



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 TEXTIL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS DE NIÑO CON MATERIAL DE DESCARTE EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.”

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

AUTORAS:

BLANCA MARINA LÓPEZ DURÁN

RITA BERNARDA PADILLA SOLANO

DIRECTORA: Dra. Soraya Rhea

Ibarra, 23 de junio 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto nace como necesidad de contribuir con el sector Industrial de la ciudad de Atuntaqui, a través del **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TEXTIL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS DE ÑINO CON MATERIAL DE DESCARTE EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, ya que este sector presenta la necesidad de una empresa que permanentemente compre el material de descarte, que obtienen las grandes empresas de Atuntaqui. En el primer capítulo se procedió a desarrollar un diagnóstico situacional de la ciudad, investigando aspectos sociales y económicos e indagando acerca de las empresas que proveerán a la nueva unidad productiva de material de descarte. El segundo capítulo contiene bases teórico científicas que se desarrollaron como sustento escrito de las principales variables del trabajo de investigación, en el que se considera aspectos relacionados con la: empresa, recursos, microempresa, contabilidad, administración, gastos, precio, estados financieros, entre otros. En el tercer capítulo, se realizó el estudio de mercado; en este se analiza la oferta y demanda de sacos con material de descarte: precios, formas de comercialización y competencia. En el cuarto capítulo se estableció el estudio técnico, detallando la macro y micro localización del proyecto, tamaño e ingeniería. En el quinto capítulo se efectuó un estudio financiero y económico, tomando en cuenta la: inversión, el tiempo de recuperación, índices de rentabilidad y todos los parámetros financieros necesarios para determinar la viabilidad del proyecto. En el sexto capítulo se procedió a establecer la estructura administrativa y funcional de la microempresa: su organización, misión, visión, objetivos y políticas. En el séptimo capítulo se desarrolló el análisis de impactos que generará el proyecto a base de la creación de matrices. Finalmente el trabajo de grado termina con las conclusiones y recomendaciones para la implementación del proyecto.

SUMMARY

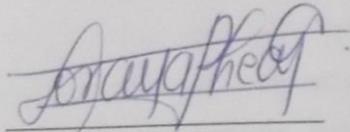
The present project born with need of contribute with the sector industrial of the city of Atuntaqui through the “STUDY OF THE FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A MICRO TEXTILE PRODUCTION AND MARKETING BAGS OF CHILD WITH MATERIAL DISCARD IN THE CITY OF ATUNTAQUI PROVINCE IMBABURA”, as this sector presents the need a company permanently buy the material of discard that obtaining the big companies of Atuntaqui in. The first chapter proceeded to develop a diagnosis situational of the city, investigating aspects social and economic and inquiring about business to provide for the new unit production of material of discard. The second chapter contains bases theoretical scientific that developed as support written of the main variables from the work of investigation, in the that in which is considered aspects in the: company, resources, microenterprise, accounting, management, costs, price, states financial, others. In the third chapter was performed the study of market; This is discussed in supply and demand material bags discard: prices, forms of marketing and competition. In the fourth chapter was established the study technical, detailing the macro and micro location of the project, size and engineering. In the fifth chapter was effected study financial and economic taking into account: the investment the time of recovery, indices profitability and all parameters financial necessary to determine the viability of the project. In the sixth chapter proceeded to establish structure administrative and functional microenterprise: your organization, mission, vision, objectives and policies. In the seventh chapter was developed analysis impact to generate the project based creating matrices. Finally, the work grade ends with conclusions and recommendations for the implementation the project.

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de directora del trabajo de grado, presentado por las Srtas.: **Blanca Marina López Durán** con C.I. 100186413-9 y **Rita Bernarda Padilla Solano** con C.I. 100267199-6 para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, cuyo tema es "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TEXTIL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS DE ÑINO CON MATERIAL DE DESCARTE EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA."

Doy fe que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes, para ser sometido a presentación y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, 23 abril del 2014



Dra. Soraya Rhea

DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO

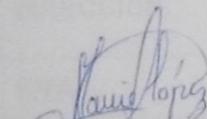


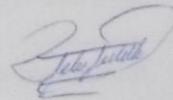
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotras, **Blanca Marina López Durán**, con cédula de identidad N°. 100186413-9 y **Rita Bernarda Padilla Solano**, con cédula de ciudadanía N°. 100267199-6 manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TEXTIL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS DE ÑINO CON MATERIAL DE DESCARTE EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


MARINA LÓPEZ.
CI 100186413-9
Ibarra, 23 de junio del 2014


RITA PADILLA
CI 100267199-6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:		100186413-9	
APELLIDOS Y NOMBRES:		LÓPEZ DURAN BLANCA MARINA	
DIRECCIÓN:		SAN ANTONIO DE IBARRA	
EMAIL:		marinalopez19@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	933-305	TELÉFONO MÓVIL:	

CÉDULA DE IDENTIDAD:	100267199-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	PADILLA SOLANO RITA BERNARDA		
DIRECCIÓN:	ATUNTAQUI, Barrio San José – Calle Río Amazonas s/n		
EMAIL:	ritabps28@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2 910-175	TELÉFONO MÓVIL:	0986392073

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TEXTIL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS DE ÑINO CON MATERIAL DE DESCARTE EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORAS:	BLANCA MARINA LÓPEZ DURÁN RITA BERNARDA PADILLA SOLANO
FECHA: AAAA MM DD	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	Dra. Soraya Rhea

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, **Blanca Marina López Durán**, con cédula de ciudadanía Nro. 100186413-9 y **Rita Bernarda Padilla Solano**, con cédula de ciudadanía Nro. 100267199-6 en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del

material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 23 días del mes de Junio del 2014

LAS AUTORAS:

(Firma).....
Nombre: **MARINA LÓPEZ**
C.C.: 100186413-9

(Firma).....
Nombre: **RITA PADILLA**
C.C.: 100267199-6

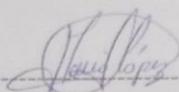
ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Lcda. Ximena Vallejos
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

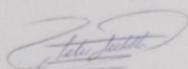
Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, **Blanca Marina López Durán** y **Rita Bernarda Padilla Solano**, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí explicado es de nuestra autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TEXTIL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS DE ÑINO CON MATERIAL DE DESCARTE EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA", que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que se ha consultado las diferentes fuentes bibliográficas que se incluyen en este documento.



BLANCA MARINA LÓPEZ DURÁN
C.I. 100186413-9



RITA BERNARDA PADILLA SOLANO
C.I. 100267199-6

Ibarra a los 23 días del mes de junio, del 2014

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

Con todo mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo lograra mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, para ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

Marina López

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todos los triunfos y momentos difíciles.

A mi esposo y a mi hijo que me acompañaron a lo largo del camino, brindándome la fuerza necesaria para continuar, por su cariño y comprensión, porque sé que siempre contaré con ustedes, es por ello que a cada uno de ustedes les dedico todo el esfuerzo, sacrificio y tiempo que entregué a esta tesis.

Rita Padilla

AGRADECIMIENTO

A los catedráticos que impartieron en las aulas todos sus conocimientos y valores, brindándonos así una formación integral para la culminación de nuestros estudios superiores. De manera especial a la Dra. Soraya Rhea Directora del Trabajo de Grado, por su colaboración en el desarrollo del mismo.

A la Universidad Técnica del Norte, de manera especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FACAE) que de alguna manera hicieron posible la culminación de este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	iv
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vi
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	ix
DEDICATORIA	x
DEDICATORIA	xi
AGRADECIMIENTO	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
INDICE DE ANEXOS.....	xxi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxi
INDICE DE TABLAS	xxi
OBJETIVOS.....	xxvii
OBJETIVO GENERAL	xxvii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xxvii
METODOLOGÍA	xxviii
CAPÍTULO I.....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	29
Antecedentes	29
Objetivos	30
Objetivo general.....	30
Objetivos específicos	30
Análisis de variables diagnósticas	31
Reseña Histórica.....	31
Ubicación Geográfica.....	33
Aspectos sociodemográficos	35
Población Económicamente Activa –PEA.....	38
Diagnóstico externo	39
Aliados	40
Oponentes	40

Oportunidades.....	40
Riesgos	41
Determinación de la oportunidad de inversión	42
CAPÍTULO II	43
MARCO TEÓRICO.....	43
La empresa	43
Definición.....	43
Objetivo	44
Importancia.....	45
Recursos de la empresa	45
La microempresa.....	46
Definición	46
Importancia.....	46
Características	47
Ventajas y desventajas de las microempresas.....	48
Niveles de microempresa	49
La industria textil en Antonio Ante	50
Administración.....	51
Concepto de contabilidad	51
Objetivo	52
Importancia.....	52
Transacción comercial	53
Ecuación contable	53
Definiciones básicas.....	54
Contabilidad de costos	55
Objetivo	56
Propósitos de la contabilidad de costos	56
Costos	57
Elementos del costo	57
Materia prima directa.....	58
Materia prima indirecta.....	58
Materiales consumibles	58

Mano de obra directa	58
Mano de obra indirecta	59
Gastos generales de fabricación.....	59
Gastos	59
Gastos de administración	59
Gastos de venta.....	59
Gastos financieros	60
Precio	60
Estados financieros.....	60
Balance general	61
Estado de resultados	61
Estado de cambios en el patrimonio	62
Estado de flujos de fondos.....	62
Estado de flujo de efectivo	62
Inventarios	62
Control interno de inventarios	62
Métodos de valuación de inventarios.....	63
Método PEPS	63
Método promedio ponderado.....	63
Análisis financiero	63
Comparación sectorial	64
Análisis de tendencias	64
Análisis con indicadores financieros	65
Aspectos de mercado	65
Estudio de mercado	65
Mercado Meta.....	65
Demanda	66
Oferta	66
Demanda potencial a satisfacer o demanda insatisfecha	66
Evaluación Financiera.....	67
Costos fijos	69
Costos variables	69

Comercialización	69
Canal de distribución	69
Tipos de canales de distribución	70
Canal directo (circuitos cortos de comercialización).....	70
Canal indirecto	70
Confección	71
Definición	71
Importancia.....	72
Material de Descarte	72
CAPÍTULO III	73
ESTUDIO DE MERCADO	73
Antecedentes	73
Objetivos	73
Objetivo general	73
Objetivos específicos	73
Variables diagnósticas	74
Indicadores de las variables	74
Producto	74
Demanda.....	74
Oferta	74
Precio	75
Comercialización	75
Análisis de variables diagnósticas.....	76
Identificación de la población	76
Empresas de producción textil sweaters para niños	76
Población objetivo	77
Identificación de la Muestra.....	77
Estratificación.....	79
Instrumentos de recolección de información	80
Tabulación y presentación de resultados	80
Análisis de la oferta	92
Oferta histórica	92

Proyección de la oferta	93
Actualización oferta.....	94
Análisis de la demanda.....	95
Actualización de la demanda	96
Análisis de precios	98
Estrategia comercial	99
Calidad y diseño	99
Estrategia de precio	100
Estrategia de promoción	101
CAPÍTULO IV.....	102
ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	102
Presentación.....	102
Localización del proyecto.....	102
Macro Localización	102
Micro localización.....	103
Matriz de factores	103
Escala de evaluación	104
Lugares Elegibles	104
Ubicación de la microempresa.....	106
Factores del tamaño del proyecto.....	106
Mercado.....	107
Materia prima e insumos.....	107
Tecnología y maquinaria.....	108
Capacidad del proyecto	109
Requerimiento de Talento Humano	110
Ingeniería del proyecto, diseño, flujo de procesos	111
Requerimientos e infraestructura civil	111
Diseño y distribución física de la planta	113
Descripción del proceso de producción	113
Diagrama de flujo de la producción de sacos de niño.....	114
Presupuesto de Inversiones	117
Inversión fija.....	117

Maquinaria y equipo	117
Muebles y enseres	118
Equipo de computación	118
Resumen de activos fijos	119
Inversión diferida	119
Capital de trabajo	120
Resumen de la inversión	120
Gastos Administrativos.....	121
Sueldos Administrativos	121
Requerimiento anual de materiales de oficina.....	121
Servicios básicos.....	122
Mantenimiento de equipo de computación	123
Gastos de ventas	123
Sueldo en ventas.....	123
Gasto Publicidad	124
Costos de producción.....	124
Materia Prima Directa.....	124
Insumos para la confección.....	125
Mantenimiento de máquina y equipo.....	125
Mano de Obra Directa	126
Financiamiento	126
CAPÍTULO V	129
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	129
Presupuesto de Inversión.....	129
Inversión requerida.....	129
Cálculo del costo de oportunidad y la tasa de rendimiento medio.....	130
Determinación de ingresos.....	130
Proyecciones de ventas de productos.....	130
Determinación de egresos	135
Costos de producción.....	135
Gastos Administrativos.....	142
Gastos de ventas	146

Gastos financieros	147
Depreciaciones	147
Estados Financieros	149
Estado de Situación Financiera	149
Estado de Resultados	150
Flujo de Caja Proyectado.....	151
Evaluación financiera.....	152
Valor actual neto (VAN)	152
Tasa interna de retorno (TIR).....	153
Relación Ingresos-Egresos.....	154
Período de recuperación de la inversión.....	155
CAPÍTULO VI.....	159
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA.	159
Estructura administrativa	159
Denominación de la microempresa.....	159
Beneficiarios	159
Sector económico	160
Logotipo de la microempresa.....	161
Misión de la microempresa.	161
Visión de la microempresa.....	161
Objetivos de la Microempresa.....	162
Principios de la Microempresa.....	162
Valores de la Microempresa	163
Políticas de la Microempresa.....	163
Estructura organizacional	163
Orgánico estructural.....	164
Niveles Administrativos.....	164
Manual de Funciones de Chikitex.....	165
Aspectos legales de constitución	174
Requisitos para sacar el RUC.....	174
Requisitos para la patente municipal	175

CAPÍTULO VII.....	176
IMPACTOS DEL PROYECTO.....	176
Antecedentes	176
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	177
Impacto Social.....	177
Impacto Económico.....	179
Impacto Educativo.....	181
Impacto Empresarial - Comercial.	183
Resumen General de Impactos.....	186
CONCLUSIONES.....	187
RECOMENDACIONES	188
BIBLIOGRAFÍA	189
LINKOGRAFÍA	192
ANEXOS	196

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Mapa de Ubicación Cantón Antonio Ante	33
Ilustración 2: Mapa de División Política Cantón Antonio Ante	35
Ilustración 3: Componentes de la Ecuación Contable.....	54
Ilustración 4: Cuentas de activo	55
Ilustración 5: DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA MICRO EMPRESA.....	113
Ilustración 6: Logotipo de la nueva microempresa.....	161

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Entrevista dirigida a los propietarios de fábricas textiles.....	197
Anexo 2: Encuesta realizada a la población de la parroquia Atuntaqui .	201

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA AOOD	31
Tabla 2: Población de la Provincia de Imbabura por Cantones	36
Tabla 3: Cantón Antonio Ante: Superficie Parroquias.....	37
Tabla 4: Cantón Antonio Ante: Sector Urbano y Rural.....	37
Tabla 5: Cantón Antonio Ante: Población por Géneros	38
Tabla 6: Provincia de Imbabura: PEA	38
Tabla 7: Cantón Antonio Ante: Población por Edad y Género	39
Tabla 8: Matriz de Relación Diagnostica AOOD	75
Tabla 9: Fábricas de Sweaters para Niños Atuntaqui.....	76
Tabla 10: Grupos Poblacionales.....	77
Tabla 11: Población Parroquia Atuntaqui de 18 a 55 Años de Edad	77
Tabla 12: Población Estratificada.....	79
Tabla 13: Aceptabilidad de la Propuesta de Empresa	81
Tabla 14: Hábito de Compra	82
Tabla 15: Cantidad de Compra en Unidades	83
Tabla 16: Lugar de Compra	84

Tabla 17: Preferencia de Estilo	85
Tabla 18: Modelo Favorito.....	86
Tabla 19: Predilección del Color.....	87
Tabla 20: Aspectos que Influyen en la Decisión de Compra	88
Tabla 21: Dificultades al Comprar	89
Tabla 22: Precio Preferencial de la Prenda de Niño.....	90
Tabla 23: Determinación de los Ingresos	91
Tabla 24: Oferta Histórica de Sacos de Niño en Atuntaqui	92
Tabla 25: Producción y Venta de Sacos de Niño en Atuntaqui	93
Tabla 26: Oferta Actualizada	95
Tabla 27: Oferta Futura	95
Tabla 28: Actualización la Población de Niños al 2013	97
Tabla 29: Proyección de la Demanda del Producto	97
Tabla 30: Balance Oferta Demanda	98
Tabla 31: Escala de Evaluación	104
Tabla 32: MATRIZ DE FACTORES CON % DE PONDERACIÓN	105
Tabla 33: BALANCE OFERTA DEMANDA	107
Tabla 34: MATERIA PRIMA E INSUMOS	108
Tabla 35: CAPACIDAD TECNOLÓGICA DE LA MAQUINARIA.....	109
Tabla 36: Capacidad de Producción	110
Tabla 37: DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA MICRO EMPRESA.....	111
Tabla 38: REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO	117
Tabla 39: Muebles y enseres	118
Tabla 40: Equipo de computación	119
Tabla 41: Resumen de activos fijos.....	119
Tabla 42: Presupuesto de gastos de constitución	120
Tabla 43: Capital de trabajo	120
Tabla 44: Inversión pre operacional	121
Tabla 45: SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	121
Tabla 46: SUMINISTROS DE OFICINA	122
Tabla 47: Servicios básicos.....	123
Tabla 48: MANTENIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	123

Tabla 49: Salarios área de ventas	123
Tabla 50: GASTO PUBLICIDAD	124
Tabla 51: Materia Prima Directa	124
Tabla 52: INSUMOS PARA LA CONFECCIÓN	125
Tabla 53: Mantenimiento de máquina y equipo	125
Tabla 54: Mano de Obra Directa.....	126
Tabla 55: Financiamiento de la inversión.....	126
Tabla 56: Tabla de Amortización del Préstamo	127
Tabla 57: Inversión Total	129
Tabla 58: Costo de Oportunidad	130
Tabla 59: Ingresos proyectados.....	131
Tabla 60: Proyección de la Materia Prima Directa: Tela	135
Tabla 61: Proyección de la Materia Prima Directa: Polyester	136
Tabla 62: Proyección del Salario	138
Tabla 63: Proyección Beneficios de ley Mano de Obra Directa	139
Tabla 64: Proyección Insumos.....	140
Tabla 65: Otros costos indirectos.....	141
Tabla 66: Mantenimiento Maquinaria.....	141
Tabla 67: Costos proyectados mantenimiento maquinaria	142
Tabla 68: Salario Básico Año 2013.....	142
Tabla 69: Proyección Beneficios de Ley Salarios	142
Tabla 70: Cantidad anual a utilizarse en suministros de oficina.....	143
Tabla 71: Suministros de oficina proyectados	144
Tabla 72: Servicios Básicos	145
Tabla 73: Proyección Gastos Generales de Administración: Servicios Básicos	145
Tabla 74: Gasto Arriendo	146
Tabla 75: Mantenimiento Equipo de Computación	146
Tabla 76: Salarios área de ventas	146
Tabla 77: Salarios proyectados con beneficios de ley	147
Tabla 78: Gasto anual en publicidad.....	147
Tabla 79: Gasto anual en publicidad proyectado.....	147

Tabla 80: Depreciación Activos Fijos	148
Tabla 81: Estado de Pérdidas y Ganancias	150
Tabla 82: Flujo de Caja	151
Tabla 83: Valor Actual Neto.....	152
Tabla 84: VAN Tasa Inferior	153
Tabla 85: VAN Tasa Superior.....	153
Tabla 86: Relación Ingresos Egresos.....	155
Tabla 87: Periodo recuperación de la Inversión	155
Tabla 88: Punto de Equilibrio	157

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TEXTIL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS DE ÑINO CON MATERIAL DE DESCARTE EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”, se ha desarrollado mediante una estructura de siete capítulos: Diagnóstico situacional, marco teórico, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico financiero, estructura organizacional y estudio de impactos.

Capítulo I Diagnóstico Situacional.- En el diagnóstico se ha realizado una investigación de la situación actual del sector, a través de variables socioeconómicas investigadas en diferentes fuentes como son: estudios antes realizados, estadísticas nacionales del INEC, Banco Central del Ecuador, y fuentes bibliográficas y documentales hallados en los diversos medios como son la internet y libros entre los principales. Todo esto se logró con el soporte de los objetivos diagnósticos planteados en este capítulo.

Capítulo II Marco Teórico.- El marco teórico abarca todo lo referente al sustento teórico referente a: definiciones, conceptos y clasificaciones de términos muy importantes en la investigación, los cuales fueron recopilados y analizados en las diferentes fuentes secundarias.

Capítulo III Estudio de Mercado.- El estudio de mercado se desarrolló basado en los objetivos, los cuales fueron logrados a través de la aplicación de encuestas a la población de padres de familia de la ciudad de Atuntaqui. Con el análisis de la información se obtuvo la oferta, demanda y precios para la producción, comercialización de sacos de niño elaborados con material de descarte, determinándose la oportunidad para seguir con el proyecto, pues se descubrió que si existe demanda insatisfecha.

Capítulo IV Estudio Técnico.- En este apartado, se desarrolló lo que tiene que ver con la micro-localización, macro localización, estructura física, procesos de producción, requerimientos de personal y presupuestos.

Capítulo V Estudio Económico Financiero.- En este acápite, se establecieron los ingresos, egresos y sus respectivas proyecciones generando los datos necesarios para construir estados financieros, que permitan evaluar la viabilidad mediante el cálculo de los indicadores de rentabilidad como son el VAN y la TIR, costo beneficio, costo de oportunidad, relación ingresos egresos y período de recuperación de la inversión.

Capítulo VI Estructura Orgánico-Funcional.- En este capítulo se describió la forma legal que aplicará la empresa, con su respectiva estructura organizacional y delegación de funciones a cada uno de sus miembros y descripción de requerimientos para la aplicación de puestos.

Capítulo VII Análisis de Impactos.- Este capítulo se refiere al análisis de impactos que tendrá este proyecto, los impactos analizados fueron: económico, educativo, social y empresarial.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa textil de producción y comercialización de sacos de niño con material de descarte en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional, para conocer los aspectos favorables y desfavorables en la creación de una microempresa textil de producción y comercialización de sacos de niño con material de descarte en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura.
- Construir un Marco Teórico, que permita referenciar las principales variables concernientes al tema, a través de investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un estudio de mercado que permita establecer la oferta, demanda, precios y comercialización.
- Diseñar el estudio técnico del proyecto para determinar los factores que afectan al tamaño del proyecto, capacidad, macro y micro localización, procesos a desarrollarse y presupuesto técnico.
- Desarrollar la evaluación económica-financiera del proyecto, con la finalidad de establecer la viabilidad del mismo a través del cálculo de indicadores y evaluación financiera.
- Diseñar la estructura orgánica funcional de la nueva unidad productiva, estableciendo misión, visión, políticas, valores, procesos y funciones de los trabajadores.
- Identificar los principales impactos del proyecto.

METODOLOGÍA

Al ser este un proyecto de inversión, fue necesario desarrollar un enfoque multivariado e interdisciplinario, en donde la participación de varios especialistas conocedores del tema fue de gran utilidad.

La obtención de información, se realizó a través de fuentes secundarias como: el Municipio de Antonio Ante, INEC y Gobierno Provincial de Imbabura, y, primarias como son la encuesta a familias del cantón y la entrevista a propietarios de fábricas textiles de Antonio Ante.

Los métodos utilizados principalmente para la elaboración del diagnóstico, marco conceptual y análisis de la oferta y demanda fueron cuali-cuantitativos para el análisis de encuestas; analítico, sintético, inductivo, deductivo, bibliográfico y documental en los demás apartados.

La factibilidad se denotó en base a tres parámetros principales: económico, financiero e impactos, lográndose establecer que los tres son factibles y que permitirían la puesta en marcha del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Atuntaqui Cabecera Cantonal de Antonio Ante, es reconocido como uno de los centros productivos más importantes del Ecuador, específicamente por la industria textil, que se ha convertido en el eje económico más representativo del norte del país, dando inicio a esta actividad con la Fábrica Imbabura, la que suspendió sus operaciones en el año de 1965; sin embargo, su trayectoria sentó un precedente para el desarrollo del sector textil en Atuntaqui, esto sumando a la maquinaria textil avanzada, la llegada del ferrocarril y la experiencia adquirida permitieron el crecimiento de esta movimiento industrial en el cantón.

No obstante, el progreso de Atuntaqui no solo se mira en el incremento de fábricas; radica más bien, en la preocupación permanente de los empresarios por implementar prácticas socialmente responsables; como es la orientación hacia el mejoramiento de la calidad de los productos textiles.

En Atuntaqui existen, cerca de 500 talleres y fábricas de confección y tejido, en los cuales un porcentaje de la materia prima que se utiliza para la producción de sacos de lana son descartados debido a fallas mínimas, que son detectadas al momento de confeccionar la prenda.

Así también los sobrantes o retazos de tela que resultan luego de realizar los cortes para la confección, por lo que las fábricas acumulan gran cantidad de este material, que generalmente es desaprovechado, y dicho

sea de paso, de los que se puede hacer un buen uso y aprovechar estos artículos de desecho.

Por lo antes expuesto, se ve la necesidad de la creación de una microempresa de producción y comercialización de sacos de niño, reutilizando el material textil que se descartan en las fábricas de sacos, para construir un nuevo producto a un costo moderado en comparación de otro de las mismas características y de idéntica calidad a los que se exhiben en los almacenes del centro de la Ciudad de Atuntaqui.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional del lugar donde se va a implementar el proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar los antecedentes históricos del cantón Antonio Ante.
- Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- Analizar los aspectos socio-demográficos del cantón Antonio Ante.
- Determinar las actividades económicas a las que se dedican sus pobladores.

Tabla 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS
1. Determinar los antecedentes históricos del cantón Antonio Ante.	Reseña Histórica	Fundación del cantón Antonio Ante.	Documental
2. Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.	Ubicación geográfica	- Ubicación - Límites - Superficie - Altitud y clima - División Política - Población	Documental
3. Analizar los aspectos socio-demográficos del cantón Antonio Ante.	Aspectos socio-demográficos	- Población - PEA - Distribución según género y según edad	Documental
4. Determinar las actividades económicas a las que se dedican sus pobladores.	Actividades económicas	- Diversificación de las actividades económicas en el cantón Antonio Ante.	Documental

Elaboración: Las autoras, 2014.

1.3. Análisis de variables diagnósticas

1.3.1. Reseña Histórica

La historia del cantón Antonio Ante, se remonta a la época precolombina, tierra histórica de cuya cultura antigua son testimonios las Tolas funerarias, ceremoniales y habitacionales, y de época colonial, iglesias que guardan tesoros de arte.

Con el esfuerzo de todos los moradores, al mando de don Julio Miguel Aguinaga, se inicia una titánica labor y este pueblo agrícola por excelencia se convierte en el centro industrial más grande de la provincia, gracias a “La Industria Algodonera”, que contribuyó en forma decisiva al desarrollo socio-económico de este pueblo. Dos hechos grandiosos son los que contribuyeron para el éxito de la cantonización: la instalación de la

FÁBRICA TEXTIL IMBABURA y la llegada del Ferrocarril, lo que dio una verdadera transformación a la población del Caserío Lourdes que de pronto se convirtió en parroquia rural (Andrade Marín) del cantón Ibarra; y después, transformando también a la futura ciudad (Atuntaqui) mediante mingas que competían entre todos los barrios; así, el 12 de febrero de 1938 el General Alberto Enríquez Gallo, haciendo justicia a este pueblo, rubricó el decreto de cantonización, en su calidad de Jefe Supremo de la República, posicionándose el primer Concejo Cantonal el 2 de marzo de 1938.

El Cantón llevaría el nombre de uno de los próceres de la independencia, el Dr. Antonio Ante López De la Flor. El nombre de Antonio Ante será recordado por siempre en la Historia Ecuatoriana y para el cantón constituirá un permanente símbolo de honrosa lucha por las grandes causas.

Su ciudad principal es Atuntaqui, donde la actividad predominante es la textil desde el año de 1920, con la creación de una de las empresas textiles más importantes del Ecuador la “Fábrica Imbabura”, la cual contaba con maquinaria alemana e inglesa, materia prima de gran calidad y con más de 1.200 empleados, sus productos llegaban a todo el país y al sur de Colombia. Tras el cierre de esta importante fábrica en el año de 1965, debido a grandes deudas con sus empleados, la empresa pasó a manos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), y desde entonces no volvió a operar. Sin embargo, muchos de los ex trabajadores de la empresa, impulsados por el espíritu emprendedor y gracias a los conocimientos en textiles y manejo de maquinaria adquiridos en sus años dentro de la fábrica, crearon sus propias microempresas, generando así una creciente industria textil. A través de los años los industriales textiles han invertido en la adquisición de nueva maquinaria, que les permita ser más competitivos frente a una economía globalizada. Así mismo, las empresas han invertido en programas de capacitación para el personal de planta, con el afán de

incrementar los niveles de eficiencia y productividad. Con la intención de continuar con este crecimiento, el cantón realiza dos eventos muy importantes cada año, los cuales se dan lugar en febrero y agosto: la Expo feria y la Feria Moda Verano Atuntaqui, respectivamente, las mismas que al ser promocionadas a nivel nacional se han convertido en una vitrina importante para los productos textiles.

La afiliación a la Cámara de Comercio de Antonio Ante, permite incluir a las empresas textiles en capacitadores y asesores que coadyuven al desarrollo de las mismas en temas como: tendencia de diseño y servicio al cliente, disminución del porcentaje de desperdicios de materia prima, mayor productividad, estricto cumplimiento con tiempos de entrega, mayor control con los costos de la empresa. Todo esto, ha convertido a Atuntaqui en uno de los cantones con mayor desarrollo económico del país, pues alberga a más de 500 empresas, y gracias a su próspera industria textil se lo denomina la capital de la moda.

1.3.2. Ubicación Geográfica

Ilustración 1: Mapa de Ubicación Cantón Antonio Ante



Fuente: Municipio de Antonio Ante, 2014

1.3.2.1. Ubicación

El cantón Antonio Ante está ubicado en la región andina de la zona norte del Ecuador, en la hoya de Ibarra a 12 Km. Al Sur Oeste de Ibarra, es el cantón más pequeño de la provincia de Imbabura.

1.3.2.2. Límites

- a) **Norte:** Cantón es Urcuquí e Ibarra
- b) **Sur:** Cantón Otavalo
- c) **Este:** Cerro Imbabura
- d) **Oeste:** Cantón Cotacachi

1.3.2.3. Superficie

El cantón Antonio Ante es de menor extensión territorial con 79 km² que significa el 1.8% de la Provincia de Imbabura.

1.3.2.4. Altitud y clima

Se encuentra a los 1.300 m.s.n.m., en la zona de Imbaya a 4.700 m.s.n.m., en el cerro Imbabura; la temperatura promedio es de 17 grados centígrados.

1.3.2.5. División política

La cabecera cantonal es Atuntaqui, se encuentra junto a la parroquia urbana Andrade Marín .Las parroquias rurales son: San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya.

Ilustración 2: Mapa de División Política Cantón Antonio Ante



Fuente: Municipio de Antonio Ante, 2014

1.3.2.6. Geografía

Se asienta en un valle cubierto de colinas con mirada al majestuoso Imbabura, en el centro de la Hoya de Ibarra.

Se lo llama el “pueblo de las tolas” y las funciones de estas fueron diversas, sean estas funerarias, ceremoniales o habitacionales, en este conjunto se destacan: Pailatola, Orozcotola y Pupotola.

Goza de un clima agradable y posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se le considera “El granero de Imbabura”.

1.3.3. Aspectos sociodemográficos

1.3.3.1. Población

Antonio Ante, tiene 43.518 habitantes según el censo de población y vivienda realizado en el 2010. El crecimiento poblacional del año 2001 al 2010 ha sido del 17%. El aporte poblacional del cantón a la provincia es de

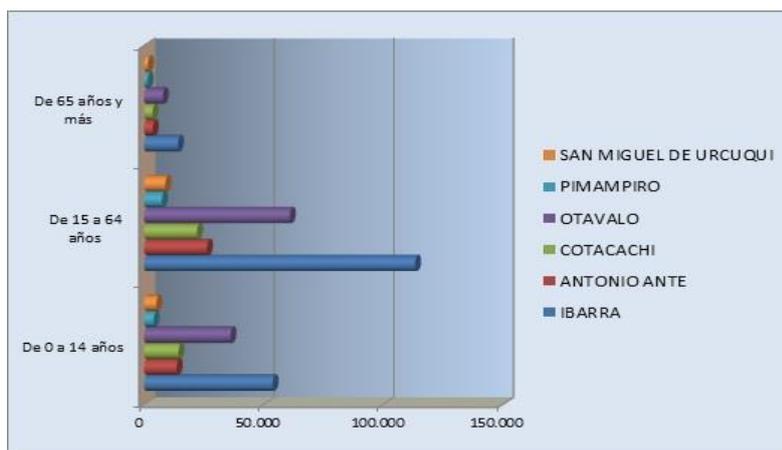
10,92%. Es el tercer cantón más poblado de Imbabura y tiene un vertiginoso crecimiento en los últimos años.

Tabla 2: Población de la Provincia de Imbabura por Cantones

PARROQUIA	%	N- HAB
Ibarra	45,493	181.175
Otavaló	26,334	104.874
Cotacachi	10,053	40.036
Antonio Ante	10,928	43.518
San Miguel de Urququí	3,935	15.671
Pimampiro	3,257	12.970
TOTAL	100%	398.244

Fuente: Censo INEC, 2010.

Gráfico 1: Distribución de la Población por Provincias



Elaboración: Dirección de Planificación GPI, 2010

Se deduce que la mayor cantidad de población, según estructura demográfica está ubicada en el Cantón Ibarra, luego Otavalo y Antonio Ante; los tres cantones, sobre todo sus capitales son los polos de atracción para la población rural.

Tabla 3: Cantón Antonio Ante: superficie parroquias

PARROQUIA	AREA km²	N- HAB
Atuntaqui	24,861	23.299
Imbaya	12,026	1.279
San Francisco de Natabuela	14,751	5.651
San José de Chaltura	13,962	3.147
San Roque	13,42	10.142
TOTAL	79,02	43.518

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaboración: Las autoras

Tabla 4: Cantón Antonio Ante: sector urbano y rural

SECTOR	%	N- HAB
Urbano	53,54%	23.299
Rural	46,46%	20.219
TOTAL	100%	43.518

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaboración: Las autoras

Una población urbana de 23.299 y la rural de 20.219 habitantes, la mayor parte de sus pobladores dominan el idioma español y una minoría en sus alrededores el quichua, de igual forma su población en mayor parte es mestiza, le sigue la indígena y la afro ecuatoriana

Tabla 5: Cantón Antonio Ante: población por géneros

GENERO	AÑO 2001		AÑO 2010	
	%	N- HAB	%	N- HAB
Masculino	48.46	17.473	48.41%	21.069
Femenino	51.54	18.580	51.59%	22.449
TOTAL	100.00%	36.053	100.00%	43.518

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaboración: Las autoras

1.3.4. Población Económicamente Activa –PEA

Tabla 6: Provincia de Imbabura: PEA

NOMBRE DEL CANTÓN	PEA
PIMAMPIRO	5.614
SAN MIGUEL DE URCUQUÍ	6.144
COTACACHI	14.967
ANTONIO ANTE	18.974
OTAVALO	42.553
IBARRA	80.482
TOTAL	168.734

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaboración: Las autoras

Tabla 7: Cantón Antonio Ante: Población por edad y género

EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
0 a 14 años de edad Niños y adolescentes	6.842	6.762	13.604
15 a 64 años de edad Jóvenes y adultos	12.565	13.740	26.305
de 65 años y más Adultos Mayores	1.662	1.947	3.609
TOTAL	21.069	22.449	43.518

Fuente: Censo INEC, 2010

Elaboración: Las autoras

1.3.5. Actividades económicas

El 26% de la Población Económicamente Activa, está relacionada con la actividad manufacturera, le sigue la agricultura con 19,81%, el comercio con 15,14% y los servicios con 14,54%. A excepción de la agricultura estas actividades tienen una importante relación con la actividad textil lo que ha permitido tener un bajo nivel de desempleo del 3%.

La población, se dedica a la industria textil que ofrece una variada producción de tejidos, ropa confeccionada en algodón de hermosos diseños y colores, las cuales se comercializan a precios cómodos; convirtiéndola en una ciudad progresista y económicamente activa que actualmente se ha transformado en el centro industrial de la moda.

1.4. Diagnóstico externo

Como parte del diagnóstico externo y luego de haber determinado varias características del entorno, a continuación se expone los: aliados, oponentes, oportunidades, riesgos que constituyen el área de influencia que tendrá el nuevo proyecto.

1.4.1. Aliados

- Posicionamiento de Atuntaqui como destino turístico de compras de productos textiles todos los días del año.
- La publicidad que promueve el Gobierno Municipal de Antonio Ante, conjuntamente con los productores-confeccionistas logra atraer turistas en el transcurso de todo el año.
- Apoyo crediticio por parte de las Instituciones Financieras para realizar el proyecto.
- Adquisición de la materia prima en el mismo sector para implementarse la microempresa.
- El Gremio de Artesanos conjuntamente con el Gobierno Municipal de Antonio Ante y la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, realizan cursos constantes las cuales permiten a los productores-confeccionistas mantenerse capacitados de acuerdo a los últimos avances de la tecnología en creatividad, innovación, diseño.

1.4.2. Oponentes

- Creación de posibles microempresas similares dedicadas a la producción y comercialización de sacos de niño con material textil de descarte.

1.4.3. Oportunidades

- Las fábricas textiles que suministre materia prima a posibles competidores de la ciudad de Atuntaqui.

- Ampliar la microempresa a través de la apertura de nuevos mercados dentro y fuera de la provincia.
- Existencia de posibles microempresas similares dedicadas a la producción y comercialización de sacos de niño con material textil de descarte.
- Imbabura una de las provincias más visitadas del Ecuador, la cual fija un creciente número de visitantes al año; lo que incrementa la actividad económica del país.
- La ubicación geográfica de Atuntaqui es excelente, ya que se encuentra en el corazón de la provincia de Imbabura, siendo un paso obligatorio para los visitantes que adquieren productos; contribuyendo así con las actividades: textiles, gastronómicas, turísticas e industriales del cantón.
- La organización de Ferias Textiles, que constituyen un factor de dinamización de la economía a un nivel cantonal, provincial, regional y nacional.

1.4.4. Riesgos

- Existe producción similar de este tipo de productos
- La posibilidad de no poder acceder a créditos por las altas tasas de interés que registra el sector financiero.
- En la localidad hay competencia de productos similares.

1.5. Determinación de la oportunidad de inversión

Luego de haber realizado el análisis de los diferentes aspectos que intervienen en el entorno de los negocios textiles, específicamente en el ámbito de la confección, producción y comercialización de sacos de niños en la Ciudad, se determinó que las condiciones prestan el entorno idóneo para desarrollar el **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA TEXTIL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS DE NIÑO CON MATERIAL DE DESCARTE EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La empresa

2.1.1. Definición

“Una empresa es una combinación organizada de dinero y de personas que trabajan juntas, que produce un valor material (un beneficio) tanto para las personas que han aportado dinero (los propietarios), como para las personas que trabajan con el dinero invertido.” (López, 2009, p. 29)

Además se puede afirmar que la organización, es una entidad económica que está encaminada al desarrollo productivo, porque utiliza recursos: económicos, tecnológicos y el más importante el recurso humano, cuya finalidad es la producción y comercialización de productos o servicios para la satisfacción de la población, con el ánimo de obtener una rentabilidad económica.

Es por ello, que desde el punto de vista empresarial y en referencia a la formación de la empresa, es posible definirla a criterio de (Ena & Delgado, 2010, pág. 5), como “unidad que organiza, coordina y controla los medios materiales, el trabajo y la técnica, con el objeto de producir bienes y servicios y/ o comercializarlos”.

A esto se puede agregar que estas entidades son un pilar fundamental para la economía de un país, ya que son el motor que genera recursos a partir de las actividades de transformación o comercialización de bienes y

servicios, generando en este proceso empleo e ingresos, que sirven para satisfacer necesidades.

2.1.2. Objetivo

El objetivo fundamental es de obtener; utilidad, rentabilidad o ganancia, minimizando sus costos y gastos; es decir, aprovechando al máximo todos y cada uno de los recursos disponibles.

Toda empresa, cualquiera sea su naturaleza jurídica y conformación societaria, persigue objetivos tales como a decir de (Baena, 2010):

- Estabilidad y adaptación al entorno. Si la empresa quiere crecer o simplemente sobrevivir en el mercado en el que opera, debe estar preparada para afrontar los cambios que puedan producirse en el marco donde desarrolla su actividad.
- Crecimiento. Las empresas buscan la fidelidad de sus clientes en los mercados en los que ya opera antes de expandirse a otras zonas geográficas o a otros ámbitos de negocio. No obstante, el crecimiento es la tendencia natural de cualquier empresa.
- Responsabilidad social y ética hacia los colectivos con los que se relacionan directamente (propietarios, trabajadores, clientes, proveedores, sector público, sindicatos), hacia la sociedad y hacia el medio ambiente en el que desarrollan su actividad.

2.1.3. Importancia

La importancia radica en su capacidad generadora de riqueza, en cualquier sistema económico pues dinamiza la economía de los países, que al ser distribuida equitativamente propicia la paz social y por ende tranquilidad y desarrollo.

Por otro lado las unidades económicas realizan funciones muy variadas y complejas, “Toda empresa antes de iniciar sus operaciones, deberá en primer lugar planificar para así acogerse a las normas legales establecidas en nuestra propia legislación, con la finalidad de funcionar legalmente, ya que de esta manera, además tendrá derecho a ciertos beneficios de protección estatal; según el caso, tales como: incentivos de orden crediticio, arancelario y tributario entre otros” (Sarmiento, 2009, pág. 4)

Entonces, al ser un agente coparícipe del desarrollo de los países, se puede aseverar que mantiene esta hegemonía a nivel internacional, en esta etapa de globalización de los mercados, es decisivo que las organizaciones se perfeccionen en busca de alcanzar competitividad, debido a que el dinamismo que genera el entorno empresarial es cada vez más acelerado.

2.1.4. Recursos de la empresa

Para poder desarrollar su actividad, la empresa necesita disponer de recursos humanos, capital y una tecnología que especifique que tipo de factores productivos precisa y forma jurídica que le permita realizar contratos, captar recursos financieros, si no dispone de ellos, y ejerce sus derechos sobre los bienes que produce.

Recursos son *“Son todos aquellos elementos que se requieren para que una empresa pueda lograr sus objetivos. Se clasifican en:-*

Recursos Humanos.-Recursos Financieros.-Recursos Materiales.- Recursos Técnicos o Tecnológicos.” (Ponce, 2012).

2.1.5. La microempresa

2.1.5.1. Definición

Ecuador es un país agrícola-petrolero, sus principales exportaciones son petróleo y productos tradicionales como banano, café, cacao. Hay una tendencia creciente de las exportaciones agrícolas no tradicionales como flores y camarón. Cuando se habla de microempresas en el país, normalmente se hace referencia a las del sector urbano, siendo las rurales incluidas bajo el concepto de unidades de producciones agropecuarias y artesanales.

De acuerdo a la Cámara de Comercio de Quito, en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, mediante Decreto 758 publicado el 6 de mayo del 2011, la define: *“Micro empresa es aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutales anuales iguales o menores \$100.000.*

Las microempresas son entidades conformadas por un pequeño número de empleados que laboran en ellas, tienen por finalidad la producción y comercialización de bienes y servicios para la satisfacción de necesidades de la comunidad con el objeto de tener una utilidad.

2.1.5.2. Importancia

La importancia del sector micro empresarial, lo constituye su contribución y desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo, ofrece una alternativa para el proceso

de industrialización y una continua expansión del sistema económico del país.

El papel de la pequeña empresa en América Latina, ha sido tema de numerosos estudios durante las últimas dos décadas, constantemente se dice que se conoce poco acerca del desempeño actual de las micro, pequeñas y medianas empresas, a pesar de que por lo general se considera que desempeñan un papel importante tanto en la generación de ingresos como en la creación de empleos

En Ecuador se estima de acuerdo a, (Embajada del Ecuador, 2014), que la microempresa:

- Contribuye al desarrollo económico, social y productivo del país
- Combate a la pobreza
- Es un empleo de bajo costo
- Democratización del mercado de bienes y servicios
- Ahorro interno canalizado hacia la inversión productiva
- Fortalecimiento del sistema democrático y la gobernabilidad
- Origen del Sector Informal de la Economía

2.1.5.3. Características

Las características de una microempresa son las siguientes:

- Administración independiente; es decir, dirigida y operada por su propio dueño.
- El capital de la misma es suministrado por su propio dueño ya sea en efectivo o en la mayoría de los casos a través de créditos.
- Una limitada cifra de obreros y empleados no superior a diez trabajadores.
- Una reducida cifra de negocios comparativamente.

- Un mercado pequeño.
- Las relaciones entre empresario y sus colaboradores son personales y directas.
- Constituye para los microempresarios-propietarios, la principal fuente de renta.
- El área de operaciones es relativamente pequeña y principalmente local.

2.1.5.4. Ventajas y desventajas de las microempresas

Algunas ventajas de la microempresa son:

- Una mayor flexibilidad, ya que no cuentan con una estructura rígida. Además, los trabajadores suelen estar más adaptados a los cambios, ya que en ocasiones pueden tener que ocupar diferentes puestos y colaborar. Sus equipos suelen ser multidisciplinarios.
- Se pueden hacer transformaciones siempre que se quiera y de manera mucho más sencilla. Y es que las decisiones son mucho más rápidas, no hay una gran cadena de mando difícil a la que llegar, ni miles de trámites para tomar decisiones. Se pueden adaptar mucho mejor al mercado, dentro de sus capacidades.
- Tienen mayores posibilidades de conocer al cliente y saber lo que necesitan, por lo que les es más fácil llegar al cliente.
- Es un nuevo modelo de negocio, si no existiera se perderían muchas posibilidades y empleos, así que ¿por qué no existir? Son una posibilidad interesante para muchos emprendedores.
- Es una fuente generadora de empleos, al igual que las otras empresas. (Soto, 2014).

Las principales desventajas de la microempresa son:

- a) Sus operaciones son reducidas, lo que ocasiona bajas ganancias.
- b) Les falta iniciativa y planeación de sus actividades a largo plazo.
- c) Tienen un rezago comparativo con otras empresas de mayor tamaño, en el plano tecnológico, productivo y administrativo.
- d) Enfrentan problemas de diversos tipos, como fiscales, de financiamiento, de personal, de planta, de transporte, entre otros. (Vargas Sánchez, 2009, p. 450)

Indistintamente al sector al que pertenece la microempresa o a la actividad que se dedica, siempre encuentra a su alrededor connotaciones de tipo positivo o negativo, pero esto no significa, que en el mundo de los negocios no sean consideradas como fuente generadora de riqueza.

2.1.5.5. Niveles de microempresa

A pesar de que la mayoría de microempresas son de subsistencia, no se desconoce la existencia de las otras, que en los últimos años han tenido gran auge, debido a la participación de los cesantes y profesionales jóvenes.

Las microempresas se agrupan en dos grandes segmentos

- a) Microempresa de subsistencia:

“Son aquellas que tienen tan baja productividad que solo persiguen la generación de ingresos con propósitos de consumo inmediato; trabajan sobre la lógica del "irla pasando. Es el segmento donde se concentran los mayores problemas de tipo social de la microempresa, en la medida en que es también, donde los límites del hogar y la unidad económica se confunden más ampliamente.”. (Aracena, 2014)

b) Microempresa de acumulación simple:

Unidades productivas que *“funcionan en lugares fijos con tiendas y talleres; generan empleo para tres o más personas, casi siempre del mismo grupo familiar; cuentan con maquinaria y equipo con desarrollos tecnológicos muy simples, con un pequeño capital de trabajo, escasos inventarios y difícil acceso al financiamiento formal”*. (Lizarazo Beltrán, 2009, p. 15)

2.1.6. La industria textil en Antonio Ante

Gobierno Municipal de Antonio Ante: Revisado el 5 de Mayo del 2012, desde Internet: <http://www.antonioante.gov.ec/pagina.php?varmenu=22>, define: “Han pasado varias generaciones y una tras otra han transmitido esa habilidad y trabajo perseverante que con el paso del tiempo se ha complementado con el adelanto de la tecnología para llegar a ser esa ciudad productiva, industrial y competitiva que es hoy Atuntaqui con la creación de microempresas.

Es esta ciudad la que viste al 20% del Ecuador, a través de sus almacenes detalladamente decorados para el visitante, así como también de la feria textil y la movilización de sus productores a las principales ciudades del país, para comercializar el excelente producto; la exportación de este a países como Colombia, Perú, Chile, Costa Rica, Argentina, entre otros, demuestran el verdadero potencial industrial que es la ciudad de Atuntaqui y, que con justa razón y esforzado trabajo es reconocida como el Centro Industrial de la Moda”.

Antonio Ante, se encuentra a 10 minutos de la ciudad de Ibarra, con aproximadamente 43.518 habitantes y 500 industrias textiles, resulta inevitable que el 80 por ciento de la población esté involucrado a la actividad textilera. La trayectoria de la industria textil, en la cabecera del cantón Antonio Ante, se originó en 1924 con la creación de la fábrica Imbabura.

Fue allí donde el espíritu emprendedor que caracteriza a los Anteños se sustentó y dio paso a la creciente industria.

2.2. Administración

DAFT Richard, (Administración, 2010, pág. 8), define: *“Alcanzar las metas organizacionales de forma eficaz y eficiente a partir de la planeación, organización, dirección y control de los recursos organizacionales”*.

La tarea de la administración consiste en: integrar y coordinar los recursos organizacionales, tales como; personas, materiales, dinero, tiempo, espacio. Para alcanzar los objetivos definidos de la manera más eficaz y eficiente posible.

2.3. Concepto de contabilidad

El tema de contabilidad, ha sido desarrollado e investigado a lo largo de la historia por la funcionalidad y beneficios que ofrece, entonces es importante definirla, al respecto se describe:

“La contabilidad identifica, evalúa, registra y produce cuadros – síntesis de una información. La contabilidad tiene como principal misión el proporcionar una información adecuada y sistemática del acontecer económico y financiero de las empresas” (MARTÍNEZ, Rafael, 2009, pág. 9)

2.3.1. Objetivo

El objetivo principal, es conocer la situación económica- financiera de una empresa en un período determinado, el que generalmente es de un año; así como también analiza e informa sobre los resultados obtenidos, para poder tomar decisiones adecuadas a los intereses de la empresa.

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Proporcionar, en cualquier momento, una imagen clara de la situación financiera del negocio.
- Prever con anticipación las probabilidades futuras del negocio.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a Ley.
- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.
- Participar en la toma de decisiones estratégicas, tácticas y operacionales, y ayudar a coordinar los efectos en toda la organización. (Thompson, 2010)

2.3.2. Importancia

Permite conocer la real situación económica – financiera de una empresa; en cambio cuando no llevamos contabilidad, no se conoce con exactitud: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cual es el volumen de

compra, ventas, gastos; en definitiva, solo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa; es decir, en forma empírica.

2.4. Transacción comercial

Transacción comercial o económica, es el intercambio de bienes y/o servicios necesarios para la satisfacción de las diversas necesidades humanas, intercambio que tiene indispensablemente dos etapas simultáneas, que son:

- **Primera** Recibimos el bien (mercadería, vehículos, muebles.) o el servicio (agua, luz, teléfono, arriendo, sueldo.)
- **Segunda** Entregamos el precio o valor de dicho bien o servicio.

Las empresas, independientemente de su constitución legal o actividad, realizan un sinnúmero de hechos económicos con sus clientes y proveedores; es decir, venden mercancías o prestan servicios a sus clientes, adquieren materiales de sus proveedores, obtienen recursos de bancos o corporaciones.

Es así que la transacción comercial *“Es una operación mercantil en la que el vendedor transfiere la propiedad de una cosa y se compromete a entregarla, y el comprador se obliga a pagar el precio en dinero.”* (Armas, 2014)

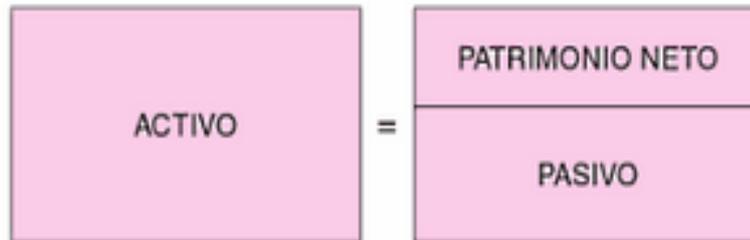
2.5. Ecuación contable

La contabilidad al igual que las matemáticas, es una ciencia exacta basada principalmente en el equilibrio o balance de cada una de sus operaciones; para lograrlo, el profesional contable sigue un principio contable fundamental, la partida doble, sin embargo, independientemente a este, el fundamento de los balances se basa en la siguiente ecuación contable:

$$\text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{PATRIMONIO}$$

A continuación veremos definiciones básicas de cada uno de sus componentes.

Ilustración 3: Componentes de la Ecuación Contable



Fuente: (Pombo, 2009, p. 16)

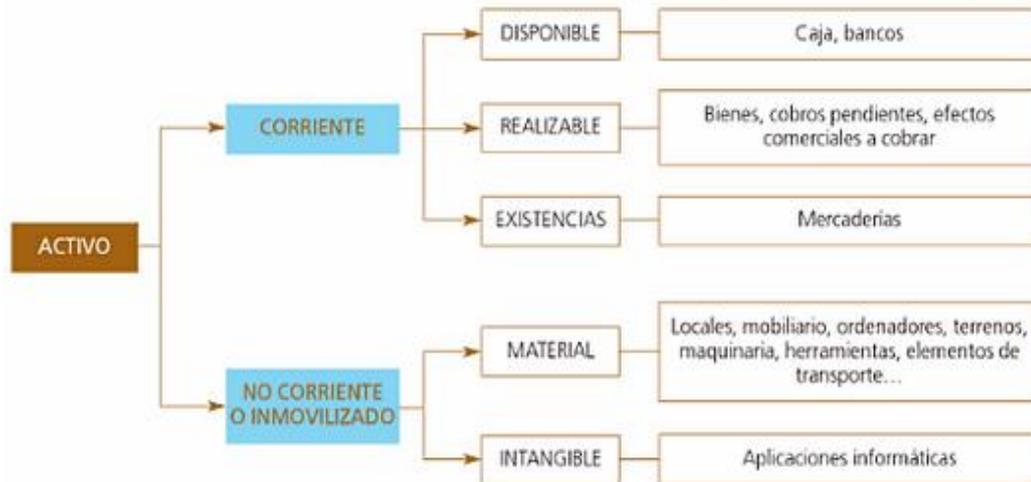
2.5.1. Definiciones básicas

- **Activo**

Es un recurso controlado por la empresa, como resultado de eventos pasados y cuyos beneficios económicos futuros se espera que fluyan a la empresa.

El activo, son elementos patrimoniales que significan bienes y derechos de cobro de la empresa.

Ilustración 4: Cuentas de activo



Fuente: (Pérez Gómez, 2010, p. 25)

- **Pasivo**

Es una obligación presente de la empresa derivado de eventos pasados, el pago de los cuales se espera que resulte de egresos de recursos de la empresa que implican beneficios económicos.

- **Patrimonio Neto**

“Es el valor residual de los activos del ente económico, después de deducir todos sus pasivos. En términos generales, es el valor de lo que le pertenece al empresario en la fecha de realización del balance. El patrimonio se clasifica en: capital, utilidades del ejercicio, utilidades acumuladas, reserva legal y reserva estatutaria” (Baena T. , 2010, p. 38)

2.6. Contabilidad de costos

La contabilidad de costos *“se relaciona con la información de costos para uso interno de la gerencia y ayuda de manera considerable a la gerencia en la formulación de objetivos y programas de operación en la comparación*

del desempeño real con el esperado y en la presentación de informes.”
(Gómez, 2010)

La contabilidad de costos, entonces brinda las herramientas necesarias para la correcta distribución de costos que se deben asignar a los servicios, actividades, procesos o productos lo cual facilita tomar decisiones acertadas a la gerencia.

2.6.1. Objetivo

El objetivo principal, es conocer con la mayor exactitud posible, cual es el costo unitario efectivo del artículo(s) que se produce, a qué precio se está vendiendo en el mercado, si se está utilizando adecuadamente todos y cada uno de los recursos disponibles, que le permita cumplir con las expectativas de la empresa.

2.6.2. Propósitos de la contabilidad de costos

Entre los principales propósitos de la contabilidad de costos se pueden destacar los siguientes:

- a) Determinar el costo de los inventarios de productos en procesos, de terminados y materiales e insumos, tanto unitarios como globales, con miras a su presentación en el balance general.
- b) Establecer el costo de los productos vendidos, a fin de poder calcular la utilidad o pérdida del período respectivo y presentarlos en el estado de resultados.
- c) Dotar a los directivos y ejecutivos de la mejor herramienta para planificar y controlar los costos de producción.

- d) Guiar la toma de decisiones, cuando se deben mantener o desechar ciertas líneas de producción aceptar o no nuevos pedidos, comprar nueva maquinaria.
- e) Combinar apropiadamente el surtido de productos, ampliar la nave industrial y en general todo cuanto se refiera a nuevas inversiones productivas.
- f) Controlar el uso de los elementos del costo, mediante el reporte de datos, usos indebidos o demoras innecesarias y optimizar las utilidades precisamente con los ahorros que se obtengan de las acciones que provengan y eviten los desperdicios citados.
- g) Ubicar las áreas, procesos, actividades y aspectos que encarecen el producto o impiden obtenerlo de manera económica y oportuna, identificando sus causas y efectos de corto y largo plazo.

2.7. Costos

Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable e inventariable.

“Constituyen los consumos de bienes y servicios que directamente impulsan la generación de las rentas operacionales y contribuyen a viabilizar la gestión empresarial.” (ZAPATA, 2011, pág. 301)

2.7.1. Elementos del costo

Para fabricar cualquier bien o prestar un servicio, será necesario adquirir y poner a disposición del proceso productivo los siguientes elementos circunstanciales y vinculados entre sí. Para que un artículo sea producido o transformado, necesariamente debe contener los tres elementos del costo.

- a. Materia Prima Directa o Materiales Directos.
- b. Mano de Obra Directa o Trabajo Directo.
- c. Costos Indirectos de Fabricación o Costos Generales de Fabricación, Carga, Fabril.

2.7.1.1. Materia prima directa

Los productos comprados para la producción, pueden ser considerados como materiales directos “son todos aquellos que se pueden transformar.” (Turmero, 2014)

2.7.1.2. Materia prima indirecta

Es considerada como elemento básico del costo; es decir, el incorporado en el producto, siendo este en muchos casos el más importante para la transformación en el artículo terminado.

2.7.1.3. Materiales consumibles

Son aquellos materiales que no forman parte del producto terminado, pero son necesarios para que el proceso productivo se lleve a cabo con normalidad. Ejemplo: combustibles, lubricantes, grasas y materiales de limpieza

2.7.1.4. Mano de obra directa

Normalmente, es la fuerza de trabajo humano incorporado en el producto; es decir, el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado, en las máquinas que están transformando en productos terminados, además el valor por pago de salarios se puede fácilmente determinar en dicho producto.

2.7.1.5. Mano de obra indirecta

Considerada a los trabajadores que abordan en actividades diferentes a las de la producción; es decir, que intervienen en forma indirecta en la elaboración del producto; y, que por su naturaleza no se puede cuantificar con exactitud su costo por unidad producida, su clasificación y contabilización se considera dentro de los Costos Indirectos de Fabricación.

2.7.1.6. Gastos generales de fabricación

Es considerado a todos los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron clasificados en los elementos anteriores; es decir, que no son ni materia prima directa, ni mano de obra directa.

2.8. Gastos

Generalmente constituyen los valores que se aplican, para cumplir con las funciones de: administrar, vender y financiar (costos de distribución).

2.8.1. Gastos de administración

Son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de administración, agua, luz, teléfono, fax de oficina, útiles de oficina, sueldos y beneficios sociales de administración, aporte patronal.

2.8.2. Gastos de venta

Son valores destinados al normal desarrollo de este departamento, por ejemplo:

Arriendo del departamento de ventas, agua, luz, teléfono, fax del departamento de ventas, sueldos y beneficios sociales del departamento

de ventas, aporte patronal, gasto de viaje y movilización de vendedores, comisiones en ventas, publicidad y propaganda.

2.8.3. Gastos financieros

Llamados también cargas financieras. Son pagos (interés y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.

2.9. Precio

Para el establecimiento del precio en micro empresas artesanales o industriales, se suelen calcular tomando como base los costos, los gastos y los porcentajes de utilidad que se asignan para la compensación o recuperación de los costos fijos y variables incurridos en la elaboración de los productos.

2.10. Estados financieros

Por estados financieros puede entenderse como: *“aquellos documentos que muestran la situación económica de una empresa, la capacidad de pago de la misma a una fecha determinada, pasada, presente o futura, o bien el resultado de operaciones obtenidas en un período o ejercicio económico.”* (Perdomo Moreno, 2009, p. 1)

También se puede agregar que se convierten en un conjunto de informes preparados bajo la responsabilidad de los administradores del negocio o la empresa, con el fin de darles a conocer a los usuarios la situación financiera y los resultados operacionales del negocio en un período determinado.

2.10.1. Balance general

Es el estado que presenta la situación financiera de la empresa a una fecha determinada.

El balance general, ofrece información a los usuarios que estén interesados en conocer la verdadera situación financiera de la empresa, como los analistas de crédito, proveedores o inversionistas y a su vez, puede utilizarse para la toma de decisiones de los administradores, gerentes o ejecutivos.

2.10.2. Estado de resultados

(Ponce, 2012, p. 223), define un estado de resultados, o estado de pérdidas y ganancias, *“indica la cantidad de utilidades generadas por una empresa durante un período determinado, usualmente por mes o por año.*

En su forma básica, el estado de resultados se puede representar mediante la siguiente ecuación.

$$\text{Ventas (Ingresos) - Gastos = Utilidades.}$$

Antes denominado estado de ganancias y pérdidas, es quizá el estado de mayor importancia, por cuanto permite evaluar la gestión operacional de la empresa y además sirve de base para la toma de decisiones. Este estado resume todas las transacciones correspondientes a los ingresos generados y a los costos y gastos incurridos por la empresa en un período determinado.

2.10.3. Estado de cambios en el patrimonio

Mide la variación, los aumentos y/o disminuciones del patrimonio, originada por las transacciones comerciales realizadas por la empresa durante el período contable.

2.10.4. Estado de flujos de fondos

Es un estado financiero complementario, que resulta de la comparación del balance general en dos fechas determinadas. De este se deduce, de dónde obtuvo una empresa recursos financieros y qué destinación se les dio a tales recursos.

2.10.5. Estado de flujo de efectivo

Debe representar en detalle el efectivo recibido o pagado a lo largo de un período, clasificado por actividades de: operación, de inversión y de financiación.

2.11. Inventarios

Los inventarios están representados por aquellos bienes corporales destinados a la venta en el curso normal de los negocios, así como aquellos que se encuentran en proceso de producción o que se utilizarán en la producción de otros que se van a vender, ya sean o no fabricados por la empresa.

2.11.1. Control interno de inventarios

El control interno, es necesario empezar cuando se reciben los artículos. Se debe confrontar la orden de compra con la factura, verificando precios, cantidades, artículos solicitados. Se registra el ingreso de los artículos y se

envía la factura al departamento de contabilidad. Estableciendo medidas de seguridad para evitar daños de las mercancías o bodega; permitir el paso solo empleados autorizados. Se debe utilizar formas de requisición para el retiro de mercancías, debidamente autorizadas.

2.11.2. Métodos de valuación de inventarios

Los inventarios representan uno de los reglones más importantes de la empresa, de aquí la necesidad de la correcta valuación del importe que debe enfrentarse con los ingresos del período y que determinará la utilidad. Las mercancías se adquieren en momentos distintos y a precios distintos., al presentar tendencias alcistas. Existen varios métodos de valoración de inventarios: Método primeras en entrar, primeras en salir (PEPS); últimas en entrar, primeras en salir (UEPS); promedio ponderado.

2.11.2.1. Método PEPS

Este método, se basa en la suposición de que las primeras unidades en entrar al almacén, serán las primeras en salir, razón por la cual, al finalizar el período contable las existencias quedan valuadas a los últimos costos de adquisición y el inventario final queda a costos actuales.

2.11.2.2. Método promedio ponderado

Este método es muy utilizado por la relativa facilidad de cálculo y por considerar que se ajusta a la tendencia alcista del mercado.

2.12. Análisis financiero

Según (Jaramillo, 2009, pág. 2), manifiesta “anteriormente se hacía análisis financiero exclusivamente para determinar si a una empresa se le podía prestar dinero en una entidad financiera. Actualmente, se

hace también para interpretar, cuantificar, modelar, evaluar riesgos y alternativas con el fin de planear y recomendar las decisiones que se deben tomar”.

Es una evaluación tanto del funcionamiento financiero de la empresa en el pasado como de sus perspectivas.

Por lo regular, implica un análisis de los estados financieros de la empresa. Lo utilizan diversos sectores como acreedores, inversionistas y gerentes, para determinar la posición financiera de la empresa en relación con la de otras.

2.13. Comparación sectorial

Los índices de una empresa, se comparan con los de las compañías similares o con promedios industriales o normas para determinar cómo está comparándose la empresa con relación a sus competidores.

2.14. Análisis de tendencias

El índice actual, se compara con sus promedios pasados y futuros para determinar si la condición financiera de la compañía está mejorando o deteriorándose a lo largo del tiempo.

Después de completar el análisis de estados financieros, el analista financiero de la empresa consultará con la gerencia para discutir los planes y perspectivas y en el análisis identificará las áreas críticas y las soluciones posibles.

2.15. Análisis con indicadores financieros

Para evaluar la situación y desempeño financieros de una empresa, el análisis requiere de algunos criterios, estos se utilizan frecuentemente como razones o índices que relacionan datos financieros entre sí. El análisis e interpretación de varias razones debe permitir a analistas y expertos un mejor conocimiento de la situación y desempeños financieros de la empresa que el que podrían obtener mediante el análisis aislado de los datos financieros. Los indicadores financieros pueden clasificarse en:

2.16. Aspectos de mercado

2.16.1. Estudio de mercado

“Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.” (BACA, 2010, pág. 7)

El estudio de mercado se refiere al análisis de la: demanda, oferta, precios y la forma de comercialización que se llevará a cabo en un proyecto.

2.16.2. Mercado Meta

“Es un conjunto de clientes bien definido cuyas necesidades la compañía planea satisfacer y hacia el que la organización trata de orientar su esfuerzo de mercadotecnia.” (CÉSPEDES, 2010, pág. 27)

Mercado meta, es un segmento de mercado en el cual los compradores que pueden ser personas u organizaciones tienen necesidades o características similares; para el cual, la empresa enfoca sus esfuerzos y decide captar y servir a este grupo de consumidores.

2.16.3. Demanda

“Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (BACA, 2010, pág. 15)

La demanda representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, en los diferentes precios del mercado y en un momento determinado.

2.16.4. Oferta

“Es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”. (Núñez, 2009, pág. 50)

2.16.5. Demanda potencial a satisfacer o demanda insatisfecha

“Los compradores que manifiestan un grado suficiente de interés por la oferta e ingresos suficientes para adquirir el producto”. (GARNICA & MAUBERT, 2009, pág. 32)

Demanda insatisfecha se refiere a la cantidad de personas que no están siendo atendidas por un determinado mercado, el cual es posible satisfacerlo mediante la creación de una empresa.

Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (BACA, 2010, pág. 43)

2.17. Evaluación Financiera

✓ **Costo de Oportunidad**

El costo de oportunidad de una inversión, es la primera erogación de efectivo que se realiza para iniciar un proyecto o microempresa, la misma que puede ser un capital propio o financiado: el costo de oportunidad está dado por la sumatoria de las tasas activas y pasivas promedio en el mercado.

Es la diferencia negativa entre los beneficios percibidos entre el sacrificio sobre varias alternativas. Dicho de otra manera, son los beneficios que se dejan de percibir o los gastos que se empiezan a percibir por asumir un sacrificio económico sobre varias oportunidades. (RINCÓN & VILLARREAL, 2009, pág. 14)

Es decir que el costo de oportunidad, es lo que se está dispuesto a sacrificar por la obtención de una ganancia mayor.

✓ **Valor Actual Neto**

Es la diferencia entre los flujos de tesorería actualizados a una tasa de interés prefijado (tasa de referencia) y las inversiones actualizadas a esa misma tasa. Un Van positivo indica que la inversión en el Proyecto produce beneficios superiores a los que podrían obtenerse invirtiendo la misma cantidad a la tasa de referencia. (DÍAZ, 2011, pág. 69)

Se comprende como valor actual neto, al procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

✓ **Tasa Interna de Retorno**

“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero.” (FONTAINE, 2009, pág. 100)

Tasa interna de retorno, es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje, además es la tasa que iguala el valor presente neto a cero y sirve para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

✓ **Razón Beneficio – Costo**

“Indica que debe hacerse la inversión solo si la razón de beneficios a costos es mayor que la unidad; o sea, solo si los beneficios son mayores que los costos.” (FONTAINE, 2009, pág. 109)

La razón beneficio costo, es un indicador financiero que toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto.

✓ **Punto de equilibrio**

Se define como el volumen de ventas necesarias para no perder, ni ganar; es decir, quedar en equilibrio con utilidad cero.

Para el análisis de punto de equilibrio, normalmente se trabaja con la utilidad operativa, o sea la utilidad antes de intereses, compuestos y cualesquiera otros gastos e ingresos que no pertenecen a la operación básica del negocio.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos}}}$$

2.17.1. Costos fijos

Son aquellos que permanecen constantes a cualquier volumen de producción por ejemplo: mano de obra directa e indirecta, depreciaciones de activos fijos (método de línea recta), arriendos, seguros.

2.17.2. Costos variables

Tienen un comportamiento directamente proporcional al volumen de producción. A mayor cantidad mayor costo, a menor cantidad menor costo por ejemplo: materiales directos e indirectos, lubricantes, mano de obra directa por obra o a destajo, depreciación maquinaria (método unidades de producto), comisiones en venta.

2.18. Comercialización

2.18.1. Canal de distribución

es.wikipedia.org/wiki/comercialización define: “Es el circuito a través del cual los fabricantes o (productores) ponen a disposición de los consumidores o (usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

El punto de partida del canal de distribución es el productor; el punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que

están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan generalmente intermediarios.

Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final, en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante.

2.18.2. Tipos de canales de distribución

Es.wikipedia.org/wiki/comercialización define: “Se puede hablar de dos tipos de canales:

2.18.2.1. Canal directo (circuitos cortos de comercialización)

El productor o fabricante, vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios, también es frecuente en las ventas industriales, porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente, en productos de consumo. Por ejemplo, un peluquero presta el servicio y lo vende sin intermediarios, lo mismo ocurre con bancos y cajas de ahorro.

2.18.2.2. Canal indirecto

Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo. Un canal corto tiene solo dos escalones; es decir, un único intermediario entre fabricante y usuario final.

Este canal es habitual en la comercialización de automóviles, electrodomésticos, ropa de diseño en que los minoristas o detallistas tienen la exclusiva de venta para una zona o se comprometen a un mínimo de compras.

En un canal largo, intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas, agentes comerciales.) Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente, como los supermercados, las tiendas tradicionales, los mercados o galerías de alimentación. En general, se considera que los canales de distribución cortos conducen a precios de venta al consumidor reducidos y al revés, que canales de distribución largos son sinónimos de precios elevados, esto no siempre es verdad, puede darse el caso de que productos comprados directamente al productor tengan un precio de venta mayor que en un establecimiento comercial.

2.19. Confección

2.19.1. Definición

(LIMAYCO, 2005, p. 81) define: *“es el armado del saber ejecutar las costuras y el planchado, todo en relación al corte sin afectarlos antes si dándole todo lo que alcanza. Nunca de estas tres ramas sin mutuo apoyo”.*

Cuando van desarmonizados son falsos, pues la mutua colaboración de todos ellos es la suma de conocimientos científicos y elementales que contribuyen a la ejecución del arte indumentario en la vida de países civilizados.

2.19.2. Importancia

Es importante y necesario saber el arte de corte y confección en la vida de toda mujer, para poder confeccionar sus propios vestidos, el aprendizaje de corte trae consigo una suma de conocimientos que practicados aseguran un porvenir mejor y feliz y también ayuda en la estabilidad económica del hogar. El corte y confección es de suma importancia en la mujer, aun en la actualidad.

2.19.3. Útiles y herramientas que se utilizan en corte y confección

Son: tijera, tiza, cinta métrica, planchador, mesa para trazado y cortado, una máquina recubridora, una máquina overlock, una máquina recta, una bordadora, tela, moldes, poliéster e hilos.

2.20. Material de Descarte

(Wordpress.org, 2008-2014), en página web indica: “A nivel general, el descarte es todo aquello que no sirve o que sobra. Lo descartable es lo que se puede descartar o resulta desechable. (...).La reutilización de los materiales recibe el nombre de reciclaje, un proceso que otorga una nueva vida a lo que ya se consideraba como un desecho”.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Antecedentes

El desarrollo del presente capítulo, está orientado a determinar el comportamiento que tiene la actividad comercial en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, particularmente en la comercialización de sacos de niño, con la finalidad de establecer la demanda insatisfecha, que será cubierta en una proporción razonable por la nueva microempresa

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Medir la existencia de un número suficiente de individuos, empresas, unidades económicas que dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción en un cierto período.

3.2.2. Objetivos específicos

3.2.2.1. Determinar el comportamiento de la demanda en Atuntaqui que consume sacos de niño.

3.2.2.2. Analizar las características de la oferta que expende el producto en la Ciudad.

3.2.2.3. Estimar el precio de la prenda para niño en base a valores económicos referenciales para este tipo de producto que se maneja en el lugar.

3.2.2.4. Establecer los medios de comercialización que permitan colocar el producto en el mercado.

3.3. Variables diagnósticas

- Producto
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Comercialización

3.4. Indicadores de las variables

3.4.1. Producto

Características
Preferencias
Tipo de producto

3.4.2. Demanda

Hábitos de consumo
Tamaño de la demanda
Estratificación

3.4.3. Oferta

Características
Preferencias
Tipo de producto

3.4.4. Precio

Preferencia de precio

Fijación del precio

Formas de pago

3.4.5. Comercialización

Estrategias de ventas

Políticas de comercialización

Publicidad

Tabla 8: Matriz de relación diagnóstica

VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INFORMACIÓN	TECNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Producción textil para niños • Organización empresarial • Tamaño de la empresa • Nivel de productividad • Empresas textiles 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Empresarios textiles • INEC • Cámara de Comercio Atuntaqui
Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Hábitos de consumo • Tamaño de la demanda • Estratificación 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Documenta 	<ul style="list-style-type: none"> • Padres de familia con niños • INEC
Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Características • Preferencias • Tipo de producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Documenta 	<ul style="list-style-type: none"> • Padres de familia con niños • Bibliografía
Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia de precio • Fijación del precio • Formas de pago 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Padres de familia con niños • Empresarios textiles. • Bibliografía
Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de ventas • Políticas de comercialización • Publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Entrevista • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Padres de familia con niños • Empresarios textiles • Bibliografía

Elaborado por: Las autoras

3.5. Análisis de variables diagnósticas

Para desarrollar la operatividad de las variables, es necesario determinar varios aspectos que se desarrollan a continuación.

3.5.1 Identificación de la población

La población de estudio incluye tanto los productores, como los consumidores de sacos para niño.

3.5.1.1. Empresas de producción textil sweaters para niños

En este apartado se incluye las textileras, que producen sacos para niños y que tienen sede en la Ciudad de Atuntaqui, según datos proporcionados por la Cámara de Comercio de la respectiva Ciudad las siguientes:

Tabla 9: Fábricas de sweaters para niños Atuntaqui

EMPRESA	PROPIETARIO	FILIACIÓN	PRODUCCIÓN MENSUAL	PORCENTAJE VENTAS LOCALES MENSUALES
TEJIDOS ROSSY	Patricio Ruiz	Cámara de Comercio Atuntaqui	5400 unidades	15 %
KARMAM	Marco Espinoza	Cámara de Comercio Atuntaqui	3600 unidades	15 %
CARLEX	Luis Fernando Espinoza	Cámara de Comercio Atuntaqui	1680 unidades	10 %
ANABEL COLLECTION	Miriam Andrade	Cámara de Comercio Atuntaqui	1800 unidades	15 %

Fuente: Cámara de Comercio de Atuntaqui, 2013

Elaborado por: Las autoras

3.5.1.2. Población objetivo

Para esto se ubican las niñas y niños que se encuentran entre los rangos de:

Tabla 10: Grupos poblacionales

Grupos quinquenales de edad	Género		TOTAL
	Masculino	Femenino	
De 1 a 4 años	1751	1725	3476
De 5 a 9 años	2359	2330	4689
Total	4110	4055	8165

Fuente: Biblioteca Ibarra INEC 2010

Elaborado por: Las autoras

3.5.1.3. Identificación de la Muestra

Para establecer criterios de fuente directa de información del tema, fue necesario definir el grupo de individuos que son consumidores potenciales del producto que es el objeto del proyecto, por lo que;

Tabla 11: Población Parroquia Atuntaqui de 18 a 55 años de edad

Edad	Hombre	Mujer	Total
18	219	200	419
19	201	229	430
20	188	210	398
21	213	202	415
22	228	248	476
23	160	191	351
24	180	172	352

25	170	230	400
26	169	206	375
27	190	192	382
28	187	217	404
29	163	198	361
30	165	204	369
31	140	205	345
32	147	180	327
33	150	174	324
34	159	170	329
35	137	152	289
36	151	162	313
37	145	153	298
38	119	177	296
39	135	138	273
40	134	162	296
41	148	145	293
42	151	154	305
43	108	139	247
44	101	131	232
45	129	149	278
46	131	125	256
47	105	128	233
48	110	134	244
49	98	117	215
50	109	105	214
51	83	111	194
52	100	90	190
53	74	100	174
54	90	90	180
55	78	79	157
TOTAL	5465	6169	11634

Fuente: Biblioteca Ibarra INEC 2010

Elaborado por: Las autoras

Fórmula para la muestra:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{e^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología

N = Tamaño de la población → 11634

n = Tamaño de la muestra → ?

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra → 0,05

d² = Varianza → 0,25

Z = Nivel de Confianza → 95% (1,96)

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,25) * (11634)}{(0,05)^2 (11634 - 1) + (1,96)^2 0,25}$$

Total = 372 ≈ 370 elementos para la encuesta

3.5.1.4. Estratificación

En este aspecto se identifica los grupos de acuerdo a la magnitud del volumen de la muestra, dependiendo de su condición:

Tabla 12: Población estratificada

Estrato	Sexo	Población	Participación	Estratificación
1	Hombre	5465	46,97%	174
2	Mujer	6169	53,03%	196
Total		11634	100%	370

Fuente: Biblioteca Ibarra INEC 2010

Elaborado por: Las autoras

3.5.2. Instrumentos de recolección de información

Se utilizó dos instrumentos, que permitieron conocer detalles teórico-prácticos del negocio.

- **Información primaria;**

Encuesta: Se aplicó al universo de personas entre los dieciocho y cincuenta y cinco años de edad.

Entrevista: Este instrumento de recolección, se utilizó para identificar referentes técnicos, que permitan marcar pautas en la creación de una microempresa textil, basados en la experiencia y desarrollo empresarial, del sector textil, con enfoque a la producción y comercialización de sacos de niños.

- **Información secundaria;**

La información secundaria a utilizar es:

- Libros
- Revistas
- Folletos
- Documentos especializados.
- Internet

3.5.3. Tabulación y presentación de resultados

Es importante resaltar, que la encuesta se aplicó a padres de niños, que estén trabajando y vivan en el lugar.

1. ¿Le agradecería a usted tener a su disposición una empresa local en la cual pueda comprar sacos de niño de producción propia que sean cómodos, atractivos y de costo accesible?

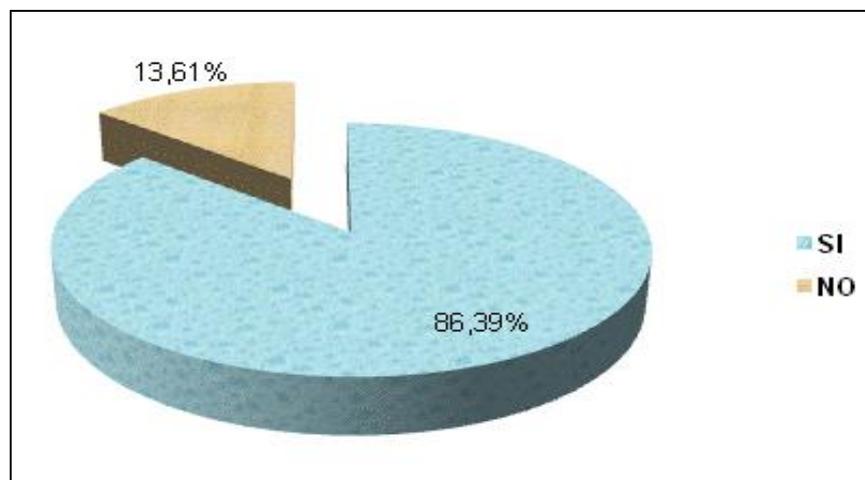
Tabla 13: Aceptabilidad de la propuesta de empresa

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	320	86,39%
No	50	13,61%
TOTAL	370	100,%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 2: Nivel de Aceptación



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

De las respuestas receptadas, se puede concluir que el 86,39% de la población encuestada, está de acuerdo con que en la Ciudad de Atuntaqui, se invierta en una nueva propuesta que atienda a un sector de la población que requiere de productos textiles para niños, al contrario que el 13,61%, no cree que es una buena opción.

2. Especifique ¿Cuántas veces al año compra sacos de niño?

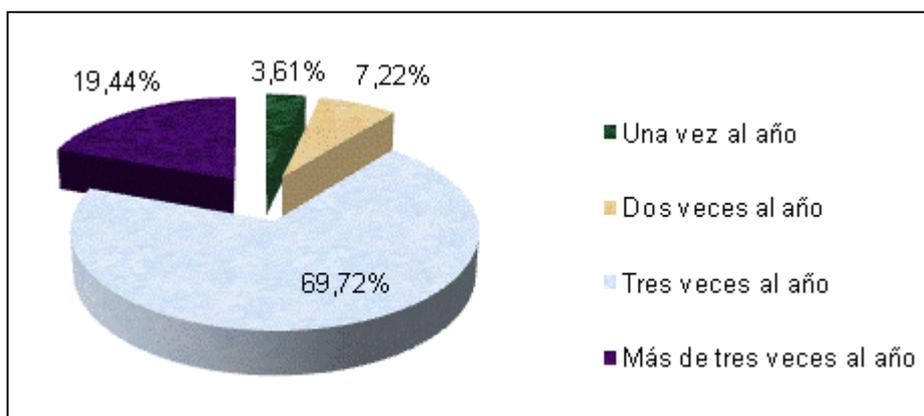
Tabla 14: Hábito de compra

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al año	13	3,61%
Dos veces al año	27	7,22%
Tres veces al año	258	69,72%
Más de tres veces al año	72	19,44%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 3: Frecuencia de consumo



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

De las alternativas expuestas, se evidencia que el 69,72%, de los encuestados tiene una frecuencia de compra de por lo menos tres veces al año, seguido del 19,44% que busca este producto más de tres veces por año y a su vez el 7,22% únicamente adquiere sacos de niño dos veces en el mismo periodo, en cambio el 3,61% lo hace solamente una vez.

3. Cada vez que va en busca de esta prenda de vestir cuantas unidades adquiere

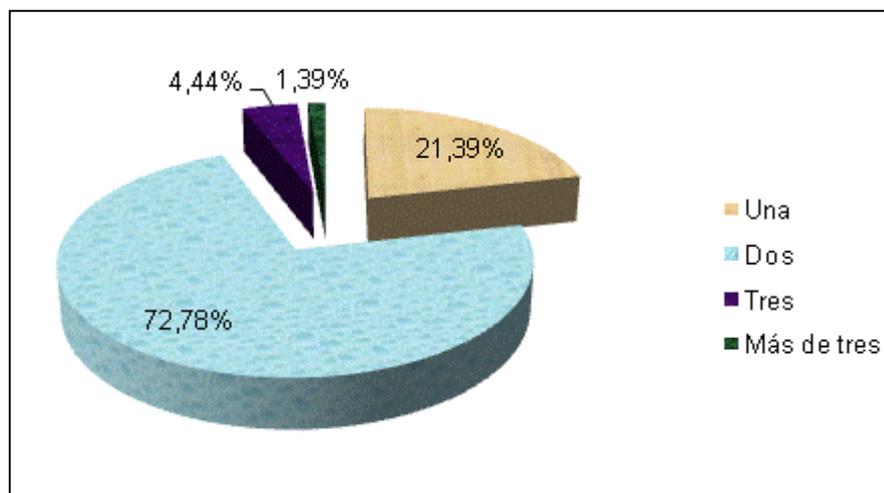
Tabla 15: Cantidad de compra en unidades

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Una	79	21,39%
Dos	269	72,78%
Tres	17	4,44%
Más de tres	5	1,39%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 4: Número de prendas adquiridas



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

Los pobladores de Atuntaqui, requieren mayoritariamente con un 72,78% comprar dos unidades, a continuación se ubica el 21,39%, que normalmente adquiere una unidad, el 4,44% y el 1,39% compra tres y más de tres unidades respectivamente.

4. ¿Dónde compra los sacos de niño?

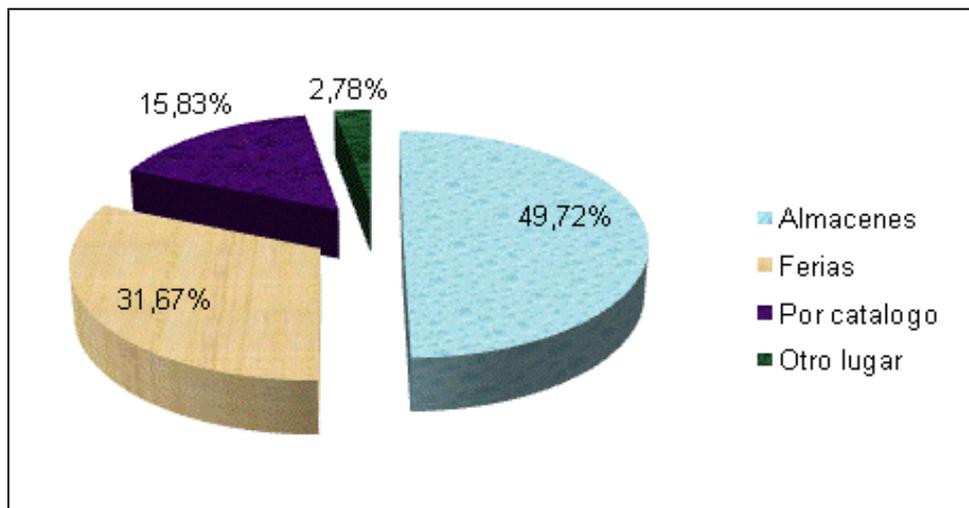
Tabla 16: Lugar de compra

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Almacenes	184	49,72%
Ferias	117	31,67%
Por catálogo	59	15,83%
Otro lugar	10	2,78%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 5: Consumo por lugares de venta



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

La preferencia es para los almacenes con un 49,72%, luego las personas acuden a las ferias para adquirir esta prenda en un 31,67%, el 15,83% lo hace a través de catálogos, y por último el 2,78% no visita estos lugares o métodos de venta.

5. Por favor indique su preferencia en uno de los casilleros: ¿Qué estilo de sacos de niño compra frecuentemente?

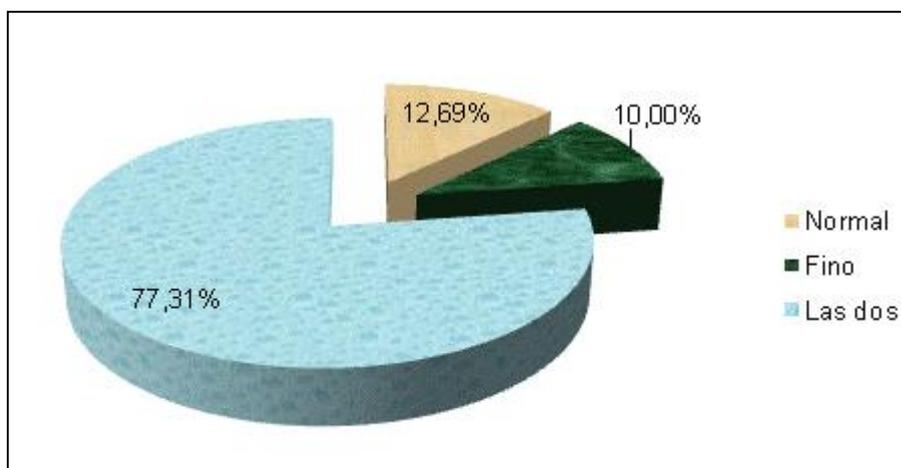
Tabla 17: Preferencia de estilo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Normal	47	12,69%
Fino	37	10,00%
Las dos	286	77,31%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 6: Estilos de la prenda de vestir



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

El 77,31% de los investigados, respondió que prefiere que existan los dos estilos: tanto normal, como fino; pero también hay personas que indistintamente comprarían de las dos alternativas antes descritas, con un 12,69% y 10%, respectivamente.

6. Marque con una X en una de las opciones siguientes: Cuando usted requiere sacos de niño. ¿Qué modelo, es el que más le agrada?

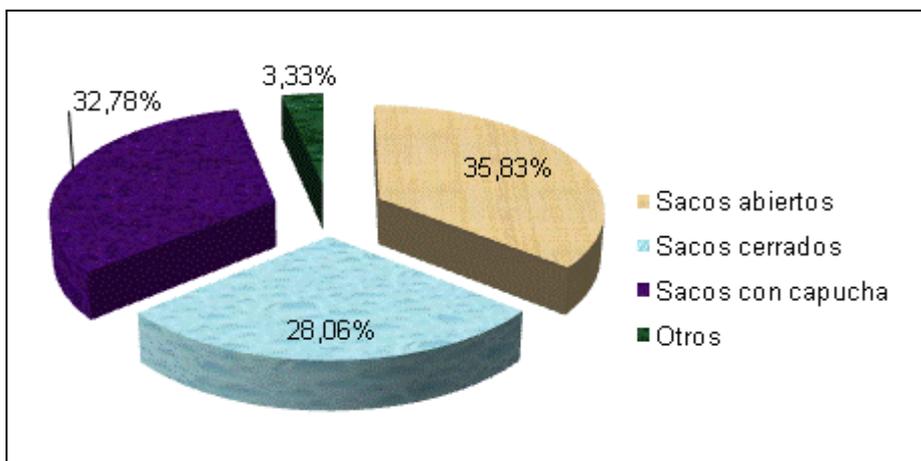
Tabla 18: Modelo favorito

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sacos abiertos	133	35,83%
Sacos cerrados	104	28,06%
Sacos con capucha	121	32,78%
Otros	12	3,33%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 7: Opciones de confección



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

Aquí se presenta una discreta rivalidad entre las opciones, ya que el 35,83% prefiere los sacos abiertos, el 32,78% se queda con sacos más deportivos con capucha; en cambio el 28,06% gusta de los sacos cerrados, y el 3,33% otro modelo.

7. Marque por favor: ¿Qué colores prefiere para los sacos de niño?

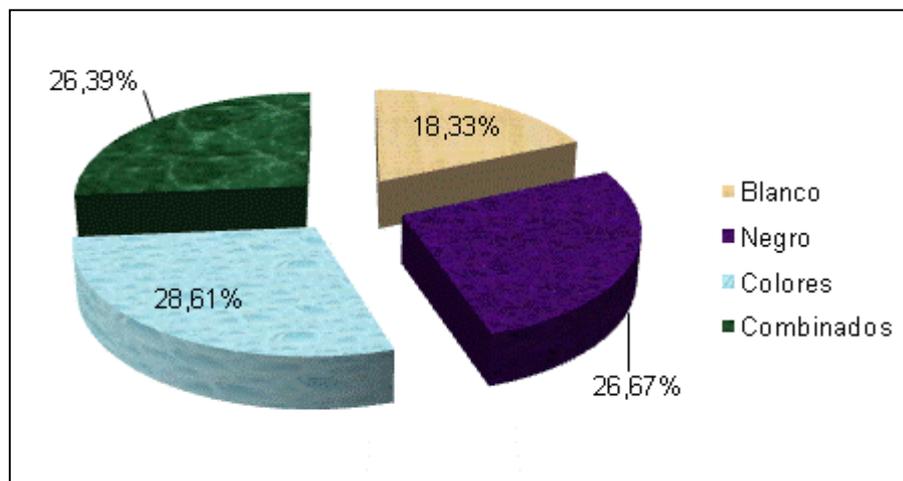
Tabla 19: Predilección del color

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Blanco	68	18,33%
Negro	99	26,67%
Colores	106	28,61%
Combinados	97	26,39%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 8: Colores favoritos



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

De los colores que se ponen como opciones, la disponibilidad de colores es la más aceptada con el 28,61%, luego el 26,67% gusta de la mezcla de color en la prenda, y el 26,39%, gusta del color negro y el 18,33% el blanco.

8. ¿Qué aspectos toma en cuenta para la decisión de compra de sacos de niño?

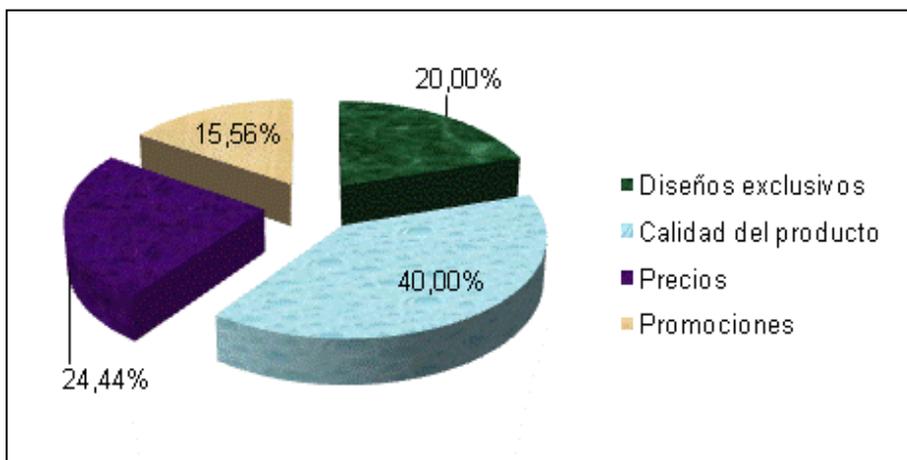
Tabla 20: Aspectos que influyen en la decisión de compra

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Diseños exclusivos	74	20,00%
Calidad del producto	148	40,00%
Precios	90	24,44%
Promociones	58	15,56%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 9: Relevancia de factores



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

De los aspectos que se dieron a escoger se prefiere 40,00%, decide comprar por la calidad del producto, el 24,44% se fija en el valor económico, al 20,00% le atrae los diseños exclusivos y el 15,56%, compra las promociones.

9. ¿Qué dificultades ha tenido Usted, al momento de comprar los sacos de niño?

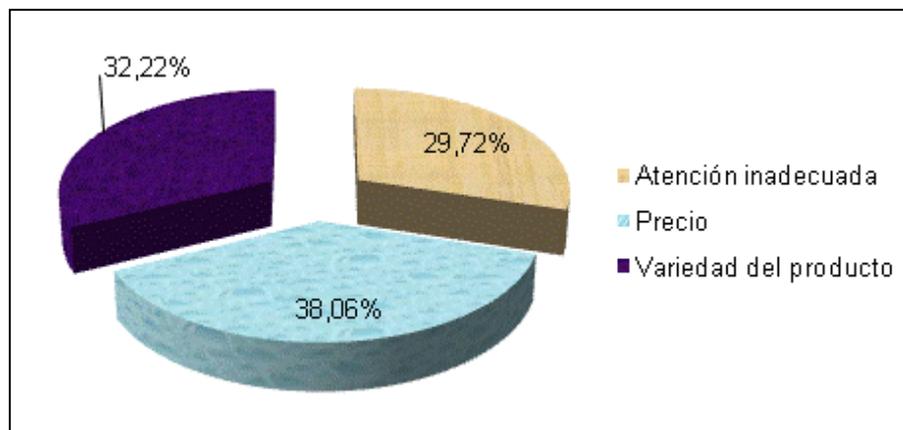
Tabla 21: Dificultades al comprar

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Atención inadecuada	110	29,72%
Precio	141	38,06%
Variedad del producto	119	32,22%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 10: Problemas en la adquisición



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

Nuevamente se evidencia que no existe una prevalencia en las dificultades para la compra del producto, con cierta ventaja se destaca el aspecto referente al precio muy elevado, con el 38,06%, seguidamente del 32,22% que se complica por la variedad de producto, y en último lugar está el servicio un poco deficiente en la atención al cliente con el 29,72%.

10. Cuánto estaría usted dispuesto/a a pagar por un saco de niño?

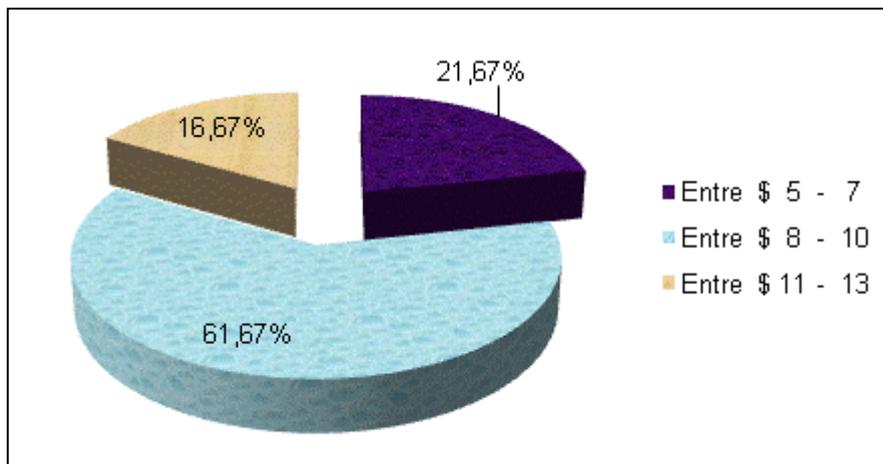
Tabla 22: Precio Preferencial de la prenda de niño

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Entre \$ 5 - 7	80	21,67%
Entre \$ 8 - 10	228	61,67%
Entre \$ 11 - 13	62	16,67%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 11: Percepción del precio



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

En este tema se puede destacar que la mayoría de los encuetados se inclinan por un nivel intermedio del precio de la prenda, con el 61,67%, que luego contrasta con el 21,67% que se conforma con un precio entre 5 a 7 dólares, y después se encuentra un segmento del 16,67%, que más bien prefiere el precio alto de entre 11 a 13 dólares.

11. ¿Cuál es su ingreso familiar?

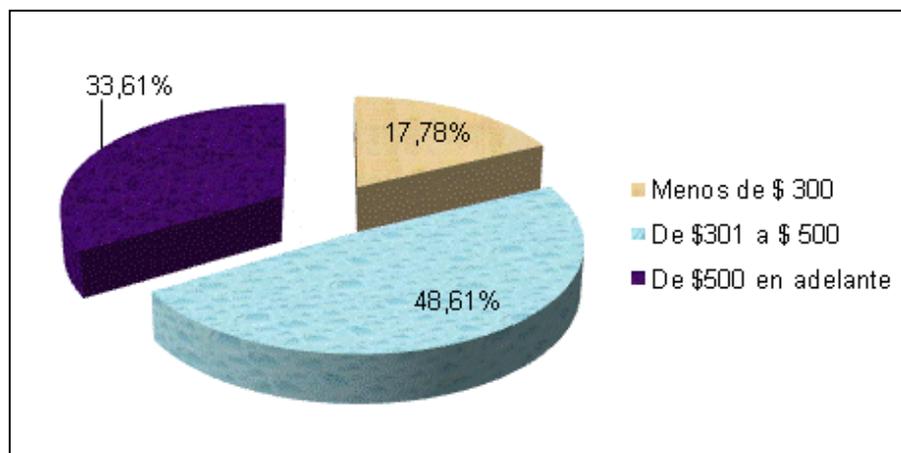
Tabla 23: Determinación de los ingresos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$ 300	66	17,78%
De \$301 a \$ 500	180	48,61%
De \$500 en adelante	124	33,61%
TOTAL	370	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

Gráfico 12: Ingreso de los empleados públicos y privados Atuntaqui



Fuente: Encuesta

Elaboración: Las autoras

ANÁLISIS

Después de recoger los datos se puede interpretar que, cerca de la mitad de los consultados que son el 48,61% recibe un ingreso de entre 301 a 500 dólares, el 33,61% de la muestra percibe una remuneración mayor a 500 dólares americanos y el 17,78%, está por debajo de los valores anteriores en un rango menor a 300 dólares en lo que respecta a salario.

3.6. Análisis de la oferta

En la oferta se incluyen las empresas que generalmente mantienen una producción de sacos para niños y que funcionan en la Ciudad de Atuntaqui.

3.6.1. Oferta histórica

Para evidenciar la oferta de épocas pasadas, se incluyen los datos de empresas que se han dedicado a la producción, comercialización y venta de sacos de lana para niños.

Tabla 24: Oferta histórica de sacos de niño en Atuntaqui

EMPRESA	FILIACIÓN	INICIO DE ACTIVIDAD	PROMEDIO		PORCENTAJE DE VENTAS LOCALES
			MENSUAL	ANUAL	
TEJIDOS ROSSY	Cámara de Comercio Atuntaqui	1990	3000 unidades	36000 unidades	15%
KARMAM	Cámara de Comercio Atuntaqui	2008	2000 unidades	24000 unidades	15%
CARLEX	Cámara de Comercio Atuntaqui	2006	1400 unidades	16800 unidades	10%
ANABEL COLLECTION	Cámara de Comercio Atuntaqui	2005	1000 unidades	12000 unidades	15%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Las autoras

Hay que resaltar que estas empresas destinan parte de la producción de sacos para que se vendan en la Ciudad de Atuntaqui, a través de almacenes, comerciantes o distribuidores al por mayor.

Tabla 25: Producción y venta de sacos de Niño en Atuntaqui

EMPRESA	PRODUCCIÓN DE SACOS ANUAL	PORCENTAJE DE VENTAS LOCALES	VENTAS EN UNIDADES	PROMEDIO VENDIDA
TEJIDOS ROSSY	36000 unidades	15%	5400	3120 unidades
KARMAM	24000 unidades	15%	3600	
CARLEX	16800 unidades	10%	1680	
ANABEL COLLECTION	12000 unidades	15%	1800	
Total Unidades			12480	3120

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Las autoras

Debido al mercado nacional, cabe mencionar que la población de la localidad tiene un cierto desabastecimiento de estas prendas de vestir, sobre todo en épocas de temporada de gran afluencia de compradores nacionales y extranjeros.

3.6.2. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta futura, se utiliza el método de regresión lineal con la ecuación de la recta, en donde se considera el número de empresas que se han formado con el pasar de los años y el promedio de ventas de sacos en la Ciudad de Atuntaqui.

Y la ecuación es:

$$Y = a + bX$$

Y queda:

$$Y = 0,1343X - 266,42$$

En donde:

Variable independiente (X)

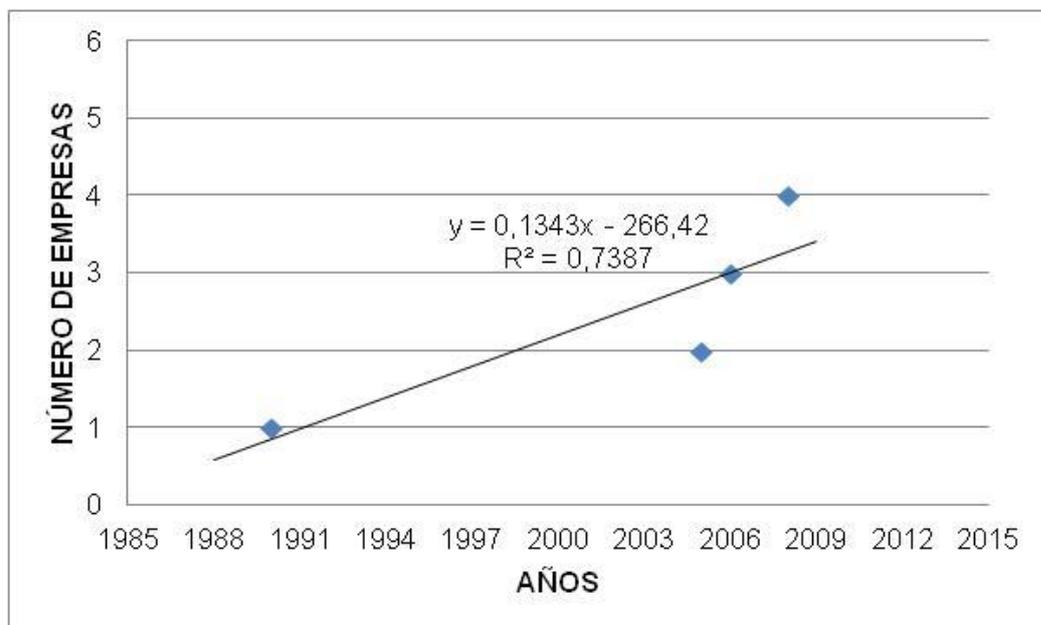
Variable dependiente (Y)

a = intersección en Y

b = pendiente de la ecuación de la estimación

Utilizando el método gráfico calculado en excel, se puede crear el esquema que identifica el comportamiento de la oferta en el tiempo.

Gráfico 13: Oferta histórica empresas que producen sacos



Fuente: Investigación directa

Elaboración: Las autoras

3.6.3. Actualización oferta

Como se puede apreciar en la gráfica, es posible determinar en base a los datos históricos la actualización de la oferta, de acuerdo a la línea de tendencia.

Tabla 26: Oferta Actualizada

Años (x)	Total Empresas (y)
2009	4
2010	4
2011	4
2012	4
2013	4

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Las autoras

Calculando el incremento de las empresas, hasta el horizonte del proyecto, se tiene a futuro la cantidad de unidades productivas que se dedican a esta actividad económica y las cantidades en promedio de la producción y venta de las mismas.

Tabla 27: Oferta futura

Años	Empresas Proyectada	Promedio Ventas Anuales	Ventas Anuales Proyectadas
2014	4	3120 unidades	12480
2015	4		12480
2016	4		12480
2017	4		12480
2018	4		12480

Fuente: Investigación directa

Elaboración: Las autoras

3.7. Análisis de la demanda

En función de identificar el mercado que se encuentra actualmente y a futuro en la Ciudad de Atuntaqui, que normalmente desean consumir prendas hechas con materias primas de descarte, que pueden ser reutilizadas para optimizar el uso de los recursos. En este acápite se circunscribe la

población que corresponde a los niños que se encuentran entre las edades de uno a nueve años, para determinar los datos referentes a la demanda histórica se utilizó la información proporcionada por el INEC, de acuerdo a los años correspondientes al levantamiento de información de la población de la localidad.

3.7.1. Actualización de la demanda

La tasa de crecimiento intercensal anual actualizada al 2013 es del 1,95%, que es ritmo de crecimiento de la población en un período determinado, expresado en porcentaje.

Gráfico 14: Tasas de Crecimiento Poblacional por Rangos de Tiempo



Fuente: Biblioteca INEC Ibarra

Elaboración: Las autoras

En cambio, para la proyección de la población se utiliza la tasa de crecimiento futuro que según datos del INEC, se sitúa en el orden del 1,52%, lo que permite aplicar la fórmula de crecimiento con los datos obtenidos.

$$Pf = Po(1 + r)^n$$

En donde

Pf = Población final

Po = Población inicial

r = tasa de crecimiento (1,52%)

n = número de periodos

Tabla 28: Actualización la población de niños al 2013

Periodo	Tasa de crecimiento	Población base niños año 2010	Años	Proyección
1	1,95%	8165	2011	8324
2			2012	8487
3			2013	8652

Fuente: Biblioteca INEC Ibarra

Elaboración: Las autoras

Tabla 29: Proyección de la Demanda del Producto

Periodo	Tasa de crecimiento	Años	Proyección Población	Veces de compra al año	Total Demanda Proyectada
1	1,52	2014	8784	3	26352
2		2015	8917	3	26751
3		2016	9053	3	27159
4		2017	9190	3	27570
5		2018	9330	3	27990

Fuente: Biblioteca INEC Ibarra

Elaboración: Las autoras

3.8. Demanda potencial por satisfacer

Entonces como se determinó anteriormente, los crecimientos tanto de las empresas que fabrican y venden sacos de niño, como la población de consumo, por la frecuencia y cantidad de compra, se procede a comparar entre los dos factores y se determinó la demanda insatisfecha.

Tabla 30: Balance Oferta Demanda

AÑOS	PRODUCTOS			
	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha	Capacidad del proyecto (68%)
2013	-	-	-	
2014	26352	12480	13872	9.433
2015	26751	12480	14271	9.704
2016	27159	12480	14679	9.982
2017	27570	12480	15090	10.261
2018	27990	12480	15510	10.547

Fuente: Biblioteca INEC Ibarra

Elaboración: Las autoras

Del total de la demanda insatisfecha, el proyecto cubrirá el 68%, valor que se halla distribuido en el 25% para cada talla.

3.8.1. Análisis de precios

Para fijar el precio de los sacos para niños, se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- Costos y gastos de la fabricación y comercialización del producto
- Especialización del producto

- Relación al precio preferencial de la población
- Precios de sacos para niños en Atuntaqui

Por lo que se tiene como referencia del precio el valor económico ubicado en doce dólares por prenda de vestir

3.8.2. Estrategia comercial

La táctica comercial está basada en tres puntos estratégicos fundamentales que tengan la capacidad de motivar a los consumidores a la hora de adquirir el producto como son: la calidad y diseño de la prenda de vestir, el precio, la promoción.

3.8.2.1. Calidad y diseño

Obviamente, que el asegurar la calidad del producto conlleva una serie de aspectos que sumados proporcionan una fiabilidad de producir un buena prenda de vestir

Por lo que se lo dimensiona con las siguientes cualidades:

➤ Mano de obra calificada

- La contratación de personal calificado en el arte del diseño y la confección de prendas de vestir con experiencia en esta rama, es esencial para lograr productos de alta calidad.

➤ Uso de maquinaria y equipos especializados

- Otros elementos que permiten elevar la calidad es el uso de máquinas, equipos e instrumentos técnicos, de marcas

reconocidas, con soporte técnico y repuesto para el mantenimiento de los mismos.

➤ **Selección de las materias primas**

- La selección cuidadosa de materias primas proporciona un elemento adicional, para tener un excelente producto terminado, pues al utilizar materiales de descarte es necesario optimizar otros elementos.

➤ **Imitación en diseños**

- Es importante que al público objetivo se le provea de diseños atractivos para el uso, por lo que el observar los productos de moda y de la competencia creará una visión cercana a la que se debe desarrollar.

3.8.3. Estrategia de precio

- El precio de introducción será el más bajo posible de acuerdo al estudio financiero, para así captar un mayor número de clientes.
- Revisar regularmente los precios, para ajustar a los cambios del mercado.
- El precio del producto será fijado en función de:
 - a. Costo de producción.
 - b. Precio de mercado (competencia)

3.8.4. Estrategia de promoción

Otro aspecto de vital relevancia es el uso adecuado de una estrategia promocional, que sea capaz de dar a conocer y posicionar el producto en el mercado.

- Publicidad: Se utiliza como medio de difusión publicitaria la radio y hojas volantes.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. Presentación

Este capítulo tiene como finalidad analizar la localización óptima del proyecto, su tamaño y la distribución física de la planta como también el equipo, materiales de trabajo y mano de obra con la que contará la empresa para realizar sus actividades.

4.2. Localización del proyecto

Para determinar la ubicación general y específica más conveniente para la nueva micro empresa, es indispensable establecer su localización mediante el estudio de micro y macro localización, logrando así organizar de manera correcta la instalación de la empresa de producción y comercialización de sacos de niño; como también es importante, conocer el entorno en el cual se va a desarrollar el proyecto infraestructura, suministros y servicios básicos: energía, agua, alcantarillado, teléfono.

4.2.1. Macro Localización

La microempresa de sacos de niño, estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, ciudad de Atuntaqui ya que se presenta como una atractiva oportunidad por la ubicación, caracterizada históricamente por sus textiles, concurrido por turistas nacionales y extranjeros.

Gráfico 15: Ubicación Geográfica



Fuente: Página de internet I. Municipio de Antonio Ante, 2013

4.2.2. Micro localización

Para establecer la mejor ubicación del establecimiento del proyecto, se tomaron en consideración 3 sectores dentro de la ciudad de Atuntaqui, como se indica más adelante.

4.2.3. Matriz de factores

La matriz de factores, permite evaluar las alternativas del proyecto, para lo cual se tomará en cuenta una escala de evaluación del 1 al 10, después de priorizar según los porcentajes de asignación, para finalizar se tomará una decisión de localización.

4.2.3.1. Escala de evaluación

Tabla 31: Escala de evaluación

NIVEL	VALOR NUMÉRICO
Excelente	10
Muy Bueno Alto	9
Bajo	8
Bueno Alto	7
Bajo	6
Regular Alto	5
Bajo	4
Malo Alto	3
Bajo	2
Pésimo	1
Indiferente	0

Elaborado por: Las autoras

Año: 2013

4.2.3.2. Lugares Elegibles

ZONA A (Calle Río Amazonas, barrio San José)

ZONA B (Calle Bolívar entre General Enríquez y Amazonas)

ZONA C (Calle Río Amazonas y Maldonado)

Tabla 32: MATRIZ DE FACTORES CON % DE PONDERACIÓN

MATRIZ DE FACTORES							
FACTOR	PESO	ZONA A		ZONA B		ZONA C	
		CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
FACTORES LOCACIONALES							
Cercanía al Mercado Consumidor	0,20	7	0,14	8	0,16	8	0,16
Cercanía de Insumos	0,15	6	0,11	8	0,12	8	0,12
Costo de Arrendamiento	0,20	8	0,14	5	0,10	7	0,14
Disponibilidad de Espacio Físico	0,14	6	0,10	4	0,06	5	0,07
Seguridad	0,18	5	0,13	8	0,14	8	0,14
Servicios Básicos	0,13	9	0,09	9	0,12	9	0,12
TOTAL	1,00	41	0,70	42	0,70	45	0,75

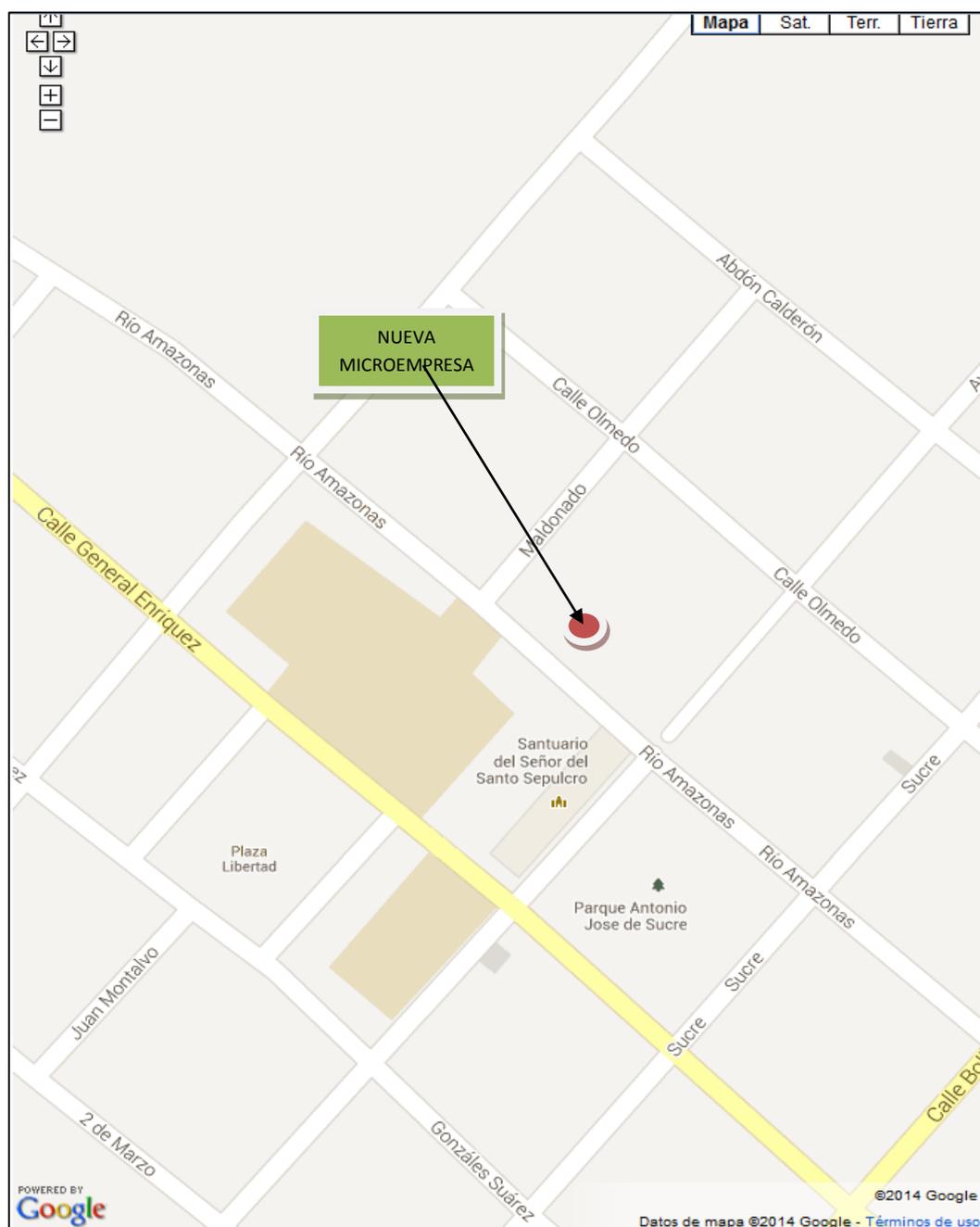
Elaborado por: Las autoras

Año: 2013

RESUMEN

De acuerdo al análisis de los factores locacionales la mejor alternativa para el establecimiento del nuevo proyecto, es la zona C; es decir, en las calles Río Amazonas y Maldonado, la ubicación es la adecuada porque consideramos que está cerca de proveedores de insumos textiles y mano de obra calificada, además otros aspectos importantes como las vías en buen estado, de rápido y fácil acceso, cuenta con servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable y se encuentra en el centro de la ciudad de Atuntaqui.

4.3. Ubicación de la microempresa



Fuente: www.antonioante.gob.ec, 2014

4.4. Factores del tamaño del proyecto

Al ser un proyecto productivo, para establecer su tamaño es importante definir la capacidad de producción instalada, que permita cubrir

el total de la demanda insatisfecha. Por lo tanto, existen algunos aspectos que debe tomarse en cuenta para definir el tamaño del proyecto y son:

4.4.1. Mercado

Como primer punto, se determinó la existencia de una demanda potencial insatisfecha, durante los 5 años proyectados existiendo buenas perspectivas para el proyecto, esperando cubrir dicha demanda.

Tabla 33: BALANCE OFERTA DEMANDA

AÑOS	PRODUCTOS			
	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha	Capacidad del proyecto (68%)
2013	-	-	-	
2014	26.352	12.480	13.872	9.433
2015	26.751	12.480	14.271	9.704
2016	27.159	12.480	14.679	9.982
2017	27.570	12.480	15.090	10.261
2018	27.990	12.480	15.510	10.547

Fuente: Estudio de Mercado, 2013
 Elaboración: Las autoras
 Año: 2013

4.4.2. Materia prima e insumos

En relación a materia prima, en la ciudad existen varias empresas dedicadas a proveer de materia prima y materiales para este tipo de industrias, la capacidad de cada una de ellas nos da la seguridad total de

que en cuanto a suministros no se va a tener dificultades. A continuación detallamos varias empresas distribuidoras.

Tabla 34: MATERIA PRIMA E INSUMOS

Materia Prima	Proveedor
Fabricación de textiles	Tejidos Rossy Tejidos Karlex Tejidos Marcos Tejidos karman
Insumos	
Distribuidores de botones, hilos, cierres.	Nortextil SCC Comercial Vallejos

Fuente: Estudio técnico, 2013

El aprovisionamiento de materia prima e insumos, no impide el desarrollo del proyecto.

4.4.3. Tecnología y maquinaria

Para la producción, utilizaremos una maquinaria textil que nos permita una innovación y un alto nivel productivo, es necesario la inversión de maquinaria nueva para satisfacer la demanda insatisfecha, siendo un referente de calidad, producción y tecnología en la fabricación de sacos.

Será un producto diferenciado, con diseños innovadores y de calidad, para lo cual contaremos con personal competente y calificado con habilidades y destrezas para la producción.

Además para el funcionamiento permanente de la maquinaria, realizaremos mantenimiento con personal profesional en el área, y evitar paralizaciones innecesarias.

Tabla 35: CAPACIDAD TECNOLÓGICA DE LA MAQUINARIA

DETALLE	CAPACIDAD MÍNIMA	CAPACIDAD MÁXIMA	UNID./ DÍA	UNID./ MES	UNID./ AÑO
Máquina de coser recubridora	80 Unid/ Hora	100 Unid/ Hora	640	19.200	230.400
Máquina de coser overlock	80 Unid/ Hora	100 Unid/ Hora	640	19.200	230.400
Máquina de coser recta	80 Unid/ Hora	100 Unid/ Hora	640	19.200	230.400
Máquina cortadora de tela	150 piezas diarias	200 Piezas Hora	1.200	36.000	432.000
Máquina ojaladora	80 Unid/ Hora	100 Unid/ Hora	640	19.200	230.400
Máquina Bordadora	40 Unid/ Hora	50 Unid/ Hora	320	9.600	115.200

Fuente: Investigación directa septiembre 2013

Elaboración: Las autoras

Año: 2013

4.4.4. Capacidad del proyecto

La capacidad del proyecto depende del presupuesto con la que la micro empresa cuenta para operar, viene dada por el porcentaje de utilización de los recursos para el proceso productivo.

Tabla 36: Capacidad de producción

AÑOS	Demanda Insatisfecha	Producción
2013	-	-
2014	13872	9.433
2015	14271	9.704
2016	14679	9.982
2017	15090	10.261
2018	15390	10.547

Elaboración: Las autoras

Año: 2013

Durante la vida útil del proyecto, se utilizará la capacidad instalada en su totalidad por lo que el proyecto cubrirá el 68% de la demanda insatisfecha, sin dejar de señalar que la utilización está dada en condiciones de actividad normal de la empresa, para los siguientes años la producción promedio crece en función al desarrollo de la planta.

4.4.5. Requerimiento de Talento Humano

Para determinar el tamaño adecuado de la nueva empresa de confección de sacos de lana para niños, es fundamental tener la seguridad de contar con el personal suficiente y capacitado para la confección.

En lo que respecta a mano de obra, en la ciudad de Atuntaqui existen personas graduadas en costura; es decir, existe la mano de obra calificada para la confección de sacos de niño, la mayoría son jóvenes mujeres de bajos recursos, estudian costura u otros oficios que les permita tener una profesión lo más rápido posible y que a su vez les genere ingresos.

4.5. Ingeniería del proyecto, diseño, flujo de procesos

La ingeniería del proyecto tiene como finalidad facilitar la distribución de la planta productiva, aprovechando el espacio disponible en forma óptima, teniendo como resultado un proceso productivo eficiente, mejorando los tiempos de producción y movimientos del recurso humano y tecnológico.

4.5.1. Requerimientos e infraestructura civil

A continuación se indican las áreas en las que va hacer distribuida la micro empresa de producción y comercialización de sacos de niño con material de descarte.

Tabla 37: DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA MICRO EMPRESA

INSTALACIÓN	ÁREA
Área administrativa financiera	1
Área de producción	1
Comercialización	1
Bodega de materia prima	1
Servicios sanitarios (baños completos)	2
TOTAL	6

Fuente: estudio Técnico, 2013
Elaborado por: Autoras

El área de producción, administrativa, financiera y de comercialización funcionará en un solo lugar.

• **Área administrativa – financiera:**

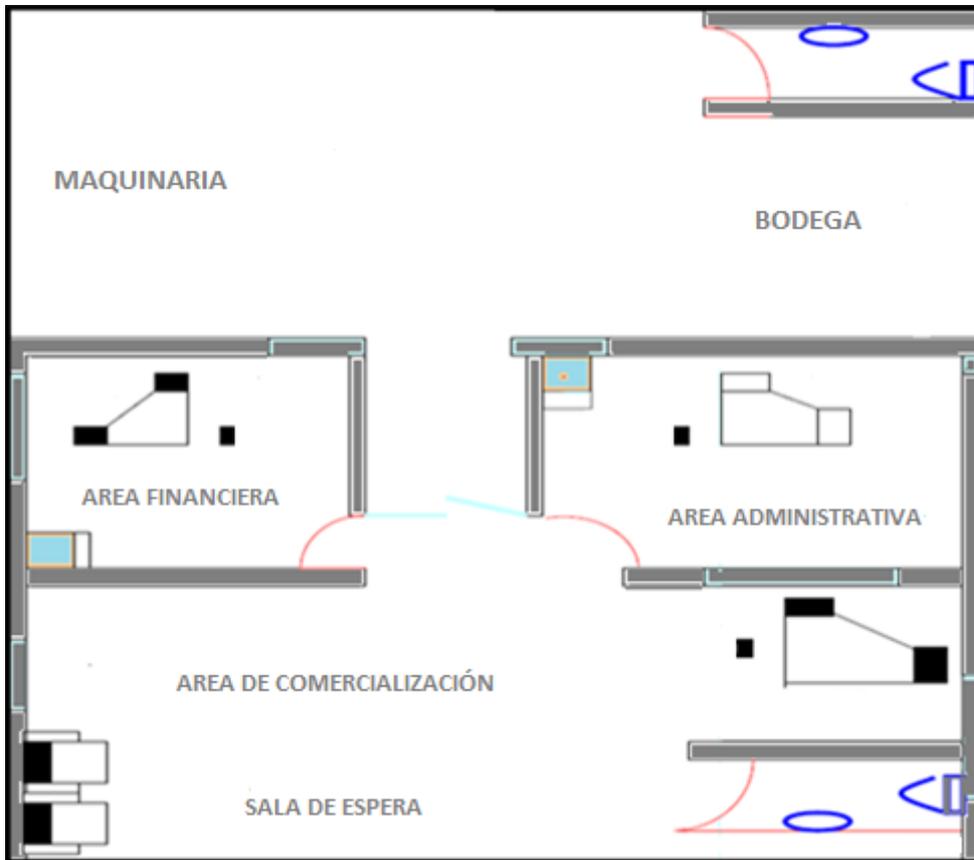
El departamento administrativo – financiero; quienes se encargarán de la compra de la materia prima de mejor calidad y la realización contable – financiera en registros (elaboración de balances); resaltando los cobros pendientes, pagos al personal, pagos de beneficios sociales y obligaciones laborales.

• **Área de producción y comercialización:**

El departamento de comercialización, donde receptan los pedidos y la información de la competencia en relación a los precios, la realización de contratos de trabajo; elaboración de facturas; cancelación del pedido y por último la entrega del producto.

4.5.2. Diseño y distribución física de la planta

Ilustración 5: DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA MICRO EMPRESA



Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.6. Descripción del proceso de producción

Para la confección de sacos de niño, se ha establecido el siguiente proceso de producción:

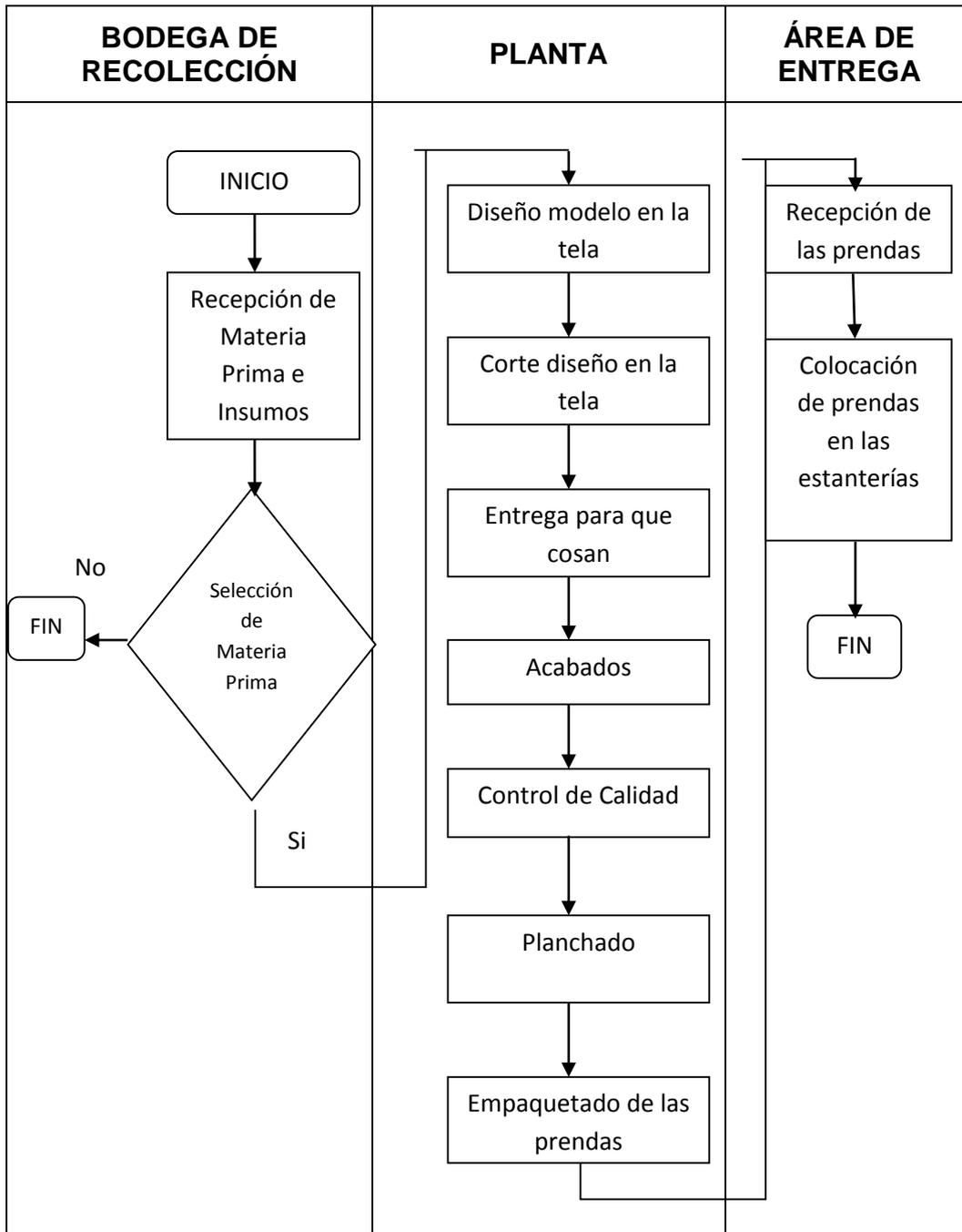
1. Adquirir la materia prima necesarias para la producción, en este caso la tela de descarte e hilos.
2. Selección y distribución de la materia prima, para elaborar la prenda de acuerdo al tamaño, color y calidad.

3. Si está lista la tela, se procede a realizar el diseño de la prenda, para luego cortarla.
4. Entregar el diseño cortado en piezas a las costureras, para que ellas procedan a cocer las mismas en las máquinas: cuello, puños o algo extra que sea necesario.
5. Ya con la prenda terminada, las costureras, proceden a entregar las mismas a las personas que aplican accesorios (bordado, estampado, botones, cierres) y por último cortado de hilos y revisión de la prenda que no tenga fallas.
6. Una vez terminadas las prendas son planchadas.
7. Luego las prendas son dobladas y enfundadas para ser colocadas en las estanterías hasta su comercialización.

4.6.1. Diagrama de flujo de la producción de sacos de niño

En el diagrama se determina el proceso de elaboración de sacos de niños, que se debe aplicar para conseguir una producción de calidad y poder brindar al consumidor un producto de alta calidad.

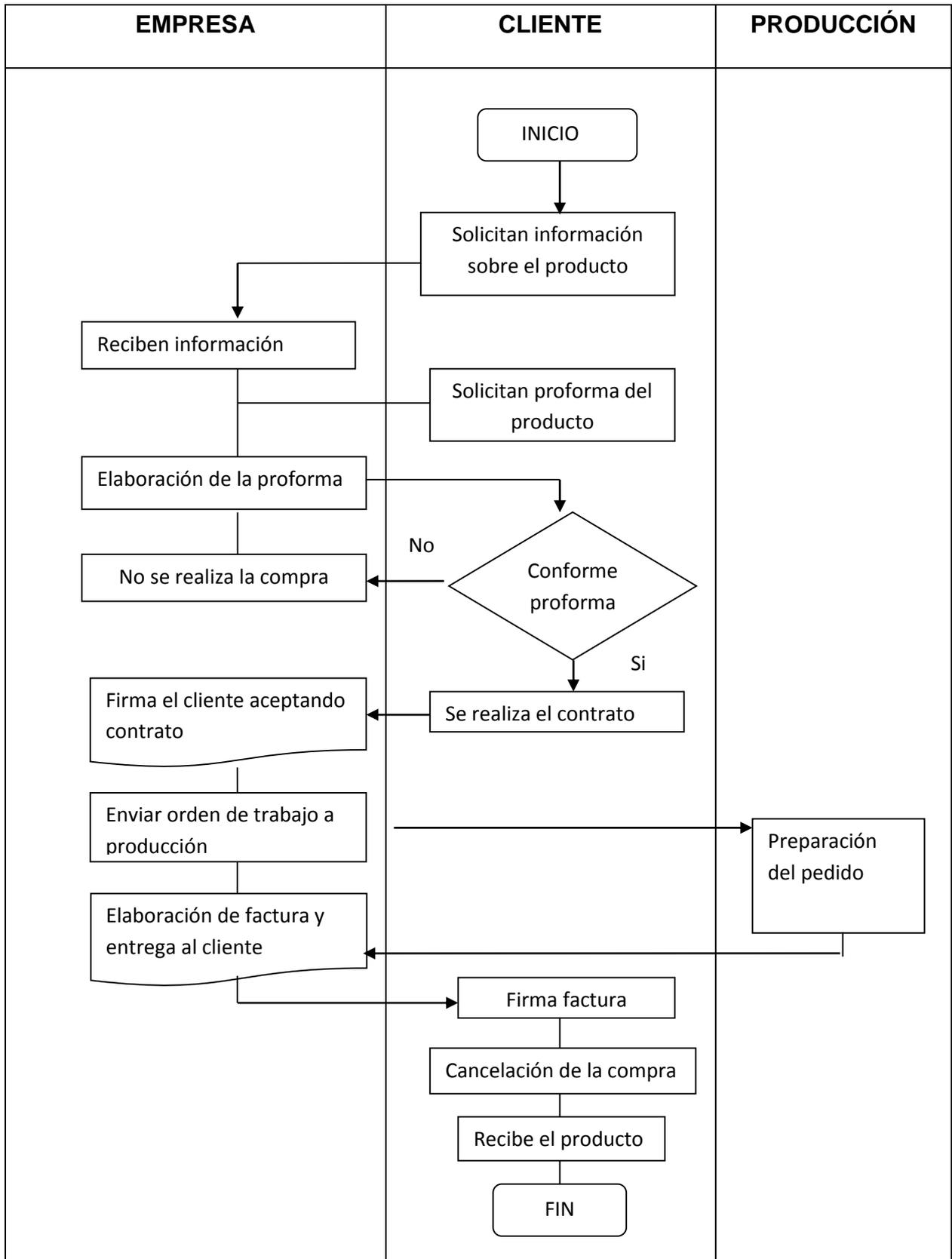
Gráfico 16: DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN



Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

Gráfico 17: Diagrama de flujo del proceso de comercialización



4.7. Presupuesto de Inversiones

4.7.1. Inversión fija

Para la creación del micro empresa de producción y comercialización, se requiere realizar la siguiente inversión.

4.7.2. Maquinaria y equipo

La maquinaria que se utilizará para la confección de sacos de niño será la siguiente:

Tabla 38: Requerimiento de maquinaria y equipo

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Máquina de coser recubridora	1.450,00	1.450,00
2	Máquina de coser overlock	1.650	3.300,00
1	Máquina de coser recta	1.480	1.480,00
1	Máquina cortadora de tela	980	980,00
1	Máquina ojaladora	900	900,00
1	Máquina Bordadora	13.800	13.800,00
1	Plancha Industrial de Vapor	450	450,00
5	Tijeras, dedales.	90	450,00
2	Mesas de Corte	120	240,00
TOTAL		20.920,00	23.050,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.2.1. Muebles y enseres

Para el arreglo de las oficinas se requiere: muebles y enseres que sean necesarios para cada área de trabajo.

Tabla 39: Muebles y enseres

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Escritorio gerente	280,00	280,00
1	Escritorio	150,00	150,00
3	Sillas	38,00	114,00
4	Sillas para costurera	25,00	100,00
3	Sillas para sala de espera	80,00	240,00
1	Archivadores aéreos	90,00	90,00
3	Estanterías	80,00	240,00
1	Mostrador	600,00	600,00
3	Cestos de basura	6,00	18,00
1	Telefax	80,00	80,00
2	Teléfono	80,00	160,00
TOTAL		1.509,00	2.072,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.2.2. Equipo de computación

Tanto el equipo de computación como el de oficina son indispensables, para llevar los inventarios correspondientes de las entradas y salidas de la producción.

Tabla 40: Equipo de computación

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Computadoras	450,00	900,00
1	Impresoras	350,00	350,00
TOTAL			1.250,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.2.3. Resumen de activos fijos

A continuación se presenta el resumen de los activos fijos que dispone la micro empresa:

Tabla 41: Resumen de activos fijos

Detalle	Valor Total
Muebles y Equipos de oficina	2.072,00
Equipos de Computación	1.250,00
Equipos de Operación	23.050,00
Total	26.372,00

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.2.4. Inversión diferida

La inversión diferida, representa los gastos que se realizan para legalizar la micro empresa, donde se tiene que presentar una serie de requisitos para el funcionamiento.

Tabla 42: Presupuesto de gastos de constitución

Diferidos y otras amortizables	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Costos del Estudio del Proyecto	1	800,00	800,00
Gastos de Constitución	1	100	100
Permisos, Marcas y Patentes	1	200	200
Adecuación de Instalación	1	700	700
TOTAL			1.800,00

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo, constituye los valores monetarios que tiene la capacidad de cubrir el desfase del proyecto hasta que adquiera independencia operativa y las necesidades operacionales y productivas de la empresa durante un período de un mes.

Tabla 43: Capital de trabajo

Detalle	Valor en un mes	Valor en un Año
Gastos de Operación	3.663,54	43.962,49
Gastos Administrativos	2.381,43	28.577,19
Gastos de Ventas	493,47	5.921,68
Total Capital de Operación	6.538,45	78.461,36

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.4. Resumen de la inversión

A continuación se detalla las inversiones con que cuenta el proyecto:

Tabla 44: Inversión pre operacional

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Inversión Fija	26.372,00	75,98%
Inversión Diferida	1.800,00	5,19%
Inversión en Capital de Trabajo	6.538,45	18,84%
Total Inversión del Proyecto	34.710,45	100,00%

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.5. Gastos Administrativos

4.7.5.1. Sueldos Administrativos

Tabla 45: Sueldos Administrativos

Personal	Número	Salario Básico	Total Mensual	Total Anual
Gerente Administrativo	1	500,00	500,00	6.000
Contadora	1	350,00	350,00	4.200
TOTAL			850,00	10.200

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.5.2. Requerimiento anual de materiales de oficina

La empresa, en sus inicios necesitará contar con el siguiente material de oficina:

Tabla 46: Suministros de oficina

INSUMOS			
CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Hojas de papel A4	4,8	4,8
1	Caja de esferográfico Bic	3,5	3,5
6	Archivadores grandes	1,8	10,8
4	Carpetas plásticas	0,3	1,2
2	Engrapadora	2,5	5
2	Perforadora	4	8
1	Caja de grapas	1	1
2	Saca grapas	0,8	1,6
1	Corrector Bic	1,8	1,8
2	Cartucho para impresora HP Negro	12	24
2	Cartucho para impresora HP Color	18	36
TOTAL		59,35	97,7

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.5.3. Servicios básicos

La micro empresa, tendrá que cancelar la utilización de los diferentes servicios, que serán confirmados en el estudio financiero y son los siguientes:

Tabla 47: Servicios básicos

CONCEPTO	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua Potable	Mensual	12,00	144,00
Servicio Telefónico	Mensual	28,00	336,00
Servicio de Internet	Mensual	25,00	300,00
Servicio Energía Eléctrica	Mensual	50,00	600,00
TOTAL		115,00	1.380,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2013

4.7.5.4. Mantenimiento de equipo de computación

Tabla 48: Mantenimiento de equipo de computación

CONCEPTO	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Gasto Mantenimiento de Equipo de Computación	20	80

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2013

4.7.6. Gastos de ventas

4.7.6.1. Sueldo en ventas

Tabla 49: Salarios área de ventas

Detalle	2014
Vendedor	360,00
Total mensual	360,00
Total anual	4.320,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2013

4.7.6.2. Gasto Publicidad

Tabla 50: Gasto publicidad

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	35,00	420,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2013

4.7.7. Costos de producción

4.7.7.1. Materia Prima Directa

La materia prima directa para la confección de sacos de niño son:

Tabla 51: Materia prima directa

CANTIDAD	CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3.234,00 kg	Material Textil de Descarte	3,17	10.251,00
68,389 kg Conos	Hilos Poliéster varios colores	3,80	259,88
TOTAL			10.510,88

4.7.7.2. Insumos para la confección

Tabla 52: Insumos para la confección

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Reglas Juego	10	10
2	Cinta métrica	2	4
1	Tiza Sastre Cajas x 12	2,8	2,8
3	Agujas para máquina Paquete de 100	3,5	10,5
12	Hilo para bordar varios colores	3	36
2	Litros aceite para máquina	5	10
7.000	Fundas	0,02	140
TOTAL			213,3

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.7.3. Mantenimiento de máquina y equipo

Tabla 53: Mantenimiento de máquina y equipo

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento de la maquinaria y equipo	30	120

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.7.4. Mano de Obra Directa

Dentro de este componente se puede identificar el rubro de mano de obra directa.

Tabla 54: Mano de Obra Directa

CANTIDAD	CARGO	SUELDO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
2	Costureras	350	700,00	8.400,00
1	Bordador	350	350,00	4.200,00
1	Planchador	350	350,00	4.200,00
1	Empacador	350	350,00	4.200,00
TOTAL			1.750,00	21.000,00

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

4.7.8. Financiamiento

Del valor estimado de la inversión, el 40% será aportado por la propietaria de la empresa y el 60% con préstamo bancario.

Para esto se tiene dos alternativas viables: la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio y la Corporación Financiera Nacional, siendo la última la que proporciona mejores condiciones del mercado con una tasa de interés del 11,83% a un plazo de 5 años, con pagos mensuales.

Tabla 55: Financiamiento de la inversión

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Capital Propio	13.884,18	40,00%
Capital Financiado	20.826,27	60,00%
Total de Inversión	34.710,45	100,00%

Elaborado por: Las Autoras

Año: 2013

Tabla 56: Tabla de amortización del préstamo

#	Capital Reducido	Interés	Principal	Total Dividendo	Total a Pagar
1	20.570,10	205,31	256,17	461,48	461,48
2	20.311,40	202,79	258,69	461,48	461,48
3	20.050,16	200,24	261,25	461,48	461,48
4	19.786,34	197,66	263,82	461,48	461,48
5	19.519,92	195,06	266,42	461,48	461,48
6	19.250,87	192,43	269,05	461,48	461,48
7	18.979,17	189,78	271,70	461,48	461,48
8	18.704,79	187,10	274,38	461,48	461,48
9	18.427,71	184,40	277,08	461,48	461,48
10	18.147,89	181,67	279,82	461,48	461,48
11	17.865,32	178,91	282,57	461,48	461,48
12	17.579,96	176,12	285,36	461,48	461,48
13	17.291,79	173,31	288,17	461,48	461,48
14	17.000,77	170,47	291,01	461,48	461,48
15	16.706,89	167,60	293,88	461,48	461,48
16	16.410,11	164,70	296,78	461,48	461,48
17	16.110,40	161,78	299,71	461,48	461,48
18	15.807,74	158,82	302,66	461,48	461,48
19	15.502,10	155,84	305,64	461,48	461,48
20	15.193,44	152,82	308,66	461,48	461,48
21	14.881,74	149,78	311,70	461,48	461,48
22	14.566,97	146,71	314,77	461,48	461,48
23	14.249,10	143,61	317,88	461,48	461,48
24	13.928,09	140,47	321,01	461,48	461,48
25	13.603,91	137,31	324,17	461,48	461,48
26	13.276,54	134,11	327,37	461,48	461,48
27	12.945,95	130,88	330,60	461,48	461,48
28	12.612,09	127,63	333,86	461,48	461,48
29	12.274,94	124,33	337,15	461,48	461,48
30	11.934,47	121,01	340,47	461,48	461,48
31	11.590,64	117,65	343,83	461,48	461,48
32	11.243,43	114,26	347,22	461,48	461,48
33	10.892,79	110,84	350,64	461,48	461,48
34	10.538,69	107,38	354,10	461,48	461,48
35	10.181,10	103,89	357,59	461,48	461,48
36	9.819,99	100,37	361,11	461,48	461,48
37	9.455,31	96,81	364,67	461,48	461,48
38	9.087,05	93,21	368,27	461,48	461,48
39	8.715,15	89,58	371,90	461,48	461,48

40	8.339,58	85,92	375,56	461,48	461,48
41	7.960,32	82,21	379,27	461,48	461,48
42	7.577,31	78,48	383,01	461,48	461,48
43	7.190,53	74,70	386,78	461,48	461,48
44	6.799,93	70,89	390,60	461,48	461,48
45	6.405,49	67,04	394,45	461,48	461,48
46	6.007,15	63,15	398,33	461,48	461,48
47	5.604,89	59,22	402,26	461,48	461,48
48	5.198,66	55,25	406,23	461,48	461,48
49	4.788,43	51,25	410,23	461,48	461,48
50	4.374,16	47,21	414,28	461,48	461,48
51	3.955,80	43,12	418,36	461,48	461,48
52	3.533,31	39,00	422,48	461,48	461,48
53	3.106,66	34,83	426,65	461,48	461,48
54	2.675,81	30,63	430,86	461,48	461,48
55	2.240,71	26,38	435,10	461,48	461,48
56	1.801,31	22,09	439,39	461,48	461,48
57	1.357,59	17,76	443,72	461,48	461,48
58	909,49	13,38	448,10	461,48	461,48
59	456,98	8,97	452,52	461,48	461,48
60	0,00	4,51	456,98	461,48	461,48
TOTAL		6.862,63	20.826,27	27.688,90	27.688,90

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2013

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. Presupuesto de Inversión

5.1.1. Inversión requerida

La Inversión requerida, de acuerdo a la capacidad que tiene la nueva unidad productiva de elaboración de sacos de niños con material de descarte es la siguiente:

Tabla 57: Inversión Total

Detalle	Valor Total	Porcentaje
Inversión Fija	26.372,00	75,98%
Inversión Diferida	1.800,00	5,19%
Inversión en Capital de Trabajo	6.538,45	18,84%
Total Inversión del Proyecto	34.710,45	100,00%

Fuente: Estudio Técnico, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

Para la inversión en capital de trabajo, se ha tomado la necesaria para el desarrollo adecuado de las actividades de la empresa de los tres primeros meses de actividad.

Se observa que la Inversión fija; es decir, para la adquisición de: equipos de operación, equipos de cómputo, materiales y equipos de oficina, es el porcentaje más alto del total de la inversión.

5.2. Cálculo del costo de oportunidad y la tasa de rendimiento medio.

Tabla 58: Costo de oportunidad

Descripción	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Inversión Propia	13.884,18	40,00%	0,0453	0,01812
Inversión Financiada	20.826,27	60,00%	0,1183	0,07098
Total de la Inversión	34.710,45	100,00%		0,0891

Fuente: Estudio Técnico, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

CK= Costo de Oportunidad

i = tasa de rendimiento

In = Inflación

$i = ((1+CK) (1+In)) - 1$

$i = ((1+0,0891) (1+0,0272)) - 1$

$i = 0,1188$

$i = 11,88\%$

5.3. Determinación de ingresos

5.3.1. Proyecciones de ventas de productos

Para la proyección de las ventas, se multiplicó la cantidad por el precio de los sacos. El precio fue establecido en base a los costos de producción y a la competencia. El proyecto estará en la capacidad de cubrir el 68% del total de la demanda insatisfecha en todos los años.

Tabla 59: Ingresos proyectados

TALLA 6					
INGRESOS	2014	2015	2016	2017	2018
Opción 1	438	451	464	477	490
Precio	9,00	9,25	9,50	9,76	10,03
Total	3.942,48	4.167,00	4.403,58	4.650,91	4.911,34
Opción 2	438	451	464	477	490
Precio	9,00	9,25	9,50	9,76	10,03
Total	3.942,48	4.167,00	4.403,58	4.650,91	4.911,34
Opción 3	343	352	362	373	383
Precio	9,00	9,25	9,50	9,76	10,03
Total	3.082,84	3.258,41	3.443,40	3.636,80	3.840,45
Opción 4	343	352	362	373	383
Precio	9,00	9,25	9,50	9,76	10,03
Total	3.082,84	3.258,41	3.443,40	3.636,80	3.840,45
Opción 5	797	820	843	867	891
Precio	9,00	9,25	9,50	9,76	10,03
Total	7.173,53	7.582,07	8.012,52	8.462,56	8.936,43
TOTAL	21.224,16	22.432,90	23.706,48	25.037,98	26.440,00

Fuente: Resultado de Encuestas y Proyección, 2013

Elaborado por: Las Autoras.

TALLA 8					
INGRESOS	2014	2015	2016	2017	2018
Opción 1	438	451	464	477	490
Precio	10,00	10,27	10,56	10,84	11,14
Total	4.380,53	4.630,01	4.892,86	5.167,68	5.457,05
Opción 2	438	451	464	477	490
Precio	10,00	10,27	10,56	10,84	11,14
Total	4.380,53	4.630,01	4.892,86	5.167,68	5.457,05
Opción 3	343	352	362	373	383
Precio	10,00	10,27	10,56	10,84	11,14
Total	3.425,38	3.620,46	3.826,00	4.040,89	4.267,16
Opción 4	343	352	362	373	383
Precio	10,00	10,27	10,56	10,84	11,14
Total	3.425,38	3.620,46	3.826,00	4.040,89	4.267,16
Opción 5	797	820	843	867	891
Precio	10,00	10,27	10,56	10,84	11,14
Total	7.970,59	8.424,52	8.902,80	9.402,84	9.929,36
TOTAL	23.582,40	24.925,44	26.340,53	27.819,98	29.377,78

Fuente: Resultado de Encuestas y Proyección, 2013

Elaborado por: Las Autoras.

TALLA 10					
INGRESOS	2014	2015	2016	2017	2018
Opción 1	438	451	464	477	490
Precio	11,00	11,30	11,61	11,93	12,26
Total	4.818,58	5.093,01	5.382,15	5.684,45	6.002,75
Opción 2	438	451	464	477	490
Precio	11,00	11,30	11,61	11,93	12,26
Total	4.818,58	5.093,01	5.382,15	5.684,45	6.002,75
Opción 3	343	352	362	373	383
Precio	11,00	11,30	11,61	11,93	12,26
Total	3.767,91	3.982,50	4.208,60	4.444,98	4.693,88
Opción 4	343	352	362	373	383
Precio	11,00	11,30	11,61	11,93	12,26
Total	3.767,91	3.982,50	4.208,60	4.444,98	4.693,88
Opción 5	797	820	843	867	891
Precio	11,00	11,30	11,61	11,93	12,26
Total	8.767,65	9.266,97	9.793,09	10.343,13	10.922,30
TOTAL	25.940,64	27.417,99	28.974,58	30.601,98	32.315,56

Fuente: Resultado de Encuestas y Proyección, 2013

Elaborado por: Las Autoras.

TALLA 12					
INGRESOS	2014	2015	2016	2017	2018
Opción 1	438	451	464	477	490
Precio	12	12,33	12,67	13,01	13,37
Total	5.256,64	5.556,01	5.871,44	6.201,21	6.548,45
Opción 2	438	451	464	477	490
Precio	12,00	12,33	12,67	13,01	13,37
Total	5.256,64	5.556,01	5.871,44	6.201,21	6.548,45
Opción 3	343	352	362	373	383
Precio	12,00	12,33	12,67	13,01	13,37
Total	4.110,45	4.344,55	4.591,20	4.849,07	5.120,60
Opción 4	343	352	362	373	383
Precio	12,00	12,33	12,67	13,01	13,37
Total	4.110,45	4.344,55	4.591,20	4.849,07	5.120,60
Opción 5	797	820	843	867	891
Precio	12,00	12,33	12,67	13,01	13,37
Total	9.564,71	10.109,43	10.683,37	11.283,41	11.915,23
TOTAL	28.298,88	29.910,53	31.608,64	33.383,98	35.253,34
Ingresos Totales	99.046,08	104.686,86	110.630,23	116.843,92	123.386,67

Fuente: Resultado de Encuestas y Proyección, 2013

Elaborado por: Las Autoras.

5.4. Determinación de egresos

5.4.1. Costos de producción

a) Materia Prima Directa

Para la elaboración de sacos para niño con material de descarte, se consideró como materia prima directa tela de descarte de varios colores e hilo poliéster.

Para la proyección de precios se utilizó la tasa del 2,73% de inflación anual del año 2013, según datos del INEC.

Tabla 60: Proyección de la Materia Prima Directa: Tela

	Tipo de saco	2014	2015	2016	2017	2018
talla 6	saco cerrado cuello v	277,73	285,71	293,88	302,11	310,52
	saco cerrado cuello redondo	277,73	285,71	293,88	302,11	310,52
	saco abierto con cierre	217,17	223,42	229,80	236,24	242,81
	saco abierto con botones	217,17	223,42	229,80	236,24	242,81
	saco con capucha	631,67	649,84	668,42	687,13	706,26
talla 8	saco cerrado cuello v	347,16	357,14	367,35	377,64	388,15
	saco cerrado cuello redondo	347,16	357,14	367,35	377,64	388,15
	saco abierto con cierre	271,46	279,27	287,25	295,30	303,52
	saco abierto con botones	271,46	335,12	287,25	295,30	303,52
	saco con capucha	758,00	779,81	802,10	824,56	847,51
talla 10	saco cerrado cuello v	458,25	471,43	484,91	498,48	512,36
	saco cerrado cuello redondo	458,25	471,43	484,91	498,48	512,36

	saco abierto con cierre	358,33	368,64	379,17	389,79	400,64
	saco abierto con botones	358,33	368,64	379,17	389,79	400,64
	saco con capucha	1.010,67	1.039,74	1.069,47	1.099,41	1.130,01
talla 12	saco cerrado cuello v	694,31	714,28	734,71	755,28	776,30
	saco cerrado cuello redondo	694,31	714,28	734,71	755,28	776,30
	saco abierto con cierre	542,92	558,54	574,51	590,59	607,03
	saco abierto con botones	542,92	558,54	574,51	590,59	607,03
	saco con capucha	1.516,01	1.559,61	1.604,20	1.649,12	1.695,02
Total Materia Prima: material de descarte		10.251,00	10.601,70	10.847,35	11.151,06	11.461,43

FUENTE: Estudio de mercado, 2013

ELABORADO POR: Las Autoras de la Investigación

Para la obtención de la cantidad de material de descarte necesario para la cantidad de sacos requerida, primero se obtuvo el total en gramos, luego se transformó a kilogramos, para luego multiplicar esa cantidad por el costo en dólares.

Tabla 61: Proyección de la Materia Prima Directa: Polyester

	Producto	2014	2015	2016	2017	2018
talla 6	saco cerrado cuello v	8,32	8,80	9,30	9,82	10,37
	saco cerrado cuello redondo	8,32	8,80	9,30	9,82	10,37
	saco abierto con cierre	6,51	6,88	7,27	2,49	9,73
	saco abierto con botones	6,51	6,88	7,27	2,63	10,55
	saco con capucha	15,14	16,01	16,92	17,87	18,87

talla 8	saco cerrado cuello v	9,99	10,56	11,16	11,78	12,44
	saco cerrado cuello redondo	9,99	10,56	11,16	11,78	12,44
	saco abierto con cierre	7,81	8,25	8,72	9,21	9,73
	saco abierto con botones	7,81	8,25	8,72	9,21	9,73
	saco con capucha	18,17	19,21	20,30	21,44	22,64
talla 10	saco cerrado cuello v	13,32	14,08	14,87	15,71	16,59
	saco cerrado cuello redondo	13,32	14,08	14,87	15,71	16,59
	saco abierto con cierre	10,41	11,01	11,63	12,28	12,97
	saco abierto con botones	10,41	11,01	11,63	12,28	12,97
	saco con capucha	24,23	25,61	27,06	28,58	30,19
talla 12	saco cerrado cuello v	16,65	17,59	18,59	19,64	20,74
	saco cerrado cuello redondo	16,65	17,59	18,59	19,64	20,74
	saco abierto con cierre	13,02	13,76	14,54	15,36	16,22
	saco abierto con botones	13,02	13,76	14,54	15,36	16,22
	saco con capucha	30,29	32,01	33,83	35,73	37,73
	Total Hilo Polyester	259,88	274,68	290,27	296,34	327,81

b) Mano de Obra Directa

Para la proyección de los sueldos, se tomó los datos de los años anteriores obteniendo una tasa de crecimiento anual como la siguiente:

Datos:

Año	Salario Básico Unificado
2006	180,00
2007	190,00
2008	200,00
2009	218,00
2010	240,00
2011	264,00
2012	292,00
2013	318,00
2014	340,00

Fórmula

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{M}{N}} - 1$$

$$M = 340$$

$$N = 180$$

$$i = 8,27\%$$

Todos los salarios se proyectaron con una tasa de crecimiento del 8,27% anual.

Tabla 62: Proyección del Salario

Detalle	2.014	2.015	2.016	2.017	2.018
Costureras (2)	700	758	821	889	962
Bordador	350	379	410	444	481
Planchador	350	379	410	444	481
Empacador	350	379	410	444	481
Total Mensual	1.750	1.895	2.052	2.221	2.405
Total Anual	21.000	22.738	24.619	26.656	28.862

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales, 2013

ELABORADO POR: Las Autoras de la Investigación

Tabla 63: Proyección Beneficios de ley Mano de Obra Directa

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	21.000	22.738	24.619	26.656	28.862
Aporte Patronal 11,15%	2.342	2.535	2.745	2.972	3.218
Fondos de Reserva 8,33%	0	1.895	2.052	2.221	2.405
Décimo Tercer Sueldo	1.750	1.895	2.052	2.221	2.405
Décimo Cuarto Sueldo	1.700	1.841	1.993	2.158	2.336
Total Sueldo Operativo	28.806	30.903	33.460	36.229	39.227

Fuente: IESS, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

c) Costos Indirectos de Fabricación

Comprenden todos los gastos adicionales que se presentan en la elaboración de los sacos de niños con material de descarte. En el siguiente cuadro se detallan todos los materiales utilizados y las correspondientes proyecciones:

Tabla 64: Proyección Insumos

BOTONES					
Tallas	2014	2015	2016	2017	2018
6	34,25	35,24	36,25	37,26	38,30
8	41,10	42,29	43,50	44,71	45,96
10	41,10	42,29	43,50	44,71	45,96
12	54,81	56,38	57,99	59,62	61,28
Total anual	171,27	176,20	181,23	186,31	191,49
CIERRES					
Insumo	2014	2015	2016	2017	2018
Cierres	1370	1410	1450	1490	1532
Precio	0,20	0,21	0,21	0,22	0,22
TOTAL	274,03	289,64	306,08	323,27	341,37
BORDADOS					
Insumo	2014	2015	2016	2017	2018
Bordados	9.433	9.704	9.982	10.261	10.547
Precio	0,40	0,41	0,42	0,43	0,45
TOTAL	3773,18	3988,07	4214,48	4451,20	4700,44
ETIQUETAS					
Insumos	2014	2015	2016	2017	2018
Etiquetas	9.433	9.704	9.982	10.261	10.547
Precio	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
TOTAL	94,33	97,04	99,82	102,61	105,47
Total Insumos	4.312,81	4.550,95	4.801,61	5.063,39	5.338,78

Fuente: Estudio Técnico, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

d) Otros Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 65: Otros costos indirectos

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Reglas Juego	10	10,27	10,56	10,84	11,14
Cinta métrica	4	4,11	4,22	4,34	4,46
Tiza Sastre Cajas x 12	2,8	2,88	2,96	3,04	3,12
Agujas para máquina Paquete de 100	10,5	10,79	11,08	11,39	11,70
Hilo para bordar varios colores	36	36,99	38,00	39,04	40,11
Litros aceite para máquina	10	10,27	10,56	10,84	11,14
Fundas	140	143,84	147,78	151,83	155,99
TOTAL	213,3	219,14	225,15	231,32	237,66

Fuente: Estudio Técnico, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

Otro costo indirecto de fabricación es el mantenimiento del equipo de operación, el cual se realizará una vez cada mes.

Tabla 66: Mantenimiento Maquinaria

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento de la maquinaria y equipo	30	120

Fuente: Estudio Técnico, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

Tabla 67: Costos proyectados mantenimiento maquinaria

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Mantenimiento de la maquinaria y equipo	120	123,29	126,67	130,14	133,70
TOTAL	120	123,29	126,67	130,14	133,70

5.4.2. Gastos Administrativos**a) Salarios****Tabla 68: Salario Básico Año 2013**

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Gerente	500,00	541,37	586,17	634,67	687,18
Contador	350,00	378,96	410,32	444,27	481,03
Total Mensual	850,00	920,33	996,48	1.078,94	1.168,21
Total Anual	10.200,00	11.043,99	11.957,81	12.947,25	14.018,56
Total Salario Básico Unificado	10.200,00	11.043,99	11.957,81	12.947,25	14.018,56

Fuente: Estudio Técnico, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

Tabla 69: Proyección Beneficios de Ley Salarios

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	10.200,00	11.043,99	11.957,81	12.947,25	14.018,56
Aporte Patronal 11,15%	1.137,30	1.231,40	1.333,30	1.443,62	1.563,07
Fondos de Reserva	0,00	920,33	996,48	1.078,94	1.168,21
Décimo Tercer Sueldo	10.200,00	11.043,99	11.957,81	12.947,25	14.018,56
Décimo Cuarto Sueldo	680,00	736,27	797,19	863,15	934,57
Total Sueldo Administrativo	22.217,30	24.975,98	27.042,60	29.280,21	31.702,97

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

b) Gastos suministros de oficina

Será necesaria la utilización de los siguientes suministros:

Tabla 70: Cantidad anual a utilizarse en suministros de oficina

CANTIDAD	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Hojas de papel A4	4,8	4,8
1	Caja de esferográfico Bic	3,5	3,5
6	Archivadores grandes	1,8	10,8
4	Carpetas plásticas	0,3	1,2
2	Engrapadora	2,5	5
2	Perforadora	4	8
1	Caja de grapas	1	1
2	Saca grapas	0,8	1,6
1	Corrector Bic	1,8	1,8
2	Cartucho para impresora HP Negro	12	24
2	Cartucho para impresora HP Color	18	36
TOTAL		59,35	97,7

Fuente: Varios proveedores, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

Tabla 71: Suministros de oficina proyectados

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Hojas de papel A4	4,80	4,93	5,07	5,21	5,35
Caja de esferográfico Bic	3,50	3,60	3,69	3,80	3,90
Archivadores grandes	10,80	11,10	11,40	11,71	12,03
Carpetas plásticas	1,20	1,23	1,27	1,30	1,34
Engrapadora	5,00	5,14	5,28	5,42	5,57
Perforadora	8,00	8,22	8,44	8,68	8,91
Caja de grapas	1,00	1,03	1,06	1,08	1,11
Saca grapas	1,60	1,64	1,69	1,74	1,78
Corrector Bic	1,80	1,85	1,90	1,95	2,01
Cartucho para impresora HP Negro	24,00	24,66	25,33	26,03	26,74
Cartucho para impresora HP Color	36,00	36,99	38,00	39,04	40,11
TOTAL	97,70	100,38	103,13	105,95	108,86

Fuente: Varios proveedores, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

c) Gastos Generales de Administración

Tabla 72: Servicios Básicos

CONCEPTO	PAGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua Potable	Mensual	12,00	144,00
Servicio Telefónico	Mensual	28,00	336,00
Servicio de Internet	Mensual	25,00	300,00
Servicio Energía Eléctrica	Mensual	50,00	600,00
TOTAL		115,00	1.380,00

Fuente: EMAPA, EMELNORTE, CLARO, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

Tabla 73: Proyección Gastos Generales de Administración: Servicios Básicos

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Agua Potable	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
Servicio Telefónico	336,00	336,00	336,00	336,00	336,00
Servicio de Internet	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Servicio Energía Eléctrica	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00

Fuente: EMAPA, EMELNORTE, CLARO, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

d) Gasto arriendo

El valor del arriendo será de \$400,00 mensual, en el lugar más óptimo para la instalación de la nueva microempresa; por lo tanto, el valor de este rubro al año será de \$4.800, 00

Tabla 74: Gasto Arriendo

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Arrendamiento	4.800	4.932	5.067	5.205	5.348

Fuente: Arrendatario

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

e) Gasto mantenimiento equipo de computación

El mantenimiento a los equipos de Computación, se realizará 1 vez cada trimestre, llegando a un acuerdo con el técnico por un costo anual de 82,00.

Tabla 75: Mantenimiento Equipo de Computación

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Mantenimiento Técnico	82	84	87	89	92
Total	82	84	87	89	92

Fuente: Estudio Técnico, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

5.4.3. Gastos de ventas

Los principales gastos del área de ventas serán por salarios y publicidad:

a) Gasto salarios área de ventas

Tabla 76: Salarios área de ventas

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Vendedor	360,00	389,79	422,04	456,96	494,77
Total mensual	360,00	389,79	422,04	456,96	494,77
Total anual	4.320,00	4.677,45	5.064,49	5.483,54	5.937,27

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

Tabla 77: Salarios proyectados con beneficios de ley

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Salario Básico Unificado	4.320	4.677	5.064	5.484	5.937
Aporte Patronal 12,15%	482	522	565	611	662
Fondos de Reserva 8,33%	0	390	422	457	495
Décimo Tercer Sueldo	360	390	422	457	495
Décimo Cuarto Sueldo	340	368	399	432	467
Total Sueldo Operativo	5.502	6.347	6.872	7.440	8.056

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

b) Gasto publicidad

Tabla 78: Gasto anual en publicidad

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	35,00	420,00

Fuente: Periódicos locales, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

Tabla 79: Gasto anual en publicidad proyectado

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Publicidad	420	431,51	443,33	455,48	467,96
Total Publicidad	420,00	431,51	443,33	455,48	467,96

Fuente: Estudio Técnico, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

5.5. Gastos financieros

5.5.1. Depreciaciones

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos, se tomó como referencia lo establecido en el Reglamento del SRI, depreciaciones de activos fijos.

Tabla 80: Depreciación Activos Fijos

Muebles y Equipos de Oficina	Costo Total	Valor Residual	Base Depreciable	2014	2015	2016	2017	2018
Escritorio gerente	280	28	252	25,2	25,2	25,2	25,2	25,2
Escritorio	150	15	135	13,5	13,5	13,5	13,5	13,5
Sillas	114	11,4	102,6	10,26	10,26	10,26	10,26	10,26
Sillas para costurera	100	10	90	9	9	9	9	9
Sillas para sala de espera	240	24	216	21,6	21,6	21,6	21,6	21,6
Archivadores aéreos	90	9	81	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1
Estanterías	240	24	216	21,6	21,6	21,6	21,6	21,6
Mostrador	600	60	540	54	54	54	54	54
Cestos de basura	18	1,8	16,2	1,62	1,62	1,62	1,62	1,62
Telefax	80	8	72	7,2	7,2	7,2	7,2	7,2
Teléfono	160	16	144	14,4	14,4	14,4	14,4	14,4
total	2072	207,2	1864,8	186,48	186,48	186,48	186,48	186,48
Equipos de Computación								
Computadoras	900,00	90	810	269,97	269,97	269,97		
Impresoras	350,00	35	315	104,99	104,99	104,99		
total	1.250,00	125	1125					
Reinversión		250					406,64	406,64
Total depreciación EC				374,96	374,96	374,96	406,64	406,64
Equipos de Operación								
Máquina de coser recubridora	1.450,00	145	1305	130,5	130,5	130,5	130,5	130,5
Máquina de coser overlock	3.300,00	330	2970	297	297	297	297	297
Máquina de coser recta	1.480,00	148	1332	133,2	133,2	133,2	133,2	133,2
Máquina cortadora de tela	980,00	98	882	88,2	88,2	88,2	88,2	88,2
Máquina ojaladora	900,00	90	810	81	81	81	81	81
Máquina Bordadora	13.800,00	1380	12420	1242	1242	1242	1242	1242
Plancha Industrial de Vapor	450,00	45	405	40,5	40,5	40,5	40,5	40,5
juegos de Tijeras, dedales.	450,00	45	405	40,5	40,5	40,5	40,5	40,5
Mesas de Corte	240,00	24	216	21,6	21,6	21,6	21,6	21,6
Total	23.050,00	2305	20745	2074,5	2074,5	2074,5	2074,5	2074,5
Total Depreciaciones				2635,94	2635,94	2635,94	2667,62	2667,62

Fuente: Ley de Régimen Tributario Interno, Art: 25, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

5.6. Estados Financieros

5.6.1. Estado de Situación Financiera

Estado de Situación Financiera
Al 31 de Diciembre del 2014
Empresa “Chikitex”

ACTIVO			PASIVO		
ACTIVO CORRIENTE		6.538,45	PASIVO NO CORRIENTE		20.826,27
Bancos	6.538,45		Préstamo Bancario por Pagar	20.826,27	
ACTIVO NO CORRIENTE					
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO		26.372,00	PATRIMONIO PROPIO		13.884,18
Muebles y Enseres	2.072,00		Inversión Propia	13.884,18	
Equipos de Computación	1.250,00				
Maquinaria y Equipo	23.050,00				
ACTIVO DIFERIDO		1.800,00			
Gastos de Constitución	1.800,00				
TOTAL ACTIVO		34.710,45	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		34.710,45

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

5.6.2. Estado de Resultados

Tabla 81: Estado de Resultados

	DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
	Ventas	99.046,08	104.686,86	110.630,23	116.843,92	123.386,67
(-)	Costo de Ventas	43.962,49	46.672,90	49.751,24	53.101,07	56.725,92
	Utilidad Bruta en Ventas	55.083,59	58.013,97	60.878,99	63.742,86	66.660,75
(-)	Gastos Administrativos	31.213,13	34.108,27	36.315,07	38.728,38	41.299,12
	Sueldos y Salarios	22.217,30	24.975,98	27.042,60	29.280,21	31.702,97
	Servicios Básicos	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
	Depreciaciones	2.635,94	2.635,94	2.635,94	2.667,62	2.667,62
	Mantenimiento Equi Comp	82,19	84,44	86,76	89,13	91,58
	Suministros	97,70	100,38	103,13	105,95	108,86
	Arriendo	4.800,00	4.931,52	5.066,64	5.205,47	5.348,10
(-)	Gastos Comercialización	5.921,68	6.778,21	7.315,18	7.895,93	8.524,07
	Salarios	5.501,68	6.346,70	6.871,85	7.440,46	8.056,11
	Publicidad y Propaganda	420,00	431,51	443,33	455,48	467,96
(-)	Gastos No Operacionales	2.291,47	1.885,91	1.429,68	916,46	339,12
	Gastos Interés	2.291,47	1.885,91	1.429,68	916,46	339,12
=	Utilidad Antes de Part Trab	15.657,31	15.241,58	15.819,06	16.202,08	16.498,45
(-)	15% Part Trabajadores	2.348,60	2.286,24	2.372,86	2.430,31	2.474,77
	Utilidad antes Imp. Renta	13.308,71	12.955,35	13.446,20	13.771,77	14.023,68
(-)	Impuesto a la Renta	146,87	127,32	160,62	193,18	218,37
	Utilidad del Ejercicio	13.161,84	12.828,03	13.285,58	13.578,59	13.805,31

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras de la Investigación

5.6.3. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 82: Flujo de Caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos Operacionales		99.046,08	104.686,86	110.630,23	116.843,92	123.386,67
Recuperación por Ventas		99.046,08	104.686,86	110.630,23	116.843,92	123.386,67
Egresos Operacionales		43.962,49	46.672,90	49.751,24	53.101,07	56.725,92
GASTOS		38.143,98	42.772,38	45.059,93	47.540,77	50.162,30
Gastos Administrativos		29.930,83	34.108,27	36.315,07	38.728,38	41.299,12
Sueldos y Salarios		22.217,30	24.975,98	27.042,60	29.280,21	31.702,97
Servicios Básicos		97,70	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
Depreciaciones		2.635,94	2.635,94	2.635,94	2.667,62	2.667,62
Mantenimiento Equi Comp		82,19	84,44	86,76	89,13	91,58
Suministros		97,70	100,38	103,13	105,95	108,86
Arriendo		4.800,00	4.931,52	5.066,64	5.205,47	5.348,10
Gastos Comercialización		5.921,68	6.778,21	7.315,18	7.895,93	8.524,07
Publicidad y Propaganda		420,00	431,51	443,33	455,48	467,96
Salarios		5.501,68	6.346,70	6.871,85	7.440,46	8.056,11
Gastos No Operacionales		2.291,47	1.885,91	1.429,68	916,46	339,12
Gastos Interés		2.291,47	1.885,91	1.429,68	916,46	339,12
UTILIDAD OPERACIONAL		16.939,61	15.241,58	15.819,06	16.202,08	16.498,45
Capital Propio	13.884,18					
Crédito	20.826,27					
(-) Reinversión Activo Fijo					1.355,59	
(+) Depreciaciones		2.635,94	2.635,94	2.635,94	2.667,62	2.667,62
(-) 15% Participación Trabajadores		2.348,60	2.286,24	2.372,86	2.430,31	2.474,77
(-) Impuesto a la Renta		146,87	127,32	160,62	193,18	218,37
(+) Recuperación Venta de Activos Fijos					2.762,20	
(-) Pgo. Capital de Préstamo		3.246,31	3.651,87	4.108,10	4.621,32	5.198,66
Total Inversión	34.710,45					
FLUJO NETO DE CAJA		13.833,77	11.812,10	11.813,42	13.031,50	11.274,27

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: La Autora

5.7. Evaluación financiera

5.7.1. Valor actual neto (VAN)

Tabla 83: Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento 11,88%	Flujos Netos Actualizados
0	-34.710,45		
2014	13.833,77	1,119	12.364,47222
2015	11.812,10	1,252	9.436,198279
2016	11.813,42	1,401	8.434,914011
2017	13.031,50	1,567	8.316,375112
2018	11.274,27	1,753	6.430,771091
Σ FNA			44.982,73071

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{VAN} = \Sigma \text{FNA} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{VAN} = 44.982,73071 - 34.710,45$$

$$\text{VAN} = 10.272,28$$

El Valor Actual Neto calculado es mayor a 0 por tanto, demuestra la viabilidad del proyecto. Al Invertir **\$34.710,45** en cinco años se está obteniendo \$10.272,28 más que la inversión.

5.7.2. Tasa interna de retorno (TIR).

Tabla 84: VAN Tasa Inferior

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento	Flujos Netos Actualizados
0	34.710,45		
2014	13.833,77	1,12	12.364,47
2015	11.812,10	1,25	9.436,20
2016	11.813,42	1,40	8.434,91
2017	13.031,50	1,57	8.316,38
2018	11.274,27	1,75	6.430,77
ΣFNA			44.982,73
VAN TASA INFERIOR			10.272,28

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{VAN TASA INFERIOR} = \Sigma\text{FNA} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{VAN} = 10.272,28$$

Tabla 85: VAN Tasa Superior

Años	Flujos Netos	Tasa Redescuento 30,50%	Flujos Netos Actualizados
0	-34.710,45		
2014	13.833,77	1,305000	10.600,59
2015	11.812,10	1,703025	6.935,95
2016	11.813,42	2,222448	5.315,50
2017	13.031,50	2,900294	4.493,16
2018	11.274,27	3,784884	2.978,76
ΣFNA			30.323,97
VAN TASA Superior			-4.386,48

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{VAN TASA SUPERIOR} = \Sigma\text{FNA} - \text{INVERSIÓN}$$

$$\text{VAN} = 30.323,97 - 34.710,45$$

$$\text{VAN} = -4.386,48$$

Datos para aplicar la fórmula de interpolaciones	
Tasa Inferior	0,11
Tasa Superior	0,3050
VAN Tasa Inferior	10.272,28
VAN Tasa Superior	-4.386,48

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Fórmula de la TIR:

$$TIR = \text{Tasa Inferior} + (\text{Tasa Superior} - \text{Tasa Inferior}) \left| \frac{\text{VAN Tasa Inferior}}{\text{VAN Tasa Inferior} - \text{VAN Tasa Superior}} \right|$$

TIR= 24,93%

La TIR calculada es del 25% mayor a 0 y mayor a la tasa del costo de Oportunidad, afirmando la factibilidad del proyecto.

5.7.3. Relación Ingresos-Egresos.

Es la relación de los flujos de efectivos positiva con los flujos de efectivos negativos, que sirven para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos.

Tabla 86: Relación Ingresos Egresos

Años	Ingresos	Egresos	Tasa de Redescuento	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
2014	99.046,08	83.388,77	1,12	88.526,29	74.531,96
2015	104.686,86	89.445,28	1,25	83.630,00	71.454,13
2016	110.630,23	94.811,17	1,40	78.991,19	67.696,21
2017	116.843,92	100.641,84	1,57	74.566,88	64.227,11
2018	123.386,67	106.888,22	1,75	70.378,99	60.968,38
				396.093,34	338.877,78

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Relación Ingresos-Egresos = $\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$

$$R \text{ Ingresos-Egresos} = 1,17$$

Se puede notar que el retorno de los ingresos es favorable, ya que por cada dólar de gasto, el proyecto está generando 0,17 centavos de ingresos o retorno de la inversión.

5.7.4. Período de recuperación de la inversión

Tabla 87: Período recuperación de la Inversión

Años	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Acumulados
2014	13833,77	
2015	11.812,10	25.645,87
2016	11.813,42	37.459,30
2017	13.031,50	50.490,79
2018	11.274,27	61.765,06
Total		175.361,02

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Suma en el 2do año	25.645,87
Inversión	34.710,45
Inv- Sumatoria	9.064,57
F de Efect 3er año/12 meses	984,45
	9,21

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras

La Inversión que realizará la empresa será recuperada en 2 años, 9 meses.

5.7.5. Punto de Equilibrio

Tabla 88: Punto de Equilibrio

Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos	99.046,08	104.686,86	110.630,23	116.843,92	123.386,67
Ventas	99.046,08	104.686,86	110.630,23	116.843,92	123.386,67
Costos Fijos					
Salarios	27.718,98	31.322,68	33.914,45	36.720,66	39.759,08
Suministros de oficina	97,70	100,38	103,13	105,95	108,86
Gasto Arriendo	4.800,00	4.931,52	5.066,64	5.205,47	5.348,10
Servicios Básicos	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00	1.380,00
Gasto mantenimiento Eq. De comp.	82,19	84,44	86,76	89,13	91,58
Publicidad y Propaganda	420,00	431,51	443,33	455,48	467,96
Gasto Financiero	2.291,47	1.885,91	1.429,68	916,46	339,12
Depreciaciones	2.635,94	2.635,94	2.635,94	2.667,62	2.667,62
Total Costos Fijos	39.426,28	42.772,38	45.059,93	47.540,77	50.162,30
Costos Variables					
Mano de Obra	28.805,50	30.903,14	33.460,19	36.228,82	39.226,54
Materia prima directa	10.510,88	10.876,38	11.137,62	11.447,41	11.789,24
Insumos	4.526,11	4.770,09	5.026,76	5.294,71	5.576,43
Mantenimiento maquinaria	120,00	123,29	126,67	130,14	133,70
Total Costos Variables	43.962,49	46.672,90	49.751,24	53.101,07	56.725,92
Costo Total	83.388,77	89.445,28	94.811,17	100.641,84	106.888,22
Punto de Equilibrio (dólares)	70.892,60	77.183,25	81.883,59	87.144,68	92.848,63

Fuente: Estudio Financiero, 2013

Elaborado por: Las Autoras

$$PE \$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{costos Variables/ventas})}$$

$$PE \$ = \frac{39.426,28}{1 - (43.962,49/99.046,08)} = \$ 70.892,60$$

El punto de equilibrio se da cuando la empresa venda \$70.892,60 es decir, en este valor la empresa no gana ni pierde; pero en adelante la empresa ya comenzará a obtener ganancias.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA.

6.1. Estructura administrativa

La unidad productiva que se pretende crear, es una microempresa dedicada a la elaboración de sacos de niño con material de descarte para luego comercializarlos. Al ser sacos de niño, la elaboración se realizará en diferentes tallas y modelos así se obtendrá productos para todos los gustos y diferentes edades.

El estudio administrativo busca determinar la parte organizacional de la microempresa en la cual se incluye, estructura de cargos, y manual de funciones para la conformación de la misma.

6.1.1. Denominación de la microempresa.

La microempresa a implantar se denomina "Chikitex". Estará ubicada en la ciudad de Atuntaqui y su principal función será la producción y comercialización de sacos de niño.

6.1.2. Beneficiarios

En este proyecto de creación de la microempresa, se puede identificar la existencia de beneficiarios directos como indirectos. Siendo los beneficiarios directos los padres de los niños quienes podrán acceder a prendas de vestir con un estilo diferente y variedad de colores para sus

hijos a precios accesibles. Los indirectos serán las empresas que mantienen grandes cantidades de material de descarte y no saben qué hacer con el mismo.

6.1.3. Sector económico

Chiquitex se ubicará en el área urbana, esto ayudará a tener mayor acceso tanto a pobladores de la ciudad como a los visitantes que constantemente van hacia Atuntaqui. Este sector económico en la ciudad, cada día es más próspero ya que todos necesitan de la vestimenta para su abrigo y al ser en Atuntaqui la nueva empresa tiene grandes perspectivas de crecimiento.

6.1.4. Tipo de empresa.

“Chiquitex”, es una microempresa textil de elaboración y comercialización de sacos de niño con material de descarte, constituida bajo la forma jurídica a cargo de una persona natural como empresa unipersonal.

6.1.5. Logotipo de la microempresa

Ilustración 6: Logotipo de la nueva microempresa



Elaborado por: Autoras de la Investigación, 2014

6.1.6. Misión de la microempresa.

La microempresa “Chiquitex”, es una entidad especializada en la elaboración y comercialización de sacos para niños con material de descarte, realizados por personal altamente calificado para satisfacer las necesidades de los consumidores y garantizar su beneficio al máximo, mediante la optimización de recursos humanos, tecnológicos y materiales.

6.1.7. Visión de la microempresa

Para el 2019 ser una empresa líder en el mercado Provincial en la confección de prendas de vestir con material de descarte, siendo reconocidos por la calidad de sus productos y la eficacia en los canales de distribución que permitan contribuir con la economía y su desarrollo.

6.1.8. Objetivos de la Microempresa

- Ofrecer un producto de calidad, tomando en cuenta las necesidades de los clientes, para que Chikitex se posicione en el mercado.
- Buscar el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de las personas inmersas en el desarrollo del servicio de la nueva microempresa.
- Capacitar constantemente a los empleados y personal técnico en las diferentes áreas de la microempresa, con el fin de mejorar cada día los productos y servicios.

6.1.9. Principios de la Microempresa.

- Calidad de los productos.
- Capacidad de crecimiento personal.
- Reconocimiento a los logros obtenidos por otros compañeros.
- Mejora continua.
- Mantener buenas relaciones interpersonales.
- Ser una organización ágil, eficiente y flexible.
- Actualización permanente para mejorar los resultados del ejercicio empresarial.
- Mantenimiento de un ambiente agradable de trabajo
- Cumplir a cabalidad las funciones delegadas, aportando y respetando la función de cada trabajador.
- Comprometerse con las metas establecidas.
- Desarrollar la capacidad para aceptar mayores responsabilidades.
- Fundamentar el éxito en la calidad, servicio y competitividad.
- Reconocer y aceptar errores.

6.1.10. Valores de la Microempresa

- Permanencia
- Responsabilidad y confiabilidad.
- Integridad.
- Respetar la propiedad de los demás y los activos de la microempresa.
- Hablar con la verdad.
- Servicio y cumplimiento de expectativas con los clientes.
- Compromiso con el ambiente.
- Innovación y creatividad permanente.
- Trabajo en Equipo
- Honestidad
- Colaboración constante

6.1.11. Políticas de la Microempresa.

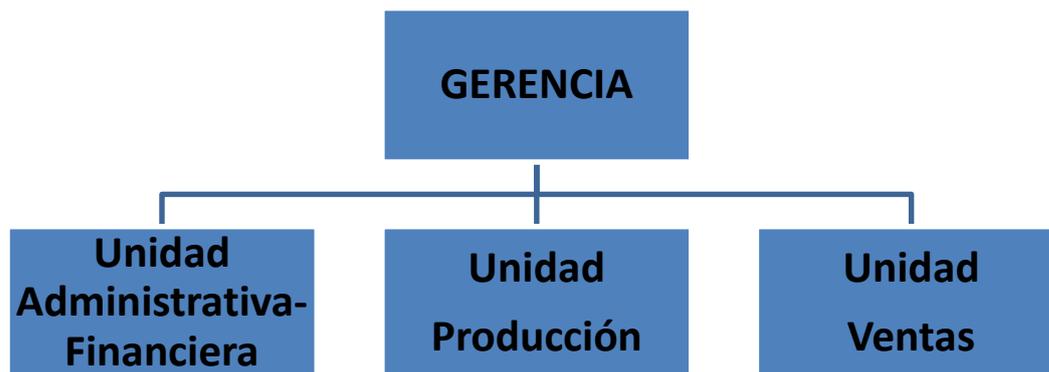
- Realizar el trabajo con excelencia.
- Entregar al cliente un producto de calidad al momento de su venta.
- Definir el tiempo máximo de respuesta de todos los requerimientos tanto internos como externos, a fin de una entrega puntual y efectiva del producto.
- Atender a la cartera de clientes con responsabilidad, amabilidad y compromiso.
- Cumplir el reglamento interno vigente en la organización.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante la capacitación a los trabajadores.

6.2. Estructura organizacional

La estructura Organizacional de la microempresa “Chikitex”, se basa en la jerarquía como una estructura interna de autoridad y comunicación de la organización que establecen la forma como deben manejarse los

departamentos, qué tipo de actividades se llevan a cabo y las relaciones funcionales y de supervisión entre el personal y el administrador de dichos departamentos. En este proyecto se implementará el sistema de organización lineal, ya que los niveles de responsabilidad estarán condicionados por la posición en el organigrama, el cual debe ser flexible y adaptarse a las necesidades de la organización.

6.2.1. Orgánico estructural



Fuente: Estructura Administrativa, 2013
Elaborado por: Las Autoras

6.2.2. Niveles Administrativos

Los niveles estructurales y funcionales de la empresa "Chikitex" están organizados en tres niveles jerárquicos:

- Nivel Ejecutivo
- Nivel Administrativo
- Nivel Operativo

6.2.2.1. Nivel Ejecutivo

Lo conforma el Gerente, es el puesto de mayor jerarquía dentro de la organización, y es la persona que ejecuta las políticas generales administrativas, coordina y supervisa todos los recursos de la organización y logra todos los objetivos propuestos para la toma de decisiones.

6.2.2.2. Nivel Administrativo

En este departamento se manejará la parte contable y Talento Humano, a fin de mantener las cuentas al día y evitar problemas de tributación fiscal principalmente.

El área Administrativa - Financiera, tendrá la función principal de analizar costos y gastos que se presenten en el proceso productivo, además del pago de sueldos a los empleados administrativos, operativos y de ventas. El área en sí, manejará toda la parte administrativa financiera tanto del personal como de la producción.

6.2.2.3. Nivel Operativo

Está conformado por el departamento de producción y comercialización; los mismos que serán responsables de garantizar la calidad de los productos.

6.2.3. Manual de Funciones de Chikitex

A continuación se detalla el manual de funciones del personal que formará parte de la microempresa Chikitex:

MANUAL DE FUNCIONES DE “CHIKITEX”

Nombre del Puesto: Gerente General

Área de Trabajo - Departamento: Administración

Descripción del Puesto:

Es el encargado de dirigir y controlar de manera inmediata el trabajo de los demás departamentos a su cargo, planea medidas y métodos destinados a satisfacer las necesidades de todas las áreas, además el Gerente Propietario es el Representante Legal de la empresa. Dirige y controla las políticas acordadas, con el fin de lograr los objetivos planteados.

Descripción de Funciones

Asegurar la continuidad de la actividad de producción y comercialización a corto, medio y largo plazo; garantizando un crecimiento rentable, reforzando la imagen y posición de la misma en el mercado.

- Controlar, evaluar y mejorar la situación de la empresa: estado de resultados, balance financiero, así como el rendimiento y la calidad de la empresa.
- Coordinar, prever, organizar o reorganizar todos los departamentos para el buen funcionamiento de la empresa.
- Dictar las políticas y normas de trabajo referentes a la oferta de productos.
- Programar cursos de capacitación y formación del personal, destinados a mejorar sus destrezas, habilidades y aptitudes de los empleados.
- Imponer sanciones disciplinarias al personal de acuerdo a leyes, normas y reglamentos internos.

- Autorizar la adquisición de insumos para el proceso de producción.
- Firmar cheques y comprobantes de egresos de pago.
- Ejecutar convenios para ofertar los productos.
- Investigar nuevos mercados para ofertar los productos.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Ingeniería Comercial, Contabilidad y Auditoría, Gerencia Empresarial.

- Otros estudios: Comercio Exterior, Marketing Internacional y Estratégico.
- Experiencia Mínimo dos años en cargos similares.
- Género Masculino o Femenino.
- Flexibilidad de tiempo.
- Fomentador del trabajo en equipo.
- Habilidad para negociar con proveedores y clientes.
- Capacidad de liderazgo.
- Integridad ética y moral.
- Capacidad para la correcta toma de decisiones.

<p>Nombre del Puesto: Contadora</p> <p>Área de Trabajo - Departamento: Administración</p>
<p>Descripción del Puesto:</p>
<p>Descripción de Funciones:</p> <p>Es la responsable de que se lleven correctamente los registros de contabilidad y sus respaldos. De la preparación de los informes financieros y estadísticos que sean necesarios, también se encargará de planificar, ejecutar las labores de secretaría y mantener al día la agenda del gerente.</p>
<p>Descripción de Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estar en constante actualización con lo que respecta al Servicio de Rentas Internas y asuntos afines a su cargo. • Realizar los pagos autorizados por la gerencia y realizar las retenciones dispuestas por la ley. • Tener la documentación del control contable al día. • Cumplir con el pago de remuneraciones, servicios, bienes y otros gastos. • Estar pendiente e informar a gerencia sobre el vencimiento de documentos. • Elaborar Estados Financieros y poner a conocimiento de la gerencia el presupuesto anual.
<p>Perfil del Puesto</p>
<p>Nivel de Instrucción: Título Profesional en Auditoría o Finanzas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima 2 años en cargos similares • Responsable de su trabajo. • Trabajo en equipo. • Integridad ética y moral • Flexibilidad de tiempo • Uso avanzado de paquetes informáticos.

<p>Nombre del Puesto: Costura Área de Trabajo - Departamento: Producción</p>
<p>Descripción del Puesto:</p>
<p>Se encargará de realizar la confección de cada una de las tallas de los sacos para niños.</p>
<p>Descripción de Funciones:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar cortes • Diseñar modelos. • Identificar nuevos modelos de sacos. • Mantener en perfecto estado las máquinas de coser. • Mantener en orden la producción de sacos. • Dirigir adecuadamente el orden del proceso de producción de sacos. • Proteger los bienes muebles e inmuebles de la entidad. • Vigilar que los empleados cumplan con los horarios establecidos. • Avisar de inmediato la existencia de problemas en las máquinas. • Ayudar al mantenimiento del aseo y limpieza.
<p>Perfil del Puesto:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de Instrucción: Mínimo Bachiller • Demostrar Responsabilidad. • Ser leal a la empresa. • Edad mínima 23 años. • Mantener buenas relaciones con los compañeros. • Género Femenino. • Habilidad para organizar el área de producción • Puntualidad y Honradez • Experiencia mínima de 1 año en cargos similares

<p>Nombre del Puesto: Bordado</p> <p>Área de Trabajo - Departamento: Producción</p>
<p>Descripción del Puesto:</p>
<p>Es el encargado/a de realizar los diseños, para luego bordarlos en los diferentes tipos de sacos de niño.</p>
<p>Descripción de Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responder ante el funcionamiento de la máquina bordadora. • Cumplimiento de la carga de trabajo diario. • Optimizar y planificar los pedidos de bordados con las especificaciones dadas por el cliente. • Organizar y dar seguimiento a la ejecución de todos los trabajos, dentro del ciclo de producción garantizando que se cumpla con lo planificado. • Promover a toda el área a contribuir a una mejora continua. • Controlar la entrada y salida de sacos para bordar. • Control del orden y limpieza del área de producción. • Verificar la calidad del producto terminado. • Controlar que cada proceso esté correctamente ejecutado.
<p>Perfil del Puesto:</p>
<p>Nivel de Instrucción: Mínimo bachiller con conocimientos en manejo de máquinas para bordados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima 2 años en cargos similares • Uso avanzado de paquetes informáticos. • Género Masculino • Integridad ética y moral. • Informar a tiempo novedades a la Gerencia. • Habilidad para realizar reporte. • Fomentador del trabajo en equipo. • Capacidad para la correcta toma de decisiones.

<p>Nombre del Puesto: Planchado</p> <p>Área de Trabajo - Departamento: Producción</p>
<p>Descripción del Puesto:</p>
<p>El personal que trabaje en el área operativa planchando de los sacos deberá buscar que la tela quede perfectamente llana, sin pliegues ni arrugas dadas por el transporte del material de descarte.</p>
<p>Descripción de Funciones:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Planchar la tela. • Entrega de productos en el tiempo requerido por la costurera • Mantenimiento y aseo del área de producción. • Optimizar tiempos utilizando las máquinas de planchado eficientemente.
<p>Perfil del Puesto:</p>
<p>Nivel de Instrucción: Profesional en cualquier ámbito (no indispensable).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en manejo de máquinas de planchado. • Responsable, puntual, honesto • Trabajo en Equipo • Ética moral y profesional. • Facilidad de comunicación, buenas relaciones humanas. • Edad mínima 23 años.

<p>Nombre del Puesto: Empacado</p> <p>Área de Trabajo - Departamento: Producción</p>
<p>Descripción del Puesto:</p>
<p>Es el responsable por el adecuado etiquetado, doblado y empaquetado de los sacos elaborados con material de descarte.</p>
<p>Descripción de Funciones:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el almacenamiento de productos en perchas. • Llevar un registro organizado de entradas y salidas de productos. • Mantener un control efectivo de los insumos.
<p>Perfil del Puesto:</p>
<p>Nivel de Instrucción: Bachiller</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsable de su trabajo. • Trabajo en equipo. • Seguridad y firmeza. • Ética moral y profesional. • Tener conocimiento del área de trabajo solicitada. • Experiencia en cargos similares y trato con el personal. • Edad mínima 23 años.

<p>Nombre del Puesto: Ventas</p> <p>Área de Trabajo - Departamento: Ventas</p>
<p>Descripción del Puesto:</p>
<p>El vendedor/a se encargará de la oferta directa en el punto de venta a los clientes o compradores, también prestará la ayuda que precise el comprador y mantendrá cordialidad y eficiencia en la atención.</p>
<p>Descripción de Funciones:</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener un stock de materiales suficientes, para mantener la cantidad adecuado de productos a ofertar. • Mantener en correcto orden de productos en el almacén por tallas y diseños. • Llevar un registro organizado de entradas y salidas de sacos. • Realizar un informe mensual del inventario existente en productos. • Planificar mensualmente y ejecutar las acciones a desarrollar tomando en cuenta recomendaciones de Gerencia. • Elaborar proyecciones de ventas.
<p>Perfil del Puesto:</p>
<p>Nivel de Instrucción: Título a nivel de tecnología como mínimo, en Marketing o carreras afines.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acreditar dos años de experiencia en trabajos de ventas. • Disponibilidad de tiempo. • Tener una predisposición para asistir a capacitaciones • Ser responsable y honrado • Experiencia mínima 3 años en cargos similares. • Conocimiento de paquetes informáticos.

6.3. Aspectos legales de constitución

Chikitex, tendrá que cumplir con los siguientes requisitos legales para su funcionamiento:

6.3.1 Requisitos para sacar el RUC

El RUC, es un documento obligatorio para la identidad de la empresa, admitiendo a través de esta cumplir los procesos de tributación. Se lo obtiene totalmente gratis y se lo realiza en las agencias del Servicio de Rentas Internas SRI.

La microempresa, debe reunir los siguientes requisitos para su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC):

- a.** Presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o de ciudadanía del representante legal de la microempresa.
- b.** Presentarán el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecidos en el Reglamento a la Ley de Elecciones.
- c.** Para la verificación del lugar donde realiza su actividad económica, el contribuyente deberá presentar el original y entregar una copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - Planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro; o,
 - Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del contribuyente; o,

- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción, o del inmediatamente anterior; o,
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

6.3.2 Requisitos para la patente municipal

Siendo Chikitex una microempresa que se encuentra en el ámbito industrial, representada por una persona natural debe cumplir con algunas obligaciones con el Municipio de Atuntaqui:

La patente municipal, es un permiso obligatorio que otorga el Municipio de Atuntaqui para el ejercicio de actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales y se lo paga como un impuesto por la realización de estas actividades

Los requisitos para la Patente Municipal son:

- Ruc.
- Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Formulario del Registro de Actividad.
- Nombre completo del dueño de la casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Antecedentes

El análisis de impactos, sirve como herramienta para la medición de los efectos que la aplicación del estudio tendrá en los ámbitos económico, social, ambiental y educativo. Todo proyecto económico puede generar impactos negativos y positivos.

Esta investigación se sustenta con un análisis técnico de los impactos. Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla.

Se selecciona un rango o parámetro de niveles de impactos positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro 1: Medición de Impactos

CALIFICACIÓN	NIVELES DE IMPACTO
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

Fuente: Ministerio del Ambiente, 2013

Elaborado por: Las Autoras

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles, los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma \text{ calificación}}{n}$$

NIVEL DE IMPACTO = $\frac{\text{SUMATORIA DE CALIFICACION}}{\text{NUMERO DE INDICADOR}}$

7.2. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.2.1. Impacto Social

Cuadro 2: Medición del Impacto Social

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejoramiento del Nivel de Vida							x	3
Salarios y Beneficios Sociales						X		2
Inclusión de personal no profesional.						X		2
Desarrollo de la empresa							x	3
TOTAL						4	6	10

Fuente: Observación Directa, 2013
Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{N}^\circ \text{ DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{10}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2.5$$

IMPACTO ALTO POSITIVO

a. Mejoramiento del Nivel de Vida

Este indicador tiene un nivel de impacto 3, es decir, que con la creación de la microempresa se estará generando nuevas plazas de trabajo para los habitantes de Atuntaqui, aumentando así su poder adquisitivo al obtener mejores ingresos, y mejorando su estatus de vida, y el de sus familias.

b. Salarios y Beneficios Sociales

Este indicador tiene un nivel de impacto 2, los salarios y beneficios son uno de los factores de importancia en la vida económica y social de toda comunidad. Los trabajadores y sus familias dependen de un buen salario para satisfacer sus propias necesidades y las de sus familias.

c. Inclusión de personal no profesional.

Existen gran cantidad de personas que no han logrado recibir educación de tercer nivel, pero tienen grandes capacidades en lo referente a corte, confección y bordados así como conocimiento en manejo de máquinas de

planchado y empacado, para lo cual no es necesario haber obtenido una carrera universitaria.

d. Desarrollo de la empresa

Este indicador tiene un nivel de impacto 3, actuar de forma responsable es asumir que la empresa, además de su responsabilidad económica, tiene también una responsabilidad social y medioambiental y que es del propio interés de la empresa asumirla para ser socialmente aceptada y asegurar así su sostenibilidad, lo que le permitiría a la microempresa pasar del crecimiento al desarrollo.

7.2.2. Impacto Económico

Cuadro 3: Medición del Impacto Económico

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de Empleo							X	3
Mayor Nivel de Ingresos						X		2
Desarrollo del Sector						X		2
Participación PIB						X		2
TOTAL						6	3	9

Fuente: Observación Directa, 2013

Elaborado por: Las Autoras

$$\begin{aligned} \text{NIVEL DE IMPACTO} &= \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{N}^\circ \text{ DE INDICADORES}} \\ \text{NIVEL DE IMPACTO} &= \frac{9}{4} \\ \text{NIVEL DE IMPACTO} &= 2.25 \end{aligned}$$

**IMPACTO MEDIO
POSITIVO**

a. Mayor nivel de Ingresos

Este indicador tiene un nivel de impacto 2, este impacto es beneficioso y el más significativo para la empresa, porque la inversión ejecutada tendrá los reportes de rentabilidad esperados. Se aspira una rentabilidad operativa que maximice las utilidades planeadas en las diferentes áreas organizacionales (administración, operativo, finanzas).

b. Desarrollo del sector

Este indicador tiene un nivel de impacto 2, el proyecto servirá como un agente económico que agilizará los flujos existentes en el mercado, incrementando las posibilidades de ventas, generando utilidades, la empresa considera tomar como proveedor a las industrias textiles de Atuntaqui que obtienen material de descarte y que se hallan dispuestas a firmar un contrato a largo plazo de venta de material de descarte.

c. Participación PIB

Este indicador tiene un nivel de impacto 2, una de las variables que mejor definen como ha sido el desempeño económico de las empresas en un año es el Producto Interno Bruto (PIB), es así, que el país presenta crecimientos constantes de este. Siendo estos indicadores de mucha importancia porque permiten activar el aparato productivo del país, permitiendo el crecimiento del PIB no solo a través del petróleo, sino también de proyectos productivos de microempresas.

7.2.4. Impacto Educativo

Cuadro 4: Medición del Impacto Educativo

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de Conocimientos							X	3
Acceso a la Capacitación							X	3
Cultura Organizacional						X		2
Desarrollo de Habilidades							X	3
Nuevas Formas de Producción							X	3
TOTAL						2	12	14

Fuente: Observación Directa, 2013

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{Nº DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{14}{5}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2.8$$

IMPACTO ALTO POSITIVO

a. Generación de conocimientos

Este indicador tiene un nivel de impacto 3, el presente proyecto servirá para las personas que deseen conocer nuevas formas de reutilización de materiales que pueden ser altamente aceptados por la población, es así el caso del material de descarte para la elaboración de sacos de niño.

b. Acceso a la Capacitación

Este indicador tiene un nivel de impacto 3, en la microempresa a desarrollar, se contará con nuevas tecnologías y maquinaria, el personal tendrá como política capacitación continua referente a optimizar procesos y recursos.

c. Cultura Organizacional

Este indicador tiene un nivel de impacto 2, en la microempresa se tendrá un buen desempeño, cuidando los factores que hacen que sus empleados

se sientan felices, comprometidos con el trabajo, más conectados con los resultados generales y más motivados.

d. Desarrollo de Habilidades

Este indicador tiene un nivel de impacto 3, la clave para el éxito de la microempresa Chikitex será el de mantenerse con una mentalidad abierta, que permita ser receptivo respecto de lo que sucede en el entorno, en el interior del negocio, en los pensamientos y habilidades del personal.

e. Nuevas formas de producción

Este indicador tiene un nivel de impacto 3, este estudio también es de gran importancia, para que se inicien nuevas formas de producción y elaboración de nuevas prendas de vestir como son los sacos con materiales que en varios casos son desechados.

7.2.5. Impacto Empresarial - Comercial.

Cuadro 5: Medición del Impacto Empresarial- Comercial

INDICADOR	NIVELES							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Desarrollo micro empresarial –							X	3
Generación de empleo							X	3
Creatividad						X		2
Posicionamiento en el Mercado						X		2
Emprendimiento							X	3
TOTAL						4	9	13

Fuente: Observación Directa, 2013

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{Nº DE INDICADORES}}$$

$$\begin{aligned} \text{NIVEL DE IMPACTO} &= 13 \\ &----- \\ &5 \\ \text{NIVEL DE IMPACTO} &= 2.6 \end{aligned}$$

IMPACTO ALTO POSITIVO

a. Desarrollo Microempresarial

Este indicador tiene un nivel de impacto 3, al crear la microempresa de producción de sacos con material de descarte, se obtendrá réditos económicos, pues el proyecto ayudará a ser más competitivos y eficientes.

b. Generación de Empleo

Este indicador tiene un nivel de impacto 3, se generará empleo a la población de Atuntaqui, y no es muy necesario en todas las áreas el tener profesión, lo cual significa oportunidades para quienes no tuvieron la oportunidad de terminar sus estudios.

c. Creatividad

Este indicador tiene un nivel de impacto 2, la creatividad está presente en todos los ámbitos de nuestra vida cotidiana. Sin embargo, cuando somos creativos en nuestro ambiente laboral, el nivel de inspiración, así como las propuestas y soluciones que se propone, adquieren un nivel de responsabilidad y de seriedad mucho mayor.

d. Posicionamiento en el mercado

Este indicador tiene un nivel de impacto 2, en la provincia de Imbabura el sector de fabricación de sacos con material de descarte no se halla en el mercado; por lo tanto, constituye uno de los sectores con gran potencial de crecimiento y consolidación. Por consiguiente la creación de valor agregado que se le da al producto, es lo que determina el nivel de competitividad de la empresa en el mercado.

e. Emprendimiento

Este indicador tiene un nivel de impacto 3, la actividad emprendedora en el país va incrementándose. Sin embargo, este deseo por emprender responde muchas veces a un factor de necesidad y no a un deseo de generar negocios de alto impacto. Por ello, la gran apuesta a futuro debe ser hacia la generación de microempresas innovadoras que resuelvan necesidades específicas del mercado.

7.2.6. Resumen General de Impactos.

Cuadro 6: Resumen General de Impactos

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

Fuente: Cuadros No 2,3,4,5

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{TOTAL DE IMPACTOS}}{\text{Nº DE INDICADORES}}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{9}{4}$$

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = 2.25$$

IMPACTO MEDIO POSITIVO

Se puede apreciar en la matriz general de impactos, los indicadores que influyen en el proyecto y el resultado correspondiente que es de 2.25 considerándose como un nivel medio positivo, lo que significa que con la ejecución del proyecto no afecta en ninguno de los impactos sino más bien ayuda a la población que tendrá acceso a nuevas prendas de vestir y a quienes formen parte de la nueva microempresa.

CONCLUSIONES

La principal actividad económica a la que se dedican los pobladores de la ciudad de Atuntaqui, es la elaboración de prendas de vestir, siendo una ciudad eminentemente industrial textil, lo cual permitió observar que existe una gran cantidad de materia prima denominada de descarte, que no está siendo utilizada adecuadamente y en muchos casos desperdiciada.

La existencia de una demanda potencial de sacos de niños en el área de influencia del negocio, determinada por el número de familias y la cantidad de visitantes y turistas que tiene la ciudad, justifican la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de sacos de niño con material de descarte.

El sector más atractivo para la instalación de la microempresa es el lugar ubicado en las calles Río Amazonas y Maldonado, la ubicación es la adecuada porque está cerca de proveedores de insumos textiles y mano de obra calificada, además otros aspectos importantes como las vías en buen estado, de rápido y fácil acceso y además existen todos los servicios básicos.

Los resultados Económicos-Financieros que genera el presente proyecto, son rentables y atractivos para el inversionista o propietario, pues se logró identificar que la inversión del proyecto mantendrá un TIR del 22% mayor al costo de oportunidad, VAN de 14.248,72 positivo, Relación costo beneficio de 1,20 y la recuperación de la inversión en dos años.

El desarrollo de los impactos indicó un nivel alto positivo al poner en marcha el proyecto, creando ingresos no solo para el propietario; sino también, para el talento humano que se desempeñe en la empresa, además de la generación de trabajo.

RECOMENDACIONES

Ejecutar este estudio de factibilidad denominado “Creación de una microempresa textil de producción y comercialización de sacos de niño con material de descarte en la ciudad de Atuntaqui”, para lograr satisfacer la necesidad latente de las familias de la ciudad, de los visitantes y turistas.

Poner en marcha el negocio “Chikitex”, localizado dentro del área de influencia analizada en este trabajo, aprovechando además la existencia de demanda insatisfecha creciente para futuras ampliaciones.

Realizar periódicamente controles y evaluaciones económicas y financieras, con el fin de observar niveles de rendimiento organizacional y tomar las decisiones que lleven a optimizar el trabajo y permitan mantener a la empresa en el tiempo; así como garantizar su crecimiento y desarrollo.

Garantizar el éxito de la nueva unidad productiva, capacitando al personal constantemente con la finalidad de obtener el compromiso e intervención de todos los empleados, así también la dirección de la empresa debe mantener abiertos canales de comunicación con las distintas áreas, a fin de lograr un ambiente más sociable y motivador en donde todos sean parte activa de la organización.

Generar fuentes de empleo, directo e indirecto con la puesta en marcha de proyectos que se presentan viables en zonas en las cuales se crean estas posibilidades de innovación, ya que las personas necesitan de nuevos productos, mejor atención y calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- *BACA, G. (2010). Evaluación de Proyectos (Vol. Sexta Edición). México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.*
- *Baena, T. (2010). Análisis Financiero. Enfoque y Proyecciones. Bogotá: Primera Edición, Ecoe Ediciones.*
- *Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Colombia: Pearson.*
- *BLANK, L., & TARQUIN, A. (2012). Ingeniería Económica (Vol. Séptima Edición). México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A.*
- *BRAVO, M. (2011). Contabilidad General (Vol. Décima Edición). Ecuador: Editora ESCOBAR Impresores.*
- *CÉSPEDES, A. (2010). Principios de Mercadeo (Vol. Quinta Edición). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.*
- *COSTA, J. (2010). La Marca: creación, diseño y gestión (Vol. Primera Edición). México: Trillas.*
- *DÍAZ, Á. (2011). El Arte de dirigir Proyectos (Vol. Tercera Edición). México: Alfaomega Grupo Editor S.A.*
- *Embajada del Ecuador. (2014). Obtenido de www.fome.ecuador.org*
- *Ena, V., & Delgado, G. (2010). Contabilidad General y Tesorería. España: Paraninfo S.A.*
- *FIERRO, Á. (2011). Contabilidad General (Vol. Cuarta Edición). Bogotá, Colombia: ECOE Ediciones.*
- *FINCOWSKY, E. (2009). Organización de Empresas (Vol. Tercera Edición). México: McGraw-Hill Interamericana, S.A.*

- FONTAINE, E. (2009). *Evaluación Social de Proyectos (Vol. Décimo Tercera Edición)*. México: Pearson Educación.
- GARNICA, C., & MAUBERT, C. (2009). *Fundamentos de Marketing (Vol. Primera Edición)*. México: Pearson Educación.
- HILL, C., & JONES, G. (2009). *Administración Estratégica (Vol. Octava edición)*. México: McGraw-Hill Interamericana, S.A.
- Jaramillo, V. (2009). *¿Cómo hacer análisis financiero?* Colombia: Alfaomega.
- Lizarazo Beltrán, M. (2009). *Jóvenes emprendedores: Comprometidos con el Desarrollo Sostenible de los Territorios Rurales*. Ecuador: Primera Edición, Editorial IICA.
- López, F. (2009). *La empresa, explicada de forma sencilla*. España: Primera Edición, Libros de Cabecera.
- MARTÍNEZ, Rafael. (2009). *Manual de Contabilidad para PYMES*. España: Editorial Gamma.
- Núñez, R. (2009). *Manual para la Elaboración de Proyectos de Inversión (Vol. Primera Edición)*. México: Trillas.
- Perdomo Moreno, A. (2009). *Análisis e Interpretación de Estados Financieros*. México: Primera Edición, Editorial Cengage Learning Editores.
- Pérez Gómez, R. (2010). *Técnica Contable*. España: Primera Edición, Editorial Editex.
- Pombo, J. R. (2009). *Contabilidad general : administración y finanzas*. España: Segunda Edición, Editorial Paraninfo.
- Sarmiento, R. (2009). *Contabilidad General*. Quito: Impresos Andinos.

- *RINCÓN, C., & VILLARREAL, F. (2009). Costos Decisiones empresariales (Vol. Primera Edición). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.*
- *RINCÓN, C., LASSO, G., & PARRADO, Á. (2009). Contabilidad Siglo XXI (Vol. primera Edición). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.*
- *Rivera, J., & Arellano, R. M. (2009). Conducta del consumidor: estrategias y políticas aplicadas al marketing. España: ESIC.*

LINKOGRAFÍA

- Aracena, J. (2014). Obtenido de <http://formeunaempresa.blogspot.com/2009/12/definiciones-y-conceptos-de-la.html>
- Armas, A. (Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.slideshare.net/albertoarmas/concepto-de-transaccion-comercial>
- <http://elrehilete.wordpress.com/tag/caracteristicas-de-la-tipografia/>. (03 de 04 de 2009). Recuperado el 24 de 04 de 2013, de <http://elrehilete.wordpress.com/tag/caracteristicas-de-la-tipografia/>
- <http://editoriall.blogspot.com/2010/05/el-color-en-la-diagramacion.html>. (05 de 05 de 2010). Obtenido de <http://editoriall.blogspot.com/2010/05/el-color-en-la-diagramacion.html>
- <http://es.wikipedia.org>. (25 de 09 de 2013). Recuperado el 26 de 09 de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Libro>
- www.ibarra.gob.ec. (2013). Recuperado el 10 de 04 de 2013, de <http://www.ibarra.gob.ec/index.php/ibarra/informacion-general/el-canton>
- Baena, E. (2010). aprendeconomia.wordpress.com. Obtenido de <http://aprendeconomia.wordpress.com/2010/11/09/3-los-objetivos-de-la-empresa/>
- BARBERÁN, P. (s/f). <http://www.acta.es>. Recuperado el 26 de 09 de 2013, de http://www.acta.es/medios/articulos/edicion_y_composicion/061009.pdf
- Blog de WordPress.com. (20 de 04 de 2009). <http://designeditorial.wordpress.com>. Recuperado el 26 de 09 de 2013,

de <http://designeditorial.wordpress.com/category/importancia-del-diseno-editorial/>

- *Cámara Ecuatoriana del Libro. (2013). <http://www.celibro.org.ec>. Recuperado el 26 de 09 de 2013, de <http://www.celibro.org.ec/frontEnd/main.php?idSeccion=97>*
- *CASTRO, A. (19 de junio de 2012). cardenasa.blogspot.com. Recuperado el 18 de marzo de 2013, de <http://cardenasa.blogspot.com/>*
- *ESTUPIÑAN, A. (s/f). <http://www.donboscolatola.edu.ec/web2/images/documentos/Microempresa.pdf>. Recuperado el 26 de 04 de 2013, de <http://www.donboscolatola.edu.ec/web2/images/documentos/Microempresa.pdf>*
- *Gómez, G. (2010). SISTEMAS DE COSTOS Un proceso para su implementacion. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%2010/contabilidad%20costos.htm>*
- *González, M. (2006). *Gestion ambiental de los impactos del turismo en espacios geográficos sensibles*. Quito - Ecuador: ABYAYALA.*
- *Grupo Corporativo del Norte. (31 de marzo del 2013). *Imbabura por Cantones* . Ibarra Fascículo 2, 8-9.*
- *Hernández, P., & Castro, F. (s/f). *Diseños y estrategias instruccionales*. Obtenido de <http://moiuaeh.tripod.com/downloads/DES02DisenoInstruccional.pdf>*
- *Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual . (22 de 08 de 2013). <http://www.propiedadintelectual.gob.ec>. Recuperado el 26 de 09 de 2013, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/que-son-derechos-de-autor-y-derechos-conexos/>*

- Ponce, G. (2012). Obtenido de <http://www.slideshare.net/ponceguillermo71/recursos-de-la-empresa-14594345>
- RODRIGUEZ, J. (16 de Septiembre de 2010). diseoparamediosimpresos.blogspot.com. Recuperado el 18 de marzo de 2013, de <http://diseoparamediosimpresos.blogspot.com/2010/09/concepto-de-diagramacion.html>
- www.ecostravel.com. (s/f). Recuperado el 10 de 04 de 2013, de <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/ibarra.php>
- www.ecuale.com. (s/f). Recuperado el 10 de 04 de 2013, de <http://www.ecuale.com/imbabura/>
- www.fotonostra.com. (s/f). Recuperado el 26 de Febrero de 2013, de <http://www.fotonostra.com/grafico/definiciondiseno.htm>
- Soto, B. (2014). www.gestion.org. Obtenido de <http://www.gestion.org/economia-empresa/35184/las-ventajas-de-las-microempresas/>
- Synaxis C.A. (s/f). www.elhacedordelibros.com. Recuperado el 18 de marzo de 2013, de <http://www.elhacedordelibros.com/index.php/isbn/16-fp-rnp/34-fusion-with-megamenu>
- Thompson, J. (2010). *Manual de Contabilidad de Costes*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/contabilidad/objetivos-contabilidad.html>
- Turmero, I. (2014). www.monografias.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos90/los-sistemas-costos/los-sistemas-costos.shtml>

- Vargas Sánchez, G. (2009). *INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA ECONÓMICA UN ENFOQUE LATINOAMERICANO*. Mexico: Segunda edición, Editorial Pearson Educación.
- Vélaz, C. (2009). *Educación y protección de menores en riesgo*. España: GRAÓ.
- wikipedia.org. (10 de marzo de 2013). es.wikipedia.org. Recuperado el 11 de marzo de 2013, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_\(Ecuador\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_(Ecuador))
- Wordpress.org. (2008-2014). Obtenido de <http://definicion.de/descarte/>
- www.ecostravel.com. (s.f.). ecostravel.com. Obtenido de <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/ibarra.php>
- ZAPATA, P. (2011). *Contabilidad General (Vol. Séptima Edición)*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill Interamericana .
- ZKJ DISEÑOS DIGITALES. (5 de marzo de 2009). aprendiendoconzkj.blogspot.com. Recuperado el 18 de marzo de 2013, de <http://aprendiendoconzkj.blogspot.com/2009/03/el-color-en-diagramacion-parte-i.html>

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista dirigida a los propietarios de fábricas textiles.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Entrevista dirigida a los propietarios de fábricas textiles.

Objetivo: Determinar la/las fábrica/as que puedan proporcionar a la nueva empresa, material de descarte para elaboración de sacos de niño.

Nombre de la empresa: Tejidos Marko's

Dirección: Av. Rocafuerte 17-83 y Panamericana Norte, esq.

Nombre del propietario: René Bolaños

1. ¿Qué materiales utiliza para la elaboración de sacos?

Hilo de acrílico crudo y orlón.

2. ¿Qué cantidad de material de descarte obtiene mensualmente?

Obtenemos un promedio de 400 a 450 kilos mensuales.

3. ¿Estaría dispuesto a vender el material de descarte a una sola empresa que utilice dicho material?

Claro que sí, de esta manera realizaríamos un buen manejo del material de descarte que sale de nuestra fábrica.

4. ¿Realizaría un convenio de venta para entregar todo el material de descarte que obtiene mensualmente a una sola empresa?

Si, de esta manera estaríamos asegurándonos de parte a parte que todo el material que sale de nuestra fábrica sea vendido.

5. ¿Cuál sería el precio de venta del material de descarte?

Saldría a un precio de \$ 4.16 el kilo del material de descarte.

6. ¿Conoce de otras empresas que obtengan material de descarte y lo utilicen para la venta? Indique cuales.

Aquí en la ciudad de Atuntaqui todo el material de descarte que sale de las diferentes fábricas son reutilizados.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Entrevista dirigida a los propietarios de fábricas textiles.

Objetivo: Determinar la/las fábrica/as que puedan proporcionar a la nueva empresa material de descarte para elaboración de sacos de niño.

Nombre de la empresa: Tejidos Rossy

Dirección: Avenida Salinas 1781 y Panamericana frente a la gasolinera Energy gas - barrio Santa Martha.

Nombre del propietario: Carlos Espinosa

1. ¿Qué materiales utiliza para la elaboración de sacos?

Orlón, hilo de acrílico crudo.

2. ¿Qué cantidad de material de descarte obtiene mensualmente?

Con la nueva maquinaria implementada se redujo a 250 kilos por mes.

3. ¿Estaría dispuesto a vender el material de descarte a una sola empresa que utilice dicho material?

Por supuesto que sí.

4. ¿Realizaría un convenio de venta para entregar todo el material de descarte que obtiene mensualmente a una sola empresa?

Si se compromete a llevar todo el material de descarte que sale de nuestra fábrica claro que sí.

5. ¿Cuál sería el precio de venta del material de descarte?

El costo del material es de \$ 4.00 el kilo, ya que es un material liviano.

6. ¿Conoce de otras empresas que obtengan material de descarte y lo utilicen para la venta? Indique cuáles.

Por ejemplo Karman, Marko's, Carlex, Protexil, Anitex, entre otras.

Algunas las venden a una sola persona y otras a varias; y de igual manera para diferentes actividades como para guaipe, para rellenar colchones y para volver a confeccionar un nuevo producto como ustedes lo piensan hacer.

Anexo 2: Encuesta realizada a la población de la parroquia Atuntaqui



ENCUESTA PARA EVALUAR LA CREACION DE UNA EMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE SACOS DE NIÑO EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS (FACAE)
INGENIERIA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA (SEMIPRESENCIAL)**

OBJETIVO: Conocer los gustos y preferencias de la población del Cantón Antonio Ante en la adquisición de sacos de niño en cuanto a modelos y costo.

DIRIGIDO A: Padres de familia que tengan hijos de la edad de 3 a 10 años.

DATOS INFORMATIVOS:

Edad: Género: M..... F.....
Sector en el que vive.....

INSTRUCCIONES:

- Lea con detenimiento las preguntas, para que nos proporcione las respuestas más adecuadas.
- Sírvase contestar con sinceridad, señalando con una X la respuesta que usted juzgue conveniente.

ENCUESTA:

Marque con una X según sea su respuesta:

1. ¿Le agradecería a usted tener a su disposición una empresa local en la cual pueda comprar sacos de niño de producción propia que sea cómodo, atractivo y a bajo costo?

SI

NO

Si su respuesta es afirmativa, por favor continúe con las siguientes preguntas.

2. Especifique ¿Cuántas veces al año compra sacos de niño?

- Una vez al año
- Dos veces al año
- Más de dos veces al año

3. Cada vez que va en busca de esta prenda de vestir, cuántas unidades adquiere?

- Una
- Dos
- Más de tres

4. Dónde compra los sacos de niño?

- Almacenes
- Ferias
- Por catálogo
- Otro lugar
Donde?.....
.....

5. Por favor indique su preferencia en uno de los casilleros: ¿Qué estilo de sacos de niño compra frecuentemente?

- Normal
- Fino
- Las dos

6. Marque con una X en una de las opciones siguientes: Cuando usted requiere sacos de niño. ¿Qué modelo, es el que más le agrada?

- Sacos abiertos
- Sacos cerrados
- Sacos con capucha
- Especifique:.....

7. Marque por favor: ¿Qué colores prefiere para los sacos de niño?

- Blanco
- Negro
- Colores
- Combinados

8. Qué aspectos toma Usted en cuenta para la decisión de compra de sacos de niño?

Ordene del 1 al 5 según su importancia. Siendo 5 la más alta calificación.

- Diseños exclusivos
- Calidad del producto
- Precios
- Promociones

9. Qué dificultades ha tenido Ud. al momento de comprar los sacos de niño?

- Atención inadecuada
- Precio
- Diversidad de productos

10. Cuanto estaría usted dispuesto/a a pagar por un saco de niño?

- a. Entre \$ 5 - 7
- b. Entre \$ 8 - 10
- c. Entre \$ 11 - 13

11. ¿Cuál es su ingreso familiar?

- Menos de \$ 300
- \$301 - \$ 500
- 500 en adelante

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACIÓN