,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UNIT.	COSTOS INDIRECTOS	COSTO UNITARIO
ETIQUETA	1	0,15	0,15
FUNDA EMPAQUE	1	0,03	0,03
PLASTIFLECHAS	1	0,03	0,03
ETIQUETAS CARTON	1	0,05	0,05
<b>TOTAL</b>			<b>0,26</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>			<b>13,51</b>

Fuente: investigación directa

Elaborado por: El Autor

CUADRO 57 MODELO PONCHO

MODELO PONCHO			
COSTO MATERIA PRIMA DIRECTA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD KG	COSTO MATERIA PRIM	COSTO UNITARIO
LANA	2,5	2,50	6,25
HONORARIOS POR SERVICIOS			
N° TEJEDORAS		COSTO UNITARIO	COSTO UNITARIO
1		8,50	8,5
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UNIT.	COSTOS INDIRECTOS	COSTO UNITARIO
ETIQUETA	1	0,15	0,15
FUNDA EMPAQUE	1	0,03	0,03
PLASTIFLECHAS	1	0,03	0,03
ETIQUETAS CARTON	1	0,05	0,05
<b>TOTAL</b>			<b>0,26</b>
<b>COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>			<b>15,01</b>

Fuente: investigación directa  
Elaborado por: El Autor

### 5.3.2. GASTOS OPERATIVOS

Son los gastos directos que se tiene para que entre en operación de la microempresa de comercialización y producción de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo.

#### a. GASTO SALARIOS PERSONAL OPERATIVO

Los gastos por pago de salarios al personal operativo se han calculado con sujeción a la ley. Aquí se encuentran: 1 vendedor que es la persona de control de calidad quienes realizarán el trabajo y supervisarán las actividades que se realicen en la microempresa. Para esto se ha tomado en cuenta beneficios sociales, fondo de reserva que se calcula a partir del segundo año de trabajo de una persona, entre otros.

Para el cálculo de la tasa de incremento en sueldos se ha considerado una tasa de 8,90% que es el porcentaje de incremento del salario mínimo vital en el último año.

CUADRO 58 Gasto Salarios proyectados para los 5 años

<b>GASTO PAGO SALARIOS PROYECTADO PARA LOS 5 PRIMEROS AÑOS</b>					
<b>AÑO</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
SALARIO BÁSICO ANUAL	3.816,00	4.155,62	4.525,47	4.928,24	5.366,86
APORTE PATRONAL	425,48	463,35	504,59	549,50	598,40
FONDOS DE RESERVA	-	346,16	376,97	410,52	447,06
VACACIONES	-	173,15	188,56	205,34	223,62
13° SUELDO	318,00	346,30	377,12	410,69	447,24
14° SUELDO	318,00	635,75	1.270,98	2.540,95	5.079,86
<b>TOTAL</b>	<b>4.877,48</b>	<b>6.120,34</b>	<b>7.243,70</b>	<b>9.045,24</b>	<b>12.163,04</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaborado por: El Autor

### 5.3.3. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Estos gastos corresponden a sueldos, beneficios sociales, fondo de reserva del personal administrativo, además de otros gastos como la, pago de servicios básicos, depreciaciones de activos fijos para el área administrativa. Se debe aclarar que todos los gastos se han proyectado con una tasa de 2,68% que es la tasa de inflación a junio de 2013.

#### a) GASTO SERVICIOS BÁSICOS Y OTROS

CUADRO 59 Gastos servicios básicos y otros

<b>STOS GENERALES ADMINISTRATIVOS PROYECTADO PARA LOS 5 PRIMEROS AÑOS</b>					
<b>AÑO</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Servicios básicos	960,00	985,73	1.012,15	1.039,27	1.067,12
Útiles de oficina	36,36	37,33	38,34	39,36	40,42
Servicio de guardianía	240,00	246,43	253,04	259,82	266,78
Imprevistos 3%	37,09	38,08	39,11	40,15	41,23
<b>TOTAL</b>	<b>1.273,45</b>	<b>1.307,58</b>	<b>1.342,62</b>	<b>1.378,60</b>	<b>1.415,55</b>

Fuente: Municipio de Otavalo, CNT, LRTI  
Elaborado por: El Autor

Se ha tomado en cuenta gastos por concepto de agua 20,00 USD mensuales, servicio Gasto de internet 30,00 USD mensuales, energía eléctrica 30,00 USD mensuales, servicio de monitoreo de alarma 20,00 USD mensuales, por imprevistos un 3% del valor total.

CUADRO 60 Depreciación anual de equipo y muebles y enseres

<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>% de Depreciación</b>	<b>Valor a depreciar</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Equipo de cómputo	33%	3.820,00	1.260,60
Muebles y enseres	10%	3.853,00	385,30
<b>TOTAL</b>			<b>1.645,90</b>

Fuente: LRTI  
Elaborado por: El Autor

## **b) GASTO HONORARIOS ADMINISTRATIVOS**

A continuación el cuadro de las personas que trabajarán en la parte administrativa.

Se realizará el pago mensual de 450,00 USD al Gerente; la proyección se realizó en base al de inflación a junio del 2013 la tasa fue de 2.68%.

CUADRO 61 Gasto de sueldos proyectados

<b>GASTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADO PARA LOS 5 PRIMEROS AÑOS</b>					
<b>AÑO</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
SUELDO BÁSICO ANUAL	5,400.00	5,880.60	6,403.97	6,973.93	7,594.61
APORTE PATRONAL	602.10	655.69	714.04	777.59	846.80
FONDOS DE RESERVA	-	489.85	533.45	580.93	632.63
VACACIONES	-	245.03	266.83	290.58	316.44
13° SUELDO	450.00	490.05	533.66	581.16	632.88
14° SUELDO	318.00	635.75	1,270.98	2,540.95	5,079.86
<b>TOTAL</b>	<b>6,770.10</b>	<b>8,396.96</b>	<b>9,722.95</b>	<b>11,745.14</b>	<b>15,103.23</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaborado por: El Autor

### 5.3.4. GASTOS DE VENTAS

En este rubro se presentan los gastos por publicidad.

#### a) PUBLICIDAD Y MEDIOS

En este rubro consta la publicidad tanto ATL y BTL, esto se realizará por la inauguración del lugar y para la promoción de las diferentes prendas. Esto se refleja en un Plan de medios que se encuentra en el capítulo 6 de esta investigación.

CUADRO 62 Presupuesto Publicidad ATL

PRESUPUESTO PUBLICIDAD ATL PROYECTADO					
CONCEPTO	2013	2014	2015	2016	2017
Diseño pagina web	1.920,00	1.971,46	2.024,29	2.078,54	2.134,25
Publicación Diario El Norte	600,00	616,08	632,59	649,54	666,95
TOTAL	2.520,00	2.587,54	2.656,88	2.728,09	2.801,20

Fuente: SANDIA, Diario el Norte.

Elaborado por: El Autor

### 5.3.5. GASTOS FINANCIEROS

Para la creación de la microempresa de ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo se necesitará realizar un crédito de 7.000,00 USD, mismo que se realizará en la Corporación Financiera Nacional a una tasa de 10,50% pagaderos a 3 años en cuotas mensuales.

CUADRO 63 Datos para calcular el interés

CAPITAL	7.000.00
PERÍODOS	36
TASA	0.00875
CUOTA MENSUAL	227.52

Fuente: Corporación Financiera Nacional

[http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=135&Itemid=407](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=407)  
31/agosto/2013

Elaborado por: El Autor

La amortización de la deuda se encuentra en el siguiente cuadro:

CUADRO 64 CUADRO DE AMORTIZACIÓN

PERÍODO	SALDO INICIAL	INTERES	CAPITAL	SALDO FINAL	CUOTA MENSUAL
1	7.000,00	61,25	166,27	6.833,73	227,52
2	6.833,73	59,80	167,72	6.666,01	227,52
3	6.666,01	58,33	169,19	6.496,81	227,52
4	6.496,81	56,85	170,67	6.326,14	227,52
5	6.326,14	55,35	172,17	6.153,97	227,52
6	6.153,97	53,85	173,67	5.980,30	227,52
7	5.980,30	52,33	175,19	5.805,11	227,52
8	5.805,11	50,79	176,73	5.628,38	227,52
9	5.628,38	49,25	178,27	5.450,11	227,52
10	5.450,11	47,69	179,83	5.270,28	227,52
11	5.270,28	46,11	181,41	5.088,87	227,52
12	5.088,87	44,53	182,99	4.905,88	227,52
13	4.905,88	42,93	184,59	4.721,29	227,52
14	4.721,29	41,31	186,21	4.535,08	227,52
15	4.535,08	39,68	187,84	4.347,24	227,52
16	4.347,24	38,04	189,48	4.157,76	227,52
17	4.157,76	36,38	191,14	3.966,62	227,52
18	3.966,62	34,71	192,81	3.773,81	227,52
19	3.773,81	33,02	194,50	3.579,31	227,52
20	3.579,31	31,32	196,20	3.383,11	227,52
21	3.383,11	29,60	197,92	3.185,19	227,52
22	3.185,19	27,87	199,65	2.985,54	227,52
23	2.985,54	26,12	201,40	2.784,14	227,52
24	2.784,14	24,36	203,16	2.580,99	227,52
25	2.580,99	22,58	204,94	2.376,05	227,52
26	2.376,05	20,79	206,73	2.169,32	227,52
27	2.169,32	18,98	208,54	1.960,78	227,52
28	1.960,78	17,16	210,36	1.750,42	227,52
29	1.750,42	15,32	212,20	1.538,21	227,52
30	1.538,21	13,46	214,06	1.324,15	227,52
31	1.324,15	11,59	215,93	1.108,22	227,52
32	1.108,22	9,70	217,82	890,40	227,52
33	890,40	7,79	219,73	670,67	227,52
34	670,67	5,87	221,65	449,02	227,52
35	449,02	3,93	223,59	225,43	227,52

Fuente: Corporación Financiera Nacional

[http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=135&Itemid=407](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=407) 31/agosto/2013

Elaborado por: El Autor

Los intereses se pagarán de acuerdo al siguiente cuadro:

CUADRO 65 Resumen de cálculo del interés

INTERESES DE LA DEUDA			
AÑO	2013	2014	2015
Enero	61,25	42,93	22,58
Febrero	59,80	41,31	20,79
Marzo	58,33	39,68	18,98
Abril	56,85	38,04	17,16
Mayo	55,35	36,38	15,32
Junio	53,85	34,71	13,46
Julio	52,33	33,02	11,59
Agosto	50,79	31,32	9,70
Septiembre	49,25	29,60	7,79
Octubre	47,69	27,87	5,87
Noviembre	46,11	26,12	3,93
Diciembre	44,53	24,36	1,97
<b>TOTAL</b>	<b>636,12</b>	<b>405,34</b>	<b>149,13</b>

Fuente: Corporación Financiera Nacional

[http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=135&Itemid=407](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=407) 31/agosto/2013

Elaborado por: El Autor

#### 5.4. BALANCE GENERAL INICIAL

El estado de situación inicial del proyecto para el año 2013 es:

CUADRO 66 Balance de Situación Inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL 2013		
<b>ACTIVO</b>		<b>20.343,51</b>
<u>Activo Corriente</u>		12.139,51
Bancos	8.510,51	
Inventario de Materia Prima	3.629,00	
Propiedad, Planta y Equipo		8.204,00
Equipo de computación	3.937,00	
Muebles y enseres	3.853,00	
Maquinaria y Herramientas	414,00	
<b>PASIVOS</b>		<b>7.000,00</b>
Préstamo bancario	7.000,00	
<b>PATRIMONIO</b>		<b>13.343,51</b>
Capital social	13.343,51	
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>		<b>20.343,51</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

## 5.5. PROYECCIONES DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AL 2013

Con los datos proporcionados anteriormente tanto de ingreso como de egresos se elabora el estado de pérdidas y ganancias proyectado para los 5 años de estudio del proyecto.

**TABLA DE CÁLCULO IMPUESTO A LA RENTA**

2016		2017	
FRACCIÓN	IMPUESTO	FRACCIÓN	IMPUESTO
FRAC. BASICA	13.270	16.590	475
EXEDENTE	15.447,62	17.683,17	131,18
TOTAL IMPUESTO			606,18

Fuente: Investigación Directa (cálculos realizados en base a la tabla del año 2014)  
Elaborado por: El Autor

## CUADRO 67 Estado de Pérdidas y Ganancias

**Año 2013 – 2017**

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
CONCEPTO	2013	2014	2015	2016	2017
<b>INGRESOS</b>					
<b>Ingresos por ventas</b>	<b>83.803,20</b>	<b>94.509,06</b>	<b>109.545,74</b>	<b>125.656,55</b>	<b>142.904,31</b>
Chambras	39.795,60	44.879,49	53.907,17	63.599,68	73.996,36
Mamelucos	25.281,36	28.511,05	31.963,08	35.650,25	39.586,04
Ponchos	18.726,24	21.118,52	23.675,48	26.406,62	29.321,91
<b>(-) Costos de Producción</b>	<b>64.464,00</b>	<b>70.036,00</b>	<b>78.159,00</b>	<b>80.980,00</b>	<b>88.903,00</b>
Chambras	30.612,00	33.163,00	38.465,00	38.465,00	43.567,00
Mamelucos	19.447,20	21.187,80	22.808,40	24.429,00	26.049,60
Ponchos	14.404,80	15.685,20	16.885,60	18.086,00	19.286,40
<b>UTILIDAD EN VENTAS</b>	<b>19.339,20</b>	<b>24.473,06</b>	<b>31.386,74</b>	<b>44.676,55</b>	<b>54.001,31</b>
<b>GASTOS</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>9.689,45</b>	<b>11.350,44</b>	<b>12.711,47</b>	<b>14.769,64</b>	<b>18.164,68</b>
Gasto servicios básicos y otros	1.273,45	1.307,58	1.342,62	1.378,60	1.415,55
Gasto sueldos administrativos y beneficios sociales	6.770,10	8.396,96	9.722,95	11.745,14	15.103,23
Gasto Depreciación	1.645,90	1.645,90	1.645,90	1.645,90	1.645,90
<b>Gastos Ventas</b>	<b>6.797,48</b>	<b>8.091,80</b>	<b>9.267,99</b>	<b>11.123,78</b>	<b>14.297,29</b>
Gastos sueldos ventas y beneficios sociales	4.877,48	6.120,34	7.243,70	9.045,24	12.163,04
Publicidad	1.920,00	1.971,46	2.024,29	2.078,54	2.134,25
<b>Gastos Financieros</b>	<b>636,12</b>	<b>405,34</b>	<b>149,13</b>	-	-
Intereses por deuda	636,12	405,34	149,13	-	-
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>17.123,05</b>	<b>19.847,58</b>	<b>22.128,59</b>	<b>25.893,42</b>	<b>32.461,97</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>2.216,15</b>	<b>4.625,48</b>	<b>9.258,14</b>	<b>18.783,13</b>	<b>21.539,34</b>
15% de participación a trabajadores	332,42	693,82	1.388,72	2.817,47	3.230,90
Utilidad después de 15% PT	1.883,72	3.931,66	7.869,42	15.965,66	18.308,44
Impuesto a la renta	-	-	-	412,57	681,21
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1.883,72</b>	<b>3.931,66</b>	<b>7.869,42</b>	<b>15.553,09</b>	<b>17.627,23</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

## 5.6. FLUJO DE CAJA

CUADRO 68 Flujo de caja

FLUJO OPERATIVO						
CONCEPTO	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>FLUJO POR FINANCIAMIENTO</b>	15.433,51					
Préstamo	7.000,00					
capital propio	8.433,51					
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos por Ventas		83.803,20	94.509,06	109.545,74	125.656,55	142.904,31
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>83.803,20</b>	<b>94.509,06</b>	<b>109.545,74</b>	<b>125.656,55</b>	<b>142.904,31</b>
<b>EGRESOS</b>						
Costos de Produccion		64.464,00	70.036,00	78.159,00	80.980,00	88.903,00
Gasto servicios básicos y otros		1.273,45	1.307,58	1.342,62	1.378,60	1.415,55
Gasto sueldos administrativos		6.770,10	8.396,96	9.722,95	11.745,14	15.103,23
Gasto sueldos ventas		4.877,48	6.120,34	7.243,70	9.045,24	12.163,04
Publicidad		1.920,00	1.971,46	2.024,29	2.078,54	2.134,25
Intereses por deuda		636,12	405,34	149,13	-	-
Pago de capital		1.911,13	2.304,73	2.784,15	-	-
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>81.852,28</b>	<b>90.542,41</b>	<b>101.425,84</b>	<b>105.227,52</b>	<b>119.719,07</b>
pago 15% de participación a trabajadores		-	332,42	693,82	1.388,72	2.817,47
Pago Impuesto a la renta		-	-	-	412,57	681,21
<b>FLUJO NETO</b>	<b>15.433,51</b>	<b>1.950,92</b>	<b>3.634,23</b>	<b>7.426,07</b>	<b>18.627,74</b>	<b>19.686,56</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

## 5.7. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

### 5.7.1. TASA DE REDESCUENTO MEDIO

Para determinar la tasa de descuento se realiza el siguiente cálculo:

CUADRO 69 Costo de capital

RECURSOS	VALOR	% de COMPOSICIÓN	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR DE PONDERACIÓN
Propio	8.510,51	55%	7,00%	3,84%
Financiado	7.000,00	45%	10,50%	4,74%
	15.510,51	100%	17,50%	8,58%

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

CK 8, 59%

Inflación 2, 68%

$$TD = (1+CK)*(1+i)-1$$

$$TD = (1+0,0862)*(1+0,0268)-1$$

$$TD = 1.11500212 - 1$$

$$TD = 0.115 = 11.5\%$$

### 5.7.2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Obteniendo el valor presente de los flujos de caja, con la tasa de descuento emplearemos el criterio de si es o no factible la realización del proyecto. Si el VAN es mayor o igual a cero el proyecto se acepta y si es menor a cero se rechaza.

$$VAN = -15.433,51 + \frac{1.950,92}{(1 + 0,115)^1} + \frac{3.634,33}{(1 + 0,115)^2} + \frac{7.426,07}{(1 + 0,115)^3} + \frac{18.627,74}{(1 + 0,115)^4} + \frac{19686,56}{(1 + 0,115)^5}$$

$$VAN = -15433,51 + 1.149,70 + 2.923,31 + 5.357,16 + 12.052,04 + 11.423,40$$

$$VAN = 17.472,1$$

Con este resultado se puede afirmar la rentabilidad de la microempresa durante los 5 años.

### 5.7.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Esta tasa sirve para identificar la rentabilidad del capital invertido en el proyecto, es decir la tasa interna de retorno que debe obtener el negocio para saber si es rentable.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN.Ti}{VAN.Ti - VAN.Ts}$$

De donde:

TIR = Tasa interna de retorno

Ti = Tasa inferior =10%

Ts = Tasa superior =12%

VAN Ti = Valor actual neto de la tasa inferior

VAN Ts = Valor actual neto de la tasa superior

Calculando el Valor Actual Neto con la tasa inferior

$$VAN_{ti}(0,10) = -15.433,51 + \frac{1.950,92}{(1 + 0,10)^1} + \frac{3.634,33}{(1 + 0,10)^2} + \frac{7.426,07}{(1 + 0,10)^3} \\ + \frac{18.627,74}{(1 + 0,10)^4} + \frac{19686,56}{(1 + 0,10)^5}$$

$$VAN_{ti}(0,10) = -15.433,51 + 1.773,56 + 3.003,58 + 5.579,32 + 12.723 \\ + 12.223,80$$

$$VAN_{ti}(0,10) = 19.869,75$$

Calculando el Valor Actual Neto con la tasa superior

$$VAN_{ts}(0,12) = -15.433,51 + \frac{1.950,92}{(1 + 0,12)^1} + \frac{3.634,33}{(1 + 0,12)^2} + \frac{7.426,07}{(1 + 0,12)^3} \\ + \frac{18.627,74}{(1 + 0,12)^4} + \frac{19686,56}{(1 + 0,12)^5}$$

$$VAN_{ts}(0,12) = -15.433,51 + 1.741,90 + 2.897,26 + 5.285,73 + 11.838,26 \\ + 11.170,69$$

$$VAN_{ts}(0,12) = 17.500,33$$

$$TIR = 0,115 + (0,12 - 0,10) \frac{19.869,75}{19.869,75 - 17.500,33}$$

$$TIR = 0,115 + (0,12 - 0,11)(8.38)$$

$$TIR = 0,115 + 0,0838$$

$$TIR = 0.19$$

$$TIR = 19.88\%$$

El proyecto resulta factible ya que la TIR es 19.88%.

#### 5.7.4. RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Este valor se determina de la siguiente manera:

$$CB = \frac{\frac{1.950,92}{(1+0,115)^1} + \frac{3.634,33}{(1+0,115)^2} + \frac{7.426,07}{(1+0,115)^3} + \frac{18.627,74}{(1+0,115)^4} + \frac{19686,56}{(1+0,115)^5}}{15.433,51}$$

$$CB = \frac{1.149,70 + 2.923,31 + 5.357,16 + 12.052,04 + 11.423,40}{15.433,51}$$

$$CB = \frac{32905,61}{15.433,51}$$

$$CB = 2.13$$

Con el costo beneficio de 2,13 se puede analizar que las ventas cubrirán los gastos y costos, además generarán beneficios económicos. Es decir por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 1.13 centavos.

#### 5.7.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Para determinar el periodo de tiempo en que se recuperará la inversión se realiza el siguiente cálculo:

CUADRO 70 **Período de recuperación**

PERÍODO DE RECUPERACIÓN			
AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO	% DE RECUPERACIÓN
2013	1.950,92	1.950,92	12,64%
2014	3.634,23	5.585,14	36,19%
2015	7.426,07	13.011,21	84,30%
2016	18.627,74	31.638,95	205,00%
2017	19.686,56	51.325,51	332,56%

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

En el 4to año se recupera la totalidad de la inversión.

Esto nos indica que el proyecto de creación del microempresa en el cantón Otavalo es rentable y la recuperación de la inversión es en un corto período de tiempo.

## **5.8. PUNTO DE EQUILIBRIO.**

### **5.8.2. PUNTO DE EQUILIBRIO EN INGRESOS**

El punto de equilibrio muestra una situación en la cual la empresa ni gana ni pierde, y se realiza para determinar los niveles más bajos de producción o ventas a los cuales puede funcionar un proyecto sin poner en peligro la viabilidad financiera.

Costos fijos:

- Arriendo: 2,640
- Publicidad: 2.520
- Servicios básicos: 960
- Servicio de guardianía:240

PRODUCTO	COSTOS DE PRODUCCION	PRECIO DE VENTA
Chambra	12,76	16,58
Mameluco	13,51	17,56
Ponchos	15,01	19,51
<b>total</b>	<b>41,27</b>	<b>53,64</b>

$$P.E.I = \frac{C.F.T.}{\left(1 - \frac{CVu}{PVu}\right)}$$

$$P.E.I = \frac{2640 + 2520 + 960 + 240.}{\left(1 - \frac{41.27}{53.64}\right)}$$

$$P.E.I = \frac{6.360}{0.23}$$

$$P.E.I = 27.652 \text{ dolares}$$

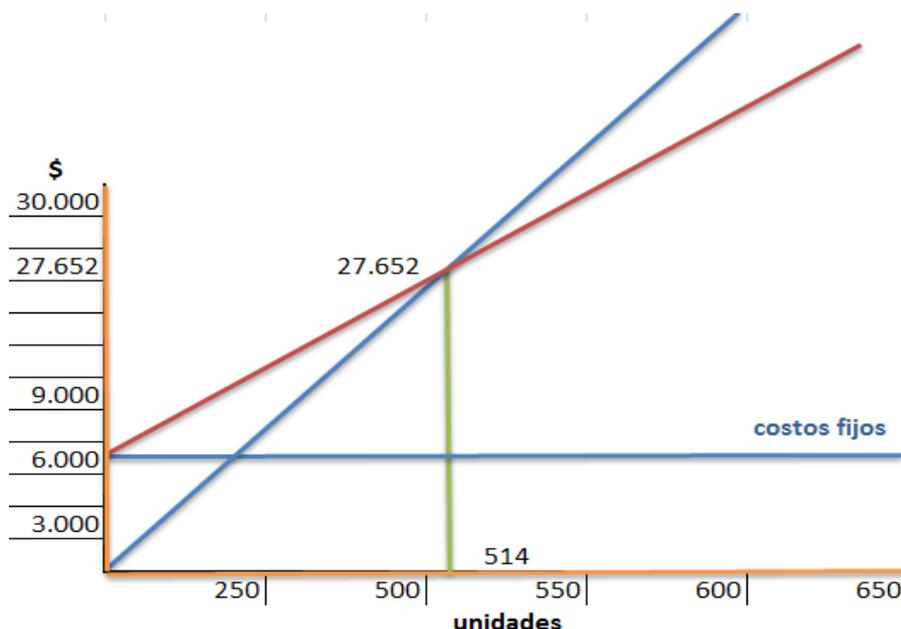
### 5.8.3. PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES DE PRODUCCION

$$P.E.U.P = \frac{P.E.I}{PVu}$$

$$P.E.U.P = \frac{27.652}{53.64}$$

$$P.E.U.P = 514 \text{ unidades}$$

#### 5.8.4. REPRESENTACION GRAFICA



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

#### 5.9. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

**Precio.-** tomando en cuenta el valor de la prenda si es superior se podrá asimilar los costos fijos con mayor comodidad, pero las ventas no subirán ya que en las encuestas tienen un valor ya definido en el mercado, si se cambia las variables para que el precio sea menor la empresa no podrá producir la cantidad de prendas necesarias para costear los gastos

**Producción.-** la capacidad de producción es limitada ya que las prendas son tejidas a mano y no se puede captar todo el mercado, si cambiamos las variables para producir más prendas el costo de mano de obra será muy alto, se deberá comercializar prendas de otras personas sin la calidad de la marca y exclusividad.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA.

#### 6.1. Estructura administrativa

##### 6.1.1. Denominación de la microempresa.

La infraestructura del nueva “**MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INFANTIL TEJIDA A MANO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**”, De acuerdo a los resultados obtenidos la microempresa contará con una infraestructura, ecológica, amplia y acogedora.

- **Nombre comercial**

Ilustración 23 **NOMBRE COMERCIAL**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

- **Logotipo**

Ilustración 24 **LOGOTIPO**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

#### 6.1.2. **Importancia.**

La microempresa cumple con mantener la costumbre de vestir a los bebés con una prenda tejida a mano, y regalar como presente a la madre por el nacimiento, incrementa fuentes de trabajo que ayuda a mejorar los ingresos en los hogares de la localidad

#### 6.1.3. **Beneficiarios.**

Los beneficiarios directos con la implementación del proyecto son todas las personas que se dedican a tejer ropa infantil a mano y comercializan nuestro producto en la ciudad de Otavalo.

#### 6.1.4. **Sector económico.**

La microempresa de producción y comercialización de ropa infantil tejida a mano pertenece al sector económico manufacturero

#### 6.1.5. **Tipo de empresa.**

La empresa *bebeco* es de persona natural, se crea con la finalidad de producir y comercializar., se determina que el tipo de microempresa tiene la calificación artesanal; porque todo el proceso es realizado a mano.

#### 6.1.6. **Misión de la microempresa.**

Brindar a la ciudadanía de Otavalo y la provincia ropa infantil tejida a mano de excelente calidad, con diseños creativos y exclusivos, a costos Accesibles para el consumidor.

#### 6.1.7. **Visión de la microempresa.**

***Bebeco*** en los próximos cinco se convertirá en la marca líder de ropa infantil tejida a mano, siendo productores y proveedores de confianza que brinda garantía en el servicio y calidad de prendas infantiles, utilizando lana nacional e importada de la más alta calidad y durabilidad.

### 6.1.8. **Objetivos, principios, reglas, valores de la microempresa.**

#### 6.1.9. **Principios y valores**

- Calidad.
- Puntualidad.
- Creatividad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Compromiso con la organización.
- Responsabilidad Social.

#### 6.1.10. **Reglas de la empresa**

- a) Estar atento a las sugerencias de los clientes para mejorar cada día los productos y la atención al consumidor.
- b) Cumplir con los impuestos de acuerdo a la normativa tributaria vigente.
- c) Ofrecer un producto de excelente calidad que garantice la satisfacción del consumidor.
- d) Utilizar medios publicitarios locales para llegar a nuestros clientes de una manera efectiva, principalmente la internet, radio.
- e) Actualizar continuamente la base de datos de proveedores de insumos y de los clientes que llevan al por mayor.
- f) Evaluar los datos financieros constantemente, así como los balances de manera mensual para corregir los posibles problemas contables existentes.
- g) Maximizar el valor de la microempresa posesionándonos en el mercado.
- h) Definir el valor agregado en los productos, manteniendo las ventajas competitivas.
- i) Tomar en cuenta las necesidades y sugerencias de los empleados.

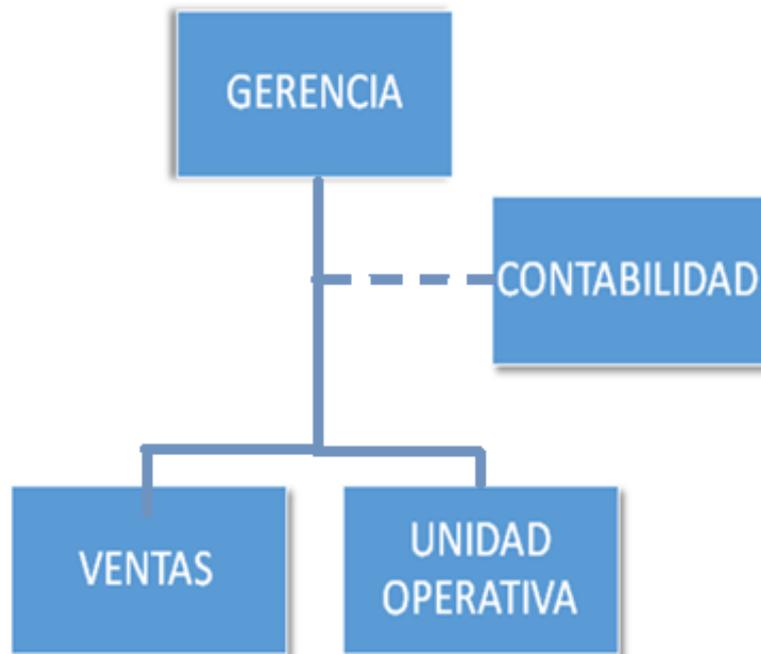
### 6.1.11. OBJETIVOS

- a) Conseguir la venta de un determinado número de docenas de Prendas tejidas mano al mes.
- b) Determinar impactos positivos y de riesgos para la microempresa.
- c) Recuperar la inversión en 3 años.
- d) Cumplir con las normas y leyes vigentes en el Ecuador, y otros compromisos a terceros.

### 6.2. Estructura organizacional.

#### 6.2.1. Orgánico estructural.

Ilustración 25 **ORGÁNICO ESTRUCTURAL**



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

La estructura orgánica de la microempresa se basa en un organigrama clásico vertical jerárquico, mismo que está compuesto por rectángulos, que representan los cargos unidos entre sí por líneas, que trazan las

relaciones de comunicación entre ellos. Las líneas horizontales, representan las relaciones de laterales de comunicación y el mismo nivel Jerárquico. Las verticales, representan relaciones de autoridad (del superior sobre el subordinado).

El cargo superior de la microempresa es la gerencia, en cambio el cargo de menos rango es el de ventas por lo que no posee ningún subordinado.

#### **6.2.2. Niveles administrativos.**

##### **a. Nivel Directivo.**

- Gerencia

##### **b. Nivel Asesor**

- Contadora (honorarios por servicios)

##### **c. Nivel Operativo.**

- Ventas
- Unidad operativa( honorarios por servicios)

### 6.2.3. Atribuciones y perfiles de los niveles administrativos.

## 6.3. MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE.

CUADRO 71 MANUAL DE FUNCIONES DEL GERENTE

 DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
<b>Denominación del Cargo:</b>	GERENTE	
<b>Jefe Inmediato:</b>	NINGUNO	
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)	
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección de técnicas para escoger los elementos necesarios.</li> <li>• Desarrollo, que es la necesidad de que todos los elementos progresen o mejoren.</li> <li>• Dirección: Impulsar, coordinar y vigilar las funciones de cada elemento; brindando motivación adecuada a los subordinados para generar un profundo interés por su labor. Tomando en cuenta lo siguiente:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoridad para indicar como ejecutar una acción.</li> <li>• Comunicación: Flujo de información entre todos los elementos de la administración.</li> <li>• Supervisión: Asegurarse si las actividades se están realizando como se habían planeado.</li> <li>• Control: determina como se han realizado todas las acciones en relación con lo que se había establecido, es el conjunto de medios e instrumentos que permiten comparar los resultados reales con los estimados, para corregir las desviaciones y eliminar los obstáculos.</li> </ul> </li> <li>• Establecer políticas y estrategias que sirvan de marco de referencia para tomar decisiones para otros niveles.</li> <li>• Elaborar programas y elaborar objetivos a corto, mediano y a largo plazo.</li> <li>• Planear, coordinar, dirigir, coordinar la función sustantiva o de apoyo de las unidades.</li> <li>• Elaborar y ejecutar programas, estableciendo objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.</li> <li>• Establecer sistemas de control, supervisión y evaluación de programas.</li> <li>• Tomar decisiones para corregir desviaciones operativas en el desarrollo de los programas.</li> <li>• Determinar los procedimientos y métodos específicos de trabajo.</li> <li>• Proponer medidas y ajustes a sus actividades y elaborar informes para sus superiores.</li> <li>• Proponer candidatos para ocupar puestos en sus áreas así como estímulos para su personal.</li> </ul>		
<b>Requisitos de Educación:</b>	Ingeniero en Administración de empresas, o C.P.A	
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Dos (2) años de experiencia en cargos administrativos.	
<b>Requisitos de capacitación:</b>	Mínimo 40 horas en: Dirección de empresas, Gestión de riesgos, Seguridad industrial	
<b>Otros Requisitos:</b>	Excelente calidad humana y trato interpersonal.	
ELABORADO:	REVISADO	AUTORIZADO

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

### 6.3.1. MANUAL DE FUNCIONES DE VENDEDOR.

CUADRO 72 MANUAL DE FUNCIONES DE VENDEDOR

 <b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>		
<b>Denominación del Cargo:</b>	VENDEDOR(A)	
<b>Jefe Inmediato:</b>	GERENTE	
<b>Número de Personas en el Cargo:</b>	Uno (1)	
<b>FUNCIONES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender a los clientes en el punto de venta.</li> <li>• Elaborar las facturas por ventas al contado y a crédito.</li> <li>• Controlar la secuencia de la documentación que respalde las ventas.</li> <li>• Verificar que los precios, rebajas, promociones y descuentos que son establecidos por la empresa.</li> <li>• Llenar las órdenes de pedido al por mayor del cliente para el envío a domicilio o clientes de otras localidades.</li> <li>• Realizar informes para entregar al gerente sobre los productos que se están agotando y cuáles necesitan los clientes.</li> <li>• No están autorizados para recibir dinero por cobranzas fuera del negocio por concepto de las ventas efectuadas en el punto de venta; salvo cuando sean delegados para realizar cobranzas, en casos especiales.</li> <li>• Brindar una atención cordial y explicativa sobre los productos.</li> <li>• Dar a conocer sobre las ofertas, rebajas, descuentos y promociones, tanto permanentes como de temporada.</li> <li>• Realizar el informe de cierre de caja y elaborar el informe del turno de su jornada, y entregar al administrador.</li> <li>• Realizar la limpieza diaria de las dependencias de la empresa.</li> <li>• Realizar depósitos bancarios conforme a los documentos verificados y entregados, manteniendo las normas de prevención y seguridad.</li> </ul>		
<b>Requisitos de Educación:</b>	Bachiller en comercio y Administración,	
<b>Requisitos de Experiencia:</b>	Dos (2) años de experiencia en cargos similares.	
<b>Requisitos de capacitación:</b>	Mínimo 40 horas en: atención al cliente	
<b>Otros Requisitos:</b>	Excelente calidad humana y trato interpersonal.	
ELABORADO:	REVISADO	AUTORIZADO

Fuente: Investigación Directa  
 Elaborado por: El Autor

#### **6.4. Aspectos legales de constitución**

La microempresa va a ser constituida como persona natural no obligada a llevar contabilidad

##### **6.4.1. Requisitos para sacar el ruc**

- Original y Copia de la cédula de identificación y papeleta de votación a color
- Carta de servicio básico
- Calificación artesanal

##### **6.4.2. Requisitos para la patente municipal**

Este permiso se sacará en el Municipio del Gobierno Municipal de Otavalo, si el propietario cuenta con el título de artesano calificado no tendrá que cancelar ningún costo, si no cuenta con este requisito deberá pagar de acuerdo al capital de la microempresa. Los requisitos para hacer este trámite son:

- Registro del SRI
- Cédula y papel de votación
- Título de artesano calificado
- Declaración juramentada del capital de la microempresa.

## CAPÍTULO VII.

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO.

#### 7.1. Antecedentes.

El análisis de impactos es de suma importancia, porque ayudará a realizar un análisis minucioso de los principales impactos que generará la puesta en marcha de la **MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INFANTIL TEJIDA A MANO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**”

Para el análisis de los impactos del proyecto se aplicará una matriz; con la cual, se asignara una calificación a cada impacto. Y para cada impacto se utilizara una matriz de análisis, en la cual, el eje horizontal estará representando los niveles de impacto y en el eje vertical se colocará los indicadores relevantes.

CUADRO 73 Nivelación de impactos

Cualidades	Nivelación
Alto	3(+,-)
Medio	2(+,-)
Bajo	1(+,-)
Indiferente	0

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

Una vez asignado el valor a cada indicador de impacto se suman los valores asignados y se dividirá el resultado para el número de

indicadores; obteniendo un valor promedio, el cual viene a establecerse como la valoración del impacto.

Para poder evaluar los impactos que tiene el presente estudio, se elabora una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis.

La valoración se da según los niveles de impacto que en el siguiente cuadro se detallan:

CUADRO 74 Valoración de impactos

3	Impacto Positivo Alto
2	Impacto Positivo Medio
1	Impacto Positivo Bajo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Negativo Bajo
-2	Impacto Negativo Medio
-3	Impacto Negativo Alto

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

## 7.2. Análisis de impactos.

### 7.2.1. Impacto social.

Permite determinar la influencia de la implantación del proyecto sobre la sociedad de Otavalo.

CUADRO 75 Impacto social

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Calidad de vida						X		2
2	Seguridad familiar							X	3
3	Bienestar comunitario							X	3
	TOTALES						2	6	8

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 8 /3 2.6

De acuerdo al número de indicadores

El proyecto tiene un alto impacto socio económico positivo.

- **Calidad de vida:** Se refleja por medio de la estabilidad del propietario como de los trabajadores, mismo que llega a manifestarse mediante el desarrollo de la institución y prestación de mejoras en los productos para los clientes.
- **Seguridad Familiar:** Los trabajadores tendrán seguridad tanto en la estabilidad laboral como los aportes al IESS, según corresponda.
- **Bienestar Comunitario:** Como es indispensable el bienestar comunitario dependerá del desarrollo institucional por lo que, las personas que se encuentren vinculadas con la microempresa gozaran de un mejoramiento económico, y social de las familias que se encuentren vinculadas a la organización.

#### 7.2.2. Impacto económico.

Ayuda a examinar los mecanismos que hacen, que el desarrollo del proyecto brinde mejoras económicas para quienes están siendo afectados directa e indirectamente con el alcance de estudio de factibilidad.

CUADRO 76 Impacto económico

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Oferta de empleo							X	3
2	Estabilidad económica familiar							X	3
3	Estabilidad económica de la región						X		2
4	Efecto multiplicador						X		2
5	Demanda de mano de obra							X	3
	TOTALES						4	9	13

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 13/5 2.6

El presente proyecto es de un buen impacto económico.

- **Oferta de Empleo:** Con la creación de la microempresa, la asignación de puestos de trabajo serán factibles, puesto que gracias a las ventas se irá incrementando la oferta del servicio.
- **Estabilidad económica familiar:** Se dan por el aumento del gasto público o la reducción de las cargas impositivas, estas deben actuar como agentes compensadores de inversiones privadas insuficientes. De esta manera la estabilidad económica de la familia se vería reflejada por la capacidad de trabajo que tendría para obtener mejores beneficios para una mejora en la calidad de vida.
- **Estabilidad económica de la región:** Con la creación de la microempresa y con la aplicación de propuestas internas, se obtendrán mejores beneficios para la comunidad cercana.
- **Efecto Multiplicador:** Los efectos a los cuales la institución estaría por ejercer con relación a la calidad del producto ofertado, se vería enfocado a nuevas inversiones de acuerdo al crecimiento de la microempresa dando un efecto multiplicador.
- **Demanda de Mano de Obra:** Para el personal que labora dentro de la microempresa se debe tomar en cuenta aspectos importantes como la demanda de la mano de obra para la aplicación de puestos, principalmente para contador, secretaria y trabajadores.

### 7.2.3. Impacto ambiental.

Permite determinar si el proyecto causa daño al ambiente y los niveles de afectación en el entorno, además se establece las medidas que el proyecto tomaría para respetar y conservar la naturaleza y el ambiente.

CUADRO 77 Impacto ambiental

N.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Contaminación de desechos					X			1
2	energía						X		2
3	producto						X		2
	TOTALES					1	4		5

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

$$\text{Nivel de impacto} = \text{Sumatoria Total} = 5/3 = 1.6$$

- **Contaminación de desechos.-** Ya que el producto a elaborarse tiene muy pocos desperdicios se prevé que el impacto ambiental negativo a ocasionarse será el mínimo por el hecho de que la materia prima se emplea casi en su totalidad en cada producción.
- **Energía.-** La energía que se pretende utilizar en el proyecto será la eléctrica, misma que hasta donde se conocen o genera ninguna radiación y/o contaminación ambiental.
- **Producto.-** El producto no ocasiona alergias y/o molestias al cuerpo humano ni al medio ambiente, se puede decir que estas son biodegradables.

#### 7.2.4. Impacto educativo

Posibilita ver el beneficio para que futuras generaciones puedan tener una guía para la elaboración de proyectos similares encaminados en su estudio de factibilidad, este trabajo investigativo lleva a la práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación en la universidad.

CUADRO 78 Impacto educativo

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Generación de conocimientos						X		2
2	Preservación de valores							X	3
4	Nuevos aprendizajes							X	3
	TOTALES						2	6	11

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 9/4 2.75  
El proyecto es de un buen impacto educativo.

- **Generación de conocimientos.**

La implementación de una microempresa de elaboración de ropa infantil tejida a mano, en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura, permite tener nuevos conocimientos, y compartirlos con otros profesionales, proporcionando a los demás un modelo para poder aplicarlos en otros, de empresa similares.

- **Preservación de valores.**

La meta de cada institución es educar en valores buscando la formación de valores en los trabajadores y les lleven a ser individuos adecuadamente formados para tener una sociedad más justa y fundamentalmente empleados que apliquen valores de honestidad, puntualidad, respeto en el trabajo.

- **Nuevos Aprendizajes.**

La búsqueda de nuevos aprendizajes permite estar a la vanguardia de la excelencia, mejorando la aplicación de nuevos proyectos en este campo.

En la presente investigación se determina un crecimiento en los aprendizajes, y para ello se ha realizado una investigación teórica científica, como también técnica.

### 7.2.5. Impacto comercial.

Revisa los elementos que hacen que el desarrollo del proyecto brinde mejoras comerciales en las prendas infantiles de vestir tejidos a mano.

CUADRO 79 Impacto comercial

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Imagen institucional							X	3
2	Atención al cliente							X	3
3	Marketing y publicidad							X	3
	TOTALES							9	9

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 9/3 = 3

El presente proyecto tiene un buen impacto empresarial.

- **Imagen Institucional.-** Esta investigación definir cada detalle de la microempresa visualizando la creación de una excelente imagen corporativa frente al usuario y la ciudadanía, siempre buscando mejorar el producto para satisfacción del consumidor.
- **Atención al cliente.-** La investigación define políticas institucionales que permiten una excelente atención al cliente fundamentalmente por la calidad del producto que se brinda; a más de buen servicio para que el usuario quede satisfecho.
- **Publicidad y marketing:** El estudio define estrategias de publicidad y marketing para la creación de una microempresa de elaboración ropa infantil tejida a mano en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura.

### 7.2.6. IMPACTO EMPRESARIAL

Describe los factores que determinan el manejo de una empresa.

CUADRO 80 Impacto empresarial

No.	ASPECTOS A EVALUAR	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
1	Estilo de gestión							X	3
2	Procesos						X		2
3	Gerencia							X	3
4	Manejo de recursos							X	3
5	Creatividad							X	3
6	Innovación						X		2
7	Sistema de información							X	3
	TOTALES						4	15	19

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

Nivel de impacto = Sumatoria Total = 19/7 2.7

El presente proyecto tiene un buen impacto empresarial.

- **Estilo de gestión:** La investigación permite que varias ramas comerciales se adaptaran a los distintos contextos y pudieran funcionar más fácil y eficientemente, donde se requiere un adecuado estilo gerencial; además la búsqueda de una calidad de vida eficiente y competente, la atención de nuevas técnicas de producción, tanto para la organización como para las personas involucradas.
- **Procesos:** Permite conocer los sistemas de la estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar una gestión determinada, como por ejemplo la gestión de la calidad, la gestión del medio ambiente o la gestión de la prevención de riesgos laborales.

- **Gerencia:** El gerente para poder lograr sus objetivos debe saber cómo usar las diferentes formas del poder para influir en la conducta de sus seguidores, en distintas formas, sin olvidar que es lo que se quiere lograr y hacia dónde va.
- **Manejo de recursos:** Considerando el manejo de recursos se toma en cuenta como una prioridad, puesto que la gerencia debe adoptar medidas enfocadas en recurso humano, económico, y tecnológico, cada institución debe tener los tres elementos que son de gran peso para obtener mejores rendimientos.
- **Creatividad:** Las personas y las empresas innovadoras dedican muchos recursos para obtener resultados de sus nuevos diseños, productos, procesos o servicios, es importante tomar en cuenta que la creatividad se ha convertido en un ingrediente clave para la gestión de las empresas. Los mercados cambian continuamente y se hacen cada vez más exigentes.
- **Innovación:** Genéricamente hablando, la innovación tiene que ver con una combinación de aplicaciones, no excluyente, de todo lo que sigue: Imaginación, Creatividad, Ideas, Experiencias Prácticas y Teóricas que llegan a ser transformadas gracias a las habilidades, destrezas y pericias de los trabajadores, por ello la microempresa tratara de aportar un valor novedoso a sus productos y servicios, que les dote de ventajas competitivas de cara al cliente y frente a la competencia.
- **Sistemas de información:** Deben poseer canales de comunicación directos e indirectos, mismos que tienen que ser escritos, para tener una mayor confiabilidad de las decisiones adoptadas frente a cada uno de los niveles, y tener constancia escrita de los aspectos tratados y el cumplimiento de los mismos.

### 7.2.7. Resumen general de impactos.

CUADRO 81 Impacto general del proyecto

Ámbito	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
1.- Social							X
2.- Económico							X
3.-Comercial							X
4.- Empresarial							X
5.- Educativo							X
6.- Ambiental						x	
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>15</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor

Nivel de Impacto General =  $(\sum \text{Nivel de Impacto} / \text{No. de indicadores})$   
 $= 17/6 = 2,83 = 3$  Impacto Positivo Alto

Como ya lo habíamos dicho, el impacto social que se pretende conseguir con este proyecto, es la de mantener la cultura del consumo de ropa infantil tejida a mano a través de la compra de prendas para niños de 0 a 24 meses, tiene demanda de turistas externos, tiene un impacto medio positivo.

En cuanto a lo económico se pretende generar un impacto medio positivo al ofrecer productos de calidad a precios accesibles.

En cuanto al impacto ambiental se ve que no ocasionará daños a la ecología en general ya que todo se trata de hacer en forma manual

De acuerdo a los resultados este proyecto tiene un impacto alto positivo como promedio en la matriz general, razón por la cual es de gran importancia la puesta en marcha del proyecto de **LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA INFANTIL TEJIDA A MANO EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**

## CONCLUSIONES

- En cuanto al estudio de mercado se llegó a la conclusión de que la ropa infantil tejida a mano por artesanas Otavaleñas, es una prenda de vestir de alta demanda de clientes internos y externos.
- A través del estudio técnico se localizó la ubicación más estratégica en donde se llevará a cabo la producción y comercialización de la ropa infantil Bebeco.
- Mediante el estudio financiero se determinó la factibilidad en términos económicos ya que los indicadores financieros tales como el VAN, TIR, PRI Y C/B arrojaron valores positivos.
- La estructura organizativa está realizada en base a las necesidades de la microempresa determinando niveles jerárquicos, responsabilidades y funciones para el talento humano de la misma.
- En cuanto a los impactos, se prevé generar considerables cambios en la sociedad y la economía de la región objeto de estudio, aplicando precios asequibles al producto, y por ende generar en las personas una cultura de compra, incentivado por la emoción de sentirse bien vestidos.
- El impacto socio-cultural, económico que genera el proyecto es aceptable y que no perjudica al sector donde se llevará a cabo la propuesta.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la empresa investigar constantemente técnicas y procedimientos modernos en lo referente a la producción, financiación, atención al cliente las cuales darán como resultado un buen desempeño laboral y un buen producto final para satisfacer a nuestros clientes potenciales.
- Aprovechar el lugar donde se llevará a cabo el proyecto ya que es un punto estratégico para la elaboración y comercialización del producto debido que se cuenta con recurso material, humano y tecnológico en el área a desarrollarse la misma.
- Mantener una información financiera oportuna, verídica y clara para analizar las condiciones económicas de la organización.
- Controlar a que se cumpla con el objetivo organizacional a través de un trabajo en equipo buscando el beneficio de la entidad y del talento humano que conforma la microempresa.
- Controlar la adecuada utilización de los recursos materiales y tecnológicos para evitar la generación de impactos negativos que perjudiquen al sector donde se va llevar a cabo el proyecto.
- Es importante que a más de que el personal conozca de la confección de la ropa tejida a mano es necesario capacitarles y perfeccionar su conocimiento a través de cursos y talleres que pueden ser dictados por la microempresa.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

BACA, U, Gabriel (2008)” **Proyectos**”; 3 edición

BATEMAN Thomas, SNELL Scott, **Administración, Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo**, editorial Mc Graw Hill, octava edición, México, 2009

BRAVO Mercedes, **Contabilidad General**, Novena edición, Editorial Nuevo Día, Quito-Ecuador, 2009.

CHILQUINGA Manuel, **Costos por órdenes de producción**, Imprenta Offiset El cardón, Otavalo-Ecuador, 2001.

FERRANDO José María, **Marketing en empresas de servicio**, Grupo editor Alfaomega, México, 2008.

HERNANDEZ y Rodríguez Sergio, **Administración, teoría, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad**, editorial Mc Graw Hill, segunda edición, México, 2008.

IBORRA María entre otros, **Fundamentos de dirección de empresas**, Thomson editores Spain, primera edición, Madrid- España, 2008.

KOTLER Philip y ARMSTRONG Gary, **Principios de marketing**, Pearson Educación S.A., Madrid- España, 2008.

MONTERO, Edgar (2005) “**Manual de la Gestión de la Microempresa**”, Primera – Edición, Ecuador.

## LINCOGRAFÍA.

[http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=135  
&Itemid=407](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=407) 31/08/2013

<http://www.proyectos.com> 30/08/2013

<http://www.bce.fin.ec/> 30/08/2013

<http://www.inec.gob.ec/estadisticas/> 30/08/2013

<http://www.intermonoxfam.org/es/page.asp?id=2761> 31/08/2013

[http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action) 24-04-2014

[www.wikipedia.org/wiki/Estudio de factibilidad](http://www.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_factibilidad) 24/04/2014

[http://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama de flujo](http://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_flujo) 24/04/2014

**ANEXOS.**

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ENCUESTA DIRIJIDA A: FAMILIAS RESIDENTES DEL CANTON DE OTAVALO**

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene como finalidad analizar la demanda de la ropa infantil tejida a mano, estudiando su comportamiento en el mercado.

**INSTRUCCIONES:**

1. Lea detenidamente las preguntas
2. marque con una **X** la respuesta que considere correcta.

**ENCUESTA**

**1.- ¿Le gustaría comprar ropa infantil tejida mano?**

Opción	Marque x
Si	
No	

**2.- ¿Qué característica de lana prefiere que sea confeccionada las prendas de vestir?**

Opción	Marque x
Lana gruesa	
Lana delgada	
hilo	

**3.- Qué modelos le gusta comprar en ropa infantil tejida:**

Opción	Marque x
mameluco	
chambra	
ponchos	

4.- Qué colores le gustaría comprar para:

opción	MUJERES	HOMBRES
Verde		
Rosado		
Blanco		
Azul		
Amarillo		

5.- ¿En dónde prefiere adquirir este tipo de ropa en la ciudad de Otavalo?

Opción	Marque x
mercado	
almacén	
Por catalogo	
otros	

6.- ¿Usted desearía que el producto sea entregado a domicilio?

Opción	Marque x
Si	
No	

7.- ¿Prefiere usted que la prenda este en stock o bajo pedido?

Opción	Marque x
stock	
Bajo pedido	

8.- ¿Cuánto pagaría usted por una prenda infantil tejida a mano?

De: a) \$5 a \$10       b) \$11 a \$15       c) 16 a 20

9.- ¿Cómo considera el precio de la ropa infantil tejida a mano?

Opción	Marque x
Alto	
medio	
Bajo	

10.- ¿Qué factor considera usted al momento de adquirir una prenda?

Opción	Marque x
exclusividad	
precio	
calidad	

11.- ¿Qué medio de comunicación utiliza para informarse?

Opción	Marque x
radio	
prensa	
televisión	
internet	
catalogo	
otros	

12.- ¿Cómo debería darse a conocer esta nueva microempresa?

Opción	Marque x
Publicidad y marketing	
Apertura de un almacén	
Cursos de tejido	

**DATOS TÉCNICOS:**

**SEXO:** M  F

**OCUPACION:** Empl.Público  Empl.Privado  Ama de casa

**EDAD de:** a) 20 a 30  b) 31 a 40  c) 41 a 50

## **ANEXO 2 GUIA DE ENTREVISTA:**

- 1. ¿Cuál es el significado de UNAIMCO?**
- 2. ¿Quiénes se afilian a UNAIMCO?**
- 3. ¿Cuáles son los requisitos para afiliarse a UNAIMCO?**
- 4. ¿Dónde residen los principales comerciantes y productores de artesanías en la ciudad de Otavalo?**
- 5. ¿Cuál cree usted que son las principales competencias para la artesanía Otavaleña?**
- 6. ¿Cómo se les capacita a los artesanos de la asociación?**
- 7. ¿con que frecuencia compran los productos tejidos a mano?**
- 8. ¿Cuál es el costo de la mano de obra para tejer ropa de bebe por las tejedoras?**

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**tejedoras de la comunidad de Quichinche**

**FECHA: 20-agosto-2013**

**ÁREA :Quichinche**

**DESCRIPCIÓN:**

**ACTIVIDAD ECONÓMICA**

**Las familias que se dedican a tejer ropa a mano, no lo hacen exclusivamente para su sustento familiar, lo producen esporádicamente bajo pedido, y no tienen una continuidad,**

**RECURSOS ECONÓMICOS**

**No cuentan con capital para invertir ya que al momento del pedido se cancela el valor para la materia prima**

**ELABORADO:**

**Marco Yépez**

ANEXO 4 ficha de observación

**FICHA DE OBSERVACIÓN**

**ARTESANOS MERCADO CENTENARIO**

**FECHA: 20-agosto-2013**

**ÁREA :OTAVALO**

**DESCRIPCIÓN:**

**PROCESOS:**

**Se observó que la elaboración de las prendas no tienen un proceso definido, en la calidad de la materia prima, medidas y acabados de la prenda.**

**Falta procesos de producción para que no se genere desperdicios o prendas de mala calidad.**

**ELABORADO:**

**Marco Yépez**

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: El Autor



Septiembre 04 de 2013

- El Banco Central
- Estadística
- Mercados Financieros
- Servicios Bancarios
- Publicaciones de Banca Central
- Museo Numismático
- Bibliotecas
- Comunicación y Medios
- Certificación Electrónica
- Comercio Exterior



Seleccione otro indicador

FECHA	VALOR
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %

**Datos Comparables**

Seleccion dato a comparar: 
  
 Fecha Inicial: 1990 Enero
   
 Fecha Inicial: 1990 Enero

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

Es posible calcular las tasas de variación mensual, acumuladas y anuales; estas últimas pueden ser promedio o en deslizamiento.

Desde la perspectiva teórica, el origen del fenómeno inflacionario ha dado lugar a polémicas inconclusas entre las diferentes escuelas de pensamiento económico. La existencia de teorías monetarias-fiscales, en sus diversas variantes; la inflación de costos, que explica la formación de precios de los bienes a partir del costo de los factores; los esquemas de pugna distributiva, en los que los precios se establecen como resultado de un conflicto social (capital-trabajo); el enfoque estructural, según el cual la inflación depende de las características específicas de la economía, de su composición social y del modo en que se determina la política económica; la introducción de elementos analíticos relacionados con las modalidades con que los agentes forman sus expectativas (adaptativas, racionales, etc), constituyen el marco de la reflexión y debate sobre los determinantes del proceso inflacionario.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida.

Adicionalmente, no se trata sólo de establecer simultaneidad entre el fenómeno inflacionario y sus probables causas, sino también de incorporar en el análisis adelantos o rezagos episódicos que permiten comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios.

**Indicadores Relacionados**

- % DE INFLACION MENSUAL
- INFLACION - ACUMULADO MENSUAL
- % Previsión de la inflación máxima anual
- % Previsión de la inflación mínima anual

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - Copyright©2009 - **AVISO LEGAL**  
 Av. 10 de Agosto N11-409 y Briceño. Casilla Postal 339 PBX. (593) 2 2572522 Quito-Ecuador  
 Av. 9 de Octubre y Pichincha # 200; PBX: (593) 04 2566333; Guayaquil - Ecuador  
 Calle Larga y Huaynacapac; PBX: (593) 07 2831255; Cuenca - Ecuador  
 Call Center IVR: (593) 2 2289488  
[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)

ANEXO 6 Tabla Impuesto a la renta

**TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2014, PERSONAS NATURALES**

Fracción Basica	Exceso hasta	Impuesto a la Fraccion Basica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,410	0	
10,410	13,270	0	5%
13,270	16,590	143	10%
16,590	19,920	475	12%
19,920	39,830	875	15%
39,830	59,730	3,861	20%
59,730	79,660	7,841	25%
79,660	106,200	12,824	30%
106,200	En adelante	20,786	35%

Resolución: NAC-DGERCGC13-00858

**TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2013, PERSONAS NATURALES**

Fracción Basica	Exceso hasta	Impuesto a la Fraccion Basica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,180	0	
10,180	12,970	0	5%
12,970	16,220	140	10%
16,220	19,470	465	12%
19,470	38,930	855	15%
38,930	58,390	3,774	20%
58,390	77,870	7,666	25%
77,870	103,810	12,536	30%
103,810	En adelante	20,318	35%

Resolución: NAC-DGERCGC12-00835

Fuente: SERVICIO DE RENTAS INTERNAS  
Elaborado por: El Autor