



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE SÁBANAS EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

Autora: DÁVILA M. Johana P.

Director: Econ. Luis Cervantes

Ibarra, Abril 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objetivo fundamental buscar una alternativa de crecimiento y desarrollo al sector industrial de la ciudad, con la creación de una pequeña empresa textil de confección y comercialización de juegos de sábanas.

El estudio de mercado determinó que el proyecto es factible debido a que las familias del cantón Antonio Ante tienen aceptación de adquirir el producto para sus hogares. Dentro de la ciudad son pocas las productoras que se dedican a la confección de juegos de sábanas. Una vez identificado el problema se ha propuesto realizar el presente estudio de factibilidad para crear una pequeña empresa que permita generar fuentes de trabajo.

La actividad textil es la principal actividad económica de los habitantes del cantón, por lo que en la actualidad familias enteras se han dedicado por completo a esta actividad, generando fuentes de empleo, y sobre todo creando iniciativa de crecimiento en los pobladores, para el mejoramiento y desarrollo continuo del cantón.

La pequeña empresa textil funcionará con una correcta y eficiente administración, cuya finalidad primordial es lograr convertirla en una gran empresa líder en la zona norte del país que responda a las necesidades de todos los integrantes y beneficiarios de la misma.

El presente trabajo tendrá impactos positivos en cuanto a lo social, económico y educativo. Por lo que se concluyó que es factible su creación; la futura empresa pretende cubrir las necesidades tanto de sus integrantes como los beneficiarios en general.

SUMMARY

The present project has as fundamental objective looking for an alternative of growth and development to the industrial sector of the City, with the creation of a small textile company of making and commercialization of sets of sheets.

The market study determined that the project is feasible because the families of the canton Antonio Ante have acceptance of acquiring the product for their homes, inside the city they are few the producers that are devoted to the making of games of sheets, once identified the problem has intended to carry out the present study of feasibility to create a small company that allows to generate work sources.

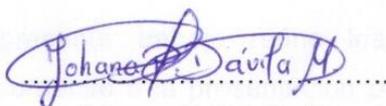
The textile activity is the main economic activity of the inhabitants of the canton, because of that at the present time families find out have dedicated completely to this activity, generating employment sources, and mainly creating initiative of growth in the residents, for the improvement and continuous development of the canton.

The small textile company will work with a correct and efficient administration whose primordial purpose is to be able to transform it into a great company leader in the north area of the country that responds to the necessities of all the members and beneficiaries of it.

The present work will have positive impacts as for the social, economic, ethical and environmental. For what I concluded that is feasible their creation; the future company seeks to cover the necessities of its members as the beneficiaries in general.

AUTORÍA

Yo, JOHANA PATRICIA DÁVILA MONTALVO portadora de la cédula de ciudadanía N° 1002998597 respectivamente, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Johana P. Dávila M.

1002998597

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la estudiante DÁVILA MONTALVO JOHANA PATRICIA. Para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE SÁBANAS, EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



Econ. Luis Cervantes.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

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

Yo, Johana Patricia Dávila Montalvo, con cédula de ciudadanía Nro 1002998597, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE SÁBANAS EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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



Johana Patricia Dávila Montalvo

Cédula: 100299859-7



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002998597
APELLIDOS Y NOMBRES:	Dávila Montalvo Johana Patricia
DIRECCIÓN:	Andrade Marín – calle General Enríquez
E-MAIL:	joha_davi@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0988104028

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE SÁBANAS EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.
AUTORA:	Johana Patricia Dávila Montalvo
FECHA: AAMMDD	2013 / Agosto / 05
PROGRAMA:	PREGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	Econ. Luis Cervantes

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Johana Patricia Dávila Montalvo, con cédula de ciudadanía Nro. 1002998597, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta 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 el 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 siete días del mes de agosto de 2013

LA AUTORA:

ACEPTACIÓN:


.....
Johana Patricia Dávila Montalvo
C.C.: 1002998597


.....
Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Este arduo trabajo lo dedico a mi padre que siempre estuvo en los momentos más difíciles , llenos de alegría y tristezas, a mi madre a pesar de la distancia siempre me apoyo con sus constantes consejos de superación, gracias a ellos pude cumplir con mis metas y sueños.

A mis hermanos, Roberto y Ximena que gracias a su cuidado, sus sonrisas y las pequeñas riñas, siempre me dieron ese sentir de apoyo y de existencia para poder seguir adelante.

Johana Dávila

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por darme la sabiduría e inteligencia de estudiar.
A mis padres, por su gran esfuerzo que hicieron para darme el estudio.

A mis hermanos, quienes con sus palabras de aliento me ayudaron para poder llegar al final de este camino estudiantil.

A la Universidad Técnica del Norte, lugar que se convirtió como un hogar lleno de conocimientos, para transformarme en una profesional. A todos los profesores que forman parte de esta casona universitaria.

A mis amigos y amigas que de alguna manera estuvieron apoyándome durante este largo y arduo trabajo.

Johana Dávila

PRESENTACIÓN

En el primer capítulo se desarrolló el Diagnóstico Situacional, con la finalidad de caracterizar el área de influencia del proyecto de la pequeña empresa textil a implantarse, en aspectos tales como: antecedentes históricos, aspectos geográficos, caracterización demográfica del cantón, situación socio-económica, producción y comercialización.

En el segundo capítulo, se hizo referencia a las Bases Teóricas y Científicas, en base a una investigación bibliográfico-documental, a través de conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo: la empresa, textilería, fundamentos de confección y el producto en sí.

El capítulo tres correspondió al Estudio de Mercado, previamente se estableció objetivos, la aplicación de encuestas y entrevistas dirigidas a determinar la oferta (productores) y demanda (clientes), lo cual permitió conocer sus requerimientos y expectativas, realizar el análisis y proyección de oferta y demanda. También realizar los análisis de la competencia y precios, en relación al producto que se pretende brindar con el presente proyecto.

En el cuarto capítulo, se desarrolló el Estudio Técnico, que comprende la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la pequeña empresa textil, diseño y distribución de las instalaciones, diagrama y flujo gramas de proceso, pronóstico de ventas y el requerimiento de mano de obra, la valoración de inversiones fijas y su financiamiento.

En el capítulo quinto, se diseñó la Estructura Organizativa que tendrá la pequeña empresa textil, en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, valores, objetivos, organigrama estructural, manual de funciones.

En el sexto capítulo, se detalló el Estudio Económico en el cual se registraron todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la pequeña empresa textil como son activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis económico para determinar si el proyecto es o no viable.

En el capítulo séptimo se redactó los Impactos que generaría el proyecto en el ámbito social, económico y cultural educativo.

Y para finalizar conclusiones, y varias recomendaciones que serán importantes seguirlas para solucionar posibles inconvenientes en la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de factibilidad.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
SUMMARY.....	iii
AUTORÍA	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL.....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxiv
CAPÍTULO I.....	xxvii
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	28
ANTECEDENTES.....	28
OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	29
General.....	29
Específicos.....	30
Variables Diagnósticas	30
Variables.....	30
Indicadores	30
Matriz de Relación Diagnóstica de la Investigación	32
ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS	33
Antecedentes históricos.....	33
Aspectos geográficos.....	34
Ubicación.....	34
Límites.....	35
Vías de Acceso	35
DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS.....	36

Población	36
AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICO RACIAL.....	37
POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA.....	37
Empleo y Subempleo.....	38
Desempleo.....	39
Costumbres.....	39
Eventos tradicionales.....	39
Turismo	40
DATOS SOCIOECONÓMICOS	40
Actividades industriales	40
Actividad de servicios	41
Actividad Agropecuaria	42
ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO.....	43
IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.....	44
CAPITULO II.....	45
MARCO TEÓRICO	45
La Empresa.....	45
Importancia	45
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	46
Según su escala	46
Por su naturaleza.....	46
Por el sector al que pertenecen	47
La Pequeña Industria Textil	47
Concepto	47
Evolución de la Pequeña Industria Textil	47
Característica de la Pequeña Industria Textil	48
ESTUDIO DE MERCADO.....	48
Objetivo del estudio de mercado.....	49
Segmento de mercado.....	49
Identificación del mercado	49
Mercado meta	49
Comercialización.....	49

Definición	49
Producto	50
Precio	50
Plaza	51
Promoción.....	51
Oferta	51
Demanda	51
Proyección	52
ESTUDIO TÉCNICO.....	52
Definición	52
Tamaño del proyecto	53
Localización del proyecto.....	53
Macro localización	53
Micro localización.....	54
INGENIERÍA DEL PROYECTO	54
Definición	54
PROCESO PRODUCTIVO	54
Distribución en Planta	55
Tecnología	55
Inversión	55
Inversión Fija.....	55
Inversión Variable	56
ESTUDIO ECONÓMICO	56
Activos	56
Pasivos	57
Patrimonio.....	57
Ingresos	57
Egresos.....	58
Materia prima directa	58
Mano de obra directa	58
Gastos de administración	58
Gastos de ventas	58

Gastos financieros	59
FINANCIAMIENTO	59
Aporte propio	59
Aporte financiado	59
ESTADOS FINANCIEROS	59
El balance general	60
El estado de rentas y gastos.....	60
Estado de flujos del efectivo	60
EVALUADORES FINANCIEROS	61
Valor actual neto (VAN)	61
Tasa interna de retorno (TIR).....	61
Punto de equilibrio	61
Costo beneficio	62
Período de recuperación.....	62
CAPÍTULO III	63
ESTUDIO DE MERCADO.....	63
Introducción	63
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	64
Objetivo general.....	64
Objetivos específicos	64
VARIABLES DE ESTUDIO	64
INDICADORES DE LAS VARIABLES	65
MATRIZ DEL ESTUDIO DE MERCADO	66
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	67
SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	68
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	68
Mercado meta	68
Fórmula.....	68
Cálculo de la Muestra	69
ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS DEL CANTÓN ANTONIO ANTE	70
ENTREVISTA REALIZADA A LOS PRODUCTORES DE SABÁNAS	82
DEMANDA.....	84

IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	84
COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ACTUAL.....	84
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	85
OFERTA	86
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	86
COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA	86
PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	87
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER.....	88
DEMANDA A SATISFACER POR EL PROYECTO	88
PRECIOS.....	89
PROYECCIÓN DE PRECIOS.....	89
COMERCIALIZACIÓN	90
ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO	90
ESTRATEGIA DE PLAZA.....	91
ESTRATEGIA DE PRECIO	92
ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	92
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO	93
CAPÍTULO IV.....	94
ESTUDIO TÉCNICO.....	94
INTRODUCCIÓN.....	94
OBJETIVO	94
LOCALIZACIÓN.....	95
MACRO LOCALIZACIÓN	95
MICRO LOCALIZACIÓN.....	96
TAMAÑO DEL PROYECTO.....	98
La demanda.....	98
Transporte	98
Mano de obra.....	98
Materia prima	98
Disponibilidad de tecnología	99
Financiamiento.....	99
DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES.....	100

PROCESO – PRODUCCIÓN.....	103
Diagrama de bloque.....	104
Flujograma operativo	105
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	107
INVERSIÓN FIJA.....	107
TERRENO	107
INFRAESTRUCTURA.....	107
MAQUINARIA Y EQUIPO	107
MUEBLES Y ENSERES	108
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	109
EQUIPOS DE OFICINA	109
VEHÍCULO.....	109
INVERSIÓN A DIFERIRSE.....	110
CAPITAL DE TRABAJO	111
TALENTO HUMANO	112
CAPITULO V.....	114
ESTUDIO ECONÓMICO	114
Presupuesto de inversión	114
Cálculo del costo de oportunidad.....	115
TASA DE RENDIMIENTO MEDIO.....	115
Ingresos.....	115
PROYECCIÓN DE INGRESOS	116
Egresos.....	117
Costos de producción	118
GASTOS ADMINISTRATIVOS	121
GASTOS DE VENTAS.....	124
GASTOS FINANCIEROS	125
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	125
FINANCIAMIENTO	126
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.....	128
ESTADOS PROFORMA	128
Balance de arranque.....	128

ESTADO DE RESULTADOS.....	130
FLUJO DE CAJA	131
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	131
VALOR ACTUAL NETO.....	131
TASA INTERNA DE RETORNO.....	132
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	133
COSTO BENEFICIO.....	134
PUNTO DE EQUILIBRIO	134
CAPITULO VI.....	137
ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL.....	137
ANÁLISIS INTERNO DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL	137
NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	137
Titularidad de Propiedad de la Empresa.....	138
Tipo de Empresa.....	138
Base Filosófica de la Empresa.....	139
MISIÓN	139
VISIÓN	139
OBJETIVOS.....	140
POLÍTICAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL.....	140
VALORES.....	140
ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA.....	141
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	141
Niveles Administrativos.....	142
Nivel Ejecutivo	142
Nivel Auxiliar o de Apoyo	142
Nivel Operativo	142
IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES.....	142
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS	142
GERENTE.....	143
SECRETARIA.....	144
CONTADOR - A.....	145
TÉCNICO DE PRODUCCIÓN	146

OPERARIAS.....	147
COMERCIALIZACIÓN.....	147
BASE LEGAL.....	148
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO.....	149
EL REQUISITO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE.....	149
PATENTE MUNICIPAL.....	149
PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	149
CAPITULO VII.....	150
IMPACTOS	150
EVALUACIÓN DE IMPACTOS	150
IMPACTOS DEL PROYECTO	150
IMPACTO SOCIAL	151
IMPACTO ECONÓMICO	152
IMPACTO CULTURAL EDUCATIVO.....	153
IMPACTO GENERAL	154
CONCLUSIONES	155
RECOMENDACIONES.....	156
BIBLIOGRAFÍA.....	157
LINCONGRAFÍA.....	158
ANEXOS.....	159

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL CANTÓN	35
CUADRO 2: POBLACIÓN DEL CANTÓN ANTONIO ANTE	36
CUADRO 3: ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL CANTÓN.....	38
CUADRO 4: OFICINA DE INFORMACIÓN I-TUR REGIÓN	40
CUADRO 5: DEMANDA ACTUAL DE JUEGOS DE SÁBANAS.....	85
CUADRO 6: DEMANDA FUTURA DE JUEGOS DE SÁBANAS.....	85
CUADRO 7: OFERTA ACTUAL DE JUEGOS DE SÁBANAS.....	87
CUADRO 8: PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	87
CUADRO 9: BALANCE ENTRE DEMANDA-OFFERTA.....	88
CUADRO 10: PRONÓSTICO DE VENTAS.....	89
CUADRO 11: ANÁLISIS DE PRECIOS.....	89
CUADRO 12: PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS.....	90
CUADRO 13: MATRIZ PONDERACIÓN DE FACTORES	96
CUADRO 14: PRINCIPALES PROVEEDORES	99
CUADRO 15: RENDIMIENTO DE PRODUCCIÓN ANUAL	100
CUADRO 16: DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.....	101
CUADRO 17: ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	103
CUADRO 18: FLUJOGRAMA DEL PROCESO	106
CUADRO 19: TERRENO	107
CUADRO 20: INFRAESTRUCTURA	107
CUADRO 21: MAQUINARIA Y EQUIPOS	108
CUADRO 22 MUEBLES Y ENSERES.....	108
CUADRO 23: EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.....	109
CUADRO 24: EQUIPOS DE OFICINA	109
CUADRO 25: VEHÍCULO	109
CUADRO 26: RESUMEN DE LOS ACTIVOS FIJOS.....	110
CUADRO 27: GASTOS DE CONSTITUCIÓN.....	110
CUADRO 28: CAPITAL DE TRABAJO.....	111

CUADRO 29: MANO DE OBRA DIRECTA.....	112
CUADRO 30: MATERIA PRIMA DIRECTA	112
CUADRO 31: COSTOS INDIRECTOS FABRICACIÓN	113
CUADRO 32: GASTOS ADMINISTRATIVOS	113
CUADRO 33: GASTOS VENTAS.....	113
CUADRO 34: INVERSIÓN INICIAL	114
CUADRO 35: COSTO DE OPORTUNIDAD	115
CUADRO 36: VENTAS SEGÚN PREFERENCIA DEL MERCADO	116
CUADRO 37: PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	117
CUADRO 38: MATERIA PRIMA DIRECTA	118
CUADRO 39: SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL	119
CUADRO 40: PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO	119
CUADRO 41: EMPAQUE.....	119
CUADRO 42: MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO	120
CUADRO 43: COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO	120
CUADRO 44: RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	121
CUADRO 45: PROYECCIÓN DE SALARIO BÁSICO UNIFICADO	122
CUADRO 46: PROYECCIÓN DEL COSTO DE SUELDOS ADM.....	122
CUADRO 47: SERVICIOS BÁSICOS	123
CUADRO 48: SERVICIOS DE COMUNICACIÓN	123
CUADRO 49: MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN.....	123
CUADRO 50: SUMINISTROS DE OFICINA.....	124
CUADRO 51: RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	124
CUADRO 52: PUBLICIDAD.....	125
CUADRO 53: GASTOS FINANCIEROS	125
CUADRO 54: RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	125
CUADRO 55: TABLA DE AMORTIZACIÓN	126
CUADRO 56: DEPRECIACIÓN	128
CUADRO 57: ESTADO DE RESULTADOS	130
CUADRO 58: FLUJO DE CAJA.....	131

CUADRO 59: VALOR ACTUAL NETO.....	132
CUADRO 60: TASA INTERNA DE RETORNO.....	132
CUADRO 61: RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	133
CUADRO 62: BENEFICIO COSTO.....	134
CUADRO 63: PUNTO DE EQUILIBRIO DE 1 ½ PLAZA DE SÁBANAS	135
CUADRO 64: PUNTO DE EQUILIBRIO DE 2 PLAZAS DE SÁBANAS..	135
CUADRO 65: PUNTO DE EQUILIBRIO DE 2 ½ PLAZA DE SÁBANAS	136

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: PORCENTAJES DE LA POBLACIÓN POR SEXO	36
GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN ÉTNICA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE	37
GRÁFICO 3: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	114

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: CANALES DE DISTRIBUCIÓN	91
ILUSTRACIÓN 2: MAPA PROVINCIAL DE IMBABURA.....	95
ILUSTRACIÓN 3: LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA TEXTIL.....	97
ILUSTRACIÓN 4: DISEÑO DE LAS INSTALACIONES	102

INTRODUCCIÓN

- **ANTECEDENTES**

Posso (2008) “Con capital de empresarios españoles se construye en Atuntaqui (Andrade Marín) la fábrica textil Imbabura, aprovechando ciertas ventajas como: la línea férrea, la mano de obra disponible al ubicarse en el centro de la provincia, la cercanía del valle del chota productor de algodón, toda la fuerza productiva de la región norte del Ecuador en 1922 – 1926”. (p.59)

“Parte de la gran maquinaria de la factoría fue transportada desde Quito hasta el caserío de Lourdes (hoy Andrade Marín) a través de arrieros por el antiguo camino a las faldas del volcán Imbabura”. (p.59)

“En 1929 llega el ferrocarril hasta Andrade Marín, con ello se complementa el equipamiento de todas las secciones de producción de la fábrica Imbabura”. (p. 71)

Según datos de Calderón (2005), en 1929 – 1937 llegó la bonanza productiva de la fábrica Imbabura (la producción era muy aceptada y cotizada en todo el país e incluso en el sur de Colombia, alrededor de 1000 obreros trabajaban en la fábrica, sus remuneraciones altas y se gestó en la fábrica el sindicalismo del país. La fábrica Imbabura proveía de agua y energía eléctrica al pueblo y aportaba económicamente al desarrollo y construcción de escuelas, centros de salud y mejoras en infraestructura vial y servicios, tal así que se conforma el comité pro cantonización. A partir de 1966, luego del cierre de la fábrica, nace la pequeña industria textil dada la vocación textil obtenida en la fábrica, los ex – obreros montan pequeños talleres en Atuntaqui.

En el año 1970 en adelante se organizan y constituyen los artesanos en gremios, asociaciones, federación (asociación de tejedores, gremio de sastres y modistas, etc.) la producción se limitaba al interior de las viviendas de los atuntaqueños y atuntaqueñas la comercialización se la realizaba directamente en diferentes ciudades del país (Quito, Tulcán, Ambato entre otras).

En 1999 se crea la Cámara de Comercio de Antonio Ante y años más tarde la Cámara de la Producción, así se fortaleció el desarrollo productivo de la ciudad y se gestó varios proyectos y acciones.

Desde esta fecha se inicia una importante relación público-privado con lo que se fortalece la gestión interinstitucional y el desarrollo del cantón Antonio Ante.

La Cámara de Comercio inicia en el 2001 con la realización de las ferias textiles, que se mantienen hasta hoy en día y a la que visitan cada año unas 150.000 personas. Lo que es un gran factor de dinamización de la economía de la región y de cambio.

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad el Cantón Antonio Ante se ha constituido como una fuente de empleo, siendo este conocido como la capital industrial y textilera del país, la cual me ha permitido enfocarme en la creación de una nueva pequeña empresa textil para la confección de juegos de sábanas, logrando una gran ventaja por el hecho que, en el cantón no existe un número mayor de empresas que se dedican únicamente a esta labor.

Asimismo el número de consumidores para la compra de lencería de hogar en la ciudad de Atuntaqui es alto, debido al crecimiento de la actividad textil, por lo que es importante crear una pequeña empresa, que únicamente oferte a los pequeños, medianos y grandes consumidores textiles.

Además con la ejecución del proyecto se pretende crear fuentes de empleo que se encarguen del manejo de la empresa tanto en su parte operativa como administrativa, contribuyendo de esta forma a solucionar problemas actuales como el desempleo que aquejan a nuestro medio.

Como beneficiarios directos de este proyecto se tiene a los confeccionistas, productores o artesanos de la ciudad de Atuntaqui, dedicados a la producción y comercialización de prendas de vestir y otros. Y como beneficiarios indirectos se tiene a los consumidores finales los cuales se favorecerán de los buenos precios de los productos.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

- **Objetivo General**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa textil dedicada a la confección y comercialización de juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

- **Objetivo Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría el proyecto.
- Definir las bases teóricas-científicas que sirvan de apoyo al proyecto propuesto.
- Realizar el estudio de mercado actual que determine la oferta y demanda del producto.
- Efectuar un estudio técnico, con el fin de determinar el tamaño, localización, procesos productivos y de comercialización requeridos para poner en funcionamiento el proyecto de la pequeña empresa textil.
- Determinar la estructura organizativa y funcional con el cual el proyecto desarrollará sus actividades.
- Realizar el estudio económico-financiero del proyecto para que sea autosustentable.
- Analizar los principales impactos que este proyecto genere en el ámbito social, económico, cultural y ambiental.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Con el diagnóstico situacional desarrollado se trata de conocer objetivamente el área donde se implementará el proyecto, enfocando aspectos como: históricos, socio-demográficos y actividades económicas de la ciudad de Atuntaqui. Se trata de un diagnóstico situacional general, puesto que el diagnóstico técnico se lo efectuará previo al desarrollo del capítulo relacionado al Estudio de Mercado.

Metodológicamente, se iniciará planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstico y determinando las fuentes de información. A continuación se detalla los aspectos señalados.

1.1. ANTECEDENTES

El Cantón Antonio Ante pertenece a la Provincia de Imbabura, compuesto por las siguientes parroquias urbanas: Atuntaqui y Andrade Marín cabecera cantonal, y las cuatro parroquias rurales dentro de un espacio y una interculturalidad compartida que exhiben sus propios rasgos de identidad, como por ejemplo la productividad agrícola de **Imbaya**, la gastronomía de **Chaltura** resumida en la preparación del cuy, la diversidad productiva y cultural de **Natabuela**, la dignidad indígena de **San Roque**. Fueron decreto de cantonización por el General Alberto Enríquez Gallo, Jefe Supremo de la República, un 12 de febrero de 1938. La historia e identidad de Antonio Ante se ha escrito junto a la Fábrica Imbabura, es por esto, que este importante ícono para el cantón y el país así declarado como Patrimonio Cultural de la Nación.

Por tal motivo los atuntaqueños tienen su razón de ser, pues un hecho histórico marcó la pauta para su presente. El 6 de mayo de 1924 se

colocó y bendijo la primera piedra para la construcción de la Fábrica Textil Imbabura, la cual fue el eje económico del Cantón y País desde 1926 hasta los años 70. Pues fue un centro de comercio de hilos y telas de algodón; los mejores a nivel de Ecuador y sur de Colombia.

Es así que Atuntaqui, unida con Andrade Marín, parroquias urbanas, se consolidan como el centro textil y artesanal del cantón. Hoy, el 60 % de los habitantes de Antonio Ante tienen como modo de sustento la producción textil y de confecciones, lo que ha logrado que Atuntaqui genere empleo para cantones cercanos como Otavalo, Cotacachi e Ibarra, constituyéndose en el cantón con menor índice de desempleo en Imbabura (5 por ciento) y uno de los cantones de mayor progreso del país.

Y es que, la bien ganada imagen de la ciudad industrial tiene como soporte el trabajo de cientos de familias locales, que dedican sus esfuerzos a la producción textil con exigentes innovaciones del mercado nacional e internacional.

Hoy, es catalogado como centro industrial de la moda. Las ferias industrial y artesanal que se realizan en ella, constituyen una vitrina de la producción textil, donde se expone al visitante variedad de artículos en diferente calidad y diseño. Pronto se podrá visitar un museo textil levantado en la antigua fábrica Imbabura. Poco a poco, Atuntaqui se convierte en uno de los potenciales destinos turísticos por la originalidad de la celebración de fiestas tradicionales.

1.2. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional del entorno, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría el proyecto.

1.2.2. Específicos

- Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Atuntaqui.
- Analizar datos socio – demográficos de la ciudad de Atuntaqui.
- Determinar los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto.
- Conocer la cantidad de productores textiles que se desarrollan en el cantón.
- Analizar las formas y tecnología utilizada en la confección de los juegos de sábanas y su comercialización.

1.3. Variables Diagnósticas

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación se detalla:

1.3.1. Variables

- Datos históricos
- Socio demográfico
- Aspectos socioeconómicos
- Productores
- Confección y comercialización

1.3.2. Indicadores

Datos históricos

- ✓ Reseña histórica
- ✓ Aspectos geográfico

Socio demográfico

- ✓ Población
- ✓ Población hombres y mujeres
- ✓ Población económicamente activa
- ✓ Auto identificación étnico racial
- ✓ Desempleo

Aspectos socioeconómicos

- ✓ Industrial
- ✓ Terciaria
- ✓ Agropecuaria

Productores

- ✓ Nivel de educación
- ✓ Experiencia del trabajo
- ✓ Capacitación

Confección y comercialización

- ✓ Formas de producción
- ✓ Materia prima
- ✓ Maquinaria
- ✓ Talento humano
- ✓ Capacidad de producción
- ✓ Control de calidad

1.3.3. Matriz de Relación Diagnóstica de la Investigación

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Instrumentos
Establecer los antecedentes históricos de la ciudad de Atuntaqui.	Antecedentes históricos	<ul style="list-style-type: none"> • Datos históricos • Aspectos geográficos 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundario 	Investigación Bibliográfica-Documental
Analizar datos socio -demográficos de Atuntaqui.	Caracterización demográfica de la Ciudad	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Población hombres y mujeres • Población económicamente activa • Auto identificación étnico racial • Desempleo • Empleo y subempleo 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundario 	Referencias Estadísticas
Determinar los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto a implantarse.	Situación socio-económica	<ul style="list-style-type: none"> • Industrial • Terciaria • Agropecuaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundario 	Referencias estadísticas Internet
Determinar y analizar la cantidad de productores textiles de la ciudad.	Identificación de Productores	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de educación • Experiencia del trabajo • Capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundario 	Referencias Estadísticas
Analizar las formas y tecnología utilizada en la confección de los juegos de sábanas y su comercialización	Producción y tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de producción • Materia prima • Maquinaria • Talento humano • Capacidad de producción • Control de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Secundario 	Investigación bibliográfica/documental

Elaborado por: La Autora

1.4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.4.1. Antecedentes históricos

Según el historiador Jijón y Caamaño (...) “la civilización de Imbabura es la consecuencia de la incorporación de elementos culturales que poblaron esta zona como producto de oleadas migratorias primitivas, hace más de 1500 años de nuestra era. Siendo Nicaragua, Costa Rica, Panamá y otros actuales estados de América central, los orígenes de estos pueblos asentados en lo que hoy es la provincia de Imbabura”. (Citado por Posso, 2008, p.36)

“La actividad de los hombres de Atuntaqui, casi exclusiva en la provincia, tuvo su apogeo hasta 1924, fecha de instalación de la Fábrica Textil Imbabura, lugar donde encontraron trabajo los arrieros casi en la misma casa; prestando sus servicios a la región y nación; y con la llegada del tren prácticamente se acabó este noble oficio que dio mucho estatus y prestigio al pueblo. (Citado por Posso, 2008, p.44)

También se dedicaban a las actividades productivas tal vez de igual importancia que la mencionada, tal es el caso de la agricultura, tomando en cuenta la fertilidad de los suelos producción de maíz, trigo, cebada, arveja, habas y otros productos como las papas y ocas; fue abundante y de calidad, permitiendo dar trabajo directo e indirecto a muchas familias del sector.

Según comenta Jorge E. Ubidia P. en su Monografía de Andrade Marín, “desde 1824, año en que se fundó Atuntaqui, hasta 1916, en que llegó el primer ferrocarril, la entonces parroquia de Ibarra era la cuna de los arrieros más famosos del país. Se cuenta que los atuntaqueños emprendían las caminatas, mientras las mujeres quedaban al cuidado de

las familias y parte de los animales de carga, que descansaban hasta el retorno de los arrieros, para emprender nuevos viajes”. (Citado por Posso, 2008, p.p.24-30)

Antonio Ante es un pueblo que ha ido configurando su identidad en el marco de un proceso histórico en el que resaltan importantes etapas, personajes y acontecimientos como referentes de emprendimiento, lucha, unidad y progreso hasta los tiempos actuales en los que se ha convertido en una experiencia de desarrollo, motivo de atención en el país y en el mundo fortaleciendo elementos claves de la cultura anteña así como de su economía, ambiente y la calidad de vida de su gente.

1.4.2. Aspectos geográficos

1.4.2.1. Ubicación

En el norte del Ecuador se encuentra la provincia de Imbabura, así llamada por el volcán que le sirve de cerro tutelar. La provincia tiene una ubicación estratégica, pues se encuentra a 60km. de la capital de la república (Quito) y a 100 km. de la frontera colombiana.

En el sentido perpendicular, es un eje comunicador entre la Costa y la Amazonia. La actividad económica de Imbabura es esencialmente agropecuaria y de servicios.

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

**CUADRO 1: ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL CANTÓN ANTONIO
ANTE**

UNIDAD TERRITORIAL	POBLACIÓN	DISTANCIA DE ATUNTAQUI	NATURALEZA PARROQUIA
Atuntaqui-Andrade Marín	19.216 Hab.	-	Cabecera Cantonal
Chaltura	2.840 Hab.	5 Km	Parroquia Rural
Imbaya	1.110 Hab.	9Km	Parroquia Rural
Natabuela	4.288 Hab.	4Km	Parroquia Rural
San Roque	8.599 Hab.	4 Km	Parroquia Rural

Fuente: Plan Estratégico Cantonal (BASE INEC 2010)

Elaborado por: La Autora

1.4.2.2. Límites

- Por el Norte, con el cantón Ibarra
- Por el Sur, el Cantón Otavalo
- Por el este, cerro Imbabura
- Y por el Oeste, Cantones Cotacachi y Urcuquí.

1.4.2.3. Vías de Acceso

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

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

Se puede llegar en transporte público, en buses nuevos y cómodos que cubren la ruta Quito – Ibarra – Tulcán y viceversa, existiendo frecuencias regulares todos los días, en todos los horarios.

1.4.3. DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

1.4.3.1. Población

En la actualidad según datos de INEC Resultados del censo 2010, es aproximadamente **43.518** habitantes.

El cantón es el de menor extensión territorial, con 79 km², que significa el 1.8% de la provincia de Imbabura. La población crece (según datos de la agenda 21) a una tasa del 2.5%, superior a la nacional (2.1%) y a la de Imbabura (2.3%), lo que la ubica como la segunda en dinámica poblacional de la Provincia, después de Otavalo (4.29%).

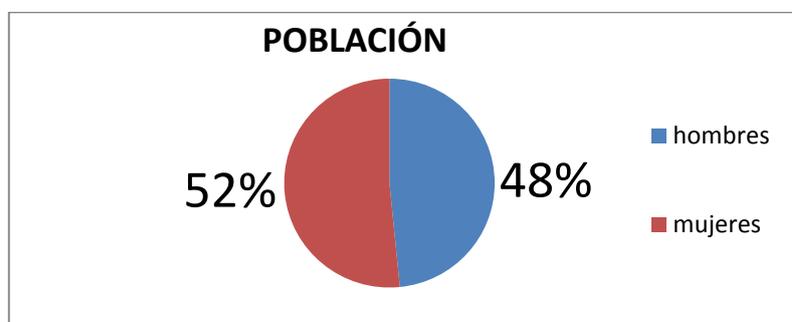
CUADRO 2: POBLACIÓN DEL CANTÓN ANTONIO ANTE SEGÚN SEXO

CANTÓN	POBLACIÓN TOTAL	HOMBRES	MUJERES
ANTONIO ANTE	43.518	21.069	22.449
%	100%	48	52

FUENTE: INEC – CENSO 2010

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 1: PORCENTAJES DE LA POBLACIÓN POR SEXO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE



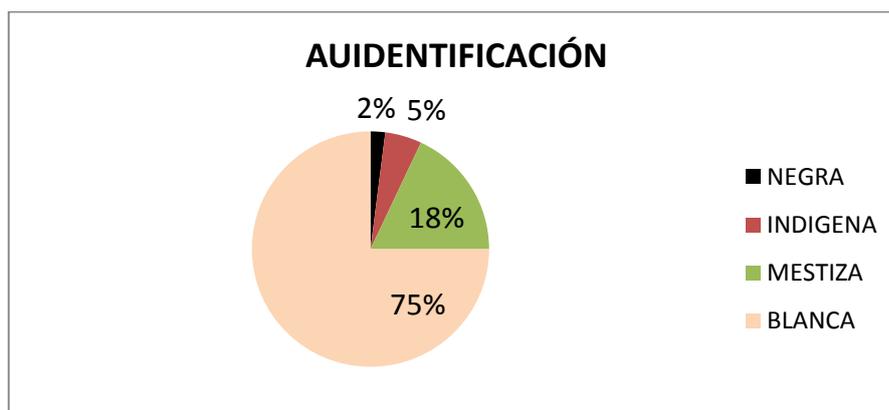
FUENTE: INEC 2010

Elaborado por: La Autora

1.4.3.2. AUTO IDENTIFICACIÓN ÉTNICO RACIAL

En cuanto a la distribución étnica, la mayoría la constituyen mestizos (75%), seguidos de indígenas (18%), y con una escasa población negra de (5%), y la población blanca (2%).

GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN ÉTNICA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE



Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La Autora

1.4.3.3. POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Dentro del Cantón Antonio Ante las actividades más destacadas dentro de la Población Económicamente Actividad son las que se detallan a continuación:

CUADRO 3: ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA	PEA	PORCENTAJE
Manufactura	3.803	26,79
Agricultura	2.812	19,82
Comercio hoteles y restaurantes	2.149	15,15
Servicios personales y sociales	2.065	14,54
Construcción	1.198	8,43
No bien especificadas	1.179	8,30
Transporte almacenamiento y comunicación	646	4,55
Servicios financieros	305	2,14
Minas y canteras	26	0,18
Electricidad, gas y agua	15	0,10
TOTAL	14.198	100,00

Fuente: SIISE 3.5 de agenda 21

Elaborado por: La Autora

Como se muestra, Atuntaqui, por su gran cantidad de población dedicada a la manufactura, es catalogada como el “centro industrial de la moda”, con más de 150 fábricas textiles y de confección donde se puede adquirir todo tipo de prendas de vestir con diseños exclusivos y dirigidos a todo gusto y edad, que forman parte de la Cámara de Comercio del Cantón Antonio Ante.

El incremento de esta actividad productiva empezó hace 10 años con la ejecución de los eventos feriales nacionales y se consolidó en el 2006, con la mayor oferta de productos, construcción y adecuación industrial y reingeniería urbana con visión comercial.

1.4.3.4. Empleo y Subempleo

En lo que se refiere al empleo y subempleo dentro del cantón Antonio Ante se puede decir en forma general que es uno de los cantones a nivel nacional que más controlado tiene este problema social debido a la gran cantidad de industrias textiles que posee, en la cual se alberga a la

mayoría de la población económicamente activa y población en edad de trabajar.

1.4.3.5. Desempleo

Antonio Ante en la actualidad es un ejemplo de desarrollo integral e incluyente en donde a más del crecimiento económico se quiere generar oportunidades a todas y todos fortaleciendo los ejes social, cultural y ambiental en un marco de democracia real.

En el cantón Antonio Ante existe un bajo nivel de desempleo, ya que se mantiene esta tendencia en razón de que se ha ido incrementando el número de microempresas y muchas han mejorado sus niveles tecnológicos, capacidad de producción y número de trabajadores.

1.4.3.6. Costumbres

A más de las costumbres familiares de todo hogar, merece ponerse de manifiesto el principal referente religioso que es El Santuario del Señor del Santo Sepulcro, se ubica en el centro de la ciudad de Atuntaqui; las primeras gestiones para su construcción fue en 1898. En su altar mayor bañado en oro se venera la imagen del Santísimo, tiene dos torres frontales y una majestuosa cúpula, y es por eso el nombre al santuario.

1.4.3.7. Eventos tradicionales

Las fiestas de Cantonización del 12 de febrero al 02 de marzo. Por su característica de ciudad textil, cada año se realiza la Moda Expo Atuntaqui, en el feriado de Carnaval, es un espacio para fomentar negocios a nivel nacional e internacional. Además de los diferentes shows artísticos que llaman la atención de turistas y visitantes tanto nacionales como internacionales.

Mención especial la presencia de la “Molienda de Caña de Azúcar” en la que se representan el aspecto histórico-cultural de Atuntaqui. La Caminata Arrieros por Siempre, entre otros.

1.4.3.8. Turismo

Población turistas de Quito, Loja, Cuenca y Guayaquil llegan a Atuntaqui para hacer turismo de compras en el recinto de la moda que viste a los ecuatorianos, es así que los fabricantes y comerciantes conocen que un turista de ciudades cercanas a Atuntaqui, como Ibarra y Otavalo gastan entre 15 y 30 dólares, mientras que los de ciudades del centro del Ecuador consumen entre 100 y 200 dólares por familia.

CUADRO 4: OFICINA DE INFORMACIÓN I-TUR REGIÓN SIERRA NORTE.

TURISTAS		
3.000	Que llegan a la provincia Imbabura	100%
1.500	Consumen productos textiles y gastronómicos	50%
900	Visitan balnearios, centros comerciales	30%
600	Turistas locales son parte de actividades familiares en lagos, lagunas y parques.	20%

Fuente: Base de Datos de I-TUR

Elaborado por: La Autora

1.4.4. DATOS SOCIOECONÓMICOS

1.4.4.1. Actividades industriales

Ciudad industrial, donde la textilera se ha desarrollado con fuerza a nivel familiar y de asociaciones. Sus productos en variedad de tejidos y ropa con calidad de exportación, y sus afamadas ferias textiles, son

reconocidos a nivel local, nacional e internacional. La amabilidad de su gente la hace una población cálida. Según la Cámara de Comercio del cantón Antonio Ante, esta industria está constituida por aproximadamente 480 industrias textiles, formando así; pequeñas y medianas industrias, realizadas por el 80% de la población atuntaqueña los cuales generan gran cantidad de empleo.

En relación a la producción de textiles, como son los juegos de sábanas, información obtenida por la cámara de comercio de Antonio Ante en la actualidad existen un número no mayor a 5 empresas dedicadas a esta actividad, ya sean éstas ubicadas en la zona céntrica del cantón.

La Cámara de Comercio y el Municipio de Antonio Ante mantienen como gran objetivo, promocionar a la ciudad no sólo en feriados, sino por todo el año; a nivel nacional e internacional, por lo que se generan eventos artísticos y culturales, rescatando fechas importantes para atraer a los turistas.

1.4.4.2. Actividad de servicios

Los servicios del cantón están agrupados por cierta cadena hotelera, restaurantes, comercio, servicios de transporte, comunicaciones, bancarios y arrendamiento de infraestructura para la producción, comercialización y vivienda.

Gran parte de los servicios están enfocados en el turismo y gastronomía el turismo llegado a conocer por la reseña histórica de nuestros antepasados por la Ex – Fábrica Imbabura estructura arquitectónica del cantón, hoy en día declarado un bien patrimonial. Su gastronomía ciudad caracterizada por la preparación de las fritadas, mientras que en Chaltura es común el cuy. Las dos ofertas gastronómicas van acompañadas de mote, tostado, choclo, papas y constituyen una carta de presentación que

da reconocimiento nacional e internacional al cantón. También son famosos los helados de crema y frutas, que van acompañados de “las cosas finas”: suspiros, mojicones, panuchas y rosquetes que son preparados a base de maíz. Y la arqueología de las Tolas formadas por pueblos antepasados que se levantan por todo el cantón, dan cuenta de la importancia de estas tierras que residieron a líderes; hoy como tumbas gigantes miran el paso de los siglos, inmóviles frente a la dialéctica de la sociedad anteña.

1.4.4.3. Actividad Agropecuaria

La economía de las parroquias rurales del cantón Antonio Ante como son San Roque, Chaltura, Natabuela, Imbaya, basadas en actividades agropecuarias como son la producción del maíz el trigo, fréjol, papas entre otros productos han permitido la seguridad alimentaria propia y un aporte clave del cantón; así también la crianza de animales (ganado, pollos, conejos, cuyes, chanchos) los cuales a su vez llegan al consumo local.

1.4.5. ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO

MATRIZ AOR

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de turismo nacional y extranjero al cantón Antonio Ante por su posicionamiento textil, lo que permite ofertar productos de lencería de hogar ya que existe afluencia de compradores. • Apertura de ferias locales, las cuales ayudan a que se dé a conocer el producto a todos los visitantes. • Existencia de clientes potenciales en el Cantón (Hoteles, hostales, residencias, hosterías). • Existencia de fábricas y distribuidores de telas nacionales e importadas. • Mano de obra calificada 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe capacitación para personal operativo (Los programas de formación industrial por parte de la Municipalidad de Antonio Ante) • Existencia de máquinas industriales con tecnología de punta. • Escasas empresas productoras de juegos de sábanas a nivel del cantón. • Existencia de nuevos nichos de mercado (Centros comerciales) • Vías de acceso a la ciudad en buen estado.
OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Afluencia de comerciantes de otras ciudades de productos similares. • Importación del producto por parte de las grandes empresas textiles. • Imagen y marca de los competidores ya posesionados en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos con altas tasas de interés. • Altos aranceles a la importación de la materia prima para la producción del producto. • Competencia desleal existente en el mercado.

Elaborado por: La Autora

1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Se puede deducir que uno de los problemas más veraz es la producción de muchas prendas de vestir, y se lo define como un mercado saturado y altamente competitivo, ya que la mayor parte de productores-artesanos se dedican a la elaboración de productos similares, y existe una alta dependencia de los intermediarios que son quienes obtienen mayor rentabilidad.

Por ser Atuntaqui un cantón netamente textil es oportuno y necesario ampliarse con nuevas ofertas ya que existe una escasa producción de lencería de hogar, el mismo que les obliga a los consumidores a adquirir el producto a precios altos y de baja calidad.

Por tanto el presente ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JUEGOS DE SÁBANAS, EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA, propone una solución que contendrá aspectos básicos que permitan manejar cabalmente los procesos de producción y comercialización en la industria textil de este cantón.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La Empresa

ROMEUF J: 2005 Pág. 393 dice: *“en economía la empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales y humanos. Se encarga, por tanto de la organización de los factores de producción, capital y trabajo”.*

Este concepto según el autor, una empresa es una unidad productiva y de servicios, en la cual participan ciertos recursos como son materiales, económicos, humanos, que deben a su vez mantenerse en constante control y capacitación para que tengan el cumplimiento de las actividades, valiéndose de la administración para lograr sus objetivos.

2.2. Importancia

La existencia de una empresa es de vital importancia para quienes la van a conformar, ya que constará de una sociedad emprendedora cuyo objetivo primordial es proveer un bien o servicio a la colectividad, encaminadas a ser productivas bajo una estructura de hecho y derecho (leyes) utilizando métodos, procesos, técnicas, ya que por naturaleza es poder obtener rentabilidad satisfaciendo la demanda y aportando al desarrollo socioeconómico de un país.

2.3. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

2.3.1. Según su escala

- **Microempresas.-** es la más pequeña de la escala empresarial, que no sobrepasa los 20.000 USD y los 10 trabajadores incluyendo el dueño.
- **Artesanía-** es aquella que tiene un capital máximo de 62.500 USD y no más de 20 trabajadores incluyendo operarios y aprendices.
- **Pequeña industria.-** es aquella que tiene un capital máximo de 350.000 USD excluido terreno y edificio.

2.3.2. Por su naturaleza

VALDIVIESO M, (2005) afirma: "Existen algunos criterios para clasificar a las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes:"

- **Empresas Industriales.-** Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.
- **Empresas Comerciales.-** Son aquellas que se dedican a la compra – venta de productos convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.
- **Empresas de Servicios.-** Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

2.3.3. Por el sector al que pertenecen

- **Públicas.-** Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado).
- **Privadas.-** Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).
- **Mixtas.-** Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).

2.4. La Pequeña Industria Textil

2.4.1. Concepto

Según la página www.pequeñasempresas.com Define como aquella empresa con predominio de la operación de la maquinaria sobre la manual, que se dedique a actividades de transformación de materia prima en artículos finales.

Las industrias textiles son una parte importante dentro del estado, ya que han generado fuentes de empleo para las personas que son calificadas como maestros u obreros dentro del sector textil, por otra parte se encarga de transformar la materia prima en un bien final mismo que lo comercializan dentro del mercado local y nacional.

2.4.2. Evolución de la Pequeña Industria Textil

Si recordamos al nacimiento de este núcleo de empresas denominadas pequeña industria, encontramos dos formas de surgimiento de las mismas. Por un lado aquella que se originan como empresas propiamente dichas, es decir, en las que se puede distinguir correctamente una

organización y una estructura, donde existe una gestión empresarial. Estas, en su mayoría, son de capital y se desarrollan dentro del sector formal de la economía.

Por otro lado, están aquellas que tuvieron un origen familiar caracterizadas por una gestión a lo que sólo le preocupó su supervivencia sin prestar demasiada atención a temas tales como el costo y capital, o la inversión que permite el crecimiento.

Las pequeñas industrias textiles, comenzaron a adquirir importancia dentro de la economía en los años 50'y 60' con el desarrollo de la revolución industrial con el proceso de tejidos, madera, imprenta, metal, minas y alimentos.

2.4.3. Característica de la Pequeña Industria Textil

Se la considera como una organización económica donde se combinan los factores productivos (naturaleza, trabajo y capital) para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción.

2.5. ESTUDIO DE MERCADO

***BLANCO Adolfo, pág. 45 (2009) dice:** “un estudio de mercado tiene la finalidad de probar que existe un número suficiente de posibles clientes, que bajo ciertas condiciones presenten una demanda insatisfecha, la cual justifique la puesta en marcha de una producción encaminada a satisfacer esas necesidades sea en bienes o servicios, así mismo este debe incluir formas específicas para llegar hasta ellos”.*

2.5.1. Objetivo del estudio de mercado

ARÉVALO G, pág. 46 (2008); dice: “estimar la cuantía de los bienes y servicios de una nueva unidad de producción o de servicios que la comunidad estaría dispuesta por determinado precio”.

El objetivo del estudio de mercado va encaminado a buscar un grupo determinado de personas que busca un grupo de personas que busque nuevos productos o servicios para satisfacer sus necesidades.

2.5.2. Segmento de mercado

Autores Walker y Stanton, definen un segmento de mercado son “un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de productos”.

2.5.3. Identificación del mercado

2.5.3.1. Mercado meta

El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar.

2.6. Comercialización

2.6.1. Definición

Según la página www.monografias.com/trabajo/mercado. La comercialización es “La palabra marketing (comercialización) proviene del vocablo inglés market (mercado) que representa a un grupo de

vendedores y compradores deseosos de intercambiar y/o servicios por algo de valor”.

2.6.2. Producto

QUELAL L. Marcelo, pág. 7: *“el producto es algo que puede ser ofrecido en el mercado para satisfacer un deseo o necesidad”.*

Con este concepto el autor quiere decir que el producto debe estar definido antes de dar inicio al proyecto y así determinar qué tipo de materiales o procesos va a requerir su producción.

2.6.3. Precio

QUELAL L. Marcelo, pág. 26: *“el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. Es la suma de todos los valores que los consumidores intercambian por el beneficio de poseer o utilizar un producto o servicio”.*

Cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto o servicio.

El precio variará de acuerdo al juego de oferta y demanda, o si éste es regulado por el organismo que lo controla. El precio es quizás el elemento más importante de la estrategia comercial en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que será el que defina en último término el nivel de los ingresos. Es importante también, las condiciones de venta, el % de cobro al contado, el plazo de crédito, el monto de las cuotas, los descuentos por pronto pago, los descuentos por volumen, etc.

2.6.4. Plaza

AMARÚ ANTONIO Cesar, pág. 214, 2009 manifiesta: *“es el conjunto de personas y organizaciones (clientes) que desean o necesitan determinados productos y servicios, que están dispuestas a adquirirlos y tienen el poder adquisitivo para ello”.*

2.6.5. Promoción

QUELAL L. Marcelo, pág. 59: *“promoción consiste en un conjunto de instrumentos de incentivos generalmente a corto plazo diseñados para dar al consumidor una motivación extra para comprar un producto o servicio.*

Mientras que publicidad ofrece una razón para comprar, la promoción de ventas proporciona un incentivo a la compra”.

2.6.6. Oferta

ARBOLEDA GERMÁN, (2005) Dice *“La oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto”*

Capacidad que se tenga para satisfacer la demanda. Cuando se habla de capacidad se refiere al manejo de los recursos y a la capacidad instalada de la competencia.

2.6.7. Demanda

KOTLER Philip: pág. 273, 2007 dice: *“la demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá en un grupo de*

clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercadotecnia definido”.

Cantidad del bien o del servicio que es solicitado por el cliente. Depende de la demanda la cantidad de bien o servicio a producir o brindar.

2.6.8. Proyección

www.wikipedia.org: *“la proyección es aquello que se espera que consiga un proyecto en el futuro o el alcance de un hecho o de las cualidades de una persona”.*

2.7. ESTUDIO TÉCNICO

2.7.1. Definición

JÁCOME Walter, 2005 pág. 133: *“es la fase del proyecto que corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantarse tenga éxito, es decir trabajar con información confiables y adecuadas, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades”.*

El Estudio Técnico son todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio. Consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado. Cuyo objetivo es verificar la disponibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear. Y así analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción.

2.7.2. Tamaño del proyecto

GALÁRRAGA Nuria, 2007. Pág. 15, dice: *“el tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa, que puede ser medida en días, semanas, meses o años”.*

Esta autora define al tamaño del proyecto como el volumen de producción de bienes o prestación de servicios por lo que asegure la más alta rentabilidad, en su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por el tiempo.

2.7.2.1. Localización del proyecto

www.wikipedia.org.2010 dice: *“consiste en el análisis de las variables considerables como factores de localización”.*

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia.

2.7.2.1.1. Macro localización

GARCÍA G., Flor (2007, pág. 74); dice: *“la macro localización es decidir la zona donde se instalara la empresa o negocio”.*

La macro localización consiste en la ubicación de la organización en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.

2.7.2.1.2. Micro localización

***GARCÍA G., Flor, (2007, pág. 74); dice:** “la micro localización es elegir el punto preciso dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio”.*

La micro localización es la determinación del punto preciso donde se ubicará la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

2.8. INGENIERÍA DEL PROYECTO

2.8.1. Definición

***JÁCOME WALTER, 2005. Pág. 133 dice:** “esta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre riesgo de tener dificultades”.*

Para el autor la ingeniería del proyecto consiste en definir y especificar técnicamente los factores fijos (edificios, equipos, etc.) y los variables (mano de obra, materias primas, etc.) que componen el sistema. En la ingeniería básica es necesario conocer las características de los bienes o los servicios.

2.8.2. PROCESO PRODUCTIVO

Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio, en el cual se conjugan los recursos necesarios para realizar el proceso.

2.8.3. Distribución en Planta

Definido el proceso productivo y los equipos a utilizar, debe hacerse la distribución de los mismos dentro del edificio, según los siguientes criterios:

- Integración total
- Utilización del espacio cúbico
- Seguridad y bienestar para el trabajador.
- Flexibilidad

2.8.4. Tecnología

Es importante que se defina qué tipo de tecnología se va a utilizar en el proyecto; para este caso de la confección se definirá dicha producción con tecnología de punta, mejorada o la tradicional, para poder determinar el análisis de pre inversión.

2.8.5. Inversión

La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

2.8.5.1. Inversión Fija

MOYA MIGUEL, (2008) Dice; *“La Inversión Fija corresponde a los activos productivos sujetos a depreciación, también se incluyen como inversión fija los gastos de constitución e investigación”.*

Por tanto es la incorporación al aparato productivo de bienes destinados a aumentar la capacidad de la producción. Las principales inversiones pueden ser: equipo y maquinaria.

2.8.5.2. Inversión Variable

MOYA MIGUEL, (2008) *“La inversión Variable es la referente a activos menores y que generalmente constituye el capital de trabajo, que debe estimarse para poner en marcha el proyecto”.*

Usualmente está conformada por trabajos de investigación y estudios, es decir los gastos operativos, organización y capital de trabajo.

2.9. ESTUDIO ECONÓMICO

Por los conocimientos adquiridos en la universidad, en el estudio económico se empieza a jugar con los números, los egresos e ingresos que se proyectan, en un período dado, arrojando un resultado sobre el cual el inversionista fundamentará su decisión. Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. Cuál será el costo total de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica, la que es muy importante para la toma de decisiones sobre la vida del proyecto. El objetivo es demostrar la rentabilidad económica y la viabilidad financiera del proyecto y aportar las bases para su evaluación económica.

2.9.1. Activos

BLANES P. Joaquín, 2006 (Pág.12): *“Son todos los valores, bienes y derechos de propiedad de la empresa”*

Los activos agrupan el conjunto de cuentas que representan los bienes y derechos tangibles e intangibles con que cuenta la institución y que por lo general son fuente potencial de beneficios presentes o futuros.

2.9.2. Pasivos

BLANES P. Joaquín, 2006, Pág.125: *“Son todas las obligaciones o deudas de la empresa con terceras personas o los derechos de terceras personas sobre la propiedad o activo de la empresa”*

Los pasivos agrupan las cuentas que representan las obligaciones contraídas por la empresa en el desarrollo de sus actividades, pagaderas en dinero o en bienes. Comprende las obligaciones financieras, los proveedores, las cuentas por pagar, los impuestos, obligaciones laborales, los diferidos, las provisiones, otros pasivos, etc.

2.9.3. Patrimonio

BLANES P. Joaquín, 2006 (Pág.12): *“Es el derecho del propietario o propietarios sobre el activo de la empresa”*

Corresponde a los valores que son de propiedad de la empresa, está integrado por las cuentas de capital social, reservas, utilidades y/o pérdidas de los ejercicios anteriores y actuales.

2.9.4. Ingresos

ENCICLOPEDIA ENCARTA, (2008): *Ingresos, dinero, o cualquier otra ganancia o rendimiento de naturaleza económica, obtenido durante cierto periodo de tiempo.*

Ingreso es cualquier partida u operación que afecte los resultados de una empresa aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas.

2.9.5. Egresos

SARMIENTO R. Rubén: (2003.) Pág. 23 dice: *“son todos los gastos monetarios que significan desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización en un ejercicio económico”.*

2.9.5.1. Materia prima directa

En este rubro se encuentran involucrados todos aquellos insumos que intervienen directamente en la elaboración del producto.

2.9.5.2. Mano de obra directa

Es todo el personal que intervienen directamente en la transformación de los insumos en producto terminado, con cierto grado de instrucción técnica operando maquinaria o aportando manualmente.

2.9.5.3. Gastos de administración

CHILQUINGA, JARAMILLO Manuel (2007) pág. 10 dice: *“son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa”.*

2.9.5.4. Gastos de ventas

Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.

2.9.5.5. Gastos financieros

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

2.10. FINANCIAMIENTO

El financiamiento es un mecanismo, el cual tiene por finalidad obtener recursos con el menor costo posible. Tiene como principal ventaja la obtención de recursos y el pago en años o meses posteriores a un costo de capital fijo llamado interés.

2.10.1. Aporte propio

En contabilidad, se denominan fondos propios al pasivo que no se debe a financiación externa sino a las aportaciones de los socios y a los propios beneficios o pérdidas generados. Con una base del 40% sería la suma de capital social, reservas y resultados del ejercicio.

2.10.2. Aporte financiado

Se considera financiado al aporte externo o de terceros a través de un crédito otorgado por una institución financiera, con la base de 60%, con la finalidad de realizar la inversión inicial para el funcionamiento de la microempresa

2.11. ESTADOS FINANCIEROS

SARMIENTO Rubén: 2003. Pág. 247, manifiesta: “son informes que elaboran al finalizar un periodo contable, con el propósito de conocer la real situación económica financiera de la empresa”.

Según los autores Bernard J. Hargadon - Armando Múnera Cárdenas en Principios de contabilidad- Rubén Sarmiento R. - Contabilidad General.

2.11.1. El balance general

Este representa la situación financiera de los activos, pasivos y patrimonio de la compañía en una fecha determinada. El Estado de situación.- demuestra la situación económica de la empresa al cierre del ejercicio contable, o al inicio, según el caso.

2.11.2. El estado de rentas y gastos

Este es un estado financiero donde aparece la ganancia neta o la pérdida de la empresa.

En el estado de resultados donde obtenemos si hay una utilidad o una pérdida está conformada por: ingresos y gastos.

2.11.3. Estado de flujos del efectivo

Demuestra el comportamiento del dinero efectivo con el objeto de no ocasionar desequilibrios económicos. Esto va desde el inicio hasta el final de un ciclo económico.

El flujo de caja es un estado financiero que identifica las formas de entradas y salidas de dinero según su uso.

El flujo de caja muestra los entradas y salidas efectivas de dinero para el proyecto, es la base para el cálculo del VAN y TIR.

2.12. EVALUADORES FINANCIEROS

2.12.1. Valor actual neto (VAN)

BACA URBINA: 2001. Pág. 213 expresa: “es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.

Para este autor el VAN es un índice que permite analizar todos los flujos netos de caja, como así sus vencimientos, representa la rentabilidad del dinero presente y depende del horizonte económico de la inversión.

2.12.2. Tasa interna de retorno (TIR)

SAPAG, Nassir; 2009, pág. 250, sostiene: “la TIR evalúa el proyecto en función de una tasa única de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual”.

La TIR se dice que es una herramienta para la toma de decisiones, es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, que surge de la relación entre la inversión inicial y los flujos netos de caja. Para obtenerla debe tenerse en cuenta que la TIR es la tasa que hace que el VAN sea igual a cero.

2.12.3. Punto de equilibrio

FONTAINE ERNESTO, (2005); Manifiesta: “El punto de equilibrio es aquel en donde la cantidad ofrecida sea igual a la cantidad demandada; es decir que para un precio dado la cantidad demandada de un producto depende de la curva de demanda cuya posición está determinada por el tamaño de la población”.

2.12.4. Costo beneficio

CALDAS MOLINA Marco: 2004, pág. 181, dice: “la relación costo beneficio es una función de la tasa de interés empleada en los cálculos del valor actual neto, de una manera tal que al calcular este índice con el propósito de tomar una decisión sobre invertir”.

Si el beneficio costo es mayor que uno (1) tenemos un adecuado retorno.

Si el beneficio costo es menor que uno (1), no hay un adecuado retorno por lo tanto no hay atractiva inversión.

Si el beneficio costo es igual a uno (1), significa indiferencia tampoco es aceptable porque equivale a no haber hecho nada.

2.12.5. Período de recuperación

Es el tiempo necesario para cubrir la inversión inicial y su costo de financiación. Se obtiene sumando los flujos netos de caja actualizados, solamente hasta el período en que se supera la inversión inicial.

Si el periodo de recuperación es menor que el horizonte económico: la inversión inicial se recupera antes del plazo total, por lo tanto el proyecto es aceptable. Mientras menor sea PR, mayor liquidez proporcionará el proyecto y será más conveniente.

Si el periodo de recuperación es mayor que el horizonte económico: la inversión inicial no se recupera antes del plazo total, por lo tanto el proyecto no es aceptable

Si el Periodo de Recuperación es igual al horizonte económico, se cubre la inversión inicial en el plazo total y el proyecto es indiferente.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El presente estudio de mercado se lo realizó en el cantón Antonio Ante, con la finalidad de establecer el comportamiento de los posibles consumidores. Lo que ayudó a identificar el posible mercado, la demanda y sus respectivas proyecciones, para lo cual como parte primaria de la investigación se han utilizado técnicas, como encuestas las cuales fueron realizadas a las familias de la ciudad y a propietarios de locales comerciales y de empresas que se dedican a la venta directa y la producción de juegos de sábanas en la ciudad.

Por tratarse de un producto en escasa producción dentro de la ciudad se ha establecido que la oferta de este producto en el mercado de este cantón se toma como referencia el total de empresas dedicadas a la confección de juegos de sábanas, tal información obtenida por una investigación directa.

Para la introducción de los juegos de sábanas ha sido necesario conocer el total de la población económicamente activa del cantón y calcular el número de familias de la ciudad de Atuntaqui. Información adquirida del INEC 2010.

Este análisis finalmente determinará si existe o no el mercado para el producto propuesto por el proyecto, y el pronóstico adecuado de la demanda potencial a satisfacer.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de la creación de la pequeña empresa textil dedicada a la confección y comercialización de juegos de sábanas en el cantón Antonio Ante.

3.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Identificar las características del producto que se va a ofertar en el mercado.
- ✓ Conocer y proyectar la oferta existente de juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui.
- ✓ Identificar y proyectar la demanda de juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui.
- ✓ Analizar los precios actuales de la competencia dedicados a la producción de juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui.
- ✓ Determinar las formas de comercialización del producto.

3.3. VARIABLES DE ESTUDIO

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Competencia

3.3.1. INDICADORES DE LAS VARIABLES

PRODUCTO

Tipo de materia prima
Diseños y acabados
Usos y formas de producción

OFERTA

Característica de la competencia
Cantidad de la oferta
Proyección de oferta

DEMANDA

Cantidad de la demanda
Frecuencia de compra
Proyección de la demanda

PRECIO

Precio actual de venta
Nivel de precios de la materia prima
Proyección de precios

COMERCIALIZACIÓN

Formas de comercialización
Tipos de clientes
Detalle del producto

3.3.2. MATRIZ DEL ESTUDIO DE MERCADO

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Instrumentos
Identificar las características del producto que se va a ofertar en el mercado.	Producto	Tipo de materia prima Diseños y acabados Usos y formas de producción	• Primaria	Encuestas Investigación bibliográfica Internet
Conocer y proyectar la oferta existente de juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui	Oferta	Característica de la competencia Cantidad de la oferta Proyección de oferta	• Primaria	Entrevistas
Identificar y proyectar la demanda de juegos de sábanas en la ciudad e Atuntaqui.	Demanda	Cantidad de la demanda Frecuencia de compra Proyección de la demanda	• Primaria	Encuestas
Analizar los precios actuales de la competencia dedicados a la producción de juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui.	Precios	Precio actual de venta Nivel de precios de la materia prima Proyección de precios	• Primaria	Entrevistas Encuestas
Determinar las formas de comercialización del producto.	Comercialización	Formas de comercialización Tipos de clientes Detalle del producto	• Primaria	Entrevistas

Elaborado por: La Autora

3.4. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El producto objeto del presente estudio de mercado son los juegos de sábanas ya que este es un accesorio usado por los hogares y otros, que por su gran comodidad ha tenido una larga trayectoria de aceptación en el mercado local y nacional logrando así poder satisfacer las necesidades y gustos de los clientes.

Los juegos de sábanas son conjuntos de diferentes piezas de cama. Cuentan por lo general con tres a cinco piezas diferentes: primero la sábana que se ajusta al colchón llamada sábana ajustable, en cuyo caso cuenta con elásticos en las esquinas para ajustarla con facilidad al colchón. Luego la sábana lisa que se coloca encima de ella y por último la funda para la almohada. Las medidas del juego de sábanas por lo general varían de acuerdo a la cama y a las necesidades del consumidor.

Las sábanas han sido tradicionalmente blancas, pero ahora se utilizan colores y diseños muy variados: estampadas, de un solo color e incluyendo imágenes temáticas o personajes populares, lo que es habitual para camas infantiles.

Características

- Las sábanas son más grandes que la cama por lo que pueden ser remetidos debajo del colchón para que se mantengan en su sitio durante su uso.
- Su función es higiénica y de confort al tener un tacto más suave que el resto de ropa de cama.
- Las sábanas son lavables lo que se hace periódicamente.

3.5. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Dentro del estudio se ha determinado que la segmentación que se utilizará para el proyecto está enmarcada en las siguientes variables:

- ✓ Población total del cantón Antonio Ante
- ✓ Promedio de personas por hogar

3.5.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población motivo de investigación fue tomada en base a datos de las proyecciones del año 2010 del INEC Instituto Nacional de Estadística y Censos del Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, la conforman el número de familias ubicadas en las zona del cantón, cabe mencionar que se tomó en cuenta que el número de miembros que conforman una familia que es de 4 personas.

3.5.2. Mercado meta

El principal mercado al cual se quiere llegar con el producto es a las familias del Cantón Antonio Ante, en lo que se toma en cuenta a la población total del cantón, con un total de **43.518** habitantes, a los cuales se les podrá comercializar nuestro producto y que además tengan preferencia por la calidad y el buen servicio.

Se pondrá principal énfasis a los adultos ya que ellos cuentan con la capacidad económica para poder cubrir los gastos

3.5.3. Fórmula

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

n= Tamaño de la muestra

N= número de familias

&= Varianza de la población respecto de las principales características que van a representar, es un valor contable que equivale a 0.25

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivalente a 1,96

n – 1 = Es una corrección que se usa para muestras mayores a 30.000

E = Límite aceptable de error que generalmente varía entre 0.01 y 0.09 para nuestro caso tomaremos el valor 0.05 equivalente al 5%.

3.5.4. Cálculo de la Muestra

De acuerdo a los datos tomados de la proyección realizada por el INEC para el año 2010 se determinó la muestra así:

Total población del cantón Antonio Ante = **43.518**

Número de miembros que conforman una familia = 4

$$\text{número de familias} = \frac{\text{Población total del Cantón}}{\text{Componentes familiar}} = \frac{43.518}{4} = 10.880$$

Datos:

$$n = \frac{10880 * (1,96)^2 * (0,25)}{(0,05)^2 (10880 - 1) + (1,96)^2 (0,25)} = \frac{10448,67}{28,15665} = 371$$

Con la aplicación de la fórmula, da como muestra a 371 familias a las que se debe levantar la información a través de las encuestas, y cuyos datos serán utilizados para la cuantificación de la demanda del producto.

3.5.5. ENCUESTA DIRIGIDA A FAMILIAS DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

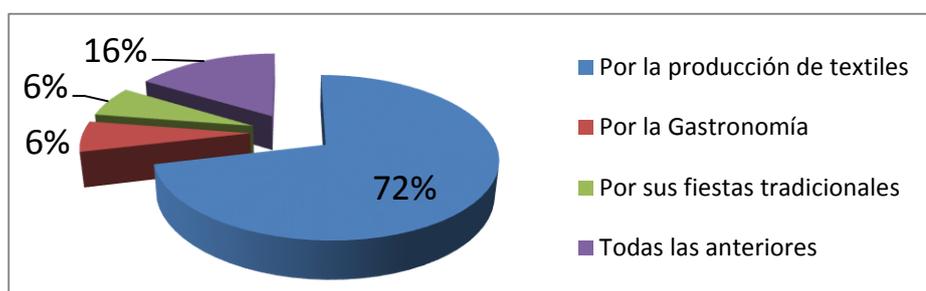
Cuestionario:

1. ¿Conoce usted la ciudad de Atuntaqui?

CUADRO N° 3.1

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por la producción de textiles	265	71
Por la Gastronomía	23	6
Por sus fiestas tradicionales	23	6
Todas las anteriores	60	16
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.1. CONOCIMIENTO DE LA CIUDAD



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

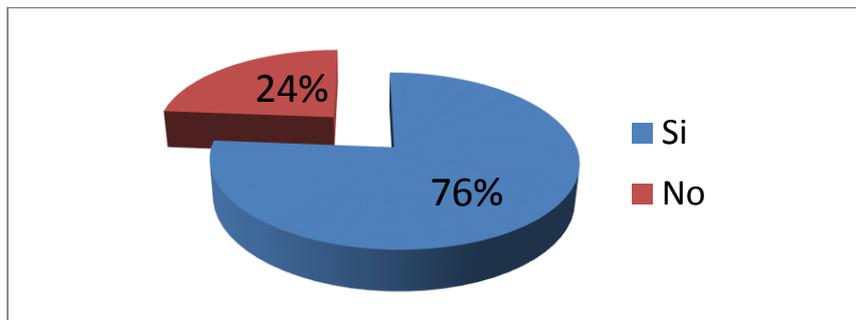
La mayor parte de los encuestados expresan que conocen a la ciudad de Atuntaqui por su producción textil, ya que esta ha trascendido durante mucho tiempo, y su historia es reconocida por toda la población y por los allegados a esta ciudad. Mientras que un 16% de la población conocen por todas sus actividades que son un atractivo turístico para incremento económico del Cantón. Y un 6% equitativo por su gastronomía y cultura.

2. ¿Ha comprado juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui?

CUADRO N° 3.2.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	283	76
No	88	24
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.2. COMPRA DE SÁBANAS



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

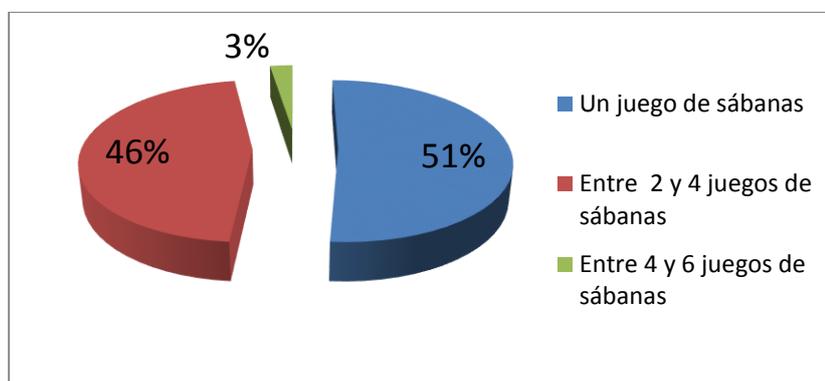
Dentro de la investigación realizada a las familias de la ciudad de Atuntaqui la mayoría de la población ha realizado la compra de este tipo de producto para su uso, argumentando que los productos son de buena calidad y a un buen precio, mientras que un 24% poco significativo de las familias no compran en esta ciudad ya que se desplazan a diferentes lugares para su compra.

3. ¿Qué cantidad de juegos de sábanas compra usted anualmente?

CUADRO N° 3.3.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Un juego de sábanas	190	51
Entre 2 y 4 juegos de sábanas	172	46
Entre 4 y 6 juegos de sábanas	9	3
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.3. CANTIDAD QUE ADQUIEREN



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

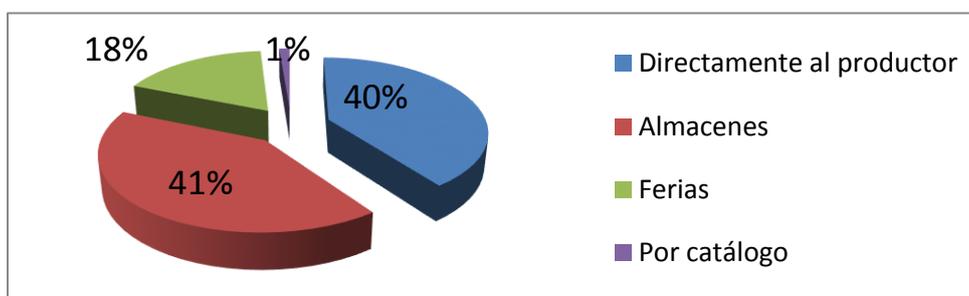
En la mayoría manifestaron que adquieren menos de 2 juegos de sábanas de manera anual, ya que es un producto indispensable para la higiene personal y comodidad; y no se deterioran con facilidad y porque también poseen juegos que han comprado anteriormente. El 46% de las familias adquieren este producto entre dos y cuatro juegos por cada miembro de familia, y un 3% compran sábanas entre cinco y seis juegos.

4. ¿En qué lugar prefiere comprar este producto?

CUADRO N° 3.4.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Directamente al productor	148	40
Almacenes	153	41
Ferias	65	18
Por catálogo	5	1
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.4. LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS TEXTILES



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

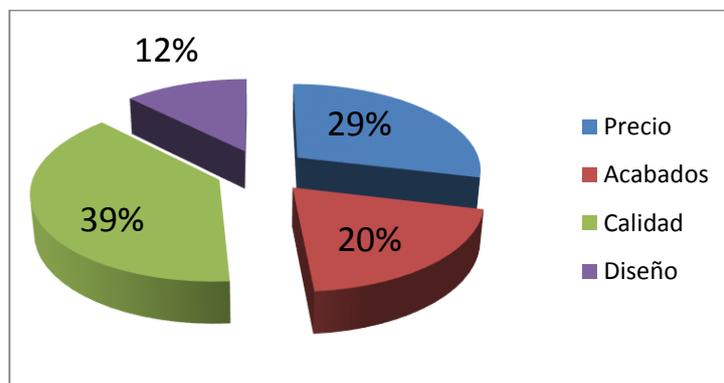
La mayor parte de la población prefiere adquirir este producto en los almacenes que lo comercializan, ya que este puede ser adquirido con mayor facilidad, mientras que un 40% prefiere comprar directamente al productor, ya sea esta en mayor o menor cantidad y a un precio más módico, por otra parte un 18% prefieren hacer su compra en ferias, sean estas realizadas por eventos festivos en el Cantón, y el 1% cantidad poco significativa para tomarlo en cuenta prefieren comprar este producto por catálogo, ya que es un producto donde se debe tomar en cuenta su calidad, variedad, y ciertos atributos a simple vista al momento de la compra.

5. Cuándo usted compra este tipo de producto se fija en:

CUADRO N° 3.5.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	107	29
Acabados	74	20
Calidad	144	39
Diseño	46	13
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.5. IMPORTANCIA DEL CONSUMO DEL CLIENTE



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

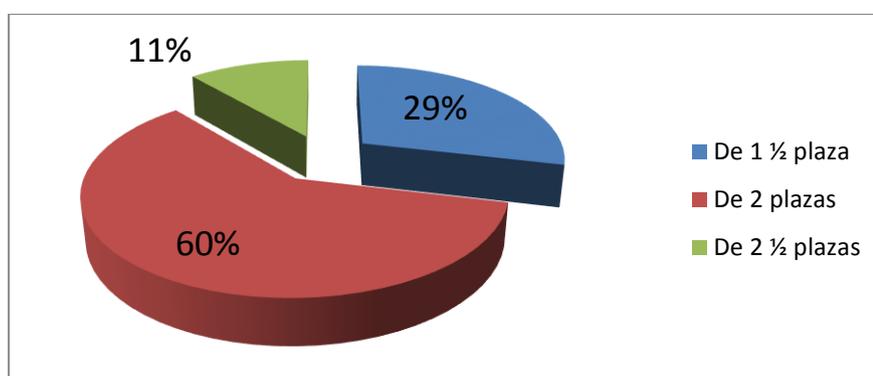
Según el hábito de consumo de los clientes las características prioritarias para decidir la compra del producto son la calidad y el precio, mientras que el 20% de las personas que realizan la compra se fijan en un buen acabado, sea este que tenga una particularidad que sea del agrado para el cliente; y el 12% se fijan en el diseño característica poco tomada en cuenta al momento de la compra.

6. ¿De qué medida son los juegos de sábanas que usted compra, según su necesidad?

CUADRO N° 3.6.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 ½ plaza	107	29
De 2 plazas	223	60
De 2 ½ plazas	41	11
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.6. COMPRA SEGÚN NECESIDAD



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

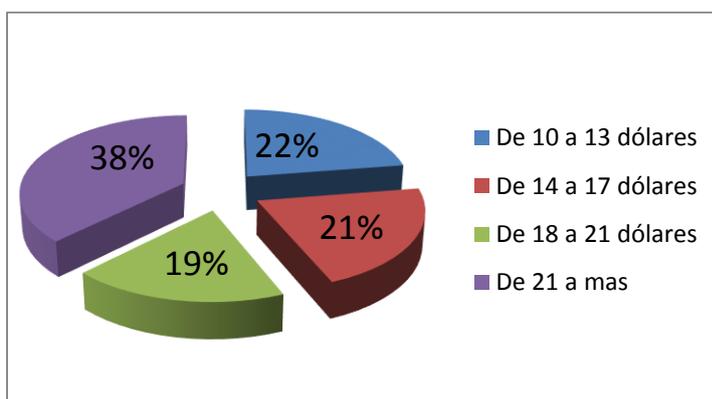
Los de mayor preferencia de compra por los clientes son los juegos de sábanas de 2 plazas, y de 1 ½ plaza; pues estas dos presentaciones son más comunes en su uso, en lo que se refiere a los juegos de sábanas de 2 ½ y de tres plazas no son muy frecuentes en su utilización y compra.

7. ¿Cuánto suele gastar en promedio al precio por cada juego de sábanas?

CUADRO N° 3.7.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 10 a 13 dólares	83	23
De 14 a 17 dólares	79	21
De 18 a 21 dólares	70	19
De 21 a más	139	38
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.7. PROMEDIO DE PRECIO



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

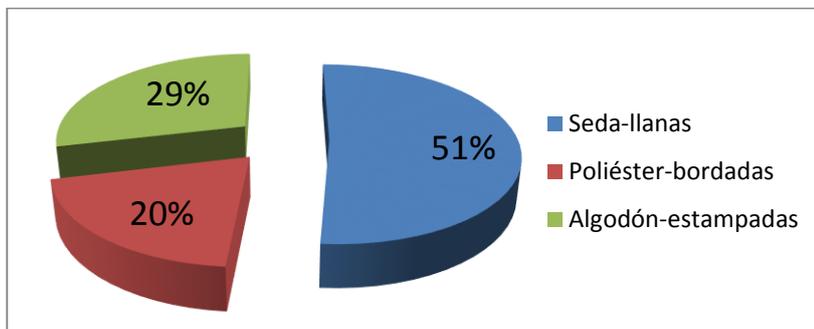
Las familias del cantón manifestaron que los precios de los juegos de sábanas los adquieren a un precio 21 dólares a más, ya que casi todos los precios al que se venden este producto son iguales a los precios de la competencia. Y en sí, se puede deducir que existe un nivel económico estable para la adquisición de éste producto.

8. ¿En qué tipo de tela le gustaría que se confeccionen los juegos de sábanas?

CUADRO N° 3.8.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Seda-llanas	190	51
Poliéster-bordadas	74	20
Algodón-estampadas	107	29
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.8. TIPO DE TELA PARA LA ELABORACIÓN DE LOS TEXTILES



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

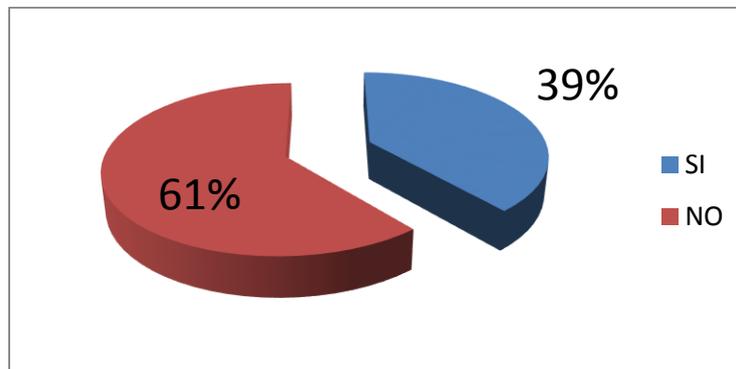
Para la confección de los juegos de sábanas los encuestados prefieren que sean elaborados en tela seda ya que esta no es muy común para la confección pero tiene mayor preferencia por su textura llamativas y elegantes, por otra parte también desean que se elabore en tela algodón ya que son telas con una combinación de suavidad y tensión a la que se le suma dos factores importantes, la nula producción de pelusas y que no generan electricidad estática.

9. ¿Conoce usted si existen o no, empresas o fábricas que se dediquen a la confección de juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui?

CUADRO N° 3.9.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	144	39
NO	227	61
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.9. COMPETENCIA



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

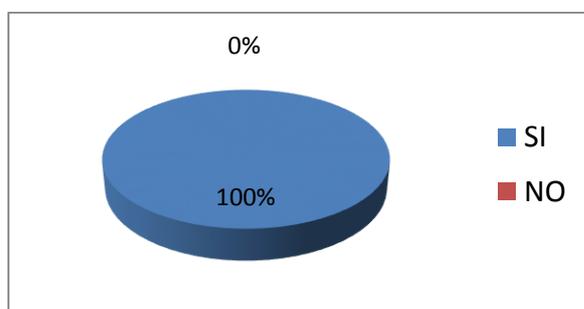
Es importante tomar en cuenta que si existen locales comerciales que se dediquen a la venta del producto como es Mark tex, Almacén Philips, entre otros, pero no hay empresas que se dediquen a la confección y comercialización de los juegos de sábanas, lo cual se considera una oportunidad para crear la pequeña empresa textil.

10. ¿Le gustaría que exista una empresa textilera que se dedique exclusivamente a la confección y comercialización de juegos de sábanas en esta ciudad?

CUADRO N° 3.10.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	371	100
NO	0	0
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.10. ACEPTACIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

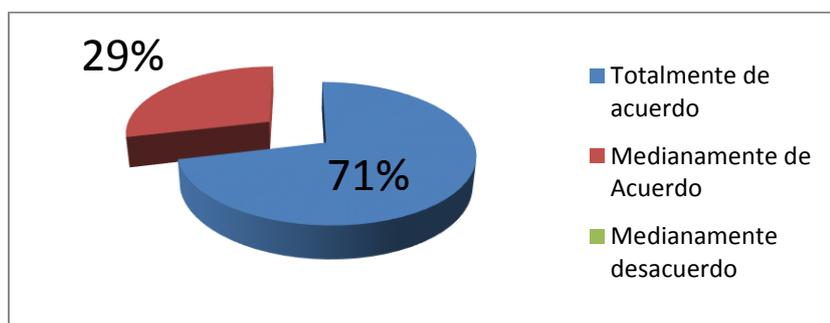
La mayoría de familias creen que si debe existir una empresa textilera que se dedique exclusivamente a la confección y comercialización de juegos de sábanas en esta ciudad. Esta actividad en la ciudad ayudará a generar fuentes de trabajo para que las personas no se vean obligadas a migrar a otras ciudades y para el desarrollo económico del país. Ya que será emprendido en una ciudad con mayor desarrollo turístico y productivo; y en conocimiento no existen mayor número de empresas que se dediquen a la confección de juegos de sábanas.

11. ¿Qué tan de acuerdo estaría en adquirir los juegos de sábanas directamente de la pequeña empresa textil?

CUADRO N° 3.11.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	264	71
Medianamente de Acuerdo	107	29
Medianamente desacuerdo	0	0
Totalmente Desacuerdo	0	0
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.11. ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

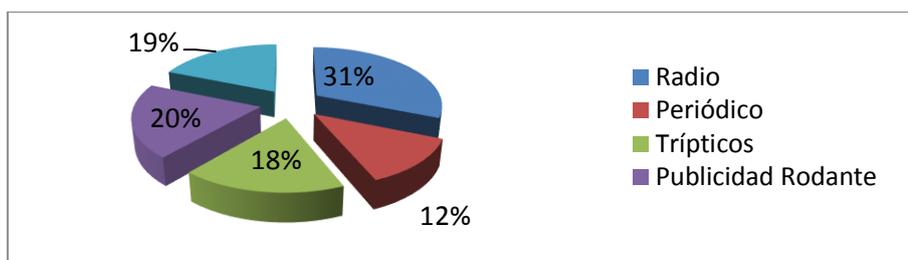
En su totalidad la población de la ciudad de Atuntaqui considera que estarían totalmente de acuerdo en adquirir las sábanas directamente en la fábrica, ya que de esta manera se evitarían molestias al buscar el mismo producto en diferentes mercados.

12. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría enterarse de esta microempresa?

CUADRO N° 3.12.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	116	31
Periódico	46	13
Trípticos	65	18
Publicidad Rodante	74	20
Hojas Volantes	70	19
TOTAL	371	100

GRÁFICO 3.12. PUBLICIDAD



Fuente: Familias del Cantón Antonio Ante 2013

Elaborado por: La Autora

ANÁLISIS

Para que un producto sea comercializado de manera más efectiva y de acuerdo a la investigación realizada es necesario hacer la publicidad a través de la radio que sean escuchadas con más frecuencia y por ser uno de los medios más económicos y accesibles. Y para que el consumidor tenga una buena expectativa del producto, mantendrá una publicidad rodante.

3.5.6. ENTREVISTA REALIZADA A LOS PRODUCTORES DE SÁBANAS DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

Para este estudio se realizó la recolección de datos de información, lo cual se tomó en consideración a 3 fábricas dedicadas a la confección y comercialización de juegos de sábanas en el cantón Antonio Ante.

FÁBRICAS ENTREVISTADAS:

UNA IDEA: calle Rio Amazonas 13- 55 y Bolívar Centro de la Ciudad Atuntaqui - Imbabura

La entrevista fue realizada a la Señora Paulina Rocha propietaria de la fábrica.

HOGAR'S: calle rio Amazonas entre García Moreno – Atuntaqui - Imbabura

Entrevista realizada a la señora Paulina Cadena, propietaria de la empresa.

ARRULLO: calle Olmedo y Julio Miguel Aguinaga.

Propietarios señora Andrea Ruiz y el señor René Ayala.

Descripción:

El tiempo de funcionamiento de las fábricas de la ciudad de Atuntaqui es de 4 a 7 años, periodo en el cual se han podido posicionar masivamente al mercado, siendo estas fábricas de tipo familiar, constituidas con un promedio de 10 a 20 trabajadores, la materia prima, material de trabajo muy importante es adquirida de la ciudad de Quito, lugar donde se encuentran la mayoría de proveedores y en la cual pueden obtener mayor forma de financiamiento.

Manifestando también que la materia prima en cuanto a telas son nacionales e importadas de alta calidad. Y realizan sus ventas por mayor y menor.

Las fábricas mantienen una maquinaria totalmente básica y actualizada, lo cual les permite proveer el producto con mayor preferencia al cliente.

El tiempo de demora para la confección de un juego de sábana es de aproximadamente 15 minutos.

La producción promedio de estas fábricas es:

- ✓ UNA IDEA 2.000 juegos de sábanas mensuales, la producción a ser comercializada en la ciudad es del 10%
- ✓ HOGAR'S 2.500 juegos de sábanas mensuales, la producción destinada a ser comercializada en la ciudad es de 10%
- ✓ ARRULLO 1.000 juegos de sábanas mensuales, la producción destinada a ser comercializada en la ciudad es de 5%

Las fábricas dedicadas a esta actividad consideraron que es un negocio rentable para crecer en el ámbito económico personal y de la ciudad, siempre y cuando se lo realice con responsabilidad y de manera organizada.

Los precios de un juego de sábanas por menor consideran a un precio entre 18 y 25 dólares precios que varían según la calidad, diseño, medidas, etc.

Las sábanas, que mayor compra son los de 1 ½ plazas y de 2 plazas, pero además de estos comercializan edredones, juegos de toallas, cobertores, duvets, almohadas, los cuales tienen mayor acogida por los clientes.

3.6. DEMANDA

3.6.1. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

La demanda tiene como finalidad determinar la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción, una necesidad específica a un precio determinado.

Para realizar el análisis de la demanda se consideró como población el número de familias que existen en el Cantón Antonio Ante, con el propósito de llegar a conocer los estándares de comportamiento ante el producto específico de todas aquellas personas que integran el mercado meta del proyecto.

3.6.2. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA ACTUAL

Para el siguiente análisis sobre el comportamiento de la demanda de juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui, se examinó la información recopilada a través de las encuestas que se aplicaron a las familias del Cantón, a la cual se tomó como base para su cuantificación específica la pregunta N° 3, donde se consulta la cantidad y frecuencia de compra de juegos de sábanas.

En dicha información se aplicó una operación matemática del total de familias por la cantidad de compra y la frecuencia de consumo anual.

CUADRO 5: DEMANDA ACTUAL DE JUEGOS DE SÁBANAS

AÑO	TOTAL DE FAMILIAS	DISPONIBILIDAD DE COMPRA EN % DE FAMILIAS	DISPONIBILIDAD DE COMPRA EN N° DE FAMILIAS	N° DE JUEGOS DEMANDADOS	FRECUENCIA DE DEMANDA	DEMANDA ACTUAL DE JUEGOS DE SÁBANAS
2013	10.880	51	5.562	1	1	5.562
		46	4.992	3		14.976
		3	326	5		1.628
TOTAL		100	10.880			22.166

Elaborado por: La Autora

Seguidamente de haber realizado estos cálculos, se determinó que en el año 2013 existe un consumo de juegos de sábanas de 22.166 al año.

3.6.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para conseguir el consumo futuro de los juegos de sábanas se aplicó la tasa de crecimiento poblacional del Cantón Antonio Ante que es del 2.09% anual, utilizando como factor de crecimiento (1,0209).

CUADRO 6: DEMANDA FUTURA DE JUEGOS DE SÁBANAS

AÑO	DEMANDA FUTURA EN N° DE JUEGOS DE SÁBANAS
2013	22.166
2014	22.629
2015	23.102
2016	23.585
2017	24.078
2018	24.581

En el siguiente cuadro se puede observar que para el primer año de proyección existe una demanda de 22.629 juegos de sábanas y al 2018 de 24.581, lo que significa un incremento significativo anual, favoreciendo al proyecto propuesto.

3.7. OFERTA

3.7.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Cabe mencionar que la oferta es la predisposición o el comportamiento del oferente (productor) a estar dispuesto a vender su producto a un precio determinado.

Cuando se habla de oferta, se debe tener presente la estructura económica de mercado a la que pertenece el proyecto, el caso de la producción y comercialización de juegos de sábanas pertenece a un mercado de competencia monopolística, es decir que hay un tipo de competencia en la que existe una cantidad significativa de productores actuando en el mercado sin que exista un control dominante por parte de ninguno de estos en particular, es por eso que existen numerosos vendedores de un producto diferenciado.

3.7.2. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

Para este análisis se ha analizado el medio en base a una investigación directa en el Cantón, y a los 3 productores de sábanas a los cuales se aplicó una entrevista y se pudo determinar su comportamiento.

Para este cálculo se multiplicó, la producción mensual por 12, para obtener la cantidad de juegos de sábanas que posiblemente se comercializan en la ciudad.

CUADRO 7: OFERTA ACTUAL DE JUEGOS DE SÁBANAS

AÑO	Nº DE PRODUCTORES	PRODUCCIÓN MENSUAL	FRECUENCIA DE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN ANUAL	% DE PRODUCCIÓN DESTINADO A ATUNTAQUI	OFERTA ACTUAL
2013	UNA IDEA	2.000	12	24.000	10%	2.400
	HOGAR'S	2.500		30.000	10%	3.000
	ARRULLO	1.000		12.000	5%	600
TOTAL		5.500		66.000		6.000

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

En la aplicación de estos cálculos se pudo identificar, que en la ciudad de Atuntaqui existe una oferta de juegos de sábanas de 6.000 en el año 2013.

3.7.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La proyección de la oferta se la calculó, aplicando la misma tasa de crecimiento poblacional del 2,09% paralelo a la demanda, considerando que si crece la demanda, crece la oferta y por no tener datos históricos de esta variable. Factor de crecimiento (1,0209).

CUADRO 8: PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	OFERTA DE SÁBANAS
2013	6.000
2014	6.125
2015	6.253
2016	6.384
2017	6.518
2018	6.654

Elaborado por: La Autora

En base al cuadro realizado se puede decir que la oferta de juegos de sábanas para el primer año proyectado al 2014 es de 6.125, como también para el año 2018 es el de 6.654

3.8. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

Consiste en comparar la demanda con la oferta para determinar si existe o no mercado para el producto propuesto.

CUADRO 9: BALANCE ENTRE DEMANDA-OFFERTA

AÑO	DEMANDA DE JUEGOS DE SÁBANAS	OFERTA EN JUEGOS DE SÁBANAS	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN JUEGOS DE SÁBANAS
2014	22.629	6.125	16.504
2015	23.102	6.253	16.849
2016	23.585	6.384	17.201
2017	24.078	6.518	17.560
2018	24.581	6.654	17.927

Elaborado por: La Autora

Dicho cuadro demuestra que el año 2014 existe una demanda potencial a ser satisfecha de 16.504 juegos de sábanas en el cantón Antonio Ante.

3.9. DEMANDA A SATISFACER POR EL PROYECTO

Bajo condiciones expuestas por la demanda que el proyecto pretende satisfacer es el 40% de la demanda potencial a satisfacer identificada en el año 2014, para poder ir creciendo con un 5 % anualmente, ya que existe el mercado para el producto y la suficiente capacidad operativa.

CUADRO 10: PRONÓSTICO DE VENTAS

AÑO	PLAN DE VENTAS DE JUEGOS DE SÁBANAS
2014	6.602
2015	6.932
2016	7.278
2017	7.642
2018	8.024

Elaborado por: La Autora

3.10. PRECIOS

Para poder determinar los precios se realizó observación directa, visitando lugares donde se comercializa este producto.

Estos precios dependen de muchos factores como: tipo de tela, acabado, diseño, origen del producto, fabricantes. A continuación resumen de los hallazgos de precios:

CUADRO 11: ANÁLISIS DE PRECIOS

CANTIDAD	MEDIDA	VALOR
1 juegos de sábanas	1 ½ plaza	18,00
1 juegos de sábanas	2 plazas	20,00
1 juegos de sábanas	2 ½ plazas	22,00

Elaborado por: La Autora

3.10.1. PROYECCIÓN DE PRECIOS

Para la proyección de precios se realizó los cálculos utilizando la tasa de inflación del año 2013 que corresponde al 4%

CUADRO 12: PROYECCIÓN DE LOS PRECIOS

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	2014	2015	2016	2017	2018
1 ½ plaza	18,72	19,47	20,25	21,06	21,90
2 plazas	20,80	21,63	22,50	23,40	24,33
2 ½ plazas	22,88	23,80	24,75	25,74	26,77

Elaborado por: La Autora

3.11. COMERCIALIZACIÓN

Para evitar las dificultades que implican la creación y posicionamiento de una nueva microempresa, se debe combinar esfuerzos en el producto, la plaza, promoción como estrategias de comercialización hacia los clientes.

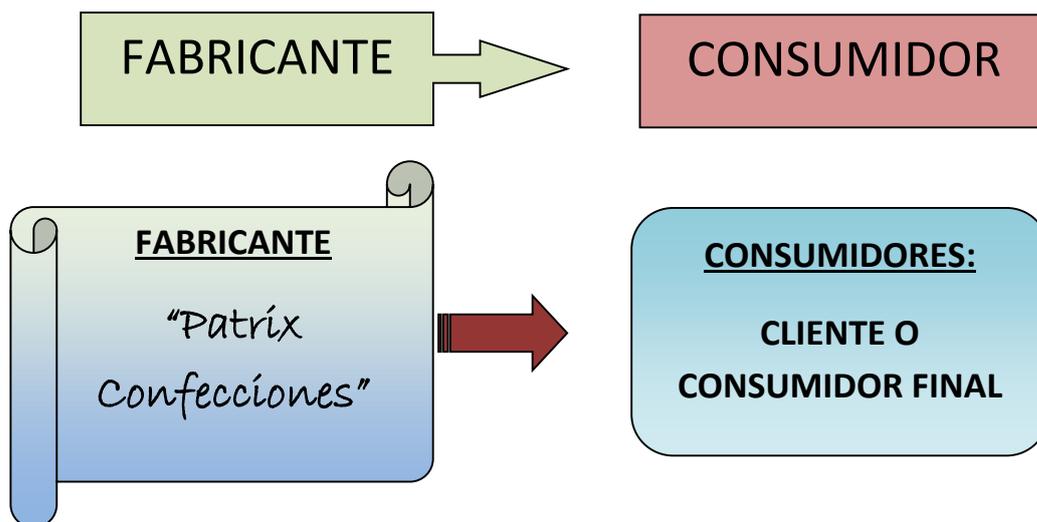
3.11.1. ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

- Una estrategia del producto basada en una diferenciación, en la calidad del producto, a través del cumplimiento de normas de calidad, legales y de seguridad garantizando el acabado y terminado del producto.
- En el producto final diseñar una característica especial que identifique a cada juego de sábana.
- El empaque deberá ser diseñado tomando en cuenta al mercado meta que está dirigido el producto.
- Se diseñará un logo y eslogan que identifique a la empresa en cada producto.
- Detallar los insumos y la calidad de la sábana.

3.11.2. ESTRATEGIA DE PLAZA

- El producto podrá abastecer a los mercados locales provinciales e internacionales y se podrá negociar con los compradores.
- El canal de distribución para la pequeña empresa textil es directo, considerando que en la etapa de introducción del producto, el único propósito es buscar la manera de poner en las manos del consumidor. Por tal motivo el canal de distribución queda diseñado de la siguiente manera:

Ilustración 1: CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: La Autora

FABRICANTE: “**Patríx Confecciones**”, dedicada a la confección y comercialización de sábanas.

CONSUMIDOR: población del Cantón Antonio Ante y turistas nacionales y extranjeros.

3.11.3. ESTRATEGIA DE PRECIO

- El precio es un factor importante para lograr rentabilidad en éste negocio, por lo que este producto estará a la venta a un precio justo, puesto que los clientes buscan la mejor relación en el precio.
- Establecer detenidamente la investigación de los precios en relación a la competencia.
- Establecer los precios realizando un análisis en los costos de producción y gastos.
- Extender alternativas de pago ofertando créditos, y descuentos de acuerdo al volumen de compras.

3.11.4. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD

- Como estrategia de promoción se utilizará medios de comunicación para difundir la imagen y marca de la pequeña empresa.
- Además se hará publicidad en páginas web asociadas a la compra y venta de productos, los cuales contribuirán a la creación de una imagen corporativa.
- Participar en ferias textiles para hacer conocer el producto al mercado local y regional.

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Después de haber analizado las variables correspondiente se llegan a las siguientes conclusiones:

- La demanda en la ciudad de Atuntaqui es muy significativa, siendo para el año 2013 de 22.166 juegos de sábanas.
- La demanda de este producto está estrechamente correlacionada con el crecimiento poblacional del Cantón.
- La producción local representada por 3 productores suma a 6.000 juegos de sábanas actualmente.
- Los precios están en función a la calidad del producto, en un promedio de precio de 1 ½ plaza en 18 dólares, 20 dólares los de 2 plazas, y las de 2 ½ plazas en un valor de 22 dólares cada uno.
- A través de la investigación se determinó que en la ciudad de Atuntaqui no existe una competencia significativa pues la mayoría de personas se dedican a la actividad textil confeccionando prendas de vestir en lana, licra y otros.
- Se establece que la ciudad cuenta con las condiciones apropiadas para la creación de la pequeña empresa textil.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. INTRODUCCIÓN

En el estudio técnico, tiene como objetivo fundamental, llegar a diseñar la función óptima que mejor utilice los recursos disponibles, para obtener el producto deseado, será éste un bien o un servicio.

En el estudio técnico se tendrá como estudio ciertas variables que se analizarán y determinarán:

- La localización del proyecto
- El tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- La distribución de la planta
- El proceso productivo

Cuantificaciones que sustentados en el estudio de mercado realizado, darán consistencia al proyecto de producción y comercialización de sábanas.

4.2. OBJETIVO

- Efectuar un estudio técnico, con el fin de determinar el tamaño, localización, procesos productivos y de comercialización requeridos para poner en funcionamiento el proyecto de la pequeña empresa textil.

4.3. LOCALIZACIÓN

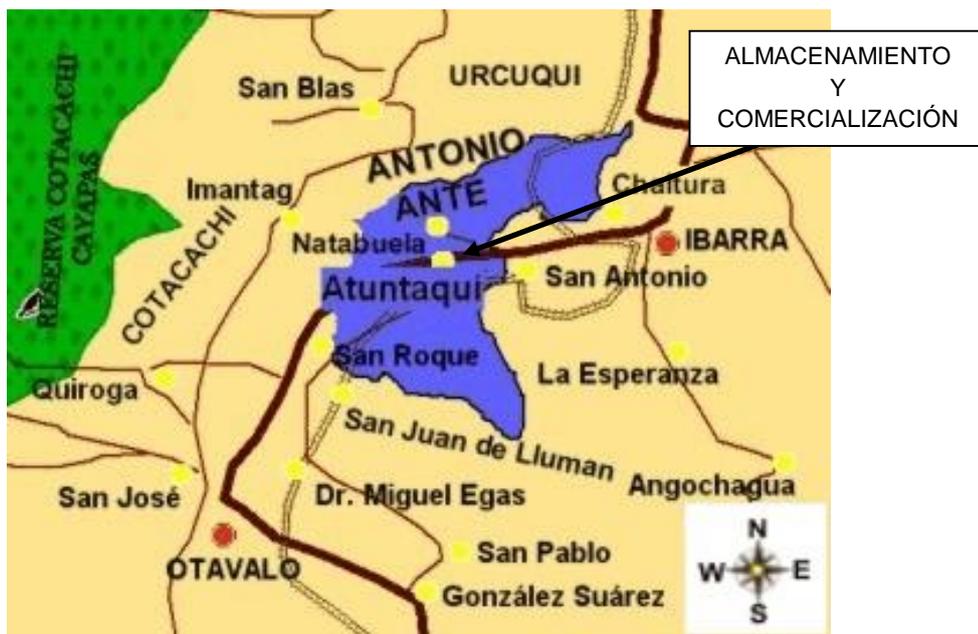
Para determinar técnicamente la localización del proyecto, es necesario realizar un análisis de la macro y micro localización.

4.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La macro localización se refiere a establecer el lugar geográfico donde se llevará a cabo el proyecto.

Es por eso, que el proyecto se ubicará en Ecuador, provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante.

Ilustración 2: MAPA PROVINCIAL DE IMBABURA



Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora

El cantón Antonio Ante se ha convertido, en uno de los sectores más importantes de producción y comercialización a nivel provincial y nacional

contribuyendo favorablemente al medio económico, y muy factible para la ubicación del proyecto.

4.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN

Primero se identificará los factores más significativos para evaluar los sitios alternativos, considerando que reflejan la importancia que tiene el proyecto. Para esto se aplicará el método de localización por puntos ponderados, la asignación tendrá un peso entre 0 y 100% a cada factor.

Se consideran cinco factores para fijar la localización:

- Infraestructura
- Cercanía al mercado
- Precio de insumos
- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad de mano de obra

CUADRO 13: MATRIZ PONDERACIÓN DE FACTORES

FACTOR	PESO	ANDRADE MARÍN		BARRIO SAN JOSÉ		BARRIO SAN LUIS	
		PUNTOS	POND	PUNTOS	POND	PUNTOS	POND
Infraestructura	10%	10	1,0	8	0,80	7	0,70
Cercanía al mercado	10%	9	0,9	9	0,90	8	0,80
Precio de insumos	15%	8	1,2	8	1,20	7	1,05
Disponibilidad de materia prima	50%	10	5,0	8	4,00	7	3,50
Disponibilidad de mano de obra	15%	9	1,4	8	1,20	8	1,20
TOTAL	100%		9,45		8,1		7,25

Elaborado por: La Autora

La infraestructura y la cercanía al mercado mantienen un 10% de importancia, la disponibilidad de mano de obra y los precios de insumos

un 15%, por último la disponibilidad de materia prima es el criterio de selección más importante por lo que se le asigna un 50%.

Finalmente se asignó un valor entre 0 y 10, indicando si satisface o no el criterio.

Luego de la ponderación a nivel de la micro localización; con un puntaje de 9,45, se ha decidido ubicar el proyecto a la parroquia de Andrade Marín – cabecera Cantonal de Atuntaqui, considerando que después del análisis cuenta con algunos otros factores como: zona urbana, servicios básicos, vías de accesos, entre otros, lo cual facilita las actividades de producir y comercializar las sábanas.

Ilustración 3: LOCALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL



Elaborado por: La Autora

4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

Como factores que determinan el tamaño del proyecto se ha tomado en cuentas los siguientes:

4.4.1. La demanda

Se la considera como un factor importante que ayuda a determinar el tamaño del proyecto, ya que a través del estudio de mercado realizado se llegó a determinar que la creación de la pequeña empresa textil, es factible porque existe mercado para el producto.

4.4.2. Transporte

Este factor tiene que ver con las condiciones actuales de las vías de acceso a la ciudad de Atuntaqui, las cuales se encuentran en excelente estado, lo que no impide que exista problema alguno para la transportación de la materia prima e insumos.

4.4.3. Mano de obra

Hoy en día la provincia de Imbabura cuenta con un índice elevado de oferta de mano de obra, ya que cuenta con algunos centros de apoyo artesanal en donde se preparan y capacitan a persona, para que se desenvuelvan en las fábricas.

4.4.4. Materia prima

La adquisición de materia prima no es un problema ya que con frecuencia llegan proveedores, los cuales ofrecen todo tipo de telas, y los que también se encuentran en la ciudad e Atuntaqui.

Se realizó una investigación directa del cual se determinó que en la localidad existen proveedores de materias primas e insumos, como también de maquinaria, y la existencia de mano de obra calificada.

Con el objetivo de cubrir con las necesidades del proyecto se consideran las siguientes alternativas:

CUADRO 14: PRINCIPALES PROVEEDORES

DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	LUGAR
Tela	NORTEXTIL	Atuntaqui
Tela	TEXGAAR CIA LTDA.	Atuntaqui-Fábrica Quito
Tela	INDUTEXMA	Atuntaqui- G. Enríquez y Atahualpa
Insumos	ENKADOR	Quito-Atuntaqui
Maquinarias	MAINCO	Atuntaqui
	SIRUBA	Quito – Atuntaqui Gral. Enríquez y Eugenio Espejo
Mano de obra	CÁMARA DE COMERCIO DE ANTONIO ANTE	Atuntaqui

Elaborado por: La Autora

4.4.5. Disponibilidad de tecnología

Hay que tomar en cuenta el uso indispensable de la tecnología ya que ésta ayuda a la mejora de la producción y la calidad del producto, ahorrando tiempo y costo de producción.

4.4.6. Financiamiento

Para poder implementar la pequeña empresa se necesita cierto capital, mismo que será obtenido de las entidades financieras que existen dentro

de la ciudad, más detalladamente de este punto se trata en el capítulo financiero.

El cálculo de la capacidad instalada se lo realiza tomando en cuenta el número de operarias y la cantidad de juegos que elabore cada una de ellas como se demuestra en el siguiente cuadro:

CUADRO 15: RENDIMIENTO DE PRODUCCIÓN ANUAL DE LAS OPERARIAS

OPERARIAS	DIARIO	TOTAL DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	TOTAL PRODUCCIÓN ANUAL
3	32	96	480	1.920	23.040

Elaborado por: La Autora

4.5. DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

Para el correcto desempeño de las funciones administrativas y operativas, se necesita de instalaciones adecuadas tanto para el área de confección, siendo ésta el área que requiere mayor espacio físico y debido funcionamiento de las máquinas.

La pequeña empresa textil funcionará en una planta propia por lo que se presenta el diseño de las instalaciones del lugar a construirse.

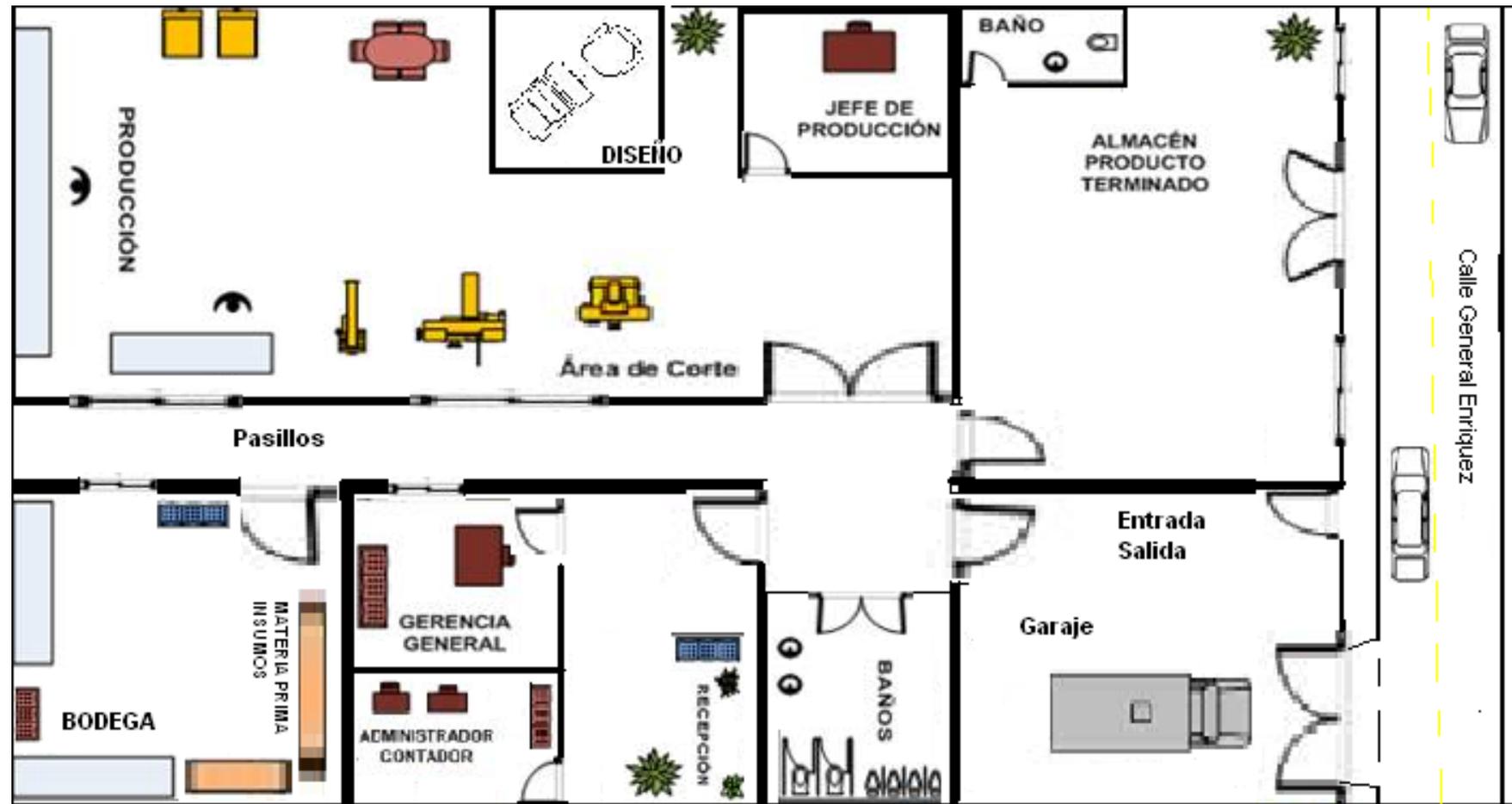
El área destinada, es de 125 m² la misma que se distribuirá de la siguiente manera:

CUADRO 16: DISTRIBUCIÓN DE PLANTA

ÁREA	DISTRIBUCIÓN (m²)
<u>PRODUCCIÓN</u>	<u>48</u>
Corte y costura	28
Bodega	20
<u>ADMINISTRACIÓN</u>	<u>49</u>
Gerencia	14
Contabilidad	18
Recepción	17
<u>VENTAS</u>	<u>28</u>
Almacén	<u>17</u>
Pasillos y baños	15
Garaje	13
<u>TOTAL</u>	<u>125</u>

Elaborado por: La Autora

Ilustración 4: DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



Elaborado por: La Autora

4.6. PROCESO – PRODUCCIÓN

El proceso de producción de las sábanas cuenta con varias etapas, considerando actividades a ser realizadas en cada una de ellas: diseño, patronaje, trazos, tendidos, corte y confección, en la que se necesita una buena organización y control, facilitando así el seguimiento continuo del proceso de transformación de las materias primas en el producto terminado.

CUADRO 17: ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO

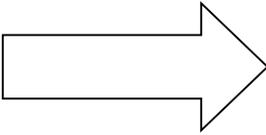
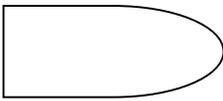
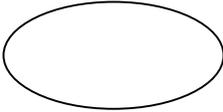
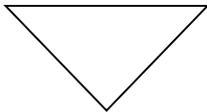
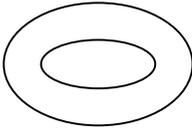
1. Compra de materia prima:	
❖ Tela	❖ Insumos:
	Hilo
	Agujas
	Elásticos
	Encaje
	Empaque y etiqueta
2. Almacenamiento de la materia prima e insumos.	
3. Traslado de las materias prima e insumos al área de producción.	
4. Corte de piezas de tela.	
5. Proceso de confección.	
6. Control de calidad del producto.	
7. Doblado y empaçado de cada juego de sábana.	
8. Almacenamiento del producto terminado en:	
❖ Bodega	❖ Área de comercialización
9. Comercialización del producto.	
10. Reposición de materia prima e insumos.	

Elaborado por: La Autora

4.6.1. Diagrama de bloque



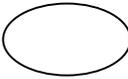
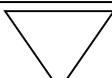
4.6.2. Flujo grama operativo

SIMBOLOGÍA	
SIGNIFICADO	SÍMBOLO
TRANSPORTE	
VERIFICACIÓN	
DEMORA	
OPERACIÓN INICIAL	
ALMACENAMIENTO	
OPERACIÓN DOBLE	

Fuente: Bibliográfica

Elaborado por: La Autora

CUADRO 18: FLUJO GRAMA DEL PROCESO

N°	ACTIVIDAD	SIMBOLOGÍA	TIEMPO (HORAS)
1	Adquisición de materia prima e insumos		8
2	Almacenamiento de materia prima e insumos		3
3	Medir y cortar materia prima		4
4	Confección de sábanas		8
5	Control de calidad		2
6	Doblado y empackado		5
7	Almacenamiento de los productos terminados		2
8	Comercialización de los productos terminados		3
9	Reposición de materia prima e insumos		

Elaborado por: La Autora

El tiempo promedio total en horas del proceso de producción de sábanas es de 35 horas desde la actividad 1 a la 8, la actividad 9 no se incluye, ya que esta se la realiza en un lapso amplio (semanalmente).

4.7. PRESUPUESTO TÉCNICO

4.7.1. INVERSIÓN FIJA

Para poner en marcha las actividades de la pequeña empresa se necesita el equipamiento necesario, por eso habrá la adquisición de maquinaria requerida, equipos de cómputo y de oficina y varios activos indispensables para sus operaciones.

4.7.1.1. TERRENO

Se realizará el avalúo total del terreno que tiene 200 m², y la adecuación de la misma.

CUADRO 19: TERRENO

DESCRIPCIÓN	m ²	VALOR TOTAL
Terreno	200	30.000

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

4.7.1.2. INFRAESTRUCTURA

CUADRO 20: INFRAESTRUCTURA

DESCRIPCIÓN	m ²	VALOR TOTAL
Infraestructura	125	15.000

Fuente: investigación propia

Elaborado por: La Autora

4.7.1.3. MAQUINARIA Y EQUIPO

Se establece el número y la cantidad de máquinas y equipos de trabajo, dependiendo de la capacidad y el tamaño del proyecto que se va a realizar, a continuación se detalla cada uno de los activos:

CUADRO 21: MAQUINARIA Y EQUIPOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Máquina Overlok	1	650,00	650,00
Máquina Recta	1	400,00	400,00
Máquina Recubridora	1	1.100,00	1.100,00
Cortadora Redonda	1	150,00	150,00
Plancha	1	50,00	50,00
Tijeras	2	6,50	13,00
TOTAL			2.363,00

Fuente: Investigación directa – Mainco

Elaborado por: La Autora

4.7.1.4. MUEBLES Y ENSERES

Son muy indispensables ya que serán distribuidos en las distintas áreas según su requerimiento

CUADRO 22 MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios modular pequeño	3	150,00	450,00
Archivador vertical dos puertas	2	130,00	260,00
Sillas giratorias	3	35,00	105,00
Sillas normal	5	20,00	100,00
Mesas auxiliares (corte, planchado)	3	100,00	300,00
Estanterías	2	60,00	120,00
TOTAL			1.335,00

Fuente: Investigación directa – Línea nueva

Elaborado por: La Autora

4.7.1.5. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

La adquisición de estos implementos ayudará a mantener un sistema de inventarios, materiales, insumos, control de ventas, entrega de pedido, etc.

CUADRO 23: EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	3	710,00	2.130,00
TOTAL			2.130,00

Fuente: Investigación directa – World Computers

Elaborado por: La Autora

4.7.1.6. EQUIPOS DE OFICINA

CUADRO 24: EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Calculadoras	2	25,00	50,00
Teléfonos	3	50,00	150,00
Impresora HP-LASER P2035	1	120,00	120,00
TOTAL			320,00

Fuente: Investigación directa – Línea nueva

Elaborado por: La Autora

4.7.1.7. VEHÍCULO

CUADRO 25: VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Cabina Simple-2008	1	12.000,00	12.000,00
TOTAL			12.000,00

Fuente: Investigación directa - Auto fácil

Elaborado por: La Autora

CUADRO 26: RESUMEN DE LOS ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Terreno	30.000,00
Infraestructura	15.000,00
Maquinaria y equipo	2.363,00
Muebles y enseres	1.335,00
Equipo de computación	2.130,00
Equipos de oficina	320,00
Vehículo	12.000,00
TOTAL	63.148,00

Fuente: Cuadros N° 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26

Elaborado por: La Autora

4.7.2. INVERSIÓN A DIFERIRSE

Dentro de la inversión diferida del proyecto estará formado por los gastos de constitución de la microempresa, es decir todos los trámites legales y pertinentes que se deben realizar.

CUADRO 27: GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR
Gasto de constitución legal	800,00
Patente municipal	80,00
Permiso a cuerpo de bomberos	80,00
TOTAL	960,00

Elaborado por: La Autora

Los gastos de constitución están conformados por los desembolsos o pagos que realice la empresa para su constitución como: pagos a la notaria, registro de la propiedad, asesoría jurídica, patente municipal, permiso del cuerpo de bomberos, y los gastos por las adecuaciones que se realizará a la planta para su funcionamiento.

4.7.3. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se lo calculó en función al ciclo de operación de la pequeña empresa de confección y comercialización de sábanas. El ciclo de operación del proyecto es de dos meses, tiempo requerido para la empresa que comience a generar ingresos y pueda solventar sus gastos.

En conclusión, el capital de trabajo está constituido por la repartición de dinero del ciclo de operación correspondiente a la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas. A continuación tenemos el resumen de este rubro:

CUADRO 28: CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia prima	8.539,91	
Mano de obra	4.194,46	
Empaques	275,06	
Mantenimiento maquinaria	40,00	
Combustible y mantenimiento vehículo	170,00	
Subtotal CP.		13.219,43
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos administrativos	3.286,75	
Suministros de oficina	19,58	
Servicio de comunicación	106,00	
Servicio básicos	110,00	
Mantenimiento computación	50,00	
Gastos de constitución	160,00	
Subtotal GA		3732,33
GASTOS DE VENTAS		
Publicidad	106,67	
Subtotal GV		106,67
TOTAL		17.058,43
Imprevistos 2%		341,17
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		17.399,60

Elaborado por: La Autora

4.7.3.1. TALENTO HUMANO

CUADRO 29: MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	SUELDO	APORTE	13ER	14TO	RESERVA	TOTAL
Operarias	321,98	39,12	26,83	26,50	26,83	441,26
Cortador	320,39	38,93	26,70	26,50	26,70	439,21
Técnico	322,39	39,17	26,87	26,50	26,87	441,79
						1.322,27

Elaborado por: La Autora

CUADRO 30: MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	AÑO
	1
Juegos de sábanas 1 ½ plazas	1.898
Precio unitario por juego	7,62
Subtotal	14.462,31
Juego de sábanas de 2 plazas	3.961
Precio unitario por juego	7,80
Subtotal	30.895,17
Juegos de sábanas de 2 ½ plazas	726
Precio unitario por juego	8,10
Subtotal	5.881,97
TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS	51.239,45

Elaborado por: La Autora

CUADRO 31: COSTOS INDIRECTOS FABRICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO
	1
Empaque y etiqueta	1.650,38
Mantenimiento maquinaria y equipo	240,00
Combustible y mantenimiento vehículo	1.020,00
Total	2.910,38

Elaborado por: La Autora

CUADRO 32: GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO
	1
Sueldos	19.720,48
Servicios básicos	660,00
Servicios de comunicación	636,00
Mantenimiento de computadora	300,00
Gasto Constitución	960,00
Útiles de oficina	117,50
TOTAL	22.393,98

Elaborado por: La Autora

CUADRO 33: GASTOS VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO
	1
Prensa escrita	240,00
Radio	320,00
Hojas volantes	80,00
TOTAL	640,00

Elaborado por: La Autora

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1. Presupuesto de inversión

Este capítulo tiene como finalidad determinar la factibilidad del proyecto, es decir si su aplicación tendrá éxito o fracaso en la producción y comercialización de los juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui.

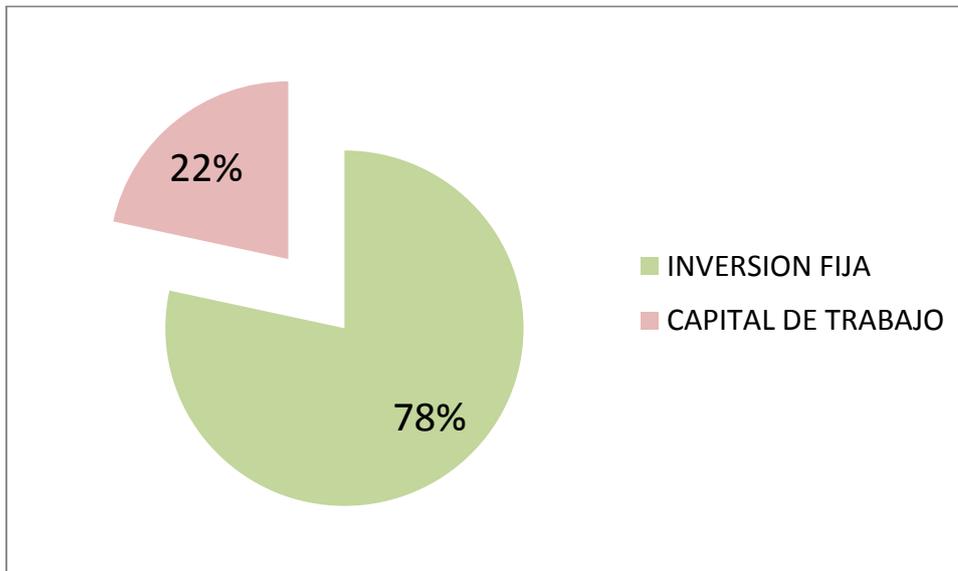
Tendrá una inversión inicial de 80.547,60 dólares; la misma que está integrada por inversión fija, y capital de trabajo o variable.

CUADRO 34: INVERSIÓN INICIAL

INVERSIÓN FIJA	63.148,00
CAPITAL DE TRABAJO	17.399,60
TOTAL	80.547,60

Elaborado por: La Autora

GRÁFICO 3: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN



Elaborado por: La Autora

La inversión inicial está constituida por un 78% de inversión fija, y 22% de capital de trabajo. Dichos rubros son indispensables para la ejecución de la pequeña empresa textil dedicada a la confección y comercialización de juegos de sábanas en el cantón Antonio Ante.

5.1.1. Cálculo del costo de oportunidad

CUADRO 35: COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital propio	26.580,71	33,00	7%	2,31
Capital financiado	53.966,89	67,00	11,50%	7,71
TOTAL	80.547,60	100,00		10,02

Elaborado por: La Autora

5.1.2. TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

Datos:

Costo capital:

ck: 10,02%

if (inflación) : 4%

$$\text{TRM} = (1 + 0,1002)^*(1+0,04)-1$$

$$\text{TRM} = 0,1442$$

$$\text{TRM} = 14,42\%$$

5.2. Ingresos

Ciertos ingresos representados por las ventas que se realizarán cada año, las cuales fueron identificadas por la preferencia del consumidor realizado en el estudio de mercado.

CUADRO 36: VENTAS SEGÚN PREFERENCIA DEL MERCADO

AÑO	SÁBANAS DE 1 ½ PLAZA	SÁBANAS DE 2 PLAZAS	SÁBANAS DE 2 ½ PLAZA
	29	60	11
1	1.898	3.961	726
2	1.993	4.159	762
3	2.092	4.367	801
4	2.197	4.585	841
5	2.307	4.815	883

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

5.2.1. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Se ha decidido realizar la proyección de ingresos para 5 años tomando como base el estudio de mercado, donde se puede observar que la pequeña empresa obtiene los siguientes ingresos por ventas de sábanas tanto sencillas, estampadas y bordadas. Los precios están fijados en base a la competencia, los costos y gastos los cuales crecen según la inflación del año 2013 que es del 4% anual. El siguiente cuadro muestra los resultados:

CUADRO 37: PROYECCIÓN DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Juegos de sábanas 1 ½ plazas	1.898	1.993	2.092	2.197	2.307
Precio por juego	18,72	19,47	20,25	21,06	21,90
Subtotal	35.529,45	38.798,16	42.367,59	46.265,41	50.521,83
Juego de sábanas de 2 plazas	3.961	4.159	4.367	4.585	4.815
Precio por juego	20,80	21,63	22,50	23,40	24,33
Subtotal	82.387,13	89.966,75	98.243,69	107.282,11	117.152,06
Juegos de sábanas de 2 ½ plazas	726	762	801	841	883
Precio por juego	22,88	23,80	24,75	25,74	26,77
Subtotal	16.614,74	18.143,29	19.812,48	21.635,23	23.625,67
TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS	134.531,32	146.908,20	160.423,76	175.182,74	191.299,55

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

5.3. Egresos

Son las erogaciones de efectivo que tendrá la pequeña empresa textil para realizar sus operaciones, estos egresos corresponden a los costos de producción, gastos administrativos, ventas, dichas cuentan se incrementan al ritmo de la tendencia de la inflación de los 5 últimos años que es del 4% anual, excepto los sueldos del talento humano.

Los egresos anuales se presentan a continuación, los cálculos mensuales de los mismos se encuentran en el anexo.

5.3.1. Costos de producción

El costo de producción para los juegos de sábanas tanto en materia prima, mano de obra, como también los insumos que se necesitan.

- **MATERIA PRIMA DIRECTA**

La materia prima será adquirida dependiendo de los proveedores que son como alternativa potencial en la ciudad y de acuerdo al plan de producción.

CUADRO 38: MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Juegos de sábanas de 1 ½ plazas	1.898	1.993	2.092	2.197	2.307
Precio unitario por juego	7,62	7,92	8,24	8,57	8,91
Subtotal	14.462,31	15.792,84	17.245,78	18.832,39	20.564,97
Juego de sábanas de 2 plazas	3.961	4.159	4.367	4.585	4.815
Precio unitario por juego	7,80	8,11	8,44	8,77	9,12
Subtotal	30.895,17	33.737,53	36.841,38	40.230,79	43.932,02
Juegos de sábanas de 2 ½ plazas	726	762	801	841	883
Precio unitario por juego	8,10	8,42	8,76	9,11	9,48
Subtotal	5.881,97	6.423,11	7.014,03	7.659,32	8.363,98
TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS	51.239,45	55.953,48	61.101,20	66.722,51	72.860,98

Elaborado por: La Autora

- **MANO DE OBRA DIRECTA**

Dentro de la mano de obra se encuentra el jefe técnico, operarias y el estibador quienes se dedicarán de la confección de las sábanas, estos crecen según la tendencia de crecimiento de sueldo básico del último año que es del 8,81%.

CUADRO 39: SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL

Nº	PERSONAL	AÑO				
		1	2	3	4	5
1	Técnico producción	322,39	350,79	381,70	415,33	451,92
3	Operarias de costura	965,93	350,34	381,21	414,79	451,34
1	Cortador	320,39	348,61	379,33	412,75	449,11
	MENSUAL	1.608,71	1.049,75	1.142,23	1.242,87	1.352,36
	ANUAL	19.304,54	12.597,02	13.706,81	14.914,38	16.228,34

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO 40: PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Sueldo básico unificado	19.304,54	12.597,02	13.706,81	14.914,38	16.228,34
Aporte patronal	2.345,50	1.530,54	1.665,38	1.812,10	1.971,74
Fondos de reserva		1.049,75	1.142,23	1.242,87	1.352,36
Décimo tercero	1.608,71	1.049,75	1.142,23	1.242,87	1.352,36
Décimo cuarto	1.908,00	2.096,89	2.304,48	2.532,63	2.783,36
TOTAL MANO DE OBRA	25.166,75	18.323,95	19.961,14	21.744,84	23.688,17

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

CUADRO 41: EMPAQUE

AÑO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Empaque y etiqueta	6.602	0,25	1650,38
2		6.932	0,26	1802,22
3		7.278	0,27	1968,02
4		7.642	0,28	2149,08
5		8.024	0,29	2346,80

Elaborado por: La Autora

- **MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

CUADRO 42: MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Mantenimiento maquinaria y equipo	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
TOTAL	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77

Elaborado por: La Autora

- **COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

CUADRO 43: COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Combustible y mantenimiento vehículo	1.020,00	1.060,80	1.103,23	1.147,36	1.193,26
TOTAL	1.020,00	1.060,80	1.103,23	1.147,36	1.193,26

Elaborado por: La Autora

CUADRO 44: RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTOS					
Materia prima	51.239,45	55.953,48	61.101,20	66.722,51	72.860,98
Mano de obra	25.166,75	18.323,95	19.961,14	21.744,84	23.688,17
TOTAL	76.406,20	74.277,43	81.062,34	88.467,35	96.549,14
COSTOS INDIRECTOS					
Empaque y etiquetas	1.650,38	1.802,22	1.968,02	2.149,08	2.346,80
Mantenimiento maquinaria Y equipo	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Combustible y mantenimiento vehículo	1.020,00	1.060,80	1.103,23	1.147,36	1.193,26
SUBTOTALES	2.910,38	3.112,62	3.330,84	3.566,41	3.820,82
TOTAL COSTOS	79.316,58	77.390,04	84.393,18	92.033,76	100.369,96

Elaborado por: La Autora

5.3.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son: sueldo al personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos, servicios de comunicación, mantenimiento computación, con un valor de 22.393,98 dólares en el primer año de funcionamiento, los mismos son justificados por el trabajo que realizan en la pequeña empresa textil.

CUADRO 45: PROYECCIÓN DE SALARIO BÁSICO UNIFICADO

SUELDO BÁSICO UNIFICADO MENSUAL						
N°	PERSONAL	AÑO				
		1	2	3	4	5
1	Gerente	600,00	652,86	710,38	772,96	841,06
1	Secretaria	318,00	346,02	376,50	409,67	445,76
1	Contador	380,00	413,48	449,91	489,54	532,67
	MENSUAL	1.298,00	1.412,35	1.536,78	1.672,17	1.819,49
	ANUAL	15.576,00	16.948,25	18.441,39	20.066,07	21.833,89

Elaborado por: La Autora

CUADRO 46: PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Sueldo básico unificado	15.576,00	16.948,25	18.441,39	20.066,07	21.833,89
Aporte patronal	1.892,48	2.059,21	2.240,63	2.438,03	2.652,82
Fondos de reserva		1.412,35	1.536,78	1.672,17	1.819,49
Décimo tercero	1.298,00	1.412,35	1.536,78	1.672,17	1.819,49
Décimo cuarto	954,00	1.048,45	1.152,24	1.266,31	1.391,68
TOTAL	19.720,48	22.880,61	24.907,82	27.114,76	29.517,37

Elaborado por: La Autora

- **SERVICIOS BÁSICOS**

Los gastos de servicios básicos con gastos indispensables para el desarrollo normal de las actividades de la pequeña empresa textil.

CUADRO 47: SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Agua	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Luz	360,00	374,40	389,38	404,95	421,15
TOTAL	660,00	686,40	713,86	742,41	772,11

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

CUADRO 48: SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Servicio de teléfono	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Servicio de internet	336,00	349,44	363,42	377,95	393,07
TOTAL	636,00	661,44	687,90	715,41	744,03

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La Autora

- **MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN**

Se debe realizar frecuente y constantemente mantenimientos en el equipo de cómputo, lo que servirá como ayuda para evitar fugas y pérdida de información.

CUADRO 49: MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Mantenimiento computación	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
TOTAL	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96

Elaborado por: La Autora

- **SUMINISTROS DE OFICINA**

CUADRO 50: SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANT	VALOR UNIT	AÑO				
			1	2	3	4	5
Papel bond	15	4,00	60,00	62,40	64,90	67,49	70,19
Carpetas archivadoras	12	2,00	24,00	24,96	25,96	27,00	28,08
Grapadoras	3	1,50	4,50	4,68	4,87	5,06	5,26
Perforadora	3	3,00	9,00	9,36	9,73	10,12	10,53
Útiles varios	1	20,00	20,00	20,80	21,63	22,50	23,40
TOTAL			117,50	122,20	127,09	132,17	137,46

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO 51: RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Sueldos	19.720,48	22.880,61	24.907,82	27.114,76	29.517,37
Servicios básicos	660,00	686,40	713,86	742,41	772,11
Servicios de comunicación	636,00	661,44	687,90	715,41	744,03
Mantenimiento de computadora	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Gasto constitución	960,00				
Útiles de oficina	117,50	122,20	127,09	132,17	137,46
TOTAL	22.393,98	24.662,65	26.761,14	29.042,21	31.521,93

Elaborado por: La Autora

5.3.3. GASTOS DE VENTAS

Dentro de los gastos de ventas se tiene: gastos de publicidad y promoción que se realizan para dar a conocer el producto y así poder conseguir llegar al mercado meta.

- **PUBLICIDAD**

CUADRO 52: PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Prensa escrita	240,00	249,60	259,58	269,97	280,77
Radio	320,00	332,80	346,11	359,96	374,35
Hojas volantes	80,00	83,20	86,53	89,99	93,59
TOTAL	640,00	665,60	692,22	719,91	748,71

Elaborado por: La Autora

5.3.4. GASTOS FINANCIEROS

Son los intereses del préstamo efectuado por la CFN

CUADRO 53: GASTOS FINANCIEROS

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Intereses	5.768,79	4.741,27	3.589,16	2.297,35	848,89

Elaborado por: La Autora

5.4. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

CUADRO 54: RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	79.316,58	77.390,04	84.393,18	92.033,76	100.369,96
Gastos adm.	22.393,98	24.662,65	26.761,14	29.042,21	31.521,93
Gastos ventas	640,00	665,60	692,22	719,91	748,71
Gastos financieros	5.768,79	4.741,27	3.589,16	2.297,35	848,89
Gastos por depreciación	4.261,73	4.261,73	4.261,73	4.451,71	4.451,71
TOTAL	112.381,08	111.721,30	119.697,44	128.544,94	137.941,20

Elaborado por: La Autora

5.5. FINANCIAMIENTO

Datos:

Deuda: 53.966,89

Tasa: 11,50%

Tiempo: 5 años

Pagos: mensuales

CUADRO 55: TABLA DE AMORTIZACIÓN

N	CUOTA	INTERÉS	SALDO PAGAR	SALDO X PAGAR
0				53.966,89
1	1.186,87	517,18	669,69	53.297,20
2	1.186,87	510,76	676,11	52.621,09
3	1.186,87	504,29	682,59	51.938,50
4	1.186,87	497,74	689,13	51.249,38
5	1.186,87	491,14	695,73	50.553,64
6	1.186,87	484,47	702,40	49.851,24
7	1.186,87	477,74	709,13	49.142,11
8	1.186,87	470,95	715,93	48.426,18
9	1.186,87	464,08	722,79	47.703,40
10	1.186,87	457,16	729,72	46.973,68
11	1.186,87	450,16	736,71	46.236,97
12	1.186,87	443,10	743,77	45.493,20
13	1.186,87	435,98	750,90	44.742,31
14	1.186,87	428,78	758,09	43.984,22
15	1.186,87	421,52	765,36	43.218,86
16	1.186,87	414,18	772,69	42.446,17
17	1.186,87	406,78	780,10	41.666,07
18	1.186,87	399,30	787,57	40.878,50
19	1.186,87	391,75	795,12	40.083,38
20	1.186,87	384,13	802,74	39.280,64
21	1.186,87	376,44	810,43	38.470,20
22	1.186,87	368,67	818,20	37.652,00
23	1.186,87	360,83	826,04	36.825,96
24	1.186,87	352,92	833,96	35.992,01
25	1.186,87	344,92	841,95	35.150,06
26	1.186,87	336,85	850,02	34.300,04

27	1.186,87	328,71	858,16	33.441,87
28	1.186,87	320,48	866,39	32.575,49
29	1.186,87	312,18	874,69	31.700,80
30	1.186,87	303,80	883,07	30.817,72
31	1.186,87	295,34	891,54	29.926,19
32	1.186,87	286,79	900,08	29.026,11
33	1.186,87	278,17	908,71	28.117,40
34	1.186,87	269,46	917,41	27.199,99
35	1.186,87	260,67	926,21	26.273,78
36	1.186,87	251,79	935,08	25.338,70
37	1.186,87	242,83	944,04	24.394,65
38	1.186,87	233,78	953,09	23.441,56
39	1.186,87	224,65	962,22	22.479,34
40	1.186,87	215,43	971,45	21.507,89
41	1.186,87	206,12	980,76	20.527,14
42	1.186,87	196,72	990,15	19.536,98
43	1.186,87	187,23	999,64	18.537,34
44	1.186,87	177,65	1.009,22	17.528,12
45	1.186,87	167,98	1.018,89	16.509,22
46	1.186,87	158,21	1.028,66	15.480,56
47	1.186,87	148,36	1.038,52	14.442,05
48	1.186,87	138,40	1.048,47	13.393,58
49	1.186,87	128,36	1.058,52	12.335,06
50	1.186,87	118,21	1.068,66	11.266,40
51	1.186,87	107,97	1.078,90	10.187,50
52	1.186,87	97,63	1.089,24	9.098,25
53	1.186,87	87,19	1.099,68	7.998,57
54	1.186,87	76,65	1.110,22	6.888,35
55	1.186,87	66,01	1.120,86	5.767,49
56	1.186,87	55,27	1.131,60	4.635,89
57	1.186,87	44,43	1.142,45	3.493,45
58	1.186,87	33,48	1.153,39	2.340,05
59	1.186,87	22,43	1.164,45	1.175,61
60	1.186,87	11,27	1.175,61	0,00

Elaborado por: La Autora

5.5.1. DEPRECIACIÓN

En el transcurso del tiempo los activos fijos van perdiendo su valor, es por ello que se efectúa la depreciación.

CUADRO 56: DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO				
			1	2	3	4	5
Infraestructura	15.000,00	5%	750,00	750,00	750,00	750,00	750,00
Maquinaria y equipo	2.363,00	10%	236,30	236,30	236,30	236,30	236,30
Vehículo	12.000,00	20%	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Muebles y enseres	1.335,00	10%	133,50	133,50	133,50	133,50	133,50
Equipo de computación	2.130,00	33%	709,93	709,93	709,93		
Equipo de oficina	320,00	10%	32,00	32,00	32,00	32,00	32,00
Renovación de computadoras al 3 año	2.700,00	33%				899,91	899,91
TOTAL	35.848,00		4.261,73	4.261,73	4.261,73	4.451,71	4.451,71

Elaborado por: La Autora

5.6. ESTADOS PROFORMA

Corresponde al estado de situación inicial, el de resultados y flujos de caja los cuales ayudan para efectuar la respectiva evaluación financiera.

5.6.1. Balance de arranque

Este balance de situación inicial muestra la posición financiera en lo referente a los activos y pasivos.

ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		17.399,60
Caja – bancos	17.399,60	
ACTIVOS FIJOS		63.148,00
Terreno	30.000,00	
Infraestructura	15.000,00	
Vehículo	12.000,00	
Equipo de computación	2.130,00	
Equipo de oficina	320,00	
Muebles y enseres	1.335,00	
Maquinaria y equipo	2.363,00	
TOTAL ACTIVOS		80.547,60
PASIVOS		
PASIVOS LARGO PLAZO		53.966,89
Préstamo por pagar	53.966,89	
CAPITAL		26.580,71
Inversión propia	26.580,71	
TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		80.547,60

5.6.2. ESTADO DE RESULTADOS

En este balance se puede apreciar la utilidad neta.

CUADRO 57: ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ingresos proyectados	134.531,32	146.908,20	160.423,76	175.182,74	191.299,55
Costos de producción	79.316,58	77.390,04	84.393,18	92.033,76	100.369,96
UTILIDAD BRUTA	55.214,74	69.518,16	76.030,58	83.148,99	90.929,59
Gastos administrativos	22.393,98	24.662,65	26.761,14	29.042,21	31.521,93
Gastos de ventas	640,00	665,60	692,22	719,91	748,71
Gastos financieros	5.768,79	4.741,27	3.589,16	2.297,35	848,89
Depreciación	4.261,73	4.261,73	4.261,73	4.451,71	4.451,71
Subtotal	33.064,50	34.331,25	35.304,26	36.511,19	37.571,24
UTILIDAD OPERATIVA	22.150,24	35.186,90	40.726,32	46.637,80	53.358,35
Utilidad 15% participación trabajadores	3.322,54	5.278,04	6.108,95	6.995,67	8.003,75
UTILIDAD ANTES DEL IMP. RENTA	18.827,70	29.908,87	34.617,37	39.642,13	45.354,60
22% de impuesto a la renta	4.142,09	6.579,95	7.615,82	8.721,27	9.978,01
UTILIDAD NETA PROYECTADA	14.685,61	30.445,63	37.137,15	44.340,45	52.509,46

Elaborado por: La Autora

5.6.3. FLUJO DE CAJA

CUADRO 58: FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Inversión inicial	80.547,60					
(=) Utilidad neta		14.685,61	30.445,63	37.137,15	44.340,45	52.509,46
Depreciación		4.261,73	4.261,73	4.261,73	4.451,71	4.451,71
Valor de rescate						14.159,39
Reinversión					2.700,00	
(=) Total ingresos		18.947,34	34.707,36	41.398,88	51.492,16	71.120,56
Egresos						
Pago al principal		8.473,69	9.501,20	10.653,31	11.945,12	13.393,58
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	80.547,60	10.473,65	25.206,16	30.745,57	39.547,04	57.726,99

Elaborado por: La Autora

5.7. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

5.7.1. VALOR ACTUAL NETO

Está representado por los flujos de ingresos y gastos que se generan durante la vida útil del proyecto, dependiendo si resulta mayor a cero se considera una inversión favorable.

CUADRO 59: VALOR ACTUAL NETO

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO	ENTRADAS ACTUALES
0	-80.547,60			-80.547,60
1		10.473,65	0,87	9.154,04
2		25.206,16	0,76	19.254,68
3		30.745,57	0,67	20.527,07
4		39.547,04	0,58	23.076,66
5		57.726,99	0,51	29.441,01
VAN				20.905,86

Elaborado por: La Autora

Interpretación: El valor actual neto mide la rentabilidad del proyecto en valores absolutos, para este caso el VAN es de 20.905,86 dólares, lo que indica que el proyecto es factible, en las condiciones analizadas.

5.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno se la obtiene de acuerdo como se va recuperando la inversión realizada en el proyecto.

CUADRO 60: TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	ENTRADA DE EFECTIVO	FACTOR 14,42%	ENTRADA ACTUAL	FACT. 23%	ENTRADA ACTUALIZADA
0	-80.547,60		-80.547,60	0,2300	-80.547,60
1	10.473,65	0,8740	9.154,04	0,8130	8.515,16
2	25.206,16	0,7639	19.254,68	0,6610	16.660,83
3	30.745,57	0,6676	20.527,07	0,5374	16.522,18
4	39.547,04	0,5835	23.076,66	0,4369	17.278,00
5	57.726,99	0,5100	29.441,01	0,3552	20.504,70
VAN			20.905,86	TIR	-1.066,73

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \frac{VAN_{T_i}}{VAN_{T_i} - VAN_{T_s}}$$

$$\text{TIR} = 14,42 + \frac{20.905,86}{20.905,86 - (-1.066,73)} (23 - 14,42)$$

TIR= 22,58%

Aplicando este índice financiero el proyecto es factible, ya que se obtendrá una rentabilidad del 22,58% sobre rentabilidad a la tasa de rendimiento medio que es de 14,42% la cual indica la rentabilidad fuera del proyecto.

5.7.3. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

CUADRO 61: RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	CAPITAL	UTILIDAD	RECUPERACIÓN CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	80.547,60	10.473,65	10.473,65	
2		25.206,16	35.679,81	
3		30.745,57	66.425,39	3 años
4		39.547,04	105.972,42	4 meses
5		57.726,99	163.699,41	

Fuente: Flujo de caja

Cálculo:

	<u>105.972,42</u>		
(-)	66.425,39		
Diferencia =	39.547,04	39.547,04	1
		14.122,21	X
	<u>80.547,60</u>		
(-)	66.425,39	TIEMPO	0,357099
Diferencia =	14.122,21		4,285188

Se determina que la inversión se recupera en 3 años con 4 meses.

5.8. COSTO BENEFICIO

CUADRO 62: BENEFICIO COSTO

AÑO	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 14,42%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
1	10.473,65	0,8740	9.154,04
2	25.206,16	0,7639	19.254,68
3	30.745,57	0,6676	20.527,07
4	39.547,04	0,5835	23.076,66
5	57.726,99	0,5100	29.441,01
			101.453,45

Fuente: flujo de caja

Elaborado por: La Autora

$$B / C = \frac{101.453,45}{80.547,60}$$

$$B / C = 1,26$$

Este análisis del costo beneficio nos indica que por cada 1 dólares invertido en el proyecto, generará 0,26 centavos de dólar adicionales.

5.9. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para el análisis del punto de equilibrio primero se clasificó el tipo de juegos de sábanas:

CUADRO 63: PUNTO DE EQUILIBRIO DE 1 ½ PLAZA DE SÁBANAS

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos					
Ventas	35.529,45	38.798,16	42.367,59	46.265,41	50.521,83
Costos fijos					
Gastos administrativos	6.494,26	7.152,17	7.760,73	8.422,24	9.141,36
Gastos ventas	185,60	193,02	200,74	208,77	217,13
Gastos financieros	1.672,95	1.374,97	1.040,86	666,23	246,18
Depreciaciones	1.235,90	1.235,90	1.235,90	1.291,00	1.291,00
Total costos fijos	9.588,70	9.956,06	10.238,24	10.588,24	10.895,66
Costos variables					
Materia Prima Directa	14.462,31	15.792,84	17.245,78	18.832,39	20.564,97
Mano Obra Directa	7.298,36	5.313,94	5.788,73	6.306,00	6.869,57
Costos Indirectos Fabricación	844,01	902,66	965,94	1.034,26	1.108,04
Total costos variables	22.604,68	22.009,45	24.000,46	26.172,66	28.542,58
Total costos	32.193,38	31.965,51	34.238,69	36.760,90	39.438,24
PE DÓLARES	26.358,79	23.008,13	23.616,61	24.380,41	25.044,93
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	1.408,06	1.181,79	1.166,39	1.157,80	1.143,62

Fuente: Evaluación financiera

Elaborado por: La Autora

CUADRO 64: PUNTO DE EQUILIBRIO DE 2 PLAZAS DE SÁBANAS

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos					
Ventas	82.387,13	89.966,75	98.243,69	107.282,11	117.152,06
Costos fijos					
Gastos administrativos	13.436,39	14.797,59	16.056,69	17.425,33	18.913,16
Gastos ventas	384,00	399,36	415,33	431,95	449,23
Gastos financieros	3.461,27	2.844,76	2.153,50	1.378,41	509,34
Depreciaciones	2.557,04	2.557,04	2.557,04	2.671,03	2.671,03
Total costos fijos	19.838,70	20.598,75	21.182,56	21.906,71	22.542,74
Costos variables					
Materia Prima Directa	30.895,17	33.737,53	36.841,38	40.230,79	43.932,02
Mano Obra Directa	15.100,05	10.994,37	11.976,69	13.046,90	14.212,90
Costos Indirectos Fabricación	1.746,23	1.867,57	1.842,75	2.139,85	2.292,49
Total costos variables	47.741,46	46.599,47	50.660,82	55.417,54	60.437,41
Total costos	67.580,15	67.198,22	71.843,38	77.324,25	82.980,16
PE DÓLARES	47.176,26	42.732,74	43.735,33	45.314,14	46.565,20
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	2.268,09	1.975,44	1.944,03	1.936,74	1.913,66

Fuente: Evaluación financiera

Elaborado por: La Autora

CUADRO 65: PUNTO DE EQUILIBRIO DE 2 ½ PLAZA DE SÁBANAS

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos					
Ventas	16614,74	18143,29	19812,48	21635,23	23625,67
Costos fijos					
Gastos administrativos	2463,34	2712,89	2943,73	3194,64	3467,41
Gastos ventas	70,40	73,22	76,14	79,19	82,36
Gastos financieros	634,57	521,54	394,81	252,71	93,38
Depreciaciones	468,79	468,79	468,79	489,69	489,69
Total costos fijos	3637,09	3776,44	3883,47	4016,23	4132,84
Costos variables					
Materia Prima Directa	5881,97	6423,11	7014,03	7659,32	8363,98
Mano Obra Directa	2768,34	2015,63	2195,73	2391,93	2605,70
Costos Indirectos Fabricación	320,14	342,39	337,84	392,31	420,29
Total costos variables	8970,45	8781,13	9547,60	10443,56	11389,97
Total costos	12607,55	12557,57	13431,06	14459,79	15522,81
PE DÓLARES	7905,17	7318,50	7495,57	7764,00	7980,01
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	346	308	303	302	298

Fuente: Evaluación financiera

Elaborado por: La Autora

Para obtener el punto de equilibrio tanto en dólares como en cantidad se aplicó las siguientes formulas:

$$PE\$ = \frac{\text{Costo fijo Totales}}{1 - \frac{\text{costo variable}}{\text{ventas}}}$$

$$PE Q = \frac{\text{Punto de equilibrio \$}}{\text{Precio de Venta unitario}}$$

CAPITULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL

En el siguiente capítulo se tratará los siguientes aspectos que tienen relación con la parte administrativa, su estructura y sus requisitos de funcionamiento.

6.1. ANÁLISIS INTERNO DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL

6.1.1. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA

El nombre o razón social será una herramienta muy importante dentro de la publicidad y el posicionamiento de la pequeña empresa textil; la imagen que se proyecte a los futuros clientes será vital para el crecimiento de la empresa, de ahí que el nombre que se coloque debe ser el más idóneo para el logro de los objetivos.

El nombre de la pequeña empresa textil será **“Patrx Confecciones”** dedicada a la confección y comercialización de juegos de sábanas.

- **Patrx Confecciones**

Este nombre servirá de apoyo para realizar la publicidad necesaria para lograr captar clientes fieles en el mercado, así como en la mente de los consumidores se impregne una imagen de comodidad total al momento de descansar.



Elaborado por: La Autora

6.1.2. Titularidad de Propiedad de la Empresa

De acuerdo a la normativa legal vigente especialmente la Ley de Compañías del Ecuador, en el artículo correspondiente a los tipos de empresa se expresa claramente que por las características del proyecto dentro del marco legal y para cumplir con todos los requisitos se constituirá una sociedad anónima con personería jurídica.

6.1.3. Tipo de Empresa

Dentro de la normativa se considera que una sociedad anónima se formará cuando cumpla con lo siguiente según el Art.143 de la Ley de compañía que dice: ... ***“la compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas”.***

Patrx Confecciones estará formada por un capital dividido en acciones, los cuales serán negociados por sus dueños y representarán el aporte que hicieron estos para la constitución de la empresa. Misma que como se planteó anteriormente estará dedicada a la confección y comercialización de sábanas para las familias anteñas y los visitantes que lleguen a la ciudad.

6.1.4. Base Filosófica de la Empresa

La filosofía en la cual se enmarcará la empresa serán las directrices que ayuden al logro adecuado de los objetivos enmarcados en la responsabilidad, ética y compromiso de las personas que aquí laborarán, además se podrán dar lineamientos en base a los cuales se brinde un trato justo y correcto a los futuros clientes, será el punto de apoyo para la dirección de la empresa en cuanto a la forma mediante la cual medirá la actitud de cada empleado de la organización.

6.1.5. MISIÓN

Brinda un producto de alta calidad que sea competitivo en el mercado logrando satisfacer las necesidades del consumidor y fortaleciendo el desarrollo del sector textil en la Ciudad de Atuntaqui, que permita obtener los rendimientos económicos y sociales.

6.1.6. VISIÓN

En los próximos cinco años llegar a conquistar las mejores plazas del mercado para la venta de nuestro producto.

6.1.7. OBJETIVOS

- a. Lograr entrar al mercado con un reconocimiento de calidad del producto.
- b. Contribuir con el desarrollo de la ciudad generando fuentes de trabajo.
- c. Conquistar los mercados nacionales e internacionales.
- d. Tener un alto índice de ingresos en el menor tiempo posible.

6.1.8. POLÍTICAS DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL

Las políticas a aplicar serán:

- a. Mantener un control constante para conocer en qué nivel se están alcanzando las metas.
- b. Considerar y dar trato justo al personal de trabajo y tener en claro que el talento humano es el factor principal de la empresa.
- c. Capacitar al personal para mantenerlos actualizados en todos los cambios y nuevas alternativas que se puedan aplicar.
- d. Buscar nuevas estrategias para cada día poder incrementar las ventas del producto.

6.1.9. VALORES

La pequeña empresa incluirá en su cultura organizacional los siguientes valores empresariales.

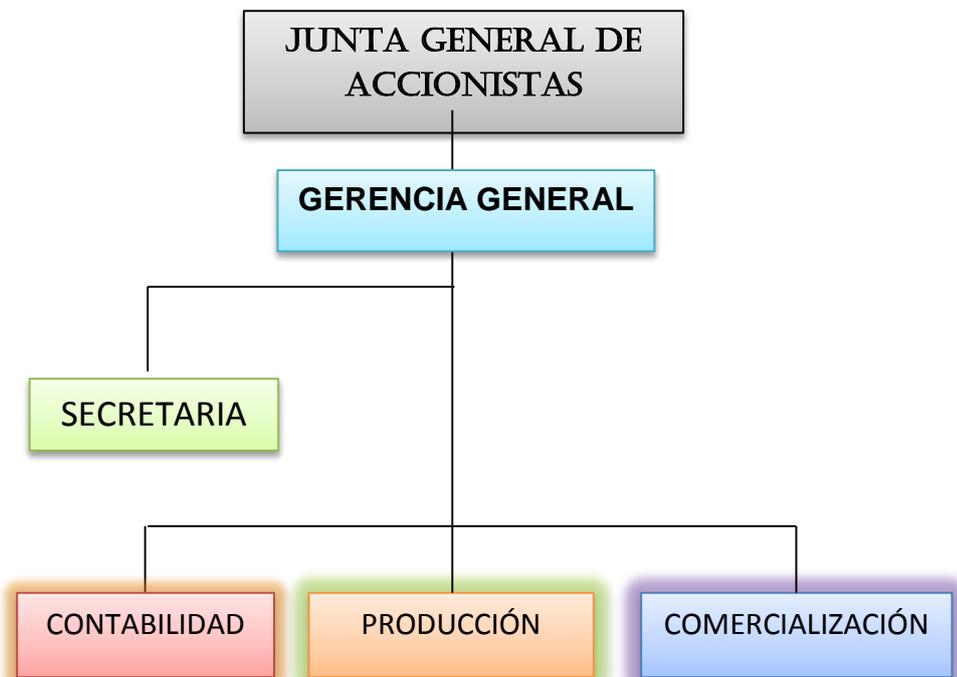
- ✓ Compromiso.- comprometerse totalmente con la empresa haciendo todo por alcanzar la visión que llevará al éxito de la misma.
- ✓ Honestidad.- tener un procedimiento transparente en la gestión empresarial.

- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Puntualidad.- mantener un buen nivel de responsabilidad para la entrega del producto.
- ✓ Equidad.- trato igual a todos los trabajadores de la organización.
- ✓ Confiabilidad.- el producto debe ser de calidad calificada.

6.2. ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA

La estructura orgánica permite a través de los niveles definir las responsabilidades de cada empleado, también ubica a las unidades administrativas en el proceso de la autoridad y la relación existente entre los departamentos determinando los responsables de los mismos.

6.2.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



6.2.2. Niveles Administrativos.

Los niveles administrativos que se manejarán en la microempresa son los siguientes:

6.2.2.1. Nivel Ejecutivo

Junta General de Accionistas

Gerente General

6.2.2.2. Nivel Auxiliar o de Apoyo

Secretaria

Contadora

6.2.2.3. Nivel Operativo

Producción

Comercialización

6.3. IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES

6.3.1. JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

- ✓ Aprobación de las Cuentas Anuales.
- ✓ Nombramiento y separación de los administradores.
- ✓ Aumento y reducción de capital.
- ✓ Modificación de los estatutos.
- ✓ La disolución, fusión y transformación de la sociedad.

6.3.2. GERENTE

El gerente representa el nivel directivo de la pequeña empresa, el mismo que tiene la responsabilidad de enfrentar cualquier tipo de situación que se encuentre la organización.

Perfil de puesto

- ✓ Liderazgo
- ✓ Mantener un espíritu emprendedor y dinámico.
- ✓ Poseer experiencia en la estructura y función de una organización.
- ✓ Buen manejo de relaciones humanas
- ✓ Disponibilidad de tiempo
- ✓ Experiencia en actividades comerciales
- ✓ Conocimiento básico del área contable

Funciones

- ✓ Representar legalmente a la microempresa en forma judicial y extrajudicial.
- ✓ Controlar y decidir en todos los aspectos el funcionamiento de la pequeña empresa.
- ✓ Nombrar y remover a los empleados y fijar sus remuneraciones.
- ✓ Adquirir o enajenar bienes muebles o enseres.
- ✓ Tener un control constante del logro de los objetivos.
- ✓ Tener una constante capacitación del personal
- ✓ Aplicar estrategias de negociación.

Requisitos

Instrucción formal: Contar con un título en administración de empresas y/o carreras afines

Edad: de preferencia de 25 a 40 años

Experiencia: mínima de 2 años en cargos similares

6.3.3. SECRETARIA

Quien tendrá que realizar dos funciones y por ende también debe poseer algunas aptitudes y actitudes especiales, entre las que sobresale su capacidad para relacionarse con el público, puesto que estará siempre en contacto directo con el cliente.

Perfil de puesto

- ✓ Trabajo a presión
- ✓ Buenas relaciones humanas
- ✓ Poseer conocimientos de computación.
- ✓ Cursos relacionados a la profesión.

Funciones

- ✓ Organizar y asistir a reuniones para registrar actas.
- ✓ Planificar su tiempo y el de su jefe
- ✓ Confidencialidad de la información que maneja en su trabajo diario
- ✓ Digitalizar todo tipo de documentos.
- ✓ Demostrar buen trato a los clientes y relaciones humanas
- ✓ Capacidad de responder al trabajo bajo presión
- ✓ Contestar llamadas telefónicas

Requisitos

Instrucción formal: egresada de secretariado ejecutivo

Edad: de preferencia de 23 a 30 años

Experiencia: no indispensable.

6.3.4. CONTADOR - A

Perfil de puesto

- ✓ Manejo de contabilidad
- ✓ Conocimiento de leyes tributarias
- ✓ Buenas relaciones humanas
- ✓ Disponibilidad de tiempo

Función

- ✓ Realizar los registros de ingresos y egresos de las actividades diarias.
- ✓ Registrar facturas de compras, y realizar pagos, previa autorización de la gerencia.
- ✓ Elaborar, pagar y registrar los roles de pagos de los empleados, y sus aportes al IESS, previa autorización de gerencia.
- ✓ Manejo de libro bancos de la empresa
- ✓ Adquisición de suministros, materia prima con autorización de la gerencia
- ✓ Elaborar las declaraciones de impuestos mensuales y anexos de la microempresa
- ✓ Manejo del fondo de caja chica de la microempresa y su respectiva reposición mensual
- ✓ Elaboración de libros diarios y mayores de la pequeña empresa

Requisitos

Instrucción formal: estudios de contabilidad

Edad: de preferencia de 25 a 35 años

Experiencia: mínimo 2 años en cargos similares.

6.3.5. TÉCNICO DE PRODUCCIÓN

El área de producción representa el nivel operativo de la pequeña empresa y controlará el proceso productivo, la calidad del producto, contando con un grupo de personas capacitadas en la ejecución de las actividades.

Perfil de puesto

- ✓ Manejo de programas de diseño
- ✓ Conocimiento de diseño textil
- ✓ Buenas relaciones humanas
- ✓ Disponibilidad de tiempo
- ✓ Manejo de idiomas

Funciones

- ✓ Dirigir al talento humano encargado a de la producción
- ✓ Planificar la producción
- ✓ Supervisar la cadena productiva
- ✓ Realizar presupuestos de materia prima
- ✓ Registrar inventarios de la producción
- ✓ Diseñar nuevos modelos del producto
- ✓ Mantener en perfecto funcionamiento la maquinaria y equipo

Requisitos

Instrucción formal: diseño textil

Edad: de preferencia de 30 a 40 años

Experiencia: mínimo 2 años en cargos similares.

6.3.6. OPERARIAS

Perfil de puestos

- ✓ Conocimiento en la confección de textiles
- ✓ Buenas relaciones humanas
- ✓ Disponibilidad de tiempo
- ✓ Conocimiento en el manejo de máquinas industriales.

Funciones

- ✓ Serán las responsables de confeccionar el producto
- ✓ Confección de los diseños solicitados
- ✓ Efectuar las actividades de corte y confección
- ✓ Cuidar de las máquinas y equipo de trabajo que está a su cargo
- ✓ Controlar las piezas fabricadas
- ✓ Efectuar la limpieza de su lugar de trabajo (por turnos)

Requisitos

Instrucción formal: corte y confección

Edad: de preferencia de 18 a 40 años

Experiencia: mínimo 1 años en cargos similares.

6.3.7. COMERCIALIZACIÓN.

El área de comercialización representa el nivel operativo de la pequeña empresa y donde se encarga de realizar los contactos directos con los clientes a los cuales se va a vender los productos.

Perfil del Puesto.

- ✓ Mantener un espíritu emprendedor y dinámico.
- ✓ Poseer actitud de trabajo en equipo.
- ✓ Poseer buenas relaciones personales (atención al cliente).
- ✓ Disposición para trabajar bajo presión.
- ✓ Ser responsable.

Funciones

- ✓ Identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores.
- ✓ Supervisar en forma diaria la calidad del producto.
- ✓ Establecer convenios con otras instituciones que faciliten el proceso de publicación, distribución y venta de productos.
- ✓ Determinar los canales adecuados de comercialización de los productos.
- ✓ Comunicar diariamente sobre las ventas realizadas y novedades de clientes.
- ✓ Cumplir con los objetivos de venta propuestos.
- ✓ Llevar un adecuado control de ventas a contado y a crédito.

Requisitos.

Instrucción formal: Poseer título de técnico en marketing y ventas o carreras afines. Poseer conocimientos básicos de computación.

Edad: de preferencia de 18 a 30 años

Experiencia: Tener 1 año de experiencia en ventas.

6.4. BASE LEGAL

Una vez analizado los factores para determinar el tipo de microempresa y la razón social se debe seguir ciertos pasos legales requeridos para la incorporación de la misma:

6.4.1. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Para el funcionamiento de la pequeña empresa textil se tiene que presentar una serie de requisitos como son:

6.4.2. EL REQUISITO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE

Requisitos:

- ✓ Cedula de identidad del representante legal
- ✓ Copia de certificado de votación
- ✓ Recibo de pagos de agua, luz o teléfono.

6.4.3. PATENTE MUNICIPAL

Requisitos:

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

6.4.4. PARA OBTENER EL PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

- ✓ Llenar solicitud del permiso de funcionamiento
- ✓ Reunir la documentación necesaria y requerida para el ingreso con la solicitud.
- ✓ Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- ✓ Entrega del permiso que tiene como vigencia de un año.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

En este capítulo se detallan las posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, de tal forma se considera importante analizar los impactos que accionará la creación de la nueva pequeña empresa textil que estará destinada a la confección y comercialización de juegos de sábanas.

7.1. EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Primero se debe establecer un rango de nivel de impacto, para la evaluación se aplica la siguiente escala:

	VALORACIÓN CUANTITATIVA	VALORACIÓN CUALITATIVA
NEGATIVO	-1	BAJO
	-2	MEDIO
	-3	ALTO
POSITIVO	1	BAJO
	2	MEDIO
	3	ALTO

7.2. IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos que se tomaron en cuenta para este proyecto son los siguientes:

- Social
- Económico
- Cultural - educativo

7.2.1. IMPACTO SOCIAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fuentes de trabajo							X	3
Mejora calidad de vida							X	3
Estabilidad laboral						X		2
TOTAL						2	6	8

Elaborado por: La Autora

TOTAL = $8/3 = 2,67 = 3$ impacto alto positivo

ANÁLISIS:

De acuerdo al impacto social se determina que el proyecto genera un impacto alto positivo, porque la creación de la nueva pequeña empresa textil dedicada a la confección y comercialización de juegos de sábanas, generará mayor crecimiento de fuentes de trabajo para las personas del cantón, lo que permitirá una mejor calidad de vida de los mismos. A su vez otorgando una estabilidad laboral con la finalidad de que se sientan estables con su trabajo, aumentando la productividad y ser competitivos en el mercado con productos de calidad.

7.2.2. IMPACTO ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Contribuye al desarrollo económico del cantón						X		2
Niveles de ingresos							X	3
Rentabilidad							X	3
TOTAL						2	6	8

Elaborado por: La Autora

TOTAL = $8/3 = 2,67 = 3$ impacto alto positivo

ANÁLISIS:

Este proyecto tiene una incidencia económica de vital importancia para la sociedad, ya que impulsará el desarrollo del área textil y comercial facilitando un mayor nivel de ingresos para las familias del cantón y así puedan mantener una estabilidad económica.

Esto permitirá que la pequeña empresa genere una rentabilidad a través de los productos que se ofertaran en el mercado incrementando el volumen de ventas.

7.2.3. IMPACTO CULTURAL EDUCATIVO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de Conocimientos							X	3
Aplicación de conocimientos							X	3
Nivel de investigación						X		2
TOTAL						2	6	8

Elaborado por: La Autora

TOTAL = $8/3 = 2,67 = 3$ impacto alto positivo

ANÁLISIS:

Dentro del nivel cultural educativo se estaría mejorando los niveles de cultura, al capacitar y concienciar a los artesanos sobre la elaboración de los juegos de sábanas, además les permitirá desarrollar y poner en práctica sus conocimientos obtenidos.

En la actualidad la competencia es cada vez más exigente, es por eso que existe la necesidad de tener un nivel de investigación constante, para mejorar los índices comerciales, los mismos que irán en beneficio del desarrollo personal y la sociedad.

7.3. IMPACTO GENERAL

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Social							X	3
Económico							X	3
Cultural educativo							X	3
TOTAL							9	9

Elaborado por: La Autora

TOTAL = $9/3 = 3$ impacto alto positivo

ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis realizado de los impactos que genera el proyecto se determina que mantienen un nivel alto positivo, lo que quiere decir que la creación de la pequeña empresa textil dedicada a la confección y comercialización de juegos de sábanas tiene grandes expectativas que favorecen al sector textil y económico del cantón, este proyecto no presenta ningún impacto negativo, porque en todo su proceso existen medidas de prevención lo cual mantendrá un constante control de sus actividades.

CONCLUSIONES

- ❖ Con el diagnóstico situacional se ha podido analizar la situación actual de las diferentes empresas textiles y del entorno, además permite conocer los problemas sociales existentes en el cantón.
- ❖ El uso de bases teóricas ha sido de importante para la realización de este proyecto, ya que de esta manera se pudo sustentar las definiciones técnicas que se encuentran presentes en este trabajo.
- ❖ Dentro del estudio de mercado se pudo establecer que existe una gran demanda a satisfacer, ya que las familias del Cantón será el principal mercado, y siempre, el cliente busca diferentes alternativas de compra.
- ❖ Para la implementación de la empresa se necesita insumos, maquinaria y equipo, mano de obra, la distribución de la planta y otros factores que ayude al desarrollo de las actividades en forma muy adecuada necesarias para la producción.
- ❖ Se pudo establecer en el estudio económico-financiero la rentabilidad que se obtuvo en el presente proyecto, respondiendo al éxito futuro de la misma.
- ❖ Es importante aclarar que tratándose de Antonio Ante que es un cantón netamente textil se encuentra mano de obra calificada por ello es vital un organigrama estructural lo cual favorecerá a la empresa y a la consecución de sus objetivos.
- ❖ La ejecución de la pequeña empresa textil, provocará un impacto altamente positivo lo que cumplirá con las expectativas propuestas y así beneficiarse a sí misma y a la sociedad en general del cantón y de la provincia.

RECOMENDACIONES

- ❖ Es ventajoso tener conocimiento del desarrollo del diagnóstico situacional, tomando en cuenta que se debería tener mayores fuentes de investigación los que nos ayudarán a tener una visión clara para poder identificar la oportunidad de inversión.
- ❖ Es importante utilizar bibliografía actualizada para la elaboración del marco teórico, ya que a través de este se sustentará las definiciones técnicas del proyecto.
- ❖ Es vital realizar un estudio de mercado verdadero ya que de éste depende la determinación de las necesidades de consumo y comportamiento de la población.
- ❖ Se sugiere que para este tipo de proyectos se requiera de nuevas técnicas en el proceso productivo ya que esto ayudará a fortalecer y mejorar la productividad.
- ❖ Para la evaluación financiera se recomienda que la información a utilizarse sea la más actual al momento de realizar la investigación. Además para la parte del financiamiento indagar en cuál es la mejor oferta de financiamiento para que así el proyecto se acerque a la realidad.
- ❖ Para la elaboración de la estructura organizacional se debe analizar el tipo de empresa que va a crearse y en sí regirse de acuerdo a la ley de compañías para dar una adecuada estructura.
- ❖ Para la elaboración de los impactos se recomienda analizar todos los aspectos que influyan en los mismos, así se tendrá una visión más amplia y veraz de los efectos generados por este tipo de proyectos.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ AMARÚ Maximiliano, Antonio Cesar, Administración para emprendedores, fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios, editorial Pearson Educación, 2009
- ✓ ARBOLEDA Vélez German, Proyectos formulación, evaluación y control, editorial A& M Grafic, 2005
- ✓ ARÉVALO, Gabriel, Proyectos formulación, evaluación y control, editorial A& M Grafic, 2008.
- ✓ BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de proyectos, editorial McGraw-Hill, 2006.
- ✓ BLANCO Adolfo, Evaluación de proyectos, editorial Pearson educación, 2009.
- ✓ BLANES P. Joaquín; Diccionario de Términos Contables, Editorial Continental S.A. México 2006.
- ✓ CÁMARA DE COMERCIO DE ANTONIO ANTE
- ✓ CHILQUINGA J. Manuel; Costos, Primera Edición, Imprenta Offset Graficolor, Ibarra Ecuador, 2007.
- ✓ ENCARTA ENCICLOPEDIA; Microsoft 2008.
- ✓ FONTAINE, Ernesto R., Evaluación social de proyectos, editorial Pearson Educación, 2005.
- ✓ GALÁRRAGA Nuria, Administración, Proceso Administrativo, Tercera Edición, Mc Graw Hill, 2005.
- ✓ GARCÍA G. Flor, Guía Práctica para el Diagnóstico Empresarial, Ediciones ECOE, 2003.
- ✓ HARGADON, Bernard J.; MÚNERA Cárdenas, Armando, Principios de contabilidad. Editorial norma, 2006.
- ✓ INSTITUTO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS INEC 2010.
- ✓ JÁCOME V. Walter; Bases Teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Editorial Universitaria, Ibarra Ecuador, 2005.

- ✓ KOTLER, Philip, Proyectos formulación, evaluación y control, editorial & M Grafic, 2007.
- ✓ MOLINA C. Marco Antonio, Contabilidad general básica, 2004.
- ✓ MOYA Claramunt Miguel, Gestión financiera, editorial Síntesis, 2008
- ✓ MUNICIPIO DEL CANTÓN ANTONIO ANTE.
- ✓ OFICINA DE INFORMACIÓN, I.TUR REGIÓN SIERRA NORTE.
- ✓ QUELAL L. Marcelo, Módulo: las variables básicas del marketing, FACAE UTN, 2007
- ✓ SAPAG Chain, Nassir, Proyectos de inversión: Formulación y evaluación, editorial Pearson Educación, 2009
- ✓ SARMIENTO R. Rubén, contabilidad general, editorial voluntad, 2007
- ✓ VALDIVIESO Mercedes, Contabilidad General, Editorial Escobar, 2011
- ✓ YÉPEZ, P. Miguel, FÁBRICA TEXTIL IMBABURA, ¡LA HISTORIA!, y los acontecimientos más relevantes de Antonio Ante, Primera Edición, 2008

LINCONGRAFÍA

www.wikipedia.org.2010

www.aite.com

www.pequeñasempresas.com

www.definición.com

www.degerencia.com

www.monografias.com/trabajo/mercado.

www.monografias.com

www.pymesfuturo.com

www.todotelas.com

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

Objetivo: la presente encuesta tiene como objetivo obtener información sobre las características gustos preferencias de los consumidores de juegos de sábanas

Instrucciones:

Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.

Marque una sola "X" en el paréntesis según corresponda su respuesta.

Cuestionario:

13. ¿Conoce usted la ciudad de Atuntaqui?

- Por la producción de textiles ()
- Por la Gastronomía ()
- Por sus fiestas tradicionales ()
- Todas las anteriores ()

14. ¿Ha comprado juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui?

- Si ()
- No ()

15. ¿Qué cantidad de juegos de sábanas compra usted anualmente?

- Un juego de sábanas ()
- Entre 2 y 4 juegos de sábanas ()
- Entre 4 y 6 juegos de sábanas ()

16. ¿En qué lugar prefiere comprar este producto?

- Directamente al productor ()
- Almacenes ()
- Ferias ()
- Por catálogo ()

17. Cuándo usted compra este tipo de producto se fija en:

- Precio ()
- Acabados ()
- Calidad ()
- Diseño ()

18. ¿De qué medida son los juegos de sábanas que usted compra, según su necesidad?

- De 1 ½ plaza ()
- De 2 plazas ()
- De 2 ½ plazas ()
- De 3 plazas ()

19. ¿Cuánto suele gastar en promedio al precio por cada juego de sábanas?

- De 10 a 15 dólares ()
- De 15 a 17 dólares ()
- De 17 a 19 dólares ()
- De 20 a 25 dólares ()

20. ¿En qué tipo de tela le gustaría que se confeccionen los juegos de sábanas?

- Seda ()
- Poliéster ()
- Algodón ()

21. ¿Conoce usted si existen o no, empresas o fábricas que se dediquen a la confección de juegos de sábanas en la ciudad de Atuntaqui?

- SI ()
- NO ()

22. ¿Le gustaría que exista una empresa textilera que se dedique exclusivamente a la confección y comercialización de juegos de sábanas en esta ciudad?

- SI ()
- NO ()

23. ¿Cree usted que tendrá aceptación la creación de la microempresa para la elaboración de los juegos de sábanas?

- Totalmente de acuerdo ()
- Medianamente de Acuerdo ()
- Medianamente desacuerdo ()
- Totalmente Desacuerdo ()

24. ¿Por qué medio de publicidad le gustaría enterarse de esta microempresa?

- Radio ()
- Periódico ()
- Trípticos ()
- Publicidad Rodante ()
- Hojas Volantes ()

Datos Generales:

Género:..... Edad:
Nivel de Instrucción:..... Actividad:.....
Dirección Domiciliaria:.....

GRACIAS

ANEXO A

COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

SÁBANA DE 1 1/2 PLAZA		SÁBANA DE 2 PLAZAS		SÁBANA DE 2 1/2	
Material e insumo	Precio	Material e insumo	Precio	Material e insumo	Precio
Tela	7,37	Tela	7,50	Tela	7,75
Elástico	0,16	Elástico	0,18	Elástico	0,20
Hilo	0,09	Hilo	0,12	Hilo	0,15
Total requerido	7,62		7,80		8,10

Elaborado por: La Autora

MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento maquinaria y equipo	20,00	240,00

Elaborado por: La Autora

MANTENIMIENTO VEHÍCULO Y COMBUSTIBLE

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible	50,00	600,00
Mantenimiento vehículo	35,00	420,00
TOTAL		1.020,00

Elaborado por: La Autora

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	25,00	300,00
Luz	30,00	360,00
TOTAL		660,00

Elaborado por: La Autora

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio teléfono	25,00	300,00
Servicio internet	28,00	336,00
TOTAL		636,00

Elaborado por: La Autora

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	25,00	300,00
TOTAL		300,00

Elaborado por: La Autora

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Prensa escrita	60,00	240,00
Radio	80,00	320,00
Hojas volantes	20,00	80,00
TOTAL		640,00

Elaborado por: La Autora