



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 DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ELABORADAS EN TELA INDU EN LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO DEL PUNGE – PARROQUIA QUIROGA – CANTÓN COTACACHI - PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA:

PIJUANGO MORETA MARÍA PATRICIA

DIRECTOR:

MSC. MARLON PINEDA

IBARRA, FEBRERO DE 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se trata de un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ELABORADAS EN TELA INDU EN LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO DEL PUNGE – PARROQUIA QUIROGA – CANTÓN COTACACHI - PROVINCIA DE IMBABURA”, utilizando como materia prima principal la tela Indu, terminales, botones, hilos con bordados ancestrales y culturales que aportan a la calidad y elegancia de la prenda. Para lo cual se ha establecido objetivos generales y específicos, los mismos que permitirá establecer e identificar de manera técnica los recursos que necesitará la nueva unidad productiva. La necesidad que dio origen al planteamiento del proyecto, es aprovechar el espacio geográfico, el conocimiento y capacidad del talento humano de este sector, el cual contribuirá a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad y la ciudad de Cotacachi. **El estudio de Mercado, determinó que el proyecto es viable**, debido a que por parte de los consumidores existe una gran aceptación del producto, prendas elaboradas en tela Indu. Cabe indicar que la inversión a realizar, en comparación con la rentabilidad que se obtendrán en un inicio no es tan alta, pero la capacidad instalada en un inicio es de 70% y expectativas de expansión a otros mercados, es alta por lo que la rentabilidad del proyecto es buena; aunque los datos que se reflejan el Estudio Económico –Financiero, son proyectados y pueden cambiar de acuerdo al comportamiento de diversos factores que intervienen en el mercado. Esta pequeña empresa a implantar, es motivar a la población a generar emprendimientos mediante el ejemplo.

SUMMARY

The present Project it comes a "STUDY FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A SMALL COMPANY PRODUCTION AND MARKETING CLOTHES AND GARMENTS, PROCESSED IN FABRIC INDU IN THE COMMUNITY SAN ANTONIO OF PUNGE - PARISH QUIROGA - CANTON COTACACHI - PROVINCE IMBABURA" using as matter premium principal the fabric Indu, terminals, buttons, thread embroidery ancestral and cultural contributing to the quality and elegance of the garment. For which it has set targets general and specific, the same allowing establish and identify of manner technique the resources it will need the new unit productive. The need that led to the planning of the project, is to maximize space geographical, knowledge and ability talent human in this sector, which contribute to improving the quality of life of the inhabitants community and the town of Cotacachi. The study Market, determined that the project is viable, due to that on the part of consumers there is a great acceptance of the product, clothing elaborate in fabric Indu. Worth indicating that the investment to make, compared with profitability that will be obtained initially is not as high, but the ability installed initially is 70% and expectations for expansion to other markets, It is high so that profitability the project is good; even if the data reflect the Study Economic - Financier are projected and may change according to the behavior various factors involved in the market. This small company to implement, is to motivate people generating ventures by example.

DECLARACIÓN

Yo **PIJUANGO MORETA MARÍA PATRICIA**, portador de la cedula de ciudadanía No. 1003263504, declaramos bajo juramento que el trabajo de grado titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ELABORADAS EN TELA INDU EN LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO DEL PUNGE – PARROQUIA QUIROGA – CANTÓN COTACACHI - PROVINCIA DE IMBABURA”** es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado ante ningún Tribunal de Grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

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.



Pijuango Moreta María Patricia

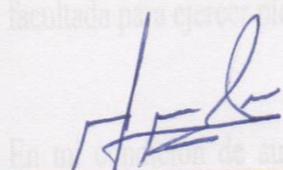
Msc. Marlon Pineda
DIRECTOR DE TRABAJO Y GRADO

C.C. 100326350-4

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director de trabajo de Grado, presentado por la estudiante **PIJUANGO MORETA MARÍA PATRICIA**, egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Carrera de Ingeniería Comercial, previo a la obtención del Título de Ingeniería Comercial cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ELABORADAS EN TELA INDU EN LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO DEL PUNGE – PARROQUIA QUIROGA – CANTÓN COTACACHI - 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.



Msc. Marlon Pineda
DIRECTOR DE TRABAJO E GRADO

“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”

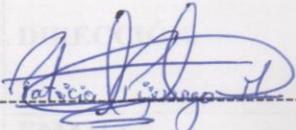


CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Pijuango Moreta María Patricia** con cedula de ciudadanía 100326350-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5,6 en calidad de autora de trabajo de grado denominado. **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ELABORADAS EN TELA INDU EN LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO DEL PUNGE – PARROQUIA QUIROGA – CANTÓN COTACACHI - PROVINCIA DE IMBABURA”**. Que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

CEDULA DE IDENTIDAD:	100326350-4
APELLIDOS Y NOMBRES:	Pijuango Moreta María Patricia
	Cantón Cotacachi, Parroquia Quiroga, Comunidad San Antonio del Pungo calle principal
	Sunaewayr@hotmail.com
	0994049238


Pijuango Moreta María Patricia
C.C.100326350-4

Ibarra, 24 día del mes de febrero del 2015



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DEL CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100326350-4
APELLIDOS Y NOMBRES:	Pijuango Moreta María Patricia
DIRECCIÓN:	Cantón Cotacachi, Parroquia Quiroga, Comunidad San Antonio del Punge calle principal
EMAIL:	Sumacwayr@hotmail.com
TELÉFONO MÓVIL:	0994049238

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ELABORADAS EN TELA INDU EN LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO DEL PUNGE – PARROQUIA QUIROGA – CANTÓN COTACACHI - PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTORA:	Pijuango Moreta María Patricia
FECHA:	24 de Febrero del 2015
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial
ASESOR / DIRECTOR:	Msc. Marlon Pineda

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Pijuango Moreta María Patricia**, con cédula de ciudadanía N° 100326350-4, en calidad de autora y titular, de los derechos patrimoniales, de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo, en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio 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 manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es 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.

Saywa Sayani quien es mi fuente de superación e inspiración constante día a día.
Ibarra, a los 24 días del mes de febrero del 2015.

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:



Pijuango Moreta María Patricia

C.C. 100326350-4



Ing. Bethy Chávez

C.C. 100329753-6

Facultado por resolución del Honorario Concejo Universitario _____

DEDICATORIA

A mis padres, quienes siempre estuvieron presentes en mi vida estudiantil desde niña, dándome un apoyo incondicional, sobre todo con sus consejos, valores, motivaciones, los cuales me ayudaron a llegar a culminar mis estudios y cumplir con una de mis metas, quienes siempre soñaban verme como una gran profesional y sé que se sienten orgullosos de mí. A mi hijita Saywa Sayani quien es mi fuente de superación e inspiración constante día a día.

Patricia

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la oportunidad de vivir, aprender cosas nueva que nos permite superarnos en el aspecto personal y profesional, por estar conmigo en cada instante de vi vida, por darme la iluminación y fortaleza en mi corazón y mi mente, y por poner en mi camino a aquellas personas que me han apoyado en todos los momentos de la vida.

A mis padres, por ser un ejemplo a seguir, por inculcar valores por quererme y apoyarme siempre, por ayudarme a cuidar a mi hija en mi etapa de estudio.

A mi esposo, quien me ha brindado siempre con su apoyo incondicional en todos los momentos, con su comprensión, amor, ayudándome incondicionalmente.

Finalmente a todos los maestros de la Universidad Técnica del Norte que con sus enseñanzas, consejos marcaron cada etapa de nuestro camino universitario.

Patricia

PRESENTACIÓN

En el presente trabajo se ha desarrollado un **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ELABORADAS EN TELA INDU EN LA COMUNIDAD DE SAN ANTONIO DEL PUNGE – PARROQUIA QUIROGA – CANTÓN COTACACHI - PROVINCIA DE IMBABURA”** para lo cual se realizó un análisis profundo de cada una de las etapas que intervinieron en el desarrollo de la investigación, mismos que se detallan a continuación.

En el Capítulo I: Se realizó un diagnóstico situacional que tiene como finalidad, conocer el entorno interno y externo en el que se va a desarrollar la pequeña empresa, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades, riesgos y finalmente poder plantear la oportunidad de inversión.

En el Capítulo II: El sustento teórico del proyecto se lo realiza mediante una serie de investigaciones, bibliográficas y lincografías para una mayor comprensión que permitió realizar un análisis profundo y sustentado del tema propuesto.

En el Capítulo III: En la tercera etapa se desarrolla la investigación de mercado, en la ciudad, para determinar la factibilidad del proyecto utilizando instrumentos de recopilación de información como son: encuestas, entrevistas, que permitieron conocer la acogida del producto y las necesidades insatisfechas que tiene el mercado meta, para plantear estrategias de comercialización de los productos.

En el Capítulo IV: Estudio técnico a partir de un análisis externo se desarrolla la cuarta etapa, en la que se realizan las propuestas técnicas del proyecto para su estructuración interna que constituyen la base para la constitución de la empresa.

En el Capítulo V: Estructura organizacional, a partir de un análisis, se realizan las propuestas de los lineamientos que guían la operatividad de la empresa.

En el Capítulo VI: Se determinó la razón social de la pequeña empresa, su constitución, la base filosófica y su organización.

En el Capítulo VII: Se efectuó el análisis de los Impactos; es prescindible estudiar los impactos que se derivarán con la ejecución del proyecto, en aspectos sociales, económicos, y ambientales, a través de la aplicación de la matriz de valoración de impactos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES: Finalmente, se llega a una serie de conclusiones y recomendaciones que deberán ser tomadas en cuenta para la continuidad y sostenibilidad de este trabajo en el futuro.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
DECLARACIÓN	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	viii
CONSTANCIAS	ix
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN	xii
ÍNDICE DE CONTENIDO	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxvii
JUSTIFICACIÓN	xxviii
OBJETIVO DEL PROYECTO	xxix
OBJETIVO GENERAL	xxix
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	xxix
METODOLOGÍA UTILIZADA	xxxi
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	xxxi
MÉTODO INDUCTIVO	xxxi
MÉTODO ANALÍTICO	xxxi
MÉTODO SINTÉTICO	xxxi
CAPÍTULO I	33
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	33
Antecedentes	33
Ubicación	34

Características climáticas y temperatura.....	34
Limites	35
Coordenadas.....	35
Características socio económica.	36
Aspectos demográficos	36
Atractivos naturales y culturales.....	36
División política.....	39
Economía	40
Cultural	40
Educación.....	41
Turismo	41
Objetivos	42
Generales.....	42
Específicos	42
Variables diagnósticos	42
Indicadores.....	42
Aspectos legales.....	42
Aspectos socio-económico.....	42
Matriz de relación diagnóstico.....	44
Diagnóstico externo	45
Matriz AOOR.....	45
Determinación la oportunidad de la inversión.	45
CAPÍTULO II.....	47
MARCO TEÓRICO.....	47
La empresa	47
Definición	47
Características de la empresa.	48
De acuerdo a su tamaño:	48
De acuerdo a la actividad:.....	49
De acuerdo a la procedencia del capital:.....	49
De acuerdo a su forma jurídica:	50
La pequeña empresa.....	51
La contabilidad.....	51

El mercado	52
Estudio de mercado.....	52
Segmento del mercado.....	53
Las variables que se utilizan para segmentar un mercado.	53
La demanda.....	53
La oferta.....	54
El precio.....	55
El producto.....	55
Promoción.....	56
Publicidad.....	57
La administración.....	57
Principios generales de la administración.....	58
Elementos básicos de la administración	59
Organización.....	60
Dirección.....	61
Control	61
La economía.....	62
Turismo	62
Características principales.	63
Tela Indu	63
Las características de la tela son las siguientes:.....	64
Prendas de vestir	64
Utilización de la ropa.....	65
Materiales de confección de ropa	65
Definiciones relacionadas al corte y confección.....	66
Misión y visión	69
Misión.....	69
Vision	69
Punto de equilibrio.....	70
Fórmula para calcular el punto de Equilibrio	71
Aplicación del punto de equilibrio.....	71
VAN (Valor actual neto).....	71
Formula y cálculo del VAN.....	72

Criterios de decisión:	72
TIR (Tasa interna de retorno)	73
Formula y cálculo del VAN	73
Criterios de decisión:	73
Análisis de sensibilidad.....	74
CAPÍTULO III.....	75
ESTUDIO DEL MERCADO.....	75
Presentación	75
Objetivos del estudio del mercado	76
Objetivo general.....	76
Objetivos específicos	76
Variables de mercado.....	76
Indicadores.....	77
Oferta	77
Demanda	77
Marketing mix.....	77
Matriz de variables de mercado	78
Identificación del producto.	81
Características del producto	82
Colores y bordados	83
Bienes sustitutos.....	83
Identificación de la población.....	84
Cálculo de la muestra.....	84
Fórmula de cálculo.....	84
Distribución de la muestra	85
Diseño de instrumentos de investigación.....	85
Información primaria	86
Información secundaria.....	86
Tabulaciones y análisis de la información	87
Encuesta aplicada a los propietarios de los locales comerciales de prendas de vestir de tela Indu de la ciudad de Cotacachi.	87
Tabulación y Análisis de la encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi.....	91

Resultados de la observación directa	101
Análisis de la oferta	102
Oferta actual (volumen que comercializa).....	102
Proyección de la oferta.....	103
Análisis de la demanda	105
Naturaleza del cliente.....	105
Demanda actual.....	106
Proyección de la demanda	107
Balance oferta – demanda.....	109
Participación del proyecto.....	109
Precio	110
Proyecciones de precio	110
Mercado meta.....	111
Estructura y segmentación de mercado.....	111
Segmentación del mercado	111
Análisis de comercialización y distribución del producto	113
Estrategias de producto.....	113
Estrategias de precio	114
Estrategias de promoción.....	114
Estrategia de plaza	114
Estrategia de distribución.....	114
Estrategias de publicidad	115
Logotipo.....	115
Slogan	116
Etiqueta	116
Funda	117
Conclusiones del estudio de mercado	117
El producto.....	117
La demanda.....	118
La oferta.....	118
El precio.....	118
Según el estudio de mercado.....	118
CAPÍTULO IV.....	120

ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO	120
Localización del proyecto	120
Macro localización del proyecto	120
Micro localización del proyecto.....	125
Diseño de instalaciones.....	129
Distribución física de la planta	130
Tamaño de proyecto.....	133
Capacidad instalada	133
Ingeniería del proyecto	134
Productos.....	134
Procesos de fabricación.....	134
Diagrama de bloque	137
Flujo grama de procesos de producción.....	139
Diagrama analítico de producción por unidades.....	140
Flujo grama de procesos de producción.....	141
Flujo grama de confección de prendas.....	142
Presupuesto del proyecto	146
Inversiones fijas	146
Muebles y enseres	148
Inversiones fijas	150
Inversiones preoperativas.....	151
Capital de trabajo inicial	152
Inversiones totales del proyecto.....	153
Financiamiento.....	153
Talento humano	154
CAPÍTULO V	156
ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	156
Presentación	156
Estado de situación financiera inicial	156
Determinación de los ingresos proyectados.....	158
Determinación de egresos proyectados.....	160
Costos de producción.....	160
Detalle de costos	161

Costos indirectos de producción	166
Servicios básicos.....	169
Gastos administrativos	169
Gastos generales ventas	174
Gastos financieros.....	175
Depreciación – amortización	176
Gastos de operación y financiación	178
Saldo de efectivo requerido en caja	179
Cálculo del capital de trabajo.....	181
Estado de pérdidas y ganancias.....	182
Flujo neto de efectivo.....	183
Flujo de caja.....	185
Balance proforma.....	186
Evaluación financiera.....	190
Calculo del costo de oportunidad de la inversión (CK).....	190
Valor actual neto (VAN).....	190
Tasa interna de retorno (TIR)	191
Periodo de recuperación de la inversión (PRI)	192
Relación beneficio / costo	193
Punto de equilibrio.....	194
Grafico de punto de equilibrio	195
Resumen de indicadores	196
Análisis	196
CAPÍTULO VI.....	197
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	197
Aspectos estratégicos.....	197
Nombre de la pequeña empresa.	197
Finalidad de la pequeña empresa.	197
Beneficiarios de la pequeña empresa.....	198
Tipo de empresa.....	198
Logotipo.....	198
Misión	199
Visión	199

Objetivos.....	199
Políticas.....	200
Principios y valores.....	201
Aspectos organizacionales.....	202
Organigrama estructural.....	203
Organización interna de la empresa.....	203
Funciones de cada una de los procesos.....	205
Identificación de puestos y funciones.....	207
Aspectos legales de funcionamiento.....	212
Constitución legal.....	212
Permisos de funcionamiento.....	212
CAPÍTULO VII.....	214
IMPACTOS.....	214
La evaluación se hace aplicando la siguiente escala:.....	214
Impacto económico.....	215
Impacto ambiental.....	217
Impacto social.....	219
Impacto del proyecto.....	221
CONCLUSIONES.....	222
RECOMENDACIONES.....	224
BIBLIOGRAFÍA.....	226
LINKOGRAFÍA.....	229
ANEXOS.....	230
ANEXOS.....	230
ANEXO No. 1 Atractivos naturales y culturales de la ciudad de Cotacachi.....	231
ANEXO No. 2 Prendas elaboradas en tela Indu.....	234
ANEXO No. 3 Instrumentos de investigación.....	235
ANEXO No. 4 Proveedores.....	240
ANEXO No. 5 Proformas.....	241
ANEXO No. 6 Proforma papelería LA UNICA.....	244
ANEXO No. 7 Maquinaria maquina recta industrial JUKI.....	248
ANEXO No. 8 Inflación.....	252

ÍNDICE DE CUADROS

1. Aspectos demográficos	36
2. Población del cantón Cotacachi	39
3. Proyección cantonal de Cotacachi	40
4. Matriz de relación diagnóstico.....	44
5. Matriz AOOD.....	45
6. Características de la tela Indu.	64
7. Matriz de variables de mercado	78
8. Prendas y tallas	82
9. Productos sustitutos	83
10. Población.....	84
11. Distribución de la muestra	85
12. Cantidad de prendas	87
13. Porcentaje de comercialización de prendas	88
14. Crecimiento promedio	89
15. Precio promedio	90
16. Conocimiento del producto.....	91
17. Aceptación del producto	92
18. Factores decisivos en la compra	93
19. Preferencias de la prenda	94
20. Gustos en el acabado.....	95
21. Gustos y preferencias en el acabado	96
22. Frecuencia de compra	97
23. Precio de la camisa.....	98
24. Precio del pantalón.....	99
25. Precio de la blusa	100
26. Ficha de observación.....	101
27. Locales que comercializan prendas de vestir en tela Indu	102
28. Oferta actual consolidada.....	103
29. Proyección de la oferta.....	104
30. Factores decisivos en la compra	106
31. Demanda actual.....	107

32. Proyección de la demanda	108
33. Balance oferta – demanda.....	109
34. Participación del proyecto.....	110
35. Proyección de precios	110
36. Lugares para la macro localización.....	123
37. Niveles de evaluación en escala.....	124
38. Matriz factor ponderado.....	124
39. Micro localización	125
40. Niveles de evaluación en escala.....	126
41. Matriz factor ponderado.....	126
42. Distribución de la planta	130
43. Tamaño del proyecto.....	133
44. Materiales ropa tela Indu	137
45. Diagrama de proceso.....	138
46. Flujo-grama de proceso.....	139
47. Cuadro analítico 350 prendas.....	140
48. Flujo grama analítico de procesos.....	141
49. Terreno	146
50. Distribución infraestructura física.....	146
51. Edificio.....	147
52. Maquinaria y equipo de producción	148
53. Muebles y enseres para la área producción.....	149
54. Muebles y enseres para la área administrativo	149
55. Muebles y enseres para la área de ventas y distribución	149
56. Equipo de informática del área de producción	150
57. Equipo de informática del área de administración.....	150
58. Equipo de informática del área ventas y distribución.....	150
59. Inversiones fijas	151
60. Activos pre operativos	152
61. Capital de trabajo	153
62. Inversiones totales.....	153
63. Fuentes de financiamiento	154
64. Talento humano	155

65. Estado de situación inicial	157
66. Desglose de ingresos año 2015	158
67. Desglose de ingresos año 2016	158
68. Desglose de ingresos año 2017	159
69. Desglose de ingresos año 2018	159
70. Desglose de ingresos año 2019	159
71. Ingresos proforma	160
72. Costos de producción proforma	160
73. Costos unitarios por prenda camisas	161
74. Costos unitarios por prenda pantalón	162
75. Costos unitarios por prenda blusas	163
76. Materiales directos	164
77. Proyección de materiales directos	164
78. Mano de obra directa año 2015	165
79. Mano de obra directa año 2016	165
80. Mano de obra directa año 2017	166
81. Mano de obra directa año 2018	166
82. Mano de obra directa año 2019	166
83. Presupuesto de costos indirectos de producción	167
84. Materiales indirectos	167
85. Mano de obra indirecta año 2015	168
86. Mano de obra indirecta año 2016	168
87. Mano de obra indirecta año 2017	168
88. Mano de obra indirecta año 2018	169
89. Mano de obra indirecta año 2019	169
90. Servicios básicos	169
91. Gastos administrativos	171
92. Salario de personal año 2015	172
93. Salario de personal año 2016	172
94. Salario de personal año 2017	172
95. Salario de personal año 2018	173
96. Salario de personal año 2019	173
97. Insumos de oficina	173

98. Servicios básicos	174
99. Gastos generales de ventas.....	174
100. Gastos de financiación.....	175
101. Amortización	175
102. Depreciación – amortización	177
103. Amortización de activos preoperativos	178
104. Costos de operación y de financiación	178
105. Saldo de efectivo requerido en caja.....	180
106. Capital de trabajo.....	181
107. Estado de pérdidas y ganancias	182
108. Flujo neto de efectivo	184
109. Flujo de caja.....	185
110. Balance inicial y proyectado.....	187
111. Costo de oportunidad.....	190
112. Periodo de recuperación de la inversión.....	193
113. Beneficio costo	194
114. Punto de equilibrio.....	195
115. Resumen de indicadores	196
116. Principios y valores.	201
117. Escala de impactos.....	214
118. Evaluación del impacto económico	215
119. Evaluación del impacto ambiental.....	217
120. Evaluación del impacto social	219
121. Evaluación del impacto proyecto	221

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Cantidad de prendas	87
2. Porcentaje de comercialización de prendas	88
3. Crecimiento promedio	89
4. Precio promedio	90
5. Conocimiento del producto.....	91
6. Aceptación del producto	92
7. Factores decisivos en la compra	93
8. Preferencias de las prendas	94
9. Gustos en el acabado.....	95
10. Gustos y preferencias en el acabado	96
11. Frecuencia de compra	97
12. Precio de camisa	98
13. Precio de pantalón.....	99
14. Precio de la blusa	100
15. Proyección de la oferta.....	104
16. Proyección de la demanda	108
17. Tipo de turistas.....	111
18. Género.....	112
19. Segmentación según edades.....	113
20. Estrategia de distribución	115
21. Flujo grama de confección de camisa, ya cortadas.....	142
22. Flujo grama de confección de blusa ya cortadas.	143
23. Flujo grama de confección de pantalón ya cortada.....	144
24. Flujo-grama distribución o venta	145
25. Punto de equilibrio.....	195
26. Organigrama estructural.....	203

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. Ejemplo de Tela Indu.....	64
2. Diseño	66
3. Corte.....	66
4. Confección	67
5. Remallado	67
6. Acabado	68
7. Planchado.....	68
8. Bordado.....	69
9. Camisa.....	81
10. Blusa	81
11. Pantalón.....	82
12. Bordado.....	83
13. Logotipo.....	115
14. Slogan	116
15. Etiqueta	116
16. Funda.....	117
17. Ecuador	121
18. Imbabura	123
19. Microlocalización	127
20. Límites políticos-administrativos.....	128
21. Ubicación de la planta.....	129
22. Distribución de la planta	131
23. Plano distribución de la planta.....	132
24. Logotipo.....	199
25. Niveles jerárquicos.....	204

JUSTIFICACIÓN

El proyecto es importante porque tiene el propósito de dinamizará la economía y fomentar el emprendimiento en el medio, se ha logrado identificar una oportunidad de negocio en la producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu en Cotacachi en la comunidad de San Antonio del Punge.

El proyecto es factible ya que Cotacachi es declarado cantón ecológico, considerada capital musical del Ecuador, tiene cabañas comunitarias y es reconocida por la producción y comercialización de ropa en cuero; por todo lo que ofrece Cotacachi no han dejado de aumentar los turistas nacionales como extranjeros, los cuales llegan día a día a la ciudad.

El proyecto es factible ya que se aprovechará la no existencia de productores de este tipo de prendas y la demanda existente por parte de los turistas nacionales y extranjeros en camisas, pantalones y blusas, los costos de producción no serán elevados ya que no se incurrirán en gastos adicionales por la importación de los materiales porque son de producción nacional. Además se aprovechará del conocimiento y capacidad del talento humano de este sector. Con este proyecto se dinamizara la economía en la región.

Los beneficiarios con este proyecto serán los turistas tanto nacionales como extranjeros los cuales podrán adquirir prendas elaboradas en tela Indu, de acuerdo a sus expectativas; los precios serán menores. También se beneficiara la comunidad de San Antonio del Punge ya que se requerirá de mano de obra, para la producción de ropa elaboradas en tela Indu

Existe un número apreciable de proveedores de materia prima para ser utilizada en la elaboración de ropa y artesanías, esto se encuentra ubicado en la ciudad de Otavalo y en mínima cantidad en Cotacachi. Además se evidencia una tendencia hacia el consumo de productos elaborados en tela Indu en lugares cálidos o zonas costeras.

Existe un gran interés personal en el desarrollo y ejecución del proyecto ya que se aplicarán los conocimientos adquiridos en el transcurso del tiempo y tiene un alto grado de interés universitario para lograr alcanzar mi título profesional para desarrollarme como persona, como profesional y ayudar a mi familia. Además es un desarrollo personal para emprender un negocio ya que en la ciudad de Cotacachi no existe productores de este tipo de ropa.

El proyecto es original, ya que este sector textil no ha sido investigado ni desarrollado anteriormente. Además tiene un valor agregado en los productos que se desean ofertar al mercado, cada una de las prendas tendrán detalles especiales y originales como por ejemplo bordados ancestrales coloridos, botones de tagua, terminales entre otros.

OBJETIVO DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de prendas de vestir, elaboradas en tela Indu en la comunidad de San Antonio del Punge – Parroquia Quiroga – Cantón Cotacachi - provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el diagnóstico técnico situacional de la ciudad de Cotacachi, mediante la matriz AOOD.
- Elaborar un marco teórico que sustente el proyecto, a través de la investigación bibliográfica y documental.

- Formular un estudio de mercado, para conocer la oferta y la demanda de la producción y comercialización de prendas de vestir elaborados en tela Indu en la ciudad de Cotacachi, Provincia de Imbabura.
- Efectuar un estudio técnico, con el fin de determinar el tamaño, localización, procesos productivos requeridos para poner en funcionamiento de la pequeña empresa.
- Realizar un estudio económico – financiero del proyecto para determinar la factibilidad.
- Realizar la estructura organizativa y funcional con lo cual el proyecto desarrollará sus actividades.
- Determinar los principales impactos que puedan crearse en el avance del proyecto, conclusión y recomendación.

METODOLOGÍA UTILIZADA

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la elaboración del presente proyecto fueron planeadas todas las etapas a través de procedimientos metodológicos, como el tipo de investigación, métodos y técnicas de recopilación de información.

Revisado los diferentes métodos de investigación para una buena formulación y realización del proyecto se determinó utilizar los siguientes métodos:

MÉTODO INDUCTIVO

Se aplicó partiendo de la observación y la experimentación de la realidad, en la recopilación de datos que se realizó a los habitantes, descripción y análisis del problema de investigación en donde se hallaron las necesidades de los posibles consumidores y las estrategias de la competencia. Para esto se utilizó las técnicas de la encuesta y el registro de la observación directa.

MÉTODO ANALÍTICO

Se aplicó para comprender los términos científicos del proyecto y construir una definición propia, en la tabulación, ya que se analizó, comprendió e interpretó los datos obtenidos. Para ello se utilizaron las técnicas del registro de observación y las encuestas a los turistas y a la competencia para llegar a una conclusión y recomendación válida.

MÉTODO SINTÉTICO

Se utilizó en la redacción de conclusiones y recomendaciones al momento de encontrar soluciones eficientes y efectivas. Se estructuró las ideas obtenidas a través de las encuestas

dirigidas a los comerciantes de prendas de vestir elaboradas en tela Indu en Cotacachi. Además se Utilizó la técnica de observación directa en donde con hechos conocidos y analizados se estableció una realidad, sus características, su situación actual, se pudo describir; y conocerla de mejor manera para así poder establecer nuevas propuestas, controlarla y mejorarlas. Para esto se utilizaron las encuestas a los comerciantes del par San Francisco y a los Turistas nacionales y extranjeros.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La ciudad de Cotacachi, perteneciente a la provincia de Imbabura, es una Villa tranquila de tierras fértiles, prados y campiñas, declarado cantón ecológico, asentada en las faldas del volcán que lleva su mismo nombre, considerada Capital Musical del Ecuador por la devoción que expresa su pueblo por la música, su diversidad geográfica y cultural le ha convertido en uno de las principales atracciones turísticas del Ecuador continental. La ciudad se encuentra ubicada a 15 minutos de Otavalo, siguiendo la Panamericana Norte y tomando un ramal al occidente, la cual se encuentra en perfectas condiciones con una señalización adecuada.

En el centro Histórico tiene atractivas plazas y edificios que están pintados de amarillo, verde y rosadas como son: museo de las culturas, la plaza central, la catedral de Cotacachi, y vale la pena un vistazo dentro de ella, en las calles principales es posible comprar diversos tipos de artículos de cuero aquí, como chaquetas de cuero, botas, carteras, bolsos, cinturones y zapatos.

Debido a su gran población indígena, Cotacachi es un importante lugar de encuentro, para observar fiestas y tradiciones locales. Una de las mejores épocas para visitarla, es alrededor del solsticio de verano a finales de junio. Durante este tiempo, hay una serie de diferentes festivales tradicionales que tienen lugar, incluyendo el Inti Raymi (*Fiesta del Sol*). Durante el Inti Raymi, el Chamán se dirige a la laguna de Cuicocha, para realizar un baño para un ritual de limpieza en sus frías aguas.

Por todo lo que ofrece Cotacachi los visitantes tanto como nacionales y extranjeros no han dejado de aumentar, y existe un buen número de restaurantes, hoteles y otros alojamientos en la ciudad como también cabañas comunitarias en las comunidades aledañas como son: Morocho, La Calera, Chilcapamba, Calera, San Antonio del Punge, Cuicocha para los visitantes. Por la gran cantidad de turistas tanto nacionales y extranjeros que llegan a la ciudad justifica la necesidad de crear una pequeña empresa de producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu con bordados a mano o computarizadas con dibujos ancestrales y con diseños innovadores.

1.2. Ubicación

El cantón Santa Ana de Cotacachi, está ubicado en el suroccidente de la provincia de Imbabura y al norte de la ciudad de Quito, cuya superficie es de 1.725,7 km² (Fuente: INEC. Censo 2010); es el cantón más extenso de la provincia. Existe una zona no delimitada denominada Las Golondrinas con 129,79 km² de superficie.

1.3. Características climáticas y temperatura

La ciudad de Cotacachi presenta un clima templado y agradable, dado que Cotacachi se encuentra ubicada en un valle y llegan vientos cálidos y secos como también de los vientos frescos y fríos de la parte alta de los Andes “La Mamá Cotacachi”.

El clima anual se divide en tres etapas:

- La etapa seca que va desde junio hasta principios de septiembre.
- La época estival de principios de septiembre a mediados de febrero.
- La fría de finales de febrero a finales de mayo.

Tiene una temperatura promedio de 18 °C, temperaturas que pueden descender o aumentar dependiendo de la época del año, así por ejemplo la temperatura promedio en mes de diciembre es de 14 °C, mientras que en agosto puede llegar a los 28 °C.

Tiene una temperatura promedio de 18 °C, temperaturas que pueden descender o aumentar dependiendo de la época del año, así por ejemplo la temperatura promedio en mes de diciembre es de 14 °C, mientras que en agosto puede llegar a los 28 °C.

1.4. Limites

- **Al Norte:** con Urcuquí
- **Al Sur:** Otavalo y la Provincia de Pichincha
- **Al Este:** Antonio Ante y
- **Al Oeste:** zona no delimitada Las Golondrinas y provincia de Esmeraldas.

1.5. Coordenadas

Los puntos extremos del cantón en coordenadas UTM (WGS84, zona 17s) son las siguientes:

- **Al norte:** 786448,37 E - 10064790,94 N
- **Al sur:** 762919,62 E – 10022866,20 N
- **Al este:** 809866,09 E – 10040802,89 N
- **Al oeste:** 720681,73 – 10030094,77 N

1.6. Características socio económica.

1.6.1. Aspectos demográficos

Cuadro N° 1

Aspectos demográficos

Composición social – étnica	Indígenas, mestizos, afros ecuatorianos, mulato y blanco.
Idioma	Español y kichwa
Actividad	Las actividades económicas más importantes son la producción agropecuaria, manufacturera y artesanal, turística-hotelera y comercial. Actualmente se está desarrollando la producción agroindustrial de flores, frutas y espárragos.
Grupos religiosos	Católicos, evangélicos, y otros.
Género	Las labores cotidianas están repartidas al hogar la mujer y el hombre a trabajar en los talleres artesanales, sector empresarial, jornalero como también en la agricultura en el campo.
Migración	La gran parte de la población de este sector ha migrado luego de la aguda crisis económica y financiera que atravesó nuestro país, abandonaron con rumbo a diferentes destinos, dirigiéndose la mayoría hacia los Estados Unidos, España e Italia. En busca de mejores ingresos económicos.
Vivienda	Las casas en la ciudad de Cotacachi tienen un estilo de construcción moderna, hechas con bloques o ladrillos, en el centro histórico todavía se mantienen casas antiguas, la cual fue complementada con la construcción de una nueva sección edificada en hormigón armado, cuya cubierta se proyectó acorde a la existente e impermeabilizada con plancha. En las comunidades aledañas tenemos casas hechas con bloque con el techo de teja y maderas, también tenemos cabañas comunitarias realizadas con un estilo único del Cantón.

Fuente: Municipio de Santa Ana de Cotacachi, Año 2014

Elaborado por: La Autora

1.7. Atractivos naturales y culturales.

- Reserva ecológica Cotacachi Cayapas
- Laguna de Cuicocha.
- Lagunas de Piñan
- Bosque protector Los Cedros

- Volcán Cotacachi.
- Museo de las Culturas.
- Iglesia La Matriz.
- Casa de las culturas “Runakunapak - Wasi”.
- “El Inti Raymi”, solsticio de verano, en el mes de junio
- La fiesta de Jora, mes de Septiembre.
- Fiesta de Cantonización 6 de julio
- Mes de La cultura, Marzo.
- “La Feria del Cuero”, realizan los días de la Semana Santa. (**Anexo No.1**).

La comunidad de San Antonio del Punge se localizada en la Provincia de Imbabura, en el Cantón Cotacachi, Parroquia Quiroga, a una distancia de 10 minutos de la ciudad de Cotacachi con 2650 S.N.M. con una temperatura que oscila entre los 13 y 16 grados centígrados, está conectado con pana vial hasta la Parroquia de Quiroga y desde ahí empedrado. La comunidad tiene 200 familias, de los cuales el 95% son indígenas y el 5% son mestizos, los valores ancestrales en los que se basa la vida comunitaria y cultura indígena son la participación, reciprocidad, y solidaridad.

La Comunidad desde tiempos pasados se ha caracterizado por su elaboración textil, la agricultura, ganadería y turismo comunitario, que son las principales fuentes de ingreso que tienen. Los productos textiles que elaboran son vestir como: cobijas, ponchos, ropa en tela térmica, manillas, gorras, fajas, cintas, camisas Otavaleñas entre otros, al pasar de los tiempos se ha convertido en una actividad secundaria, no desarrollan las habilidades adquiridas por los ancestros por que el costo de la producción, la tecnología, la mano de obra es cara, y las personas no tienen recursos económicos para seguir trabajando. Desde el año 2.005 se ha iniciado un micro emprendimiento en la cual practican el trabajo en equipo en donde

participaban algunas mujeres entre ellas (amas de casa y estudiantes), las cuales elaboran anacos, fachalinas, camisas y tejidos de gorra, actualmente pueden manejar maquinas domesticas como son la rectas, recubridora y la overlock; necesita una pequeña empresa que desea tener cobertura en el mercado con prendas de vestir elaboradas en tela Indu con la creación de modelos innovadores, con colores llamativos, bordados exclusivos hechos a mano y bordadoras computarizadas y con estilos únicos, ya que estas prendas tienen grandes expectativas de venta y crecimiento, debido a que en la ciudad de Cotacachi, se puede evidenciar que existe gran cantidad de turistas que llegan día a día. Esto se puede evidenciar principalmente en la calle 10 Agosto en la cual se puede adquirir todo tipo de prenda realizada en cuero, mercado, museo, albergues comunitarios, Plaza del Sol, Laguna de Cuicocha y en los principales hoteles.

La ciudad de Cotacachi recibe gran cantidad de visitantes nacionales y extranjeros que prefieren vestirse con una prenda cómoda y ligera, con bordados llamativos, colores resaltantes hechos en tela Indu. La producción de este tipo de prendas de la comunidad de San Antonio del Punge es viable ya que tiene, vías de acceso, servicios básicos, talento humano, electricidad y espacio para la construcción de pequeñas empresas.

1.8. División política.

Cuadro N° 2

Población del cantón Cotacachi

PARROQUIAS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Sagrario (Rural)	15189	14537	29726
San francisco (Urbano)	3584	3905	7489
COTACACHI	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Quiroga	2720	2841	5561
Imantag	2343	2317	4660
6 de julio Cuellaje	1005	898	1903
Apuela	1009	900	1909
García moreno	2565	2117	4682
Peña herrera	1062	937	1999
Plaza Gutiérrez	354	299	653
Vacas Galindo	471	375	846
TOTAL POBLACIÓN	30302	29126	59428

Fuente: INEC Año 2010
Elaborada por: La Autora.

Cuadro N° 3**Proyección cantonal de Cotacachi**

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad	42291	42565	42831	43087	43333	43568	43792	44004	44203

Fuente: Municipio de Santa Ana de Cotacachi. Año 2013

Elaborada por: La Autora

1.8.1. Economía

La ciudad se mantiene próspera gracias a la agricultura, la agroindustria, transformación de alimentos como la cebada, la remolacha, la caña de azúcar, la patata, las legumbres, cítricos, viñedos, aceitunas y el sector artesanal que representa el (70%) de plazas de trabajo. Es ampliamente dedicado como otras ciudades imbabureñas a la moda, así mismo otro factor importante es la transformación de la cal y la gastronomía, así pues el sector más próspero es el turismo, logrando reconocimiento en el año 2010 Cotacachi tenía el puesto 12 en ciudades económicas, su prosperidad se hace también importante gracias al sector financiero y bancario de Ibarra, el Banco Pichincha, Banco del Guayaquil y más de 5 cooperativas mantienen sedes importantes en la ciudad, de los cuales la Cooperativa Ahorro y Crédito “El Ejido” y la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Santa Anita” es originaria de Cotacachi.

1.8.2. Cultural

Cotacachi celebra las Fiesta de Jora en la segunda semana del mes de Septiembre de cada año, evento que recuerda el homenaje de los adoradores del sol durante el “equinoccio”. La fiesta del “Inti Raymi” en el mes de Junio de 24 a 01 de Julio, que se celebra con el baño ritual el cual es conocido acto de purificación dentro de su calendario agrícola junto con la cosecha del maíz, en esto se realiza manifestaciones de la cultura indígena con su colorido, vestuario, música y danza toman el Centro Histórico. El día 1 de Julio es la fiesta de las mujeres

en donde todas las mujeres de las comunidades aledañas, danzan con su indumentaria típica y las Fiestas de Cantonización que se celebran 6 de Julio, con el desfile cívico de todas las instituciones educativas públicas y privadas y en el mes de las Culturas: en el mes de Marzo.

1.8.3. Educación

La educación en la ciudad de Cotacachi es considerada una de las mejores en el Norte del País, ya que los centros de enseñanza son catalogados como los más modernos y académicamente prestigiosos, con una amplia infraestructura y tecnología de punta, tal es el caso de la “Escuela del Milenio” ubicada en la parroquia de Imantag, el Instituto Superior “Luis Ulpiano de la Torre”, que es el alma mater de las instituciones en Cotacachi, de la cual egresan futuros músicos, “Instituto Tecnológico Superior de la Industria del Cuero” la cual permite a la ciudadanía emprender nuevas estrategias de producción textil. Actualmente existe 172 habitantes que asisten a un nivel de escolaridad, 1.795 que dicen no asistir y 529 habitantes que no proporcionan información (Se ignora). De la población cantonal 29.279 personas saben leer y escribir y 6.366 no lo saben.

1.8.4. Turismo

La ciudad Cotacachi ofrece una experiencia única a los visitantes nacionales y extranjeros, en sus mercados donde pueden comprar artículos y artesanías elaboradas en cuero, en la ciudad podemos observar gran cantidad de almacenes que exhiben elegantemente sus productos las cuales son aceptadas en general las mayores tarjetas de crédito. Además sitios interesantes para la visita como el parque principal, la Iglesia Matriz, el volcán Cotacachi, que le permite observar hermosos paisajes y una amplia zona peatonizada para disfrutar caminado.

1.9. Objetivos

1.9.1. Generales

Realizar un diagnóstico del entorno e interno del proyecto para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que puedan influir en el desarrollo del mismo.

1.9.2. Específicos

- Determinar los aspectos legales de la ciudad de Cotacachi
- Identificar los aspectos socio - económicos.

1.9.3. Variables diagnósticos

De acuerdo a los objetivos establecidos en el diagnóstico se identifica las siguientes variables sujetas a análisis u operaciones:

- Aspectos legales
- Aspectos socio – económico

1.10. Indicadores

1.10.1. Aspectos legales

- Permiso de funcionamiento
- Seguridad laboral
- Ley de compañías

1.10.2. Aspectos socio-económico

- División política

- Cultural
- Educación
- Artesanías
- Turismo

1.11. Matriz de relación diagnóstico

Cuadro N° 4

Matriz de relación diagnóstico

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Identificar los aspectos legales de la ciudad de Cotacachi	Aspectos legales	<ul style="list-style-type: none"> • Permiso de funcionamiento • Seguridad laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Municipio de Santa Ana de Cotacachi. • Página del INEC • Linkografía
Determinar los aspectos socio-económico	Aspectos socio-económicos	<ul style="list-style-type: none"> • División política • Cultural • Educación • Artesanías • Turismo • Psicología 	<ul style="list-style-type: none"> • Primaria • Secundaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista • Documental 	<ul style="list-style-type: none"> • Municipio de Santa Ana de Cotacachi. • Asamblea Cantonal de Cotacachi • Casa de las Culturas ciudad de Cotacachi • Linkografía

Fuente: Investigación de Campo. Año 2014

Elaborado por: La Autora.

1.12. Diagnóstico externo

1.12.1. Matriz AORR

Cuadro N° 5

Matriz AORR

<u><i>Aliados</i></u>	<u><i>Oponentes</i></u>
<ul style="list-style-type: none"> • La ciudad de Cotacachi es considerada un Cantón Ecológico. • Cotacachi cuenta con cabañas comunitarias, a la cual llegan diariamente turistas nacionales y extranjeros. • Agencias de viajes, a la cual llegan turistas. • UNURCAC: (Unión de Organización Campesina de Cotacachi). 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos Sustitutos. • La idea errónea que tiene la gente al creer que la ropa bordada es utilizada especialmente por los indígenas. • Locales comerciales.
<u><i>Oportunidades</i></u>	<u><i>Riesgos</i></u>
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer prendas elaboradas en tela Indu. • Implementar nuevos fuentes de Ingreso. • Aprovechar la tecnología que existe en la actualidad para mejorar la productividad. • Existencia de una gran cantidad de visitantes tantos como nacionales y extranjeros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Complejos trámites financieras para obtener un crédito financiero. • Algunas personas tiene preferencia por productos extranjeros. • Los posibles clientes no logren identificar la diferencia en la calidad del producto.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

1.13. Determinación la oportunidad de la inversión.

Del diagnóstico situacional realizado de la ciudad de Cotacachi se obtiene el siguiente resultado:

Cotacachi es una ciudad privilegiada por la cercanía que tiene a lago Cuicocha, reserva “Cotacachi Cayapas”, tiene una identidad cultural histórica que conserva sus costumbres y tradiciones ancestrales, goza de un gran clima, y es un atractivo para los turistas nacionales y extranjeros, quienes quedan encantados al observar la riqueza artesanal, cultural, gastronomía y educación, todo lo que tiene dentro y alrededor de la ciudad.

En la ciudad de Cotacachi casi todas las tiendas que se encuentran ubicadas en las principales calles de la ciudad ofrecen todo tipo de prendas realizadas en cuero. Por esta razones y con la finalidad de aprovechar la habilidad y creatividad artesanal, de las mujeres de la comunidad de San Antonio del Punge, la oportunidad de generar fuentes de empleo haciendo valer costumbres ancestrales, se hace posible la formulación de un proyecto económico – productivo con el siguiente tema: “Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de prendas de vestir, elaboradas en tela Indu en la comunidad de San Antonio del Punge - parroquia Quiroga - cantón Cotacachi – provincia de Imbabura”.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del Marco Teórico se ha considerado las citas bibliográficas de los conceptos y opiniones científicas, que se han agregado en cada uno de los puntos a lo largo de toda la investigación realizada.

2.1. La empresa

2.1.1. Definición

Zambrano pontón, Pablo (2013); Define: La empresa es toda unidad productora de bienes o servicios, destinados a satisfacer necesidades, deseos y demandas de los consumidores, que emplea recursos o factores productivos: fijos y variables en el corto plazo y solo variables en el largo plazo. Al producir toda empresa incurre en determinados costos; siendo su principal objeto: la maximización de beneficios, que se lo consigue (independientemente de que el mercado sea competitivo o no) cuando la diferencia entre ingresos y costos es la más alta posible, y, cuando el ingreso marginal interseca o cruza gráficamente al costo marginal (pág. 495).

(TIPOS DE ORGANIZACIÓN, PORTAL EDUCATIVO, 2014), menciona: Una empresa es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales, para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en los dos anteriores. Una empresa es un sistema donde elabora productos o presta servicios dependiendo

a la actividad que se dedica, utilizando los recursos necesarios como: materiales, la tecnología, el talento humano y otros, con el fin de satisfacer las necesidades y deseos de la población.

2.2. Características de la empresa.

2.2.1. De acuerdo a su tamaño:

(TIPOS DE ORGANIZACIÓN, PORTAL EDUCATIVO, 2014) menciona lo siguientes, microempresa: son aquellas que poseen hasta 10 trabajadores y generalmente son de propiedad individual, su dueño suele trabajar en esta y su facturación es más bien reducida. No tiene gran incidencia en el mercado, tiene pocos equipos y la fabricación es casi artesanal.

- ***Pequeña empresa:** poseen entre 11 y 49 trabajadores, tienen como objetivo ser rentables e independientes, no poseen una elevada especialización en el trabajo, su actividad no es intensivas en capital y sus recursos financieros son limitados.*
- ***Mediana empresa:** son aquellas que poseen entre 50 y 250 trabajadores, suelen tener áreas cuyas funciones y responsabilidades están delimitadas, comúnmente, tienen sindicato.*
- ***Grandes empresas:** son aquellas que tiene más de 250 trabajadores, generalmente tiene instalaciones propias, sus ventas son muy elevadas y sus trabajadores están sindicalizados. Además, estas empresas tienen posibilidades de acceder a préstamos y créditos importantes.*

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en los dos anteriores. : La pequeña empresa es de tipo familiar y no necesita de una inversión elevada, necesitan únicamente entre 11 a 49 trabajadores que aportan con su esfuerzo físico e intelectual,

en las diferentes actividades que se desarrollan. Por lo general no tienen todas las áreas administrativas como en empresas más grandes.

2.2.2. De acuerdo a la actividad:

- **Empresa del sector primario:** son aquellas que, para realizar sus actividades, usan algún elemento básico extraído de la naturaleza, ya sea, mineral, petróleo.
- **Empresas del sector secundario:** se caracterizan por transformar a la materia prima mediante algún procedimiento.
- **Empresa del sector terciario:** son empresas en que la capacidad humana para hacer tareas físicas e intelectual son su elemento principal.

2.2.3. De acuerdo a la procedencia del capital:

- **Empresa pública:** son aquellas en las que el capital proviene del Estado, ya sea municipal, provincial o nacional.
- **Empresas privadas:** su capital proviene de particular.
- **Empresa mixta:** en este caso, el capital proviene tanto de particular como del estado.

La pequeña empresa CREACIONES “COTATEX”, será una institución privada de tipo familiar, que a través de un esfuerzo en conjunto se mantendrá en un desarrollo constante para la consecución de objetivos enmarcados a la realidad. Y el capital de la pequeña empresa será suministrada por el mismo dueño.

2.2.4. De acuerdo a su forma jurídica:

- **Unipersonal:** son aquellas empresas que permiten a un solo individuo, es este quien debe responder ilimitadamente con su patrimonio frente a aquellos individuos perjudicados por las acciones de la empresa.
- **Sociedad colectiva:** son empresas cuya propiedad es de más de una persona. En estas, sus socios responden de forma ilimitada con sus bienes.
- **Cooperativas:** son empresas que buscan obtener beneficios para sus integrantes y no tiene fines de lucro. Estas pueden estar conformadas por productores, trabajadores o consumidores.
- **Comanditarias:** en estas empresas existen dos tipos de socios: por un lado, están los socios colectivos que participan de la gestión de la empresa y poseen responsabilidad ilimitada. Por otro, los socios comanditarios, que no participan de la gestión y responsabilidad son limitados al capital aportado.
- **Sociedad de Responsabilidad Limitada:** en estas empresas, los socios solo responden con el capital que aportaron y, sus titulares son aquellos que participan en el capital social por medio de acciones o títulos.

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en los dos anteriores: En el concepto de empresas unipersonales, se basa la pequeña empresa CREACIONES “COTATEX”, ya que este tipo de empresas no se requiere de un gran capital, su administración no es compleja, además permiten a un solo individuo ser responsable de la administración en sí de toda la institución, respondiendo ilimitadamente con su patrimonio frente a aquellos individuos perjudicados por las acciones de la empresa.

2.2.5. La pequeña empresa

SÁNCHEZ GÓMEZ; (2012); Define: *“La pequeña empresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en eje de la producción” (pág. 38).*

ANZOLA ROJAS, Sérvulos; (2010). Manifiesta: Pequeña empresa han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan. Quienes componen la pequeña empresa van desde la señora que vende empanadas en su casa, pasando por el joven, padre de familia que decide instalar un rudimentario taller en la marquesina de su casa, hasta aquellos jóvenes profesionales que emprendieron una empresa de lentes.

Para un mejor entendimiento se desarrolla este concepto: La pequeña empresa es: Una institución pequeña que nace de un emprendimiento que se tiene, en donde el propio emprendedor es el dueño y administra del mismo. Este tipo de empresas no tiene una incidencia significativa en el mercado, ya que el volumen de ventas no es grandes cantidades. El propietario e incluso sus familias son los que ponen en marcha este tipo de empresa ya que predomina la mano de obra.

2.3. La contabilidad

Anzola Rojas, Sérvulos; (2010). Define: La contabilidad es el proceso que ayuda a tomar tales decisiones mediante el registro, clasificación, resumen y formación de las transacciones e interpretación de sus efectos en relación con las operaciones de la empresa. Mediante la información contable obtenida, se puede llevar un control sobre cada operación que se efectúa

dentro de la compañía, consiguiendo, con ello, un análisis más sencillo de lo hecho, de lo que se espera, de las oportunidades, de los problemas, de las alternativas entre otros, para que en consecuencia haya una mejor toma de decisiones. (pág. 258)

Durán Ramírez, Felipe, (2010). Define: *La contabilidad es la ciencia y técnica, que enseña a recopilar, clasificar y registrar de un forma metódica y ordenada, las actividades relacionadas en una empresa, con el fin de producir informes los cuales analizados e interpretados permiten planear y tomar decisiones sobre la actividad de la misma (pág. 151).*

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en los dos anteriores: La Contabilidad es el manejo de todos los registros contables, la cual constituye un procedimiento muy importante dentro de la administración en sí de toda la institución ya que depende del resultado, la tomar de decisiones.

2.4. El mercado

2.4.1. Estudio de mercado

Gil Estallo, María de los Ángeles; Giner de la FUENTE, Fernando (2012). Manifiesta: *“Al mercado concurren empresas o consumidores finales; por tanto, hay que conocer el comportamiento del comprador industrial y el de consumidor final y saber quiénes y cuántos son nuestros clientes actuales y potenciales” (pág. 630).*

KOTLER Philp; ARMSTRONG Gary, (2009). Expresan: *Una filosofía de dirección del mercado según el cual logran metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficientes que los competidores (pág. 5).*

El Estudio del Mercado es muy primordial en la realización de un proyecto, ya que permite extraer un amplio conocimiento de la demanda y de recopilar información de esta forma garantiza la factibilidad de los inversionistas.

2.4.2. Segmento del mercado

GIL ESTALLO, María de los Ángeles; GINER DE LA FUENTE, Fernando (2012). Aclara: *“No puede hablar de un mercado único y global si no de sub mercados, de segmentos, de partes de ese mercado” (pág. 632).*

2.4.3. Las variables que se utilizan para segmentar un mercado.

- Socio económico (renta, edad, sexo, profesión).
- Territoriales (región, densidad, tamaño de la ciudad, clima).
- Comportamiento comprador (lealtad a la marca, motivo de compra, sensibilidad al precio, a la publicidad, al servicio).

2.4.4. La demanda

Durán Ramírez, Felipe; (2010). Define: *La demanda es segmentar a los consumidores de acuerdo con los siguientes parámetros: área geográfica, ingreso, nivel educativo, profesión, estrato social, sexo y edad. Con el objetivo de conocer sus hábitos de consumo y compra, marca predilecta, comercio donde lo adquiere, precio, imagen del producto, impacto de los medios de promoción (pág. 75).*

Gil Estallo, María de los Ángeles; Giner de la Fuente, Fernando;(2012). Afirma: *La demanda puede aumentar o reducirse en función de una disminución o aumento de precios, respectivamente. Al cociente entre el tanto por uno en que se modifica la cantidad demandada y*

el tanto por uno en la modificación del precio que provoca la variación de aquellas, se denomina elasticidad de la demanda.

Según mi criterio la demanda es la cantidad de bienes y servicios que el consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y lugar establecido, esto se da lugar a una segmentación del mercado, la cual varía de acuerdo al precio de la oferta.

2.4.5. La oferta

Fisher, Laura & Espejo, Jorge; (2010). Define: La oferta se refiere a las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado”. Completando esta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta “son las actividades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y esta aumenta si el precio aumenta (pág. 243).

Fisher, Laura & Espejo, Jorge; (2010). Define: En economía, se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia la cantidad ofrecida se refiere al número de unidades de un cierto Bien o servicio que los oferentes efectivamente ofrecen a un Precio dado por unidad de Tiempo. (pág. 244).

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en los dos anteriores. La oferta es la cantidad de un producto o servicio que una organización está dispuesto a producir o brindar servicios a los posibles precios del mercado, esto a la vez varía dependiendo el precio actual del mercado como puede bajar o subir.

2.4.6. El precio

Gil Estallo, María de los Ángeles; Giner de la Fuente, Fernando; (2012). Afirma: Que el precio es un elemento fundamental de marketing. De él se deriva las ventas, la rentabilidad y la tasa de penetración en el mercado. El precio, muchas veces, no es compatible con estos objetivos. A mayor precio, mayor rentabilidad, menores ventas, y según y cómo, menor participamos en el mercado. Por otra parte el precio es una variable que permite una comparación fácil entre productos y marcas competidoras (pág. 642).

Bonta Patricio y Farber Mario; (2010). Define: Como la expresión de un valor. El valor de un producto depende de la imagen que percibe el consumidor. Por ejemplo, una margarina del tipo light tiene un costo menor que el de una margarina común; sin embargo, los consumidores perciben cualquier producto "bueno para la salud" como algo de valor superior. El consumidor considera más coherente este mix: mayor valor adjudicado al producto en cuestión, mayor precio. (Por tanto), una margarina light más barata (que la común) no sería creíble (pág. 39).

Para un mejor entendimiento, basándome en los conceptos anteriores: El precio es un valor de intercambio sea de bienes o servicios, en donde intervienen las dos partes oferta y la demanda. Es el importe o valor que el comprador debe pagar al vendedor para poder llevar el producto.

2.4.7. El producto

(Jany Castro, 2009), **manifiesta:** “El producto son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que denota status, gustos, posición, logros y aspiraciones” (pág. 296).

Bonta Patricio y Farber Mario; (2010). Nos brindan la siguiente definición: El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer

sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. El marketing le agregó una segunda dimensión a esa tradicional definición fundada en la existencia de una función genérica de la satisfacción que proporciona. La primera dimensión de un producto es la que se refiere a sus características organolépticas, que se determinan en el proceso productivo, a través de controles científicos estandarizados, el productor del bien puede valorar esas características fisicoquímicas. La segunda dimensión se basa en criterios subjetivos, tales como imágenes, ideas, hábitos y juicios de valor que el consumidor emite sobre los productos. El consumidor identifica los productos por su marca. En este proceso de diferenciación, el consumidor reconoce las marcas, a las que le asigna una imagen determinada (pág. 37).

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en los dos anteriores: El producto es el resultado de la materia prima directa como también de la materia prima indirecta, la cual satisface una necesidad de los compradores. Como en nuestro proyecto los productos son: las prendas de vestir como pantalones, camisas y blusas.

2.4.8. Promoción.

Gil Estallo, María de los Ángeles; Giner de la Fuente, Fernando (2012). Autores del libro. Afirma: La promoción de ventas es un conjunto de actividades de corta duración, dirigiendo a los intermedios, vendedores o consumidores, que mediante incentivos económicos o materiales, o la realización de actividades especifican, tratan de estimular la demanda corto plazo o aumentar la eficiencia de los vendedores e intermediarios, muestras gratuitas, cupones, regalos, premios, concursos, materiales gráficos y exhibición en el punto de venta, demostraciones, exposiciones y ferias entre otros (pág. 655).

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en los dos anteriores: La promoción es un conjunto de actividades que se realiza cuando se forma una nueva institución, cuando implementamos nuevos productos, o existe algún tipo de innovación dentro de la organización, esto va dirigido especialmente a los consumidores.

2.4.9. Publicidad.

GIL ESTALLO, María de los Ángeles; GINER DE LA FUENTE, Fernando; (2012). Analiza: Que la publicidad es toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación, dirigida a un público objetivo, en la que identifica el emisor, con una finalidad determinada, que, de forma inmediata o no, trata de estimular la demanda de un producto o de cambiar la opinión o el comportamiento del consumidor (pág. 656).

Para un mejor entendimiento se concluye en el siguiente concepto basado en el anterior: La publicidad es la transmisión de información acerca de un determinado institución por medios de comunicación como: radio, televisión, prensa, pancartas, afiches u otros, con el propósito de que conozca el producto.

2.5. La administración

Anzola Rojas, Sérvulos; (2010). Manifiesta: La administración se encuentra en todos los ámbitos humanos: la casa, la oficina, la escuela, el gobierno y la iglesia, entre otro, los cuales quizá se derivan de artículos noticiosos, críticas de líderes de opinión o falsas interpretaciones personales de lo que algunos empresarios dicen y hacen (pág. 52).

Díez de Castro, García del Junco, Martín Jiménez y Periañez Cristóbal, (2010). Manifiesta que la administración es: *"El conjunto de las funciones o procesos básicos (planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar) que, realizados convenientemente,*

repercuten de forma positiva en la eficacia y eficiencia de la actividad realizada en la organización".

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en los dos anteriores: La administración se aplica en todo tipo de empresas, es aplicable a todos los niveles de una institución. Es conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa esto implica eficacia y eficiencia.

2.5.1. Principios generales de la administración.

(Henri Fayol, 2012), menciona que los principios de la administración son flexibles, que no son únicos y que se deben explicar independientemente de si las condiciones son especiales o cambiantes. Por ello, con base en sus experiencias, formulo catorce principios que pueden resumir así:

- ***División del Trabajo.*** *Las personas deben especializarse de acuerdo con sus habilidades innatas para desempeñar con mayor eficiencia su oficio. La división del trabajo implica dividir las actividades con características similares o parecidas en grupos efectivos.*
- ***Autoridad.*** *La pequeña empresario debe dar órdenes para que se cumpla las tareas. La autoridad es el poder o derecho a mandar.*
- ***Disciplina.-*** *el personal de una compañía tiene que respetar las reglas y convenios que gobiernan a la misma.*
- ***Unidad de Mando.-*** *Los empleados deben recibir órdenes únicamente de un solo superior o jefe.*
- ***Subordinación del interés individual al general.*** *Siempre predominan las decisiones del grupo sobre las individuales o de grupos minoritarios, imponiéndose las de la mayoría.*
- ***Remuneración.*** *Es el pago que reciben por su trabajo tanto los empleados como los patrones.*

- **Centralización.** La disminución de papel de los empleados en la toma de decisiones se denomina centralización. Esta involucra la concentración de autoridad.
- **Jerarquía de Autoridades.** La línea de autoridades de una empresa esta ordenada desde las más altos hasta los más bajos niveles de la misma .es la autoridad que se ejerce de arriba hacia abajo.
- **Orden.** Los materiales y las personas deben estar en el lugar adecuado, en el momento apropiado; es decir, un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar.
- **Equidad.** Implica igualdad y justicia con respeto a todas las personas
- **Estabilidad.** Provoca el desconcierto de quienes lo ejecutan.
- **Iniciativa.** Debe darse libertad a las personas para concebir y llevar a cabo sus planes.
- **Espíritu de grupo.** Subraya la necesidad del trabajador en equipo, así como la importancia de la comunicación para obtener.

2.5.2. Elementos básicos de la administración

Planeación

Según ANZOLA ROJAS, Sérvulos; (2010). Manifiesta: La planeación es la más importante de las funciones administrativas, ya que se trata de decidir qué hacer, como hacerlo, donde hacer, quien lo va hacer y cuando hacerlo. En si la planeación es una actividad que brinda previamente las respuesta a las interrogantes anteriores, relaciones básicas con las cuatro áreas básicas de toda empresa (pág. 62).

1. Planeación de producción

- ¿Qué es lo que se va a producir?
- ¿Cuánto se va a producir?

- *¿Define la duración del proceso de producción y muchas otras actividades?*

2. Planeación de mercado

- *¿Cómo se va hacer llegar los productos a los clientes?*
- *¿A qué precio se va vender?*
- *¿Qué se hará para que el cliente acepte el producto y lo compre?*
- *¿Se considera a que persona se les va vender?*

3. Planeación de finanzas

Aquí, se toma en cuenta el registro de los gastos para saber cuánto dinero hay en caja y así poder tener más productos para su venta. Debe definir qué hará con el dinero.

- *¿Cuánto necesita ese dinero?*
- *¿A que destina ese dinero?*

4. Planeación de personal

Determinar la candidata de empleados que la empresa se quiere, así como el pago de sueldos y salarios de quienes laboran en la misma. Además, debe identificar qué actividad realizará cada uno de los trabajadores y verificar que realmente sepan llevarlas a cabo.

Para una mejor comprensión, basándonos en los conceptos anteriores: La planeación es un procedimiento que nos permite establecer objetivos y un curso de acción adecuado para lograrlos, es muy importante dentro de una organización ya que por ello la misma organización define lo que tiene que realizar a corto, mediano y a largo plazo.

2.6. Organización

ANZOLA ROJAS, Sérvulos; (2010). Manifiesta: *“La palabra organización se utiliza en dos diferentes sentidos. La primera, es el de empresa o grupo funcional. Ejemplo (un negocio, un*

hospital, una dependencia gubernamental o un equipo de basquetbol. El segundo, es el proceso de organizar, la manera en que se dispone el trabajo y se asigna entre el personal de la compañía para alcanzar eficientemente los objetivos de la misma” (Pág. 94).

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en el anterior: La organización es el proceso para comprometer a dos o más personas que trabajan juntas de manera estructurada, con el propósito de alcanzar una meta o una serie de metas específicas dentro de una organización.

2.6.1. Dirección

ANZOLA ROJAS, Sérvulos; (2010). Define: La Dirección se puede entender como la capacidad de guiar y motivar a los trabajadores para conseguir los objetivos de la empresa. La dirección implica el logro de objetivos con y por medio de las personas. Por lo que un dirigente debe interesarse por el trabajo y por las relaciones humanas (pág. 110).

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado el anterior: La dirección es muy importante dentro de la administración ya que nos permite motivar, dirigir, e influir en las actividades de los miembros de un grupo o una organización entera, con respecto a una tarea, de esta forma conseguir el objetivo y metas propuesta por la organización.

2.6.2. Control

Anzola Rojas, Sérvulos; (2010). Manifiesta: La función de control consiste en la medición y corrección del rendimiento de los componentes de la empresa con el fin de asegurar que se alcancen los objetivos y planes ideados para su logro. El control tiene como fin señalar las debilidades y errores con el propósito de rectificarlos e impedir su repetición (pág. 122).

Para un mejor entendimiento concluyo en el siguiente concepto basado en el concepto anterior; Dentro de una organización es muy necesario el control ya que de esta manera nos

permite trabajar con responsabilidad de una forma eficiente y eficaz. Por medio del control nosotros podemos detectar las debilidades y errores en la organización a la vez corregirlas los rendimientos.

2.7. La economía

Zambrano Pontón, Pablo; (2013). Define: Es el conjunto de actividades, que permiten al hombre, adquirir los medios escasos para satisfacer sus necesidades. Sin embargo, con el fin de simplificar la realidad, cabe imaginar la economía de un individuo aislado; pues el ser humano es social por naturaleza, y los actos de un individuo afectan al conjunto de la sociedad. De allí que la libertad de una persona, no debe ser malinterpretada como “libertinaje”, porque la libertad implica también la correspondiente responsabilidad frente a la otra persona (pág. 26).

2.8. Turismo

(ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO OMT, 2014) Define: El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con

miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración. Pioneros del turismo.

2.8.1. Características principales.

- Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.
- Utilización de los servicios guías, intérpretes, y otros.
- Utilización de los medios de transporte más rápidos.
- Ocupación de los hoteles más selectos. Recorridos extensos de cada país

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en nuestro país o los lugares visitados y (más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse como son: servicios hoteleros, guías turísticas, alimentación, prendas de vestir, recuerdos de cada lugar que son visitados, entre otros, entre las cuales ofrecerá *CREACIONES "COTATEX"* como son prendas de vestir elaboradas en tela Indu con bordados que resalte la cultura Cotacacheña.

2.9. Tela Indu

Es una tela suave, blanda y ligera que se caracteriza por su calidad y su uso en pequeña empresas textiles especialmente en la ciudad de Otavalo que dan uso para realizar innumerables productos textiles los cuales son exhibidos en la Plaza de los Ponchos. Suelen usarse en prendas de vestir especialmente para la playa y lugares cálidos.

Ilustración N° 1**Ejemplo de Tela Indu**

Elaborada por: La Autora

2.9.1. Las características de la tela son las siguientes:**Cuadro N° 6****Características de la tela Indu.**

NOMBRE	TIPO DE HILO	MATERIA L	RENDIMIENTO	GRAMAJE	ANCHO	COLOR
INDU	16/1 OE- 20/11 OE	Co 100 %	mts/Kg 5,03	Grs/ 130	mts. Abierto 1.5	Todos los colores

Fuente: Indutexma. Año 2014

Elaborada por: La Autora.

2.10. Prendas de vestir

Define La palabra vestimenta se utiliza como sinónimo de vestido o vestidura. Un vestido es la prenda o conjunto de prendas exteriores que cubren el cuerpo. Una vestidura también puede hacer referencia al conjunto de prendas, aunque el término se usa para nombrar al vestido de los sacerdotes en el culto divino.

La vestimenta incluye a la ropa interior, los pantalones, las chombas, las camisetas, las camperas y el calzado, entre otros productos. En su sentido más amplio, nombra al total de prendas textiles que se utilizan para protegerse del clima, para vestirse y por pudor.

La vestimenta, en definitiva, permite evitar el contacto del aire frío o de la lluvia con la piel, proteger al cuerpo de la radiación ultravioleta y las quemaduras producidas por el sol, y ocultar los genitales y las partes del cuerpo que se evitan mostrar en público.

2.10.1. Utilización de la ropa.

- **Frío:** *la ropa facilita la circulación del aire alrededor de la piel y evita por tanto el contacto del aire frío con la piel. Por otra parte, las fibras de los tejidos capturan aire y lo inmovilizan; este aire capturado tiene una mala conductividad térmica (este hecho también se explota en las ventanas de doble cristal).*
- **Sol intenso:** *Los tejidos claros evitan la radiación ultravioleta y las quemaduras en la piel, y por tanto protegen del calor.*
- **Precipitación:** *(lluvia, nieve) entre otros: Algunos tejidos, llamados impermeables, impiden el contacto del agua con la piel. El agua es buen absorbente térmico, y el agua fría de lluvia o de la nieve provoca un enfriamiento importante de la persona.*

2.10.2. Materiales de confección de ropa

Hay muchos materiales con los cuales se pueden confeccionar prendas de ropa. Se distingue entre materiales de origen natural y materiales sintéticos, como el poliéster. Entre los naturales se distinguen los de origen animal, como la seda, la lana o el cuero y la camira los de origen vegetal como el algodón y el lino.

2.11. Definiciones relacionadas al corte y confección

Según (Artesanum, 2014) *manifiesta que:*

- **Diseño.-** *El acto intuitivo de diseñar podría llamarse creatividad como acto de creación o innovación si el objeto no existe, o es una modificación de lo existente inspiración abstracción, síntesis, ordenación y transformación.*

Ilustración N° 2

Diseño



- **Corte.-** *Dividir una cosa en dos o más partes o separar una parte del todo, utilizando un instrumento afilado.*

Ilustración N° 3

Corte



- **Confección.**- Se unen las piezas cosiendo con una máquina de coser, a veces es necesario hilvanar las partes para facilitar la costura.

Ilustración N° 4

Confección



- **Remallado.**- Se remallan los bordes de las costuras para evitar que se deshilachen en el futuro.

Ilustración N° 5

Remallado



- **Acabado.-** Se cortan y cosen los ojales, se pegan los botones, los cierres, los bolsillos, etc., en algunos casos se decoran partes del vestido bordando diseños, o poniendo detalles a croché, finalmente se cortan los hilos sobresalientes.

Ilustración N° 6

Acabado



- **Planchado.-** Se plancha el artículo terminado para tener una superficie impecable.

Ilustración N° 7

Planchado



- **Bordado.-**El bordado es el adorno que hacemos con aguja e hilo sobre un tejido cualquiera. El producto del bordado es un dibujo que puede representar desde cadenas, flores, letras y más. El bordado puede añadir relieve al tejido, brillo, riqueza. Todo dependiendo de la calidad del hilo

con el que se borda. Hilos de oro y plata son habituales en los ornamentos religiosos. Hilos de seda, lino o algodón son los ideales para la lencería. También podemos bordar alfombras, cinturones. En el trabajo de las manualidades también se utiliza el bordado por ejemplo en los marca páginas bordados en punto de cruz.

Ilustración N° 8

Bordado



2.12. Misión y visión

2.12.1. Misión.

Arthur Thompson y A.J. Strickland. Manifiesta: Lo que una compañía trata de hacer en la actualidad por sus clientes a menudo se califica como la misión de la compañía. Una exposición de la misma a menudo es útil para ponderar el negocio en el cual se encuentra la compañía y las necesidades de los clientes a quienes trata de servir (pág. 4).

2.12.2. Vision

Arthur Thompson y A.J. Strickland. Manifiesta: El simple hecho de establecer con claridad lo que está haciendo el día de hoy no dice nada del futuro de la compañía, ni incorpora el sentido de un cambio necesario y de una dirección a largo plazo. Hay un imperativo administrativo

todavía mayor, el de considerar que deberá hacer la compañía para satisfacer las necesidades de sus clientes el día de mañana y como deberá evolucionar la configuración de negocios para que pueda crecer y prosperar. Por consiguiente, los administradores están obligados a ver más allá del negocio actual y pensar estratégicamente en el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado y competitivas, entre otros. Deben hacer algunas consideraciones fundamentales acerca de hacia dónde quieren llevar a la compañía y desarrollar una versión de la clase de empresa en la cual creen que se debe convertir (pág. 4).

La misión y la visión son muy importantes en una organización ya que nos ayuda a determinar el camino a seguir como institución, la función como empleado y empleador. Mediante la misión defino que tipo de organización es, que servicios o productos ofrezco a un determinado sector o población, y en la visión me permite planificar a largo plazo al futuro, respondiendo la siguiente pregunta, ¿cómo quiero que sea la institución a 5 años en todas las áreas?

2.13. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder ni ganar.

En el punto de equilibrio de un negocio las ventas son iguales a los costos y los gastos, al aumentar el nivel de ventas se obtienen utilidad, y al bajar se produce pérdida.

Se debe clasificar los costos:

- **Costos fijos:** Son los que causan en forma invariable con cualquier nivel de venta.
- **Costos variables:** Son los que se realizan proporcionalmente con el nivel de ventas de una empresa.

2.13.1. Fórmula para calcular el punto de Equilibrio

Ventas en punto de equilibrio = Costos fijos x 1

$$1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}$$

El costo fijo permanece invariable, independientemente del volumen de ventas, mientras que el costo variable está relacionado directamente con el volumen de ingreso o ventas.

El porcentaje del costo variable en el punto de equilibrio está dado por la relación entre los costos variables y el nivel de ventas, así:

$$\text{Porcentaje de costo variable} - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}} \times 100$$

2.13.2. Aplicación del punto de equilibrio

En la práctica, el punto de equilibrio nos permite calcular el volumen de las ventas que debe realizar una empresa para obtener un porcentaje de utilidad determinado. La fórmula es la siguiente:

Ventas = Ventas en el punto de equilibrio + Porcentaje de Utilidad deseado + % de Costos variables.

2.14. VAN (Valor actual neto)

Gitman Lawrence J. y Zutter Chad J. (2012). Manifiesta: Es el método usado por la mayoría de las grandes empresas para evaluar proyectos de inversión se conoce como valor Presente Neto (V.A.N.) la institución subyacente en el método del (V.A.N.) es sencilla. Cuando las empresas realizan inversiones, gastan el dinero que obtienen, de una u otra forma, de los inversionistas.

Estos últimos esperan un rendimiento sobre el dinero que aportan a las empresas, de modo que una compañía debe efectuar una inversión solo si el valor presente del flujo de efectivo que genera la inversión rebasa el costo de la inversión realizada en el primer lugar. Como el método del (V.A.N.) toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo de los inversionistas, es una técnica más desarrollada de elaboración del presupuesto de capital que la regla del periodo de recuperación. El método del (V.A.N.) descuenta los flujos de efectivo de la empresa del costo de capital. Esta tasa es el rendimiento mínimo que se debe ganar en un proyecto para satisfacer a los inversionistas de la empresa. Los proyectos con menores rendimientos no satisfacen las expectativas de los inversionistas y, por lo tanto, disminuyen el valor de la empresa, en tanto que los proyectos con mayores rendimientos incrementan el valor de la empresa (pág. 367 y 368).

2.14.1. Formula y cálculo del VAN

El Valor Presente Neto (VAN) se obtiene restando la inversión inicial de un proyecto (I) del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo (F) descontado a una tasa (r) equivalente al costo de capital de la empresa.

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+r)^t} - FE_0$$

2.14.2. Criterios de decisión:

Cuando el Valor Presente Neto se usa para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el VAN es mayor que \$0, el proyecto se acepta.
- Si el VAN es menor que \$0, el proyecto se rechaza.

Si el VAN es mayor que \$0, la empresa ganara un rendimiento Mayor que sus costos de capital. Esta acción deberá aumentar el valor del mercado de la empresa y, por consiguiente, la riqueza de sus dueños en un monto igual al VAN. El VAN representa la ganancia neta, a valor actual, de un proyecto.

2.13.3. TIR (Tasa interna de retorno)

Gitman Lawrence J. y Zutter Chad J. (2012). Manifiesta: Es una de las técnicas más usadas de las técnicas de elaboración de presupuestos de capital. La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento que iguala el (VAN) de una oportunidad de inversión con \$0 (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas (pág. 372).

2.13.4. Formula y cálculo del VAN

Matemáticamente, la TIR es el valor de en la ecuación anterior del VAN, que hace que el VAN sea igual a \$0”.

$$0 = \sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+TIR)^t} - FE_0$$

$$\sum_{t=1}^n \frac{FE_t}{(1+TIR)^t} - FE_0$$

2.13.5. Criterios de decisión:

Cuando se usan la TIR para tomar las decisiones de aceptar o rechazar, los criterios de decisión son los siguientes.

- Si el TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.

- Si el TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa gane por lo menos su rendimiento requerido. Este resultado deberá aumentar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de sus dueños.

2.13.6. Análisis de sensibilidad.

Iturrioz del Campo, Javier; (2014). Menciona: El análisis de la sensibilidad es una técnica que, aplicada a la valoración de inversiones, permite el estudio de la posible variación de los elementos que determinan una inversión de forma que, en función de alguno de los criterios de valoración, se cumpla que la inversión es efectuarle o es preferible a otra. Por ejemplo, se puede analizar cuál es la cuantía mínima de uno de los flujos de caja para que la inversión sea efectuarle según el Valor Actualizado Neto (VAN), o cuál es valor máximo que puede tener el desembolso inicial para que una inversión sea preferible a otra según la Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad (TIR). El análisis de sensibilidad se considera como una primera aproximación al estudio de inversiones con riesgo, ya que permite identificar aquellos elementos que son más sensibles ante una variación. Al realizar un proyecto en el estudio económico proyectada al futuro, siempre existen elementos de incertidumbre, por lo que la toma de decisiones es bastante compleja.

En un proyecto individual, la sensibilidad debe hacerse con respecto a los parámetros más inciertos como pueden ser en precio del producto, volumen de ventas en el mercado como también como volumen de producción que se proyecta fabricar. Por todas estas razones deben tenerse en cuenta todos los aspectos que permite tomar las decisiones y además pueden afectar con todos los recursos económicos de la pequeña empresa.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DEL MERCADO

3.1. Presentación

El presente estudio está encaminado a la creación de una pequeña empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela “INDU”. El estudio del mercado se llevó a cabo en la ciudad de Cotacachi, mediante un análisis sistemático minucioso del entorno, en donde se determinó el nivel de la demanda que tiene para consumo de ropa textil enfocándonos en la fabricada en tela Indu.

Se analizaron los factores que intervienen en el mercado, tales como clientes, ofertantes, redes de distribución, precios, la demanda insatisfecha entre otros.

Como resultado del estudio se establece estrategias de mercadeo. Las cuales orientan a la nueva unidad productiva a aprovechar las oportunidades para posicionarse en el mercado.

Finalmente con base en el estudio del mercado se logró visualizar un panorama global del mercado en la industria textil. Con base en la información determinada se realizó, un periodo de recuperación del proyecto.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó información primaria a través de entrevistas, encuestas, observación, y opinión de expertos. Además de la información secundaria obtenida de último censo del INEC 2010, GAD de COTACACHI, Ministerio de Turismo Regional Norte.

Este estudio permite identificar la viabilidad para la creación de la pequeña empresa de producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu.

3.2. Objetivos del estudio del mercado

3.2.1. Objetivo general

Realizar un Estudio de Mercado, con la finalidad de efectuar una evaluación de la situación actual y el potencial mercado interno de la producción y comercialización de prendas de vestir en tela Indu en la ciudad de Cotacachi, identificando la oferta, la demanda sus proyecciones, precios, segmentación del mercado, mercado meta y proponer estrategias de mercado, para el proyecto.

3.2.2. Objetivos específicos

- Establecer la oferta actual de prendas de vestir en tela Indu en la ciudad de Cotacachi.
- Determinar la demanda de prendas de vestir en tela Indu que tienen los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi.
- Identificar los indicadores de marketing mix, para fundamentar las estrategias de mercado de la microempresa de producción y comercialización de prendas de vestir en tela Indu.

3.3. Variables de mercado

De acuerdo a los objetivos establecidos en el diagnóstico se identifica las siguientes variables:

- Oferta
- Demanda

- Marketing mix

3.4. Indicadores

3.4.1. Oferta

- Cantidad de prendas que oferta mensual
- Porcentaje de comercialización de prendas de vestir
- Tasa de crecimiento promedio
- Precio promedio de comercialización de las prendas de vestir.

3.4.2. Demanda

- Conocimiento del producto
- Aceptación del producto
- Factores decisivos de compra
- Preferencias de la prenda
- Preferencia en prendas de vestir
- Frecuencia de compra
- Precio de las prendas de vestir

3.4.3. Marketing mix

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

3.5. Matriz de variables de mercado

Cuadro N° 7

Matriz de variables de mercado

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Establecer la oferta actual de prendas de vestir en tela Indu en la ciudad de Cotacachi.	Oferta	Cantidad de prendas que oferta mensual	Primaria	Encuesta	Propietarios de locales comerciales que venden prendas de vestir en tela Indu de la ciudad de Cotacachi
		Porcentaje de comercialización de prendas de vestir	Primaria	Encuesta	Propietarios de locales comerciales que venden prendas de vestir en tela Indu de la ciudad de Cotacachi
		Tasa de crecimiento promedio	Primaria	Encuesta	Propietarios de locales comerciales que venden prendas de vestir en tela Indu de la ciudad de Cotacachi

		Precio promedio de comercialización de las prendas de vestir	Primaria	Encuesta	Propietarios de locales comerciales que venden prendas de vestir en tela Indu de la ciudad de Cotacachi
Determinar la demanda de prendas de vestir en tela Indu que tienen los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi.	Demanda	Conocimiento del producto	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi
		Aceptación del producto	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi
		Factores decisivos de compra	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi
		Preferencias de la prenda	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi
		Preferencia en prendas de vestir	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi
		Frecuencia de compra	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi

		Precio de las prendas de vestir	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi
Identificar los indicadores de marketing mix, para fundamentar las estrategias de mercado de la microempresa de producción y comercialización de prendas de vestir en tela Indu.	Marketing mix	Producto	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi
		Precio	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi
		Plaza	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi
		Promoción	Primaria	Encuesta	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi

Fuente: Investigación Directa

Elaborada: La Autora

3.6. Identificación del producto.

Las prendas de vestir elaboradas en tela Indu, son productos que se fundamentan en una amplia gama de modelos, diseños, colores. Estas prendas elaboradas en tela Indu, corresponden a: camisas, pantalones y blusas, que desde el punto de vista de confort es una vestimenta de tipo casual, cómoda, y de durabilidad aceptable. (ANEXO No. 2).

Ilustración N° 9

Camisa



Ilustración N° 10

Blusa



Ilustración N° 11**Pantalón****3.6.1. Características del producto**

Las prendas de vestir elaboradas en tela Indu (camisas, pantalones y blusas), están elaboradas en las siguientes tallas:

Cuadro N° 8**Prendas y tallas**

DETALLE	TALLA	DEFINIDO
Camisa	40	S
	42	M
	44	L
Pantalón	40	S
	42	M
	44	L
Blusa	40	S
	42	M
	44	L

Elaborada por: La Autora

3.6.2. Colores y bordados

Las prendas de vestir en tela Indu son complementadas con varios motivos de bordados de figuras ancestrales, culturales, en diferentes colores, mediante una gama de tonalidades que le ofrece un simbolismo estético a las prendas de vestir.

Ilustración N° 12

Bordado



Elaborada por: La Autora

3.6.3. Bienes sustitutos

Al realizar la investigación de campo se identificó los siguientes bienes sustitutos.

Cuadro N° 9

Productos sustitutos

PRODUCTOS EN CUERO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
CHOMPAS	<ul style="list-style-type: none"> • Durabilidad • Formal 	Peso, deterioro a la exposición al ambiente no puede usarse en ambientes deportivos.
CAMISAS	<ul style="list-style-type: none"> • Elegancia • Abridado 	Delicado a la exposición de líquidos, No puede lavarse sin deteriorar el color y textura.
PANTALÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Elegancia • status de finesa • originalidad 	Rígido para el movimiento Delicado en exposición al ambiente

Fuente: Investigación de Campo

Elaborada por: La Autora

3.7. Identificación de la población

La población objeto a estudio de mercado son dos. La primera que corresponde a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi y la segunda población son 4 locales que comercializan prendas de vestir de tela Indu en esta ciudad.

Cuadro N° 10

Población

No.	Descripción	Número
1	Turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi	177.380 (año 2014)
2	Propietarios de locales comerciales de prendas de vestir en tela Indu	4

Fuente: investigación directa

Elaborado por: La autora

3.7.1. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tomó en cuenta la población de 177380 turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi. De acuerdo al Ministerio de Turismo Regional Norte. Se procedió a calcular el tamaño de la muestra con la siguiente fórmula:

3.7.2. Fórmula de cálculo

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente ecuación:

$$n \equiv \frac{N \times P^2 \times Q^2}{(N - 1)E^2 + P^2 Q^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

P2= Desviación típica de la población (0.5)

Q2= valor crítico, corresponde a un valor dado del Nivel de confianza (0.95% dos colas = 1.96)

e= Error la medida de la muestra. Nivel de error (5%; 0.05)

$$n \equiv \frac{0.5^2 \times 1.96^2 \times 177.380}{(177.380 - 1)0.05^2 + 0.5^2 1.96^2}$$

n=384 turistas nacionales y extranjeros.

3.8. Distribución de la muestra

Cuadro N° 11

Distribución de la muestra

TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS		ENCUESTAS A APLICAR
NACIONALES	78%	300
EXTRANJEROS	22%	84
TOTAL		384

Elaborada por: La Autora

3.9. Diseño de instrumentos de investigación

Para la recolección de la información se utilizó información primaria y secundaria.

(ANEXO No. 3).

3.9.1. Información primaria

Los tipos de información primaria que se utilizó en el presente estudio son los siguientes:

1. Encuestas

Con esta técnica y mediante los instrumentos necesarios se recopiló información, importante de la población, la cual fue dirigida a los siguientes:

- a) Turistas nacionales y extranjeros.
- b) Propietarios de locales comerciales de prendas de vestir en tela Indu.

2. Observación directa

Al sector comercial de la venta de ropa en tela Indu en la ciudad de Cotacachi.

3.9.2. Información secundaria

Entre la información secundaria que se analizó tenemos:

- Bibliografía especializada
- Internet
- Datos estadísticos de Ministerio de Turismo Regional Norte, y Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

3.10. Tabulaciones y análisis de la información

3.10.1. Encuesta aplicada a los propietarios de los locales comerciales de prendas de vestir de tela Indu de la ciudad de Cotacachi.

1. ¿Qué cantidad de prendas en tela Indu comercializa mensualmente?

Cuadro N° 12

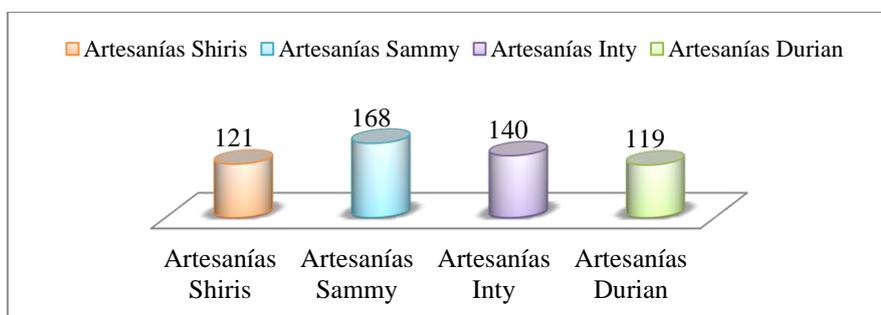
Cantidad de prendas

Alternativa	Frecuencia
Artesanías Shiris	121
Artesanías Sammy	168
Artesanías Inty	140
Artesanías Durian	119

Fuente: Propietarios de los locales comerciales de la ciudad de Cotacachi
Elaborado por: La autora

Gráfico N° 1

Cantidad de prendas



Fuente: Propietarios de los locales comerciales de la ciudad de Cotacachi
Elaborado por: La autora

Análisis:

La cantidad de prendas de vestir en tela Indu que comercializan los locales comerciales de la ciudad de Cotacachi en forma mensual son: Artesanías Shiris 121 prendas, Artesanías Sammy 168 prendas, Artesanías Inty 140 prendas y Artesanías Durian 119 prendas de vestir en tela Indu.

2. ¿Qué porcentaje de camisas, pantalones y blusas en tela Indu comercializa mensualmente?

Cuadro N° 13

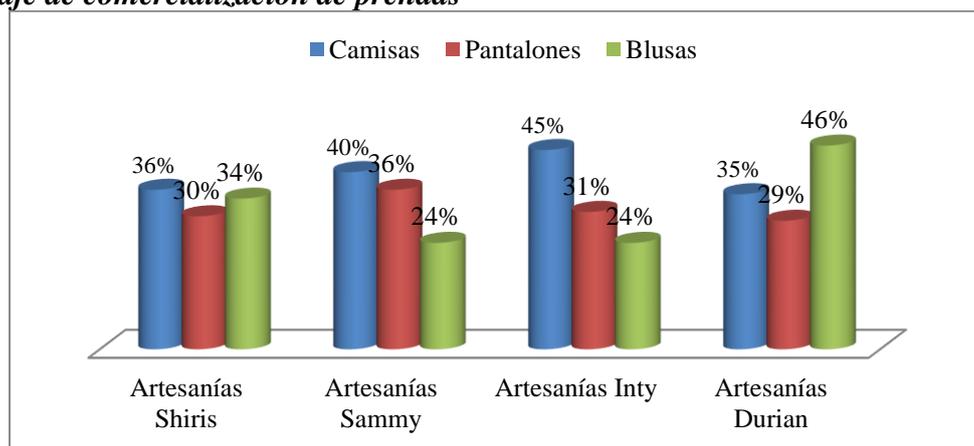
Porcentaje de comercialización de prendas

Alternativa	Camisas	Pantalones	Blusas
Artesanías Shiris	36%	30%	34%
Artesanías Sammy	40%	36%	24%
Artesanías Inty	45%	31%	24%
Artesanías Durian	35%	29%	46%

Fuente: Propietarios de los locales comerciales de la ciudad de Cotacachi
Elaborado por: La autora.

Gráfico N° 2

Porcentaje de comercialización de prendas



Fuente: Propietarios de los locales comerciales de la ciudad de Cotacachi
Elaborado por: La autora

Análisis:

Se determina que los locales comerciales de prendas de vestir en tela Indu en gran parte comercializan camisas, pantalones y blusas con un porcentaje aproximado respecto al total de prendas que comercializan mensualmente a base de este tipo de tela.

3. ¿Cuál es el crecimiento promedio de las ventas de prendas de vestir en tela Indu en los últimos cinco años?

Cuadro N° 14

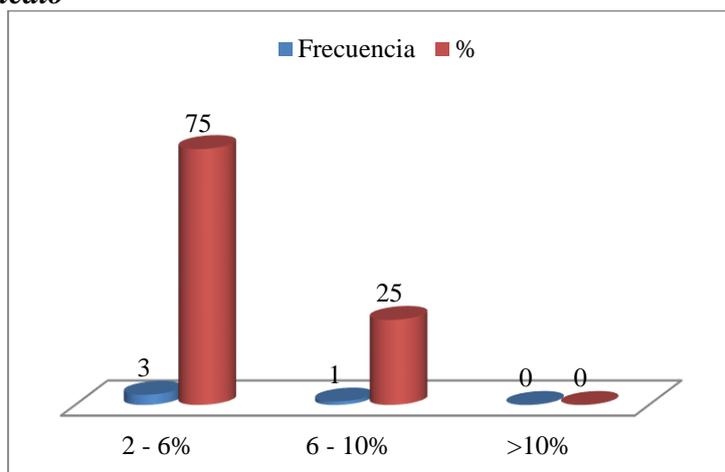
Crecimiento promedio

Alternativa	Frecuencia	%
2 - 6%	3	75
6 - 10%	1	25
>10%	0	0
Total	4	100

Fuente: Propietarios de los locales comerciales de la ciudad de Cotacachi
Elaborado por: La autora

Gráfico N° 3

Crecimiento promedio



Fuente: Propietarios de los locales comerciales de la ciudad de Cotacachi
Elaborado por: La autora

Análisis:

El crecimiento promedio anual que tiene la comercialización de prendas de vestir en tela Indu es del 2% al 6%, con el promedio de esta tasa de crecimiento se procederá a proyectar la oferta.

4. ¿Cuál es el precio promedio de las prendas de vestir en tela Indu que usted comercializa?

Cuadro N° 15

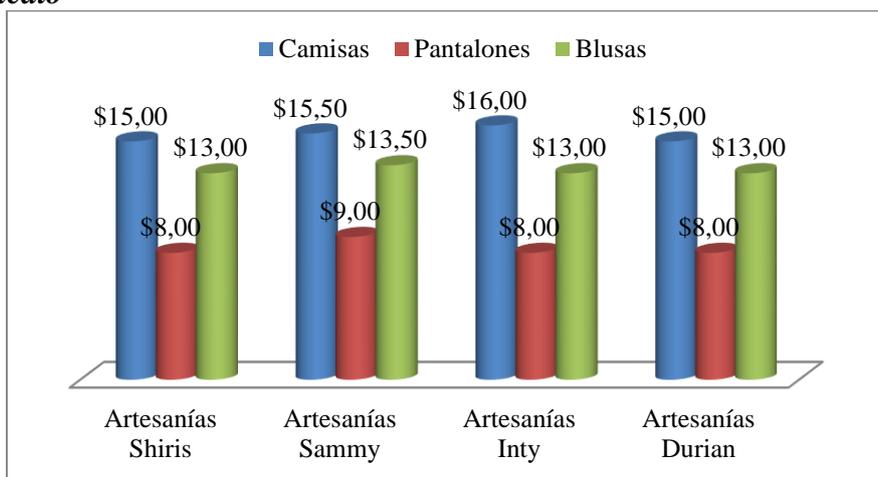
Precio promedio

Alternativa	Camisas	Pantalones	Blusas
Artesanías Shiris	\$ 15,00	\$ 8,00	\$ 13,00
Artesanías Sammy	\$ 15,50	\$ 9,00	\$ 13,50
Artesanías Inty	\$ 16,00	\$ 8,00	\$ 13,00
Artesanías Durian	\$ 15,00	\$ 8,00	\$ 13,00

Fuente: Propietarios de los locales comerciales de la ciudad de Cotacachi
Elaborado por: La autora

Gráfico N° 4

Precio promedio



Fuente: Propietarios de los locales comerciales de la ciudad de Cotacachi
Elaborado por: La autora

Análisis:

El precio promedio que tienen las prendas de vestir en tela Indu es aproximadamente el siguiente: las camisas entre \$15.00, los pantalones a \$8.00 y las blusas \$13.00 estos precios son los que manejan actualmente los locales comerciales que comercializan estos productos en la ciudad de Cotacachi.

3.10.2. Tabulación y Análisis de la encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi

1. ¿Tiene conocimiento de las prendas de vestir en tela Indu?

Cuadro N° 16

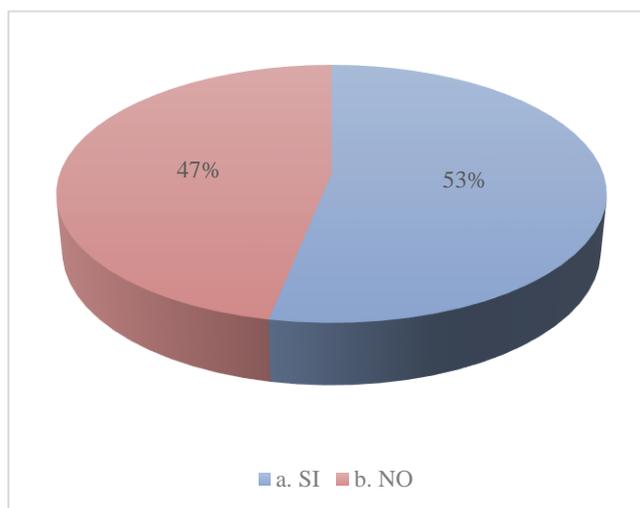
Conocimiento del producto

Alternativa	Frecuencia	%
a. SI	204	53
b. NO	180	47
TOTAL	384	100

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 5

Conocimiento del producto



Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada a los consumidores y posibles consumidores del producto, más de la mitad de los encuestados manifestaron que conocen la tela Indu, mientras que el resto no la conocen.

2. ¿Estaría gustoso(a) en utilizar prendas elaboradas en tela Indu?

Cuadro N° 17

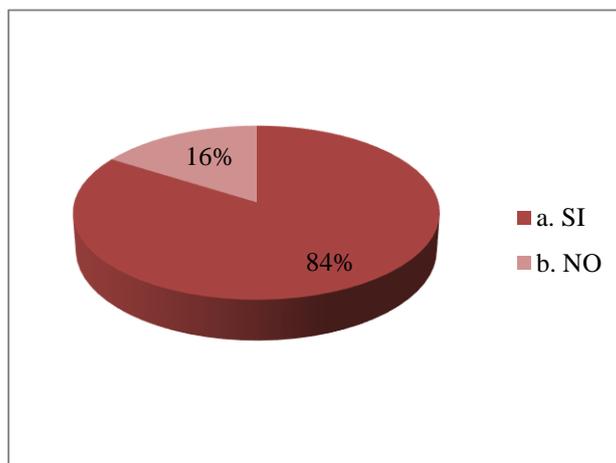
Aceptación del producto

Alternativa	No.	%
a. SI	323	84
b. NO	61	16
TOTAL	384	100

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 6

Aceptación del producto



Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Análisis:

En relación a la aceptación de la ropa elaborada en tela Indu el 84% dijeron que SI y la casi la cuarta parte de los encuestados dijeron que NO, estos últimos manifestaron que no usarían de forma personal pero si para sus familiares más cercanos.

3. ¿Asigne el aspecto más importante para adquirir las prendas elaboradas en tela Indu?

Cuadro N° 18

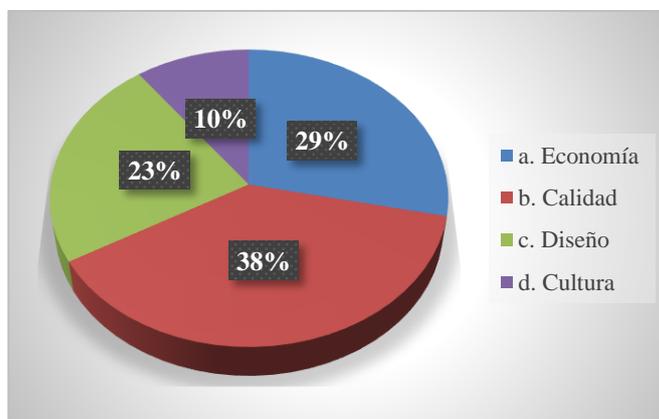
Factores decisivos en la compra

Alternativa	No.	%
a. Economía	109	29
b. Calidad	147	38
c. Diseño	89	23
d. Cultura	39	10
TOTAL	384	100

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 7

Factores decisivos en la compra



Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Análisis:

En relación a la compra en el 38% de los consumidores y posibles consumidores de la ropa elaborada en tela Indu prefieren la calidad, el 29% deciden por el precio, el 23% compran por el diseño y el 10% por la cultura ecuatoriana que poseen estas prendas.

4. ¿Qué tipo de prendas de vestir en tela Indu adquiere o adquiriría?

Cuadro N° 19

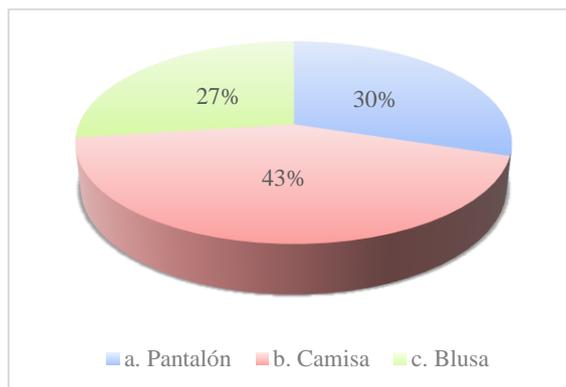
Preferencias de la prenda

Alternativa	No.	%
a. Pantalón	115	30
b. Camisa	165	43
c. Blusa	104	27
TOTAL	384	100

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 8

Preferencias de las prendas



Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Análisis:

En relación a la preferencia de la ropa en la primera opción el 43% prefieren camisas, el 27% prefieren blusas y el 30% prefieren pantalones para realizar las compras en tela Indu y en la segunda opción tiene más aceptación la camisa, en segunda el pantalón y en tercero la blusa.

5. ¿Cómo prefiere que sean las prendas elaboradas en tela Indu?

Cuadro N° 20

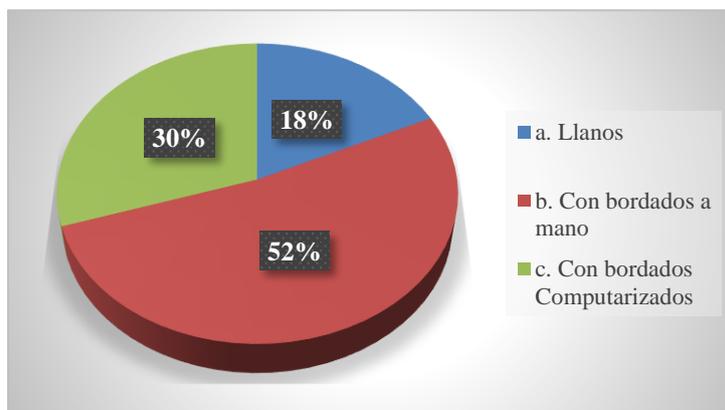
Gustos en el acabado

Alternativa	No.	%
a. Llanos	69	18
b. Con bordados computarizados	200	52
c. Con bordados a mano	115	30
TOTAL	384	100

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 9

Gustos en el acabado



Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas, en relación a los gustos en el acabado de la ropa tenemos: casi la mitad de la población encuestada prefieren prendas realizadas en la máquina bordadora, en segundo opción prefieren prendas con bordados realizados a mano y casi la cuarta parte prefieren prendas llanos sin ningún tipo de bordado.

6. ¿Qué dibujos preferiría que lleve las prendas elaboradas en tela Indu?

Cuadro N° 21

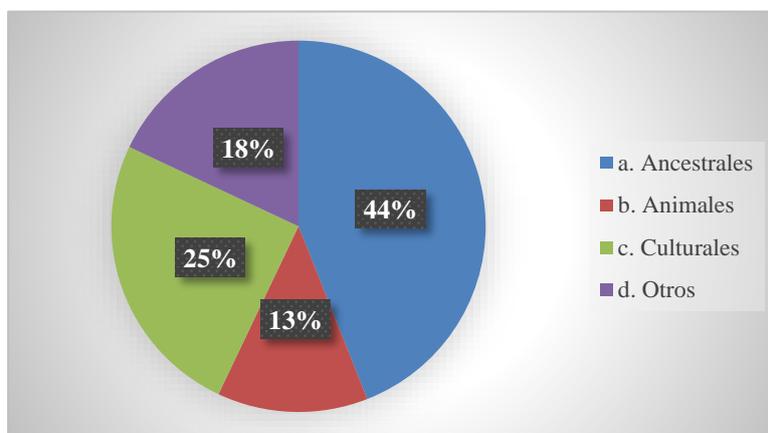
Gustos y preferencias en el acabado

Alternativa	No.	%
a. Ancestrales	169	44
b. Animales	50	13
c. Culturales	96	25
d. Otros	69	18
TOTAL	384	100

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 10

Gustos y preferencias en el acabado



Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Análisis:

En relación a la preferencia en los bordados el casi la mitad de los encuetados prefieren dibujos ancestrales, el 25% prefieren dibujos culturales, el 18% prefieren otros dibujos como marcas, símbolos y el 13% dibujos de animales.

7. ¿Cada qué tiempo compra ropa elaborada en tela Indu?

Cuadro N° 22

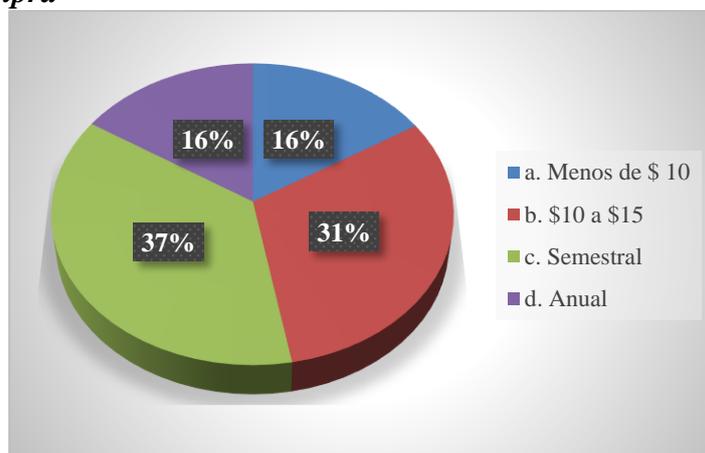
Frecuencia de compra

Alternativa	No.	%
a. Mensual	0	0
b. Trimestral	115	30
c. Semestral	192	50
d. Anual	77	20
TOTAL	384	100

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 11

Frecuencia de compra



Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Análisis:

De acuerdo a los resultados, en relación a la frecuencia de compra la mitad de los encuestados comprarían semestralmente este tipo de ropa, el 30% trimestral, el 20% anual y con 0% mensual ya que este tipo de prendas es más utilizado en épocas de verano, en vacaciones, en momentos especiales como en un evento.

8. ¿Cuál es el precio que normalmente usted ha pagado, por adquirir una prenda de vestir elaborada en tela Indu en las siguientes opciones?

Cuadro N° 23

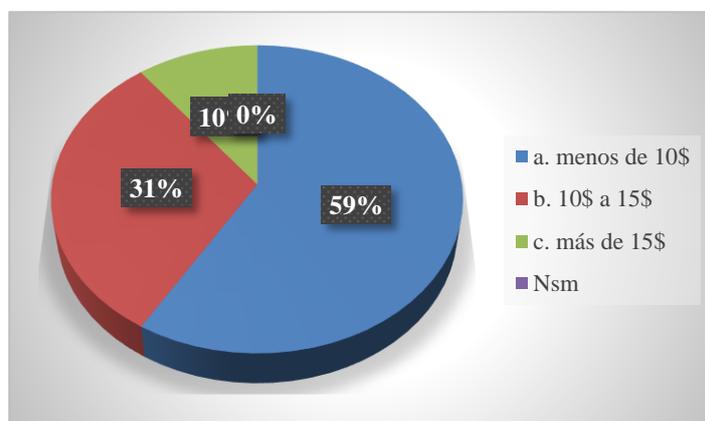
Precio de la camisa

Alternativa Camisa	No.	%
a. menos de 10\$	62	16%
b. 10\$ a 15\$	119	31%
c. más de 15\$	142	37%
Nsm	61	16%
TOTAL	384	100%

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 12

Precio de camisa



Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

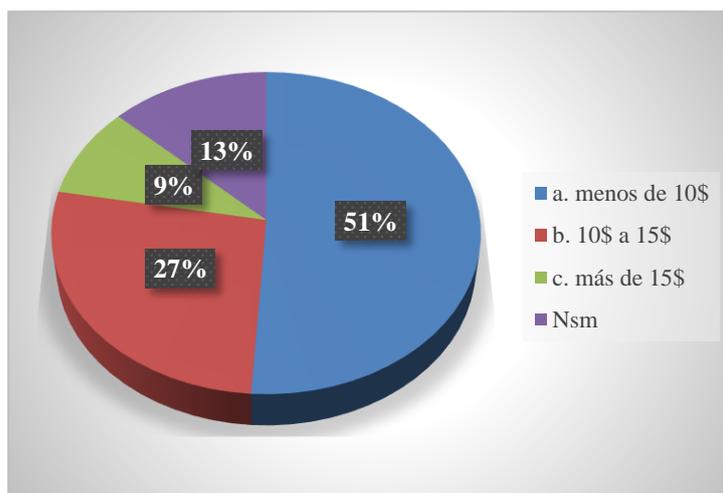
Análisis:

En relación al precio, por una camisa realizada en este tipo de tela están dispuestos a pagar, el 37% de los encuestados deciden por la opción “c”, el 31% deciden por la opción “b”, y el 16% deciden por la opción “a”.

Cuadro N° 24**Precio del pantalón**

Alternativa Pantalón	No.	%
a. menos de 10\$	196	51%
b. 10\$ a 15\$	103	27%
c. más de 15\$	35	9%
Nsm	50	13%
TOTAL	384	100%

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 13**Precio de pantalón**

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

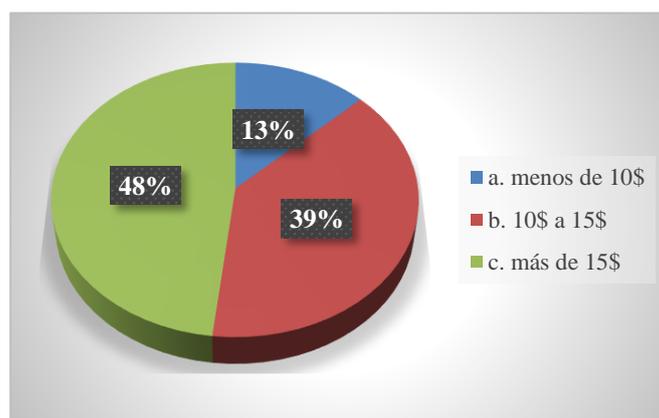
Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada tenemos en relación al precio, por un pantalón realizado en este tipo de tela están dispuestos a pagar, el 51% de los encuestados deciden por la opción “a”, el 27% deciden por la opción “b”, y el 9% deciden por la opción “c”.

Cuadro N° 25**Precio de la blusa**

Alternativa Blusa	No.	%
a. menos de 10\$	50	13%
b. 10\$ a 15\$	149	39%
c. más de 15\$	143	37%
Nsm	42	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Gráfico N° 14**Precio de la blusa**

Fuente: Consumidores Ropa Indu
Elaborada por: La Autora

Análisis:

De acuerdo a la encuesta realizada en relación al precio, por una blusa realizada en este tipo de tela están dispuestos a pagar, el 39% de los encuestados deciden por la opción “b”, el 37% deciden por la opción “c” y el 13% por la opción “a”.

3.10.3. Resultados de la observación directa

1. Observación al comercio cantonal en la industria textil, mercado 10 de agosto.

El mercado de la 10 de agosto desde inicios del cantón es un referente de oferta de la industria manufacturera textil del cuero en la ciudad por cuanto, una gran mayoría concentra sus productos en locales comerciales en este mercado.

Cuadro N° 26

Ficha de observación

Lugar que se visitó: Mercado calle 10 de agosto

Días de observación: junio 2014 20 -21- 22

Aspectos importantes que se observó:

Productos sustitutos

Competencia

Presencia del producto para comercializar

Concurrencia de clientes

Espacios mercados

Resultados:

*La visita del mercado 10 de agosto está relacionada con el movimiento turístico que genera lugares como la laguna de Cuicocha.

*En cuanto a comercialización existen redes que pueden aprovecharse, y la existencia de este tipo de prendas ubicadas por el parque San Francisco.

*La infraestructura y espacios para locales comerciales brindan la oportunidad de insertarse en el mercado con la presencia de un punto de venta de un nuevo producto innovador en la rama textil.

También se realizó la observación de los indicadores de la variable COMERCIALIZACIÓN que se enlista a continuación; información que se encuentra en los análisis de los resultados.

*No existe productores de este tipo de prendas elaboradas en tela Indu.

*La venta es directa y bajo pedido en ropa tela Indu.

*Las ventas se realizan de forma personalizada

Observador: Autora del proyecto.

3.11. Análisis de la oferta

La oferta de prendas de vestir en tela Indu (pantalones, blusas y camisas) en la ciudad de Cotacachi se comercializa en cuatro locales ubicados en esta ciudad, como muestra el siguiente cuadro:

Cuadro N° 27

Locales que comercializan prendas de vestir en tela Indu

Descripción
Artesanías Shiris
Artesanías Sammy
Artesanías Inty
Artesanías Durian

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: La Autora

3.11.1. Oferta actual (volumen que comercializa)

Para analizar la oferta actual del volumen de ventas de prendas de vestir en tela Indu (blusas, camisas y pantalones), se utilizó la información de las encuestas aplicadas a los propietarios de los locales que comercializan estas prendas de vestir en la ciudad de Cotacachi, de las preguntas No. 1 y 2 (cuestionario de encuesta) se puede determinar la cantidad de ventas de cada una de estas prendas anualmente, los resultados son los siguientes:

Cuadro N° 28**Oferta actual consolidada**

LOCALES	PRENDAS DE VESTIR EN TELA INDU			TOTAL AÑO
	CAMISAS	PANTALONES	BLUSAS	
Artesanías Shiris	520	436	496	1.452
Artesanías Sammy	810	721	485	2.016
Artesanías Inty	752	527	401	1.680
Artesanías Durian	500	416	512	1.428
TOTAL	2.582	2.100	1.894	6.576

Fuente: Investigación de Campo

Elaborada por: La Autora

3.11.2. Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se consideró la oferta actual del año 2014, y de acuerdo a la pregunta No. 3 de las encuestas aplicadas a los propietarios de los locales que comercializan estas prendas de vestir, se establece un crecimiento anual histórico del 4%, con esta tasa de crecimiento se procedió a proyectar la oferta futura, aplicando la siguiente fórmula:

$$Mn = Mo (1 + t)^n$$

Donde:

Mn= Oferta futura

Mo= Oferta actual (año 2014).

n= años proyectados.

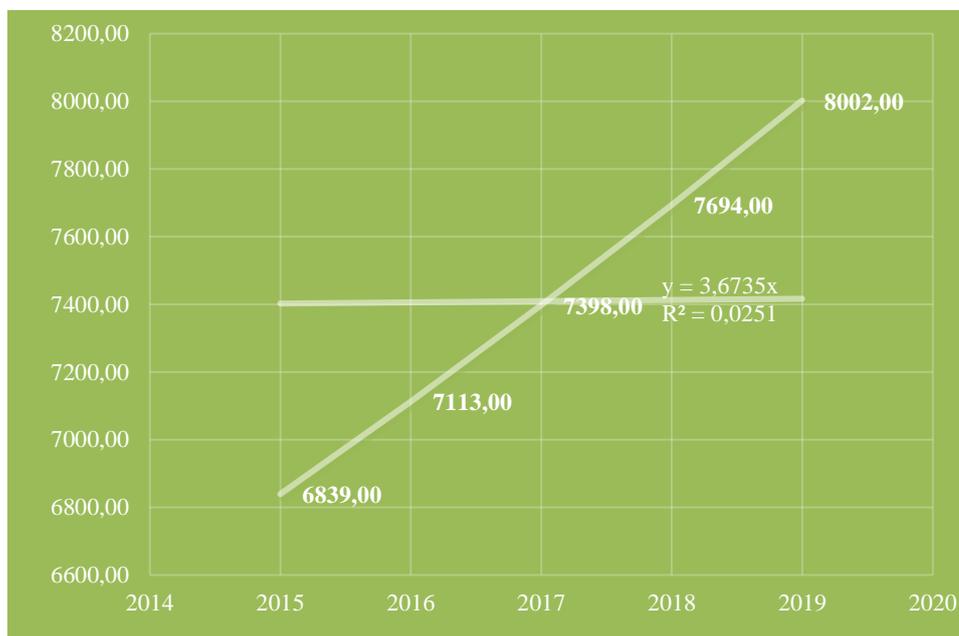
l= constante.

t= Tasa de crecimiento histórica (4%)

Cuadro N° 29**Proyección de la oferta**

Años	Proyección de la oferta en número de prendas de vestir en tela Indu $M_n = M_o(1+0.04)^n$
2015	6.839
2016	7.113
2017	7.398
2018	7.694
2019	8.002

Elaborado por: la autora

Gráfico N° 15**Proyección de la oferta**

Fuente: Observación personal. Referencia línea de tendencia, regresión lineal.

Elaborada por: La Autora

Con la tasa de crecimiento del 4% y considerando el volumen de ventas del año 2014, las tendencias de oferta comercialización que tienen los almacenes localizados en la ciudad de Cotacachi es como muestra el cuadro.

3.12. Análisis de la demanda

3.12.1 Naturaleza del cliente

Las características de los clientes de prendas de vestir en tela Indu son turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi, los mismos que tienen un nivel de preferencia por este tipo de vestimenta que generalmente no lo encuentran en centros comerciales convencionales de otras ciudades. Los criterios que tienen los clientes respecto al producto se obtuvo de la pregunta No.3 de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi, obteniéndose los siguientes resultados cualitativos y cuantitativos:

Economía

Consideran que la ropa en tela Indu tiene un precio accesible, generalmente es más bajo que los precios de prendas de vestir de otros materiales lo que le hace accesible a las personas de diferentes estratos sociales y económicos.

Calidad

Otro indicador de preferencia de los clientes es la calidad que tienen las prendas de vestir en tela Indu, especialmente en su diseño, bordado, confort y comodidad al utilizar este tipo de prenda de vestir.

Imagen

El acabado de las prendas proporciona una imagen elegante y según la combinación se puede lograr una amplia gama de modelos y bordados mismos que pueden usarse en cualquier ámbito casual, deportivo o formal.

Cultura

Una de las ventajas que tiene la ropa de tela Indu es que se adapta fácilmente a la tendencia de moda por lo que es muy fácil incorporar en ella detalles como tejidos o trazos en bordado que expresen la cultura y tradición propia de la tierra en la que se confecciona la misma.

Los resultados desde el punto de vista cuantitativo de estos indicadores es el siguiente:

Resultados cuantitativos de los criterios relevantes que tienen los clientes.

Cuadro N° 30

Factores decisivos en la compra

Alternativa	No.	%
a. Economía	109	29%
b. Calidad	147	38%
c. Diseño	89	23%
d. Cultura	39	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas nacionales y extranjeros
Elaborada por: La Autora

3.12.2. Demanda actual

La demanda actual de prendas de vestir de tela Indu se obtuvo de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi; de la pregunta No. 2 se establece que el 84% que representa 148.999 personas de esta población tienen preferencia o decisión de compra de este tipo de prendas de vestir.

Para determinar la cantidad de prendas de vestir de tela Indu o demanda actual se obtuvo a través de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi en la pregunta No. 6 en la que se establece la frecuencia de adquisición de prendas de vestir en tela Indu.

Cuadro N° 31

Demanda actual

Población	Frecuencia de compra	Porcentaje	Número de prendas que adquieren al año	Total prendas de vestir en tela Indu
148.999	Mensual	0		0.00
	Trimestral	30%	1	44.670
	Semestral	50%	1	74.500
	Anual	20%	1	29.829
Total				148.999

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: La Autora

3.12.3. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda de prendas de vestir en tela Indu se consideró la tasa de crecimiento promedio anual de turistas nacionales extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi, que según el Ministerio de Turismo Regional Norte de la ciudad de Ibarra es del 6.13% del periodo 2009 – 2014. Para su cálculo se utilizó la siguiente ecuación.

$$M_n = M_o (1 + t)^n$$

Donde:

M_n= Oferta futura

M_0 = Oferta actual (año 2014).

n = años proyectados.

l = constante.

t = Tasa de crecimiento histórica (6.13%)

Cuadro N° 32

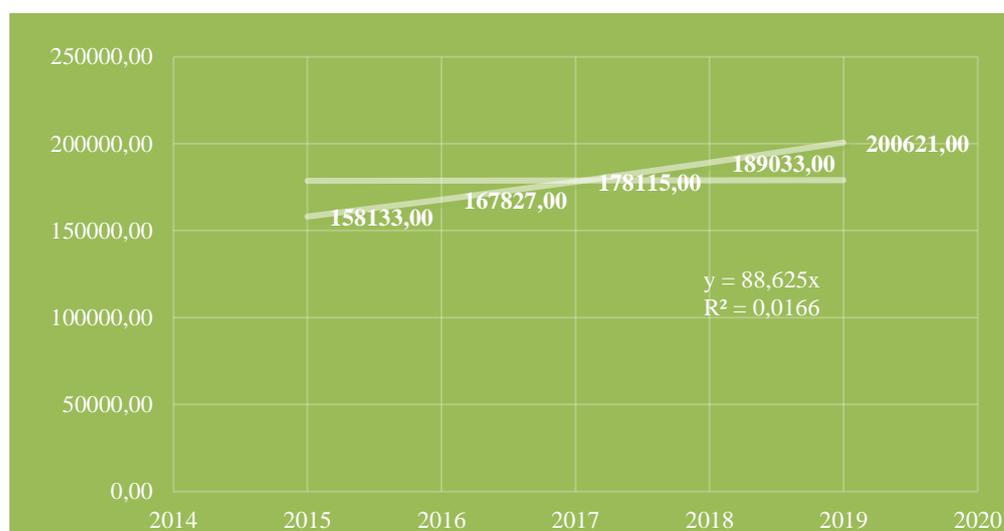
Proyección de la demanda

Años	Proyección de prendas de vestir en tela Indu $M_n =$ $M_0(1+0.0613)^n$
2015	158.133
2016	167.827
2017	178.115
2018	189.033
2019	200.621

Elaborado por: la autora

Gráfico N° 16

Proyección de la demanda



Fuente: Observación personal. Referencia línea de tendencia, regresión lineal.

Elaborada por: La Autora

De esta forma se establece que la demanda pronosticada, para el año 2015 sería de aproximadamente 158.133 prendas de vestir de tela Indu, considerando los factores de cálculo de la ecuación.

3.13. Balance oferta – demanda

Una vez que se analizó la oferta y demanda proyectada, se procedió a realizar el balance oferta – demanda que tiene la comercialización de prendas de vestir de tela Indu.

Cuadro N° 33

Balance oferta – demanda

Año	Oferta (No. de prendas de vestir en tela Indu)	Demanda (No. de prendas de vestir en tela Indu)	Demanda Insatisfecha en No. de prendas de vestir en tela Indu
2015	6.839	158.133	151.294
2016	7.113	167.827	160.714
2017	7.398	178.115	170.717
2018	7.694	189.033	181.339
2019	8.002	200.621	192.619

Fuente: Proyección Oferta – Demanda 2015-2019.

Elaborado por: la autora

Del balance oferta – demanda se establece que existe una demanda insatisfecha de 151.294 prendas de vestir de tela Indu para el año 2015; que son los potenciales clientes del proyecto.

3.14. Participación del proyecto

Con los valores de la demanda insatisfecha, como indicador referencial se procedió a determinar la participación que podría tener el proyecto en este mercado meta o mercado potencial se consideró un porcentaje de participación para el primer año del 11.75%, para el

segundo el 11.06%, el tercer año el 10.41%, el cuarto año el 9.8% y el quinto año del 9.23%, teniendo una tasa de porcentaje de participación promedio del 10.45%.

Cuadro N° 34

Participación del proyecto.

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO	NUMERO DE UNIDADES DE CAPACIDAD OPERATIVA
2015	151.294	11.75%	17.780
2016	160.714	11.06%	17.780
2017	170.717	10.41%	17.780
2018	181.339	9.8%	17.780
2019	192.619	9.23%	17.780

Elaborada por: La Autora

3.15. Precio

3.15.1. Proyecciones de precio

Para proyectar los precios de la camisa, pantalón y blusa de tela Indu se consideró la tasa de inflación del año 2014 que es del 3.67% (Banco Central del Ecuador diciembre 2014)

Cuadro N° 35

Proyección de precios

PRODUCTOS	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
Camisa	15,00	15.55	16.12	16.71	17.33
Pantalón	8,00	8.29	8.60	8.91	9.24
Blusa	13,00	13.48	13.97	14.48	15.02

Elaborada por: La Autora

3.16. Mercado meta

El mercado meta de la microempresa de producción y comercialización de prendas de vestir en tela Indu son los turistas nacionales y extranjeros que ingresan a la ciudad de Cotacachi; que según el Ministerio de Turismo Regional Norte de Ibarra, corresponden a 177.380 turistas en el año 2014.

3.17. Estructura y segmentación de mercado

3.17.1. Segmentación del mercado

1. Segmentación geográfica

De acuerdo a la información obtenida del Ministerio de Turismo Regional Norte se determina que los turistas extranjeros que ingresan al cantón Cotacachi son el 22% y el 78% corresponden a turistas nacionales.

Gráfico N° 17

Tipo de turistas



Fuente: Ministerio de Turismo. Año 2014

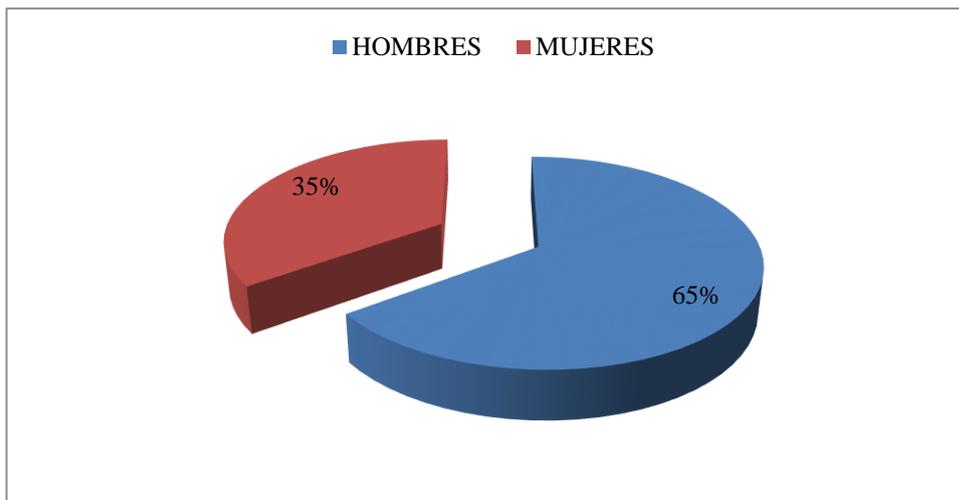
Elaborado por: la autora

2. Segmentación según el género

La segmentación según el género de los turistas extranjeros y nacionales que visitan el cantón Cotacachi corresponde a 65% género masculino y el 35% género femenino.

Gráfico N° 18

Género



Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte Ibarra

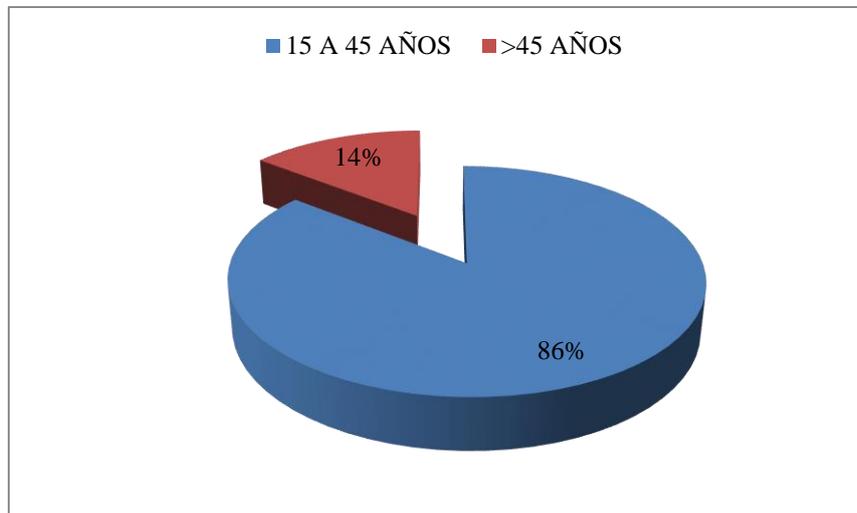
Elaborado por: La autora

3. Segmentación según la edad

La segmentación según la edad del mercado establece los rangos de edad de 15 a 45 años como primer grupo con un porcentaje del 85,64% y de más de 45 años el 14,36% del mercado meta del proyecto. Desde este punto de vista el mercado más optimista es de edades de 15 a 45 años.

Gráfico N° 19

Segmentación según edades



Fuente: Ministerio de Turismo Regional Norte Ibarra. Año 2014

Elaborado por: La autora

3.18. Análisis de comercialización y distribución del producto

Dentro de las estrategias de comercialización que la pequeña empresa podría adoptar mencionamos las siguientes.

3.18.1. Estrategias de producto.

- La pequeña empresa producirá prendas elaboradas en tela Indu como son camisas, blusas y pantalones de excelente calidad, de diseños, colores y bordados diversificados para los clientes.
- La producción de ropa en tela Indu serán confeccionadas en diferentes tallas como “S”, “M”, “L”, “XL”.
- Para la producción se utilizara tela “INDU”, 100% algodón, una materia prima apreciada dentro del área textil.

3.18.2. Estrategias de precio

- Ofrecer a los consumidores precios competitivos con referencia a otros productos de similar características
- Revisar frecuentemente los precios, para ajustarse a los cambios del mercado.
- Ofrecer a los consumidores el mismo precio del producto sin importar el lugar de entrega del producto.

3.18.3. Estrategias de promoción

- Realizar publicidad mediante hojas volantes, una cuña comercial, anuncio en la prensa, correo electrónico, de esta forma comunicando a los posibles clientes, los atributos del producto y servicios adicionales de estos.
- Poner en mostradores la variedad del producto, sugiriendo al consumidor que puede palpar y evaluar sin compromiso, de tal forma que juzgue por sí mismo la calidad demostrada.
- Estrategia de descuentos para distribuidores y aliados estratégicos.

3.18.4. Estrategia de plaza

- La comercialización del producto se la realizará en la ciudad de Cotacachi a consumidores finales como a intermediarios en un punto de distribución.
- Las prendas elaboradas en tela Indu se exhibirán en el local que se ubicara en la ciudad de Cotacachi ubicado en la calle 10 de Agosto.

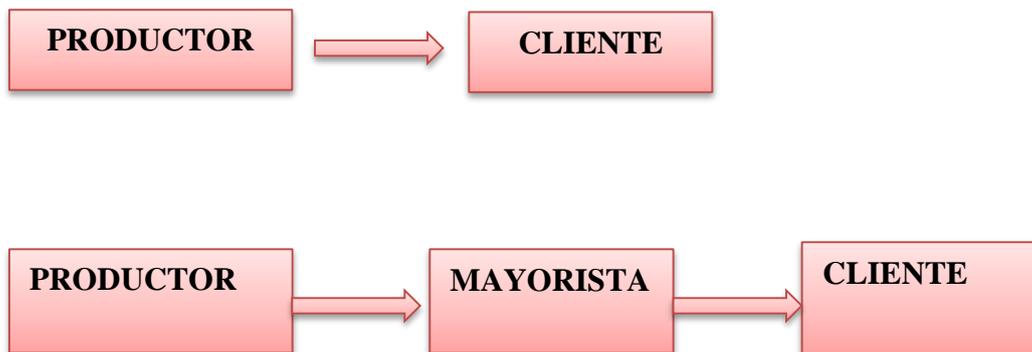
3.18.5. Estrategia de distribución

Plaza de pequeños comerciantes de artesanías y artículos varios del parque san francisco de Cotacachi.

Local comercial especializado en prendas de vestir de tela Indu ubicado en la calle 10 de agosto.

Gráfico N° 20

Estrategia de distribución



3.18.6. Estrategias de publicidad

- Se realizará catálogos en donde los clientes puedan apreciar la gama de colores, diseños y bordados que ofrecen la pequeña empresa.
- Se creará una página web que permitirá al cliente acceder con mayor facilidad, y conocer los productos que ofrecerá la pequeña empresa.
- Para dar a conocer los productos terminados se realizará cuñas radiales en los medios de mayor sintonía.

3.18.7. Logotipo

Ilustración N° 13

Logotipo



El logotipo es la parte fundamental de una empresa como también de un producto, se considera que es un valor agregado de un producto.

3.18.8. Slogan

Ilustración N° 14

Slogan



EL Slogan “EL NUESTRO ES MEJOR”, se escogió porque el productos que la pequeña empresa brindará, llevará bordados a mano o computarizados, con dibujos ancestrales, donde resalte la riqueza cultural, artística que tiene el cantón Cotacachi.

3.18.9. Etiqueta

Ilustración N° 15

Etiqueta



Una etiqueta es un producto es un complemento importante, ya que nos ayuda identificarse de la proveniencia de la prenda.

3.18.10. Funda

Ilustración N° 16

Funda



La funda es con logotipo y slogan demuestra el prestigio que tiene la empresa, y se puede considerar que también realiza una pequeña publicidad.

3.19. Conclusiones del estudio de mercado

3.19.1. El producto

La ropa de tela Indu, a pesar de que sea un producto muy conocido no existe producción del mismo en la ciudad de Cotacachi, pero si comercializan en una cantidad mínima. Este producto se adaptará a diferentes tendencias y modas en el medio, por lo que se puede ajustar a las exigencias del mercado, promocionándose en modelos para el ámbito casual, deportivo formal, tiene una aceptación de **43%** en camisas, **30%** Pantalones y un **27%** en blusas. Adicionalmente por su contextura es cómoda lo que hace que sea cotizado por los clientes.

3.19.2. La demanda

Este tipo de bienes para su comercialización en la ciudad de Cotacachi se ha identificado un mercado potencial de **84%**, mismo que no ha sido atendido por cuanto los productos que existen en el medio son de otro tipo de materiales, adicionalmente se puede evidenciar un crecimiento de turistas en un **6.13%**, por cuanto el cantón es uno de los más visitados por el turismo nacional y extranjero, visitantes que según encuestas han manifestado su preferencia y gusto por este tipo de prendas de vestir.

3.19.3. La oferta

La oferta de prendas de vestir en tela Indu está representada por 4 locales comerciales que actualmente comercializan este tipo de productos en la ciudad de Cotacachi. El volumen de oferta para el año 2014 es de **6.576** prendas de vestir en tela Indu, la tasa de crecimiento promedio de la oferta es del **4%**.

3.19.4. El precio

Los clientes manifiestan que el precio que se maneja es accesible por lo que dan constancia de los precios a los que se comercializa este tipo de bienes como es un precio promedio de \$ **12**, que será proyectada de acuerdo a la tasa de inflación que es de **3.7%**, en relación a otros productos con presencia en el mercado son altamente económicos.

3.19.5. Según el estudio de mercado

En la ciudad de Cotacachi se tiene una alta probabilidad de éxito con un **84%** de aceptación, para la inserción de nuevos productos, al mercado de la Industria de la confección de ropa, uno de los factores que más beneficia al mercado es que es una ciudad turística a la que llegan clientes nacionales y extranjeros, adicionalmente el mercado de confecciones de

ropa tiene un tipo muy específico de clientes que son personas con decisión y capacidad de compra, como son los turistas.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. Localización del proyecto

La localización del proyecto se efectuó en base al análisis de la macro y micro localización.

4.1.1. Macro localización del proyecto

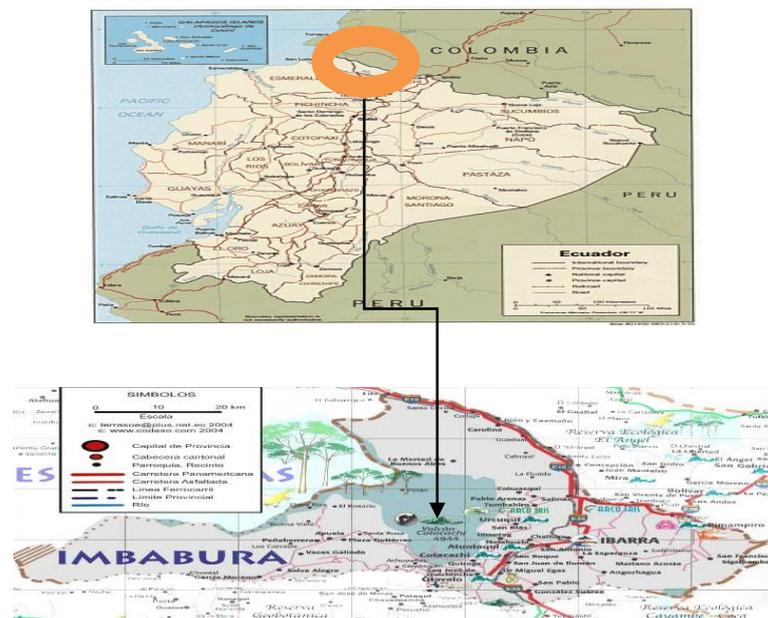
El proyecto a ejecutarse tiene la siguiente macro localización

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Cantón: Cotacachi

Ilustración N° 17
Ecuador



Fuente: Map data © 2014 google.

Elaborada por: La Autora

El proyecto estará ubicado en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura.

La provincia de Imbabura conocida también como la provincia de los lagos, limita al Norte, con las provincias de Carchi y Esmeraldas, al Sur, con Pichincha, al Este con Sucumbíos y al Oeste con la provincia de Esmeraldas. Su capital es Ibarra, fundada el 28 de septiembre de 1606. Tiene una superficie de 4.986 Km², con 398244 habitantes según último censo de población y vivienda 2010.

Esta provincia posee una diversidad climática que van desde el meso térmico húmedo y semi húmedo, pasando por el meso térmico seco, hasta el páramo. La temperatura promedio oscila entre los 8°C y 28°C. Características por las cuales nuestra unidad productora estará ubicada en esta provincia.

1. Factores de localización del proyecto

Fuente de materia prima e insumos

La adquisición de materia prima está disponible en la ciudad vecina Otavalo, el lugar de la planta de producción tiene vías de acceso, mismas que son carreteras de primer orden, por lo que se facilita el ingreso de la materia prima e insumos, como son las telas, hilos, botones, etiquetas, elásticos, cordones entre otros.

Infraestructura y servicio

La ubicación de la planta para su funcionamiento cuenta con acceso a los servicios básicos, además cuenta con amplio espacio físico y no está junto a ningún grupo residencial o similares, que puedan ser afectados por el ruido producido, se cuenta vías por las que se puede salir rápidamente en caso de necesitar movilizarse.

Mano de obra

La mano de obra requerida al ser un producto que no necesita mayor especialización, se puede utilizar personal con educación básica, mismos que son beneficiados creando su experiencia laboral y capacitación, para poner en práctica en la nueva unidad productiva. La nueva unidad productiva cuenta con la existencia de personas que ya han trabajado en la industria de la confección de ropa, por lo que pueden ser empleadas para beneficio de la nueva pequeña empresa.

Ilustración N° 18

Imbabura



Fuente: Map data © 2014 google.
Elaborada por: La Autora

2. Lugares para la macro localización del proyecto

Para la macro localización de la pequeña empresa se consideró dos lugares: el centro de la ciudad Cotacachi casco urbano y áreas fuera de los límites del casco urbano.

Cuadro N° 36

Lugares para la macro localización

LUGARES	SECTOR
A	Cotacachi Casco Urbano
B	Cotacachi Sector Rural

Elaborada por: La Autora.

3. Niveles de evaluación (escala 1 – 5)

Cuadro N° 37

Niveles de evaluación en escala

Calificación	Niveles	Porcentaje de Valoración
5	Optimo	100%
4	Muy Bueno	80%
3	Bueno	60%
2	Regular	40%
1	Malo	20%

Elaborada por: La Autora

Cuadro N° 38

Matriz factor ponderado

FACTOR	PONDERACIÓN %	LUGARES	
		A URBANO	B RURAL
FACTORES GEOGRÁFICOS	40%		
Vías de acceso	10%	3%	7%
Disponibilidad de Espacio físico	30%	10%	20%
TOTAL		13%	27%
FACTORES COMERCIALES	30%		
Usos y Costumbres	10%	5%	5%
Flujo de personas	10%	3%	7%
Distribución	10%	5%	5%
TOTAL		13%	17%
FACTORES LEGALES	20%		
Ley de Protección ambiental	5%	1%	4%
Ordenanzas Municipales	5%	2%	3%
Permisos Sanitarios	10%	3%	7%
TOTAL		6%	14%
FACTORES AMBIENTALES	10%		
Manejo de desechos	4%	1%	3%
Contaminación auditiva	6%	2%	4%
TOTAL		3%	7%
	100%	35%	65%
	EVALUACIÓN	1,75	3,25

Elaborada por: La Autora

Luego de la ponderación de los factores antes citados, se determinó que la pequeña empresa de producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu debe realizarse en el sector rural de la ciudad de Cotacachi provincia de Imbabura, por otra parte un indicador tan importante como es el mercado indica que debe ubicarse en el caso urbano de la ciudad por lo que se considera la creación de un centro de distribución en la misma.

4.1.2. Micro localización del proyecto

El micro localización se refiere a las condiciones específicas o particulares que permite fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto.

En el cantón Cotacachi se identificaron 2 comunidades del sector rural para realizar el micro localización del proyecto.

Cuadro N° 39

Micro localización

LUGARES	SECTOR
A	Comunidad Morocho
B	Comunidad de San Antonio de Punge

Elaborada por: La Autora

1. Niveles de evaluación (escala 1 – 5)

Cuadro N° 40

Niveles de evaluación en escala

Calificación	Niveles	Porcentaje de valoración %
5	Optimo	100%
4	Muy Bueno	80%
3	Bueno	60%
2	Regular	40%
1	Malo	20%

Elaborada por: La Autora

Cuadro N° 41

Matriz factor ponderado

FACTOR	PONDERACIÓN %	LUGARES	
		A	B
FACTORES GEOGRÁFICOS	35%		
Vías de acceso	19%	7%	12%
Disponibilidad de Espacio físico	15%	7%	9%
TOTAL		14%	21%
FACTORES ESTRATÉGICOS	35%		
Ubicación comercial	5%	1%	4%
Facilidad de transporte	15%	5%	10%
Acceso a materia prima	15%	5%	10%
TOTAL		11%	24%
FACTORES COLATERALES	10%		
Impuestos	6%	2%	4%
Restricciones físicas legales	4%	1%	3%
TOTAL		3%	7%
MANO DE OBRA	20%	7%	13%
TOTAL PONDERADO		35%	65%
		1,75	3,25

Fuente: Investigación de Campo

Elaborada por: La Autora

El proyecto estará ubicado en la el cantón Santa Ana de Cotacachi, comunidad de San Antonio de Punge.

EL cantón Cotacachi está ubicado en el suroccidente de la provincia de Imbabura y al norte de la ciudad de Quito, Su clima es templado seco, su temperatura media es de aproximadamente 14° y 19° C, temperatura promedio 14°, 18° y 19° C. Altitud: 2,418 metros. Área (km²): 1,809. Población: Hombres: 20,090. Mujeres: 19,946 Total: 40.036.

Los puntos extremos del cantón en coordenadas UTM (WGS84, zona 17s) son:

Al norte: 786448,37 E - 10064790,94 N

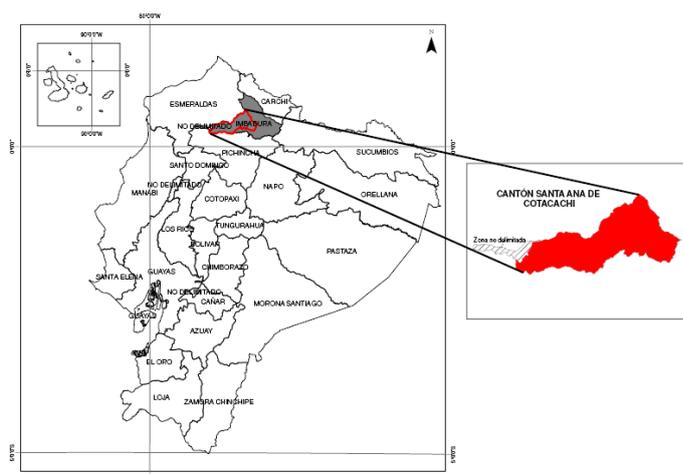
Al sur: 762919,62 E – 10022866,20 N

Al este: 809866,09 E – 10040802,89 N

Al oeste: 720681,73 – 10030094,77 N

Ilustración N° 19

Microlocalización



Fuente: Map data © 2014 google.

Elaborada por: La Autora

2. Límites políticos-administrativos

Al norte: cantón Urcuquí.

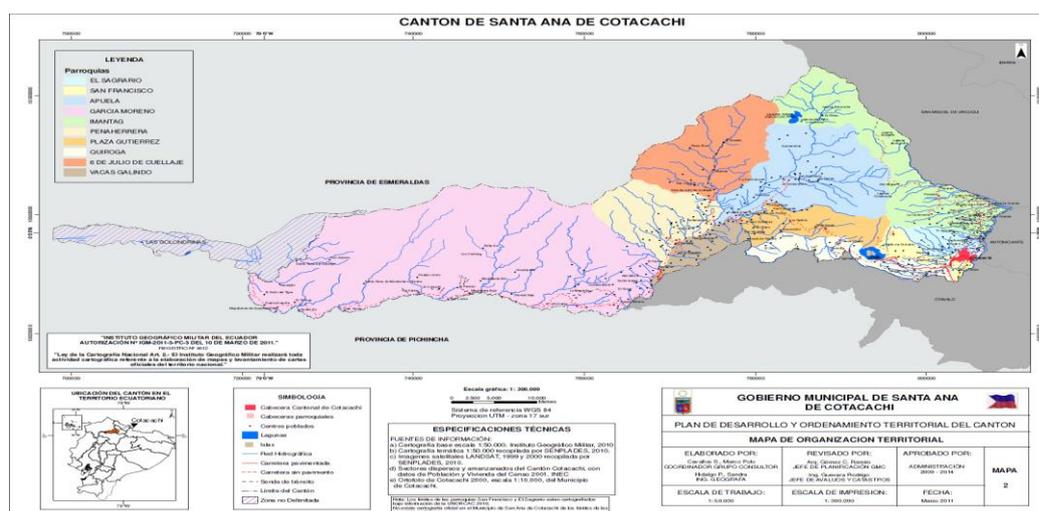
Al sur: cantón Otavalo y provincia de Pichincha.

Al este: cantones: Urcuquí y Antonio Ante.

Al oeste: zona no delimitada Las Golondrinas y provincia de Esmeraldas.

Ilustración N° 20

Límites políticos-administrativos



Fuente: Map data © 2014 google.

Elaborada por: La Autora

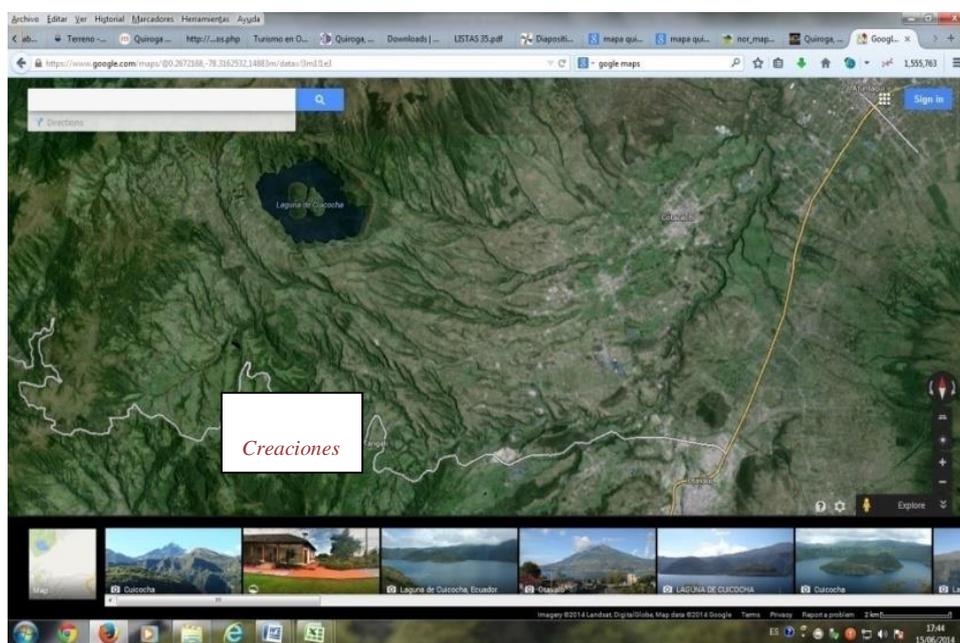
La comunidad de San Antonio del Punge se localiza en la provincia de Imbabura, en el Cantón Cotacachi, Parroquia Quiroga, a una distancia de 10 minutos de la ciudad de Cotacachi con 2650 S.N.M. con una temperatura que oscila entre los 13 y 16 grados centígrados, está conectado con una vial hasta la Parroquia de Quiroga y desde ahí empedrado. La comunidad tiene 200 familias, de los cuales el 95% son indígenas y el 5% son mestizos, los valores ancestrales en los que se basa la vida comunitaria y cultura indígena son la participación, la reciprocidad, y la solidaridad.

3. Mapa de ubicación de la planta

El acceso a la planta de producción de la pequeña empresa es fácil y rápido, la carretera es adoquinada hasta los límites urbanos el resto es empedrado totalmente como se manifiesta en el siguiente croquis.

Ilustración N° 21

Ubicación de la planta



Fuente: Google Map. Año 2014
Elaborado por: La Autora

4.2. Diseño de instalaciones

El proyecto tiene una cobertura cantonal, en donde se establece la participación de todos y cada uno de las personas que participaran en la pequeña empresa los cuales dispondrá de un lugar para la fabricación y comercialización del producto.

Sobre el terreno destinado se construirá las instalaciones permanentes, estas deberán estar acondicionadas para cumplir con las reglamentaciones correspondientes. Las condiciones

sanitarias generales que se deben considerar en la elaboración y ambiente laboral deberán cumplir de acuerdo a la ley.

Entre otras características, el sitio de procesamiento contará con paredes interiores enlucidas de color claro, pisos corrugado nivelado a 0°.

Se establece la infraestructura para la planta procesadora seis áreas de construcción según el siguiente detalle.

4.2.1. Distribución física de la planta

Cuadro N° 42

Distribución de la planta

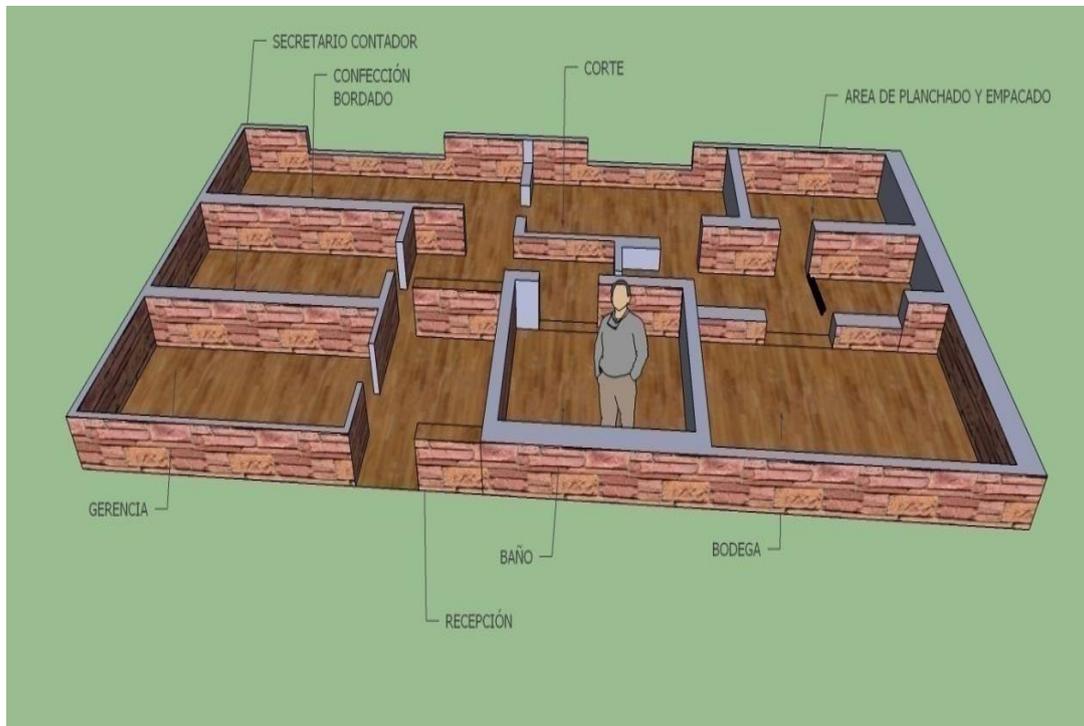
Áreas o ambientes físicos	M2
1. Producción	63.50
1.1 Diseño	11.56
1.2 Corte	10.90
1.3 Confección y bordado	18
1.4 Acabados y empaque	8.00
1.5 Bodega	15.04
2. Administración	20.50
2.1 Gerencia	10.00
2.2 Contabilidad	5.00
2.3 Secretaria	5.50
3. Ventas	12.00
3.1 Ventas	12.00
4. Accesos y batería sanitaria	8.50
total	104.50

Elaborado por: Diseñador de interiores. Ing. Santiago Guandinango
Año: 2014

1. Gráfico distribución de la planta

Ilustración N° 22

Distribución de la planta

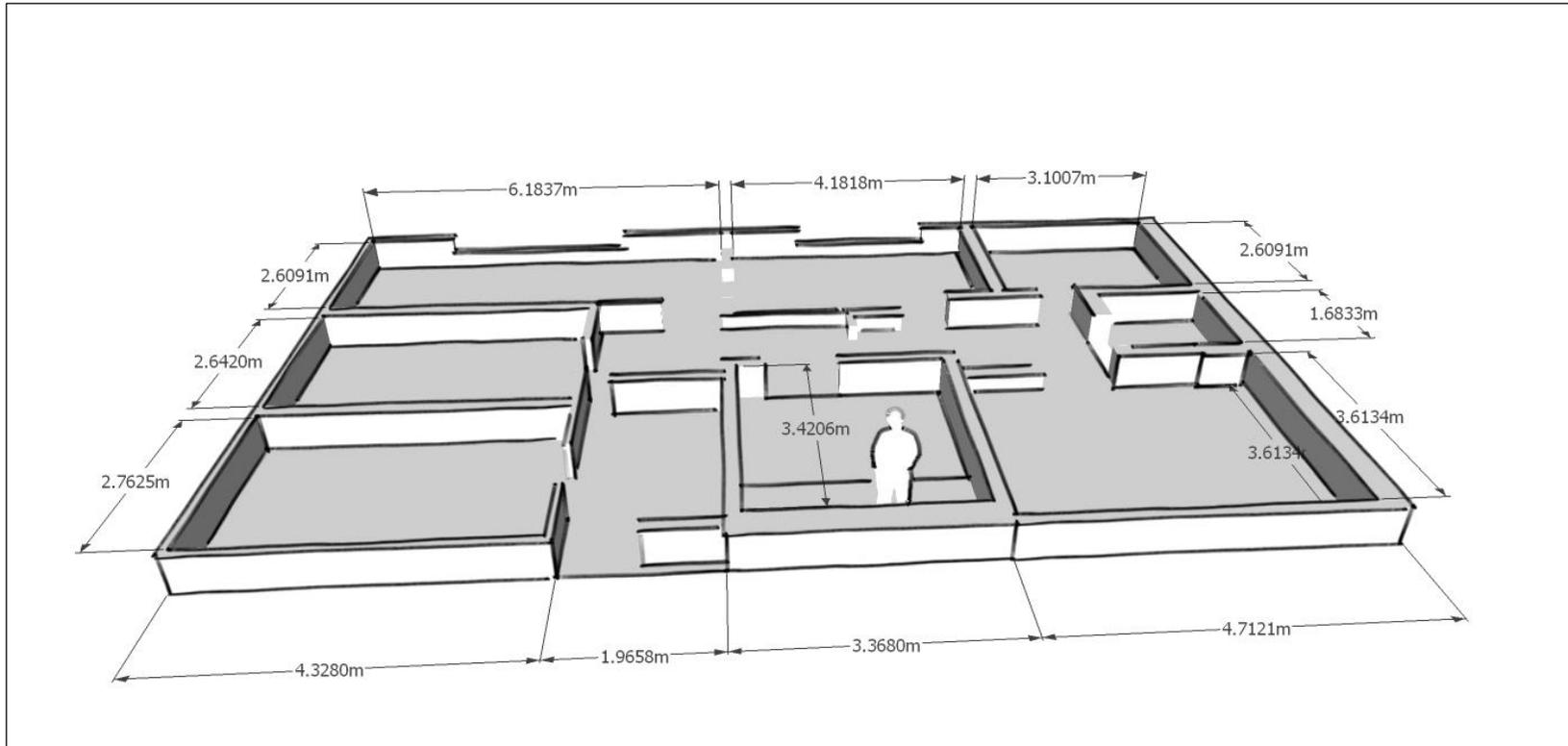


Elaborado por: Diseñador de interiores. Ing. Santiago Guandinango
Año: 2014

El local que está destinado para el funcionamiento de la planta procesadora dispone de los servicios básicos como es la energía eléctrica y agua.

2. Distribución de la planta

La planta está distribuida de acuerdo a la necesidad de la pequeña empresa COTATEX, con los metros cuadrados respectivo.

Ilustración N° 23**Plano distribución de la planta**

Elaborado por: Diseñador de interiores. Ing. Santiago Guandinango
Año: 2014

4.3. Tamaño de proyecto

Hablar del tamaño del proyecto es definir la capacidad a instalarse o de diseño y la capacidad operativa que tendrá la empresa en la etapa de operación. Por lo expuesto y luego de haber realizado el análisis del mercado, de financiamiento, de tecnología, entre otros, a continuación se determina la capacidad instalada y operativa del proyecto.

4.3.1. Capacidad instalada

La capacidad instalada de la planta de producción es de 100 unidades diarias en prendas de vestir con un total de 25.400 unidades anuales en jornadas normales de 8 horas diaria operando al 100%, La máquina tiene una capacidad de 1 obrero. En un inicio la planta de producción operará al 35% de la capacidad Normal, esta producción estará cubierta por 5 personas. Para determinar la capacidad instalada se ha tomado en cuenta los siguientes parámetros.

Cuadro N° 43

Tamaño del proyecto

Descripción	Cantidad
La capacidad de la maquina es de obreros	1
Ventas proyectadas orden de producción anual	17780
Días calendario laborables anual	254
Capacidad de producción obrero prendas de vestir	20
Capacidad de producción al 100%	25400
Operación de la plata procesadora	70%

Fuente: Experto en la Confección de Ropa en tela Indu.

Año 2014

Elaborado por: La Autora

Capacidad de producción al 100% = 20 prendas * 5 trabajadores * 254 días laborables.

Capacidad de producción al 100% = 25400.

COTATEX inicia su actividad en los primeros años con un porcentaje de 70% que equivale a 17780 unidades.

1. Capacidad de la planta a utilizarse

En un inicio, la planta procesadora trabajará al 70% de la capacidad instalada, cubriendo una demanda insatisfecha de 11.75% en jornadas de 8 horas diarias, los cinco días laborables a la semana durante todo el año, procesando 17780 prendas de vestir al año. Dentro de los parámetros que pueden determinar el nivel de producción de la planta está el nivel de ventas y rotación del inventario, y el número de personas que pueden operar en una máquina.

4.4. Ingeniería del proyecto

4.4.1. Productos

La pequeña empresa tiene como objetivo la producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu.

4.4.2. Procesos de fabricación

La pequeña empresa CREACIONES “COTATEX” para satisfacer los requerimientos de sus clientes, presenta a continuación un detalle de los procesos que se realizarán para obtener un producto de calidad:

1. Adquisición de la materia prima

La materia prima: la tela, (material directo) se hará pedidos a la empresa INDUTEXMA o la empresa Textiles Ecuador y para la confección o el acabado de la prenda como son hilos, etiquetas, cordones, botones, terminales se hará el pedido a “Importadora de cierres Lema” los

cuales se dedican a distribuir este tipo de material e insumos. Si es el material que la pequeña empresa hizo el pedido se procede a hacer la recepción caso contrario se lo regresara.

2. Selección de la materia prima

Cuando la materia prima se encuentre en el lugar de transformación, se procederá a seleccionar el color de la tela que se va cortar, los insumos que se va utilizar como son: cordones, botones, hilos, terminales dependiendo que prenda se va a proceder a producir.

3. Corte de la tela Indu

La tela se desenrollara y se procederá a tender sobre la mesa formando una cama, después se seleccionara los moldes o patrones de acuerdo al diseño y prenda que se va elaborar enseguida trazaremos en la tela con la tiza sastre y por ultimo pasaremos con la cortadora sobre las líneas trazadas.

4. Confección

Para la confección de la prenda se procede a seleccionar las piezas cortadas dependiendo de la prenda que se está procediendo, enseguida preparar el delantero y parte posterior de la prenda mediante puntada recta en la maquina recta enseguida se procederá a pasar en la maquina overlock y por ultimo levantar el dobladillo con la puntada recta.

5. Bordado

Se colocara la prenda en un tambor luego este se debe ubicar en la maquina bordadora, se seleccionara el diseño y la figura que se va ubicar en la prenda r y se procederá a bordar.

6. Acabado

En esta sección se debe limpiar con una tijera todos los hilachos existentes en la prenda especialmente en la parte del bordado y los filos, para luego verificar si existe algún tipo de error en la prenda y esta existe se enviaran al área de confección para verificar, también se colocara los respectivos botones y terminales.

7. Planchado / Empaque

En esta sección se procederá a planchar las prendas, para luego empacar de acuerdo al color, al modelo, y al tipo de la prenda, igualmente si existiera pedidos procederías de la misma manera, después almacenar para su posterior venta.

8. Almacenamiento / Bodega

En este lugar se debe almacenar de acuerdo al modelo, talla y colores, se le puede apilar en cantidades grandes, ya que este producto aunque se caiga no le causa ningún tipo de daño.

9. Comercialización

La comercialización de las prendas elaboradas en tela Indu se lo hará mediante la entrega a los distribuidores como son los (viajadores al exterior), y a los consumidores finales, a través de la comercialización en un local comercial ubicado en el centro de la ciudad.

Cuadro N° 44**Material es ropa tela Indu**

MATERIALES
Tela INDU
Cierre
Cordón
Botones
Elástico
Hilo para Bordar
Etiqueta
Hilos para coser
Terminales

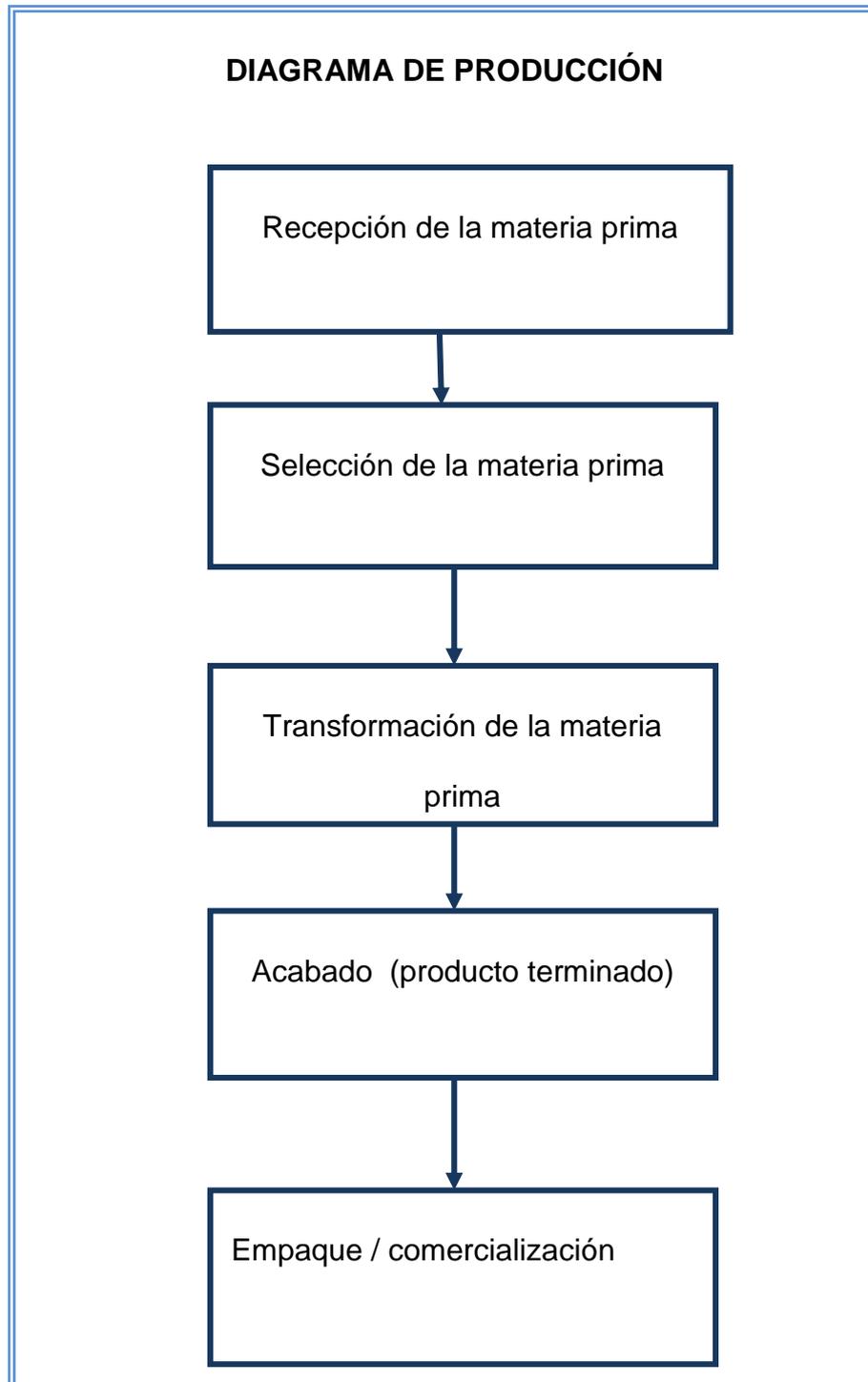
Fuente: Experto en la Confección de Ropa en tela Indu. Año 2014
Elaborada por: La Autora

4.5. Diagrama de bloque

El diagrama de bloques es un instrumento por medio del cual, se da a conocer en forma general los pasos que se realizan para la producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu, desde la adquisición de materia prima hasta la distribución final. El diagrama de bloque tiene las siguientes etapas básicas.

Cuadro N° 45

Diagrama de proceso



Fuente: Experto en la Confección de Ropa en tela Indu. Año 2014
Elaborado por: La Autora.

4.6. Flujo grama de procesos de producción

En el flujo grama de producción se detallará todos los pasos que se seguirán en cada proceso mencionado anteriormente con la finalidad de determinar las distintas actividades a realizarse.

La simbología que se utilizará para representar las operaciones efectuadas en cada actividad es la siguiente:

Cuadro N° 46

Flujo-grama de proceso

SÍMBOLO	SIGNIFICADO	SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Etapa del proceso (actividad a desarrollo)		Entrada procedente de otro proceso
	Operación combinada		Demora
	Transporte		Almacenamiento

Fuente: Investigación de Campo
Elaborada por: La Autora

4.6.1. Diagrama analítico de producción por unidades

Cuadro N° 47

Cuadro analítico 350 prendas

Detalles del método	Actividad	Tiempo	Observaciones
Diseño de la Prenda		10%	De acuerdo al estilo del producto que se desea obtener.
Selección de la materia prima		2%	De acuerdo al modelo y Diseño
Desenrollar y tender en la mesa formando cama		10%	tender de acuerdo al tipo de la prenda
Trazar con los moldes		1%	Esto se realiza en la tela tendida
Cortar la tela		4%	esto se realiza con la cortadora
Confección -Preparar Partes de la prenda		30%	Pasar en la maquina recta
Confección - Formar la prenda		20%	Unir en maquina Overlock
Bordado		3%	En la maquina bordadora
Acabado de la Prenda		10%	Cortar hilachos y revisar
Planchado – Empaque		6%	Planchar y enfundar de acuerdo a la talla
Llevar a bodega y almacenar		4%	Por colores, tallas, y diseños
TOTAL DE TIEMPO		SEMANA 5 DIAS LABORABLES	

Fuente: Investigación de Campo

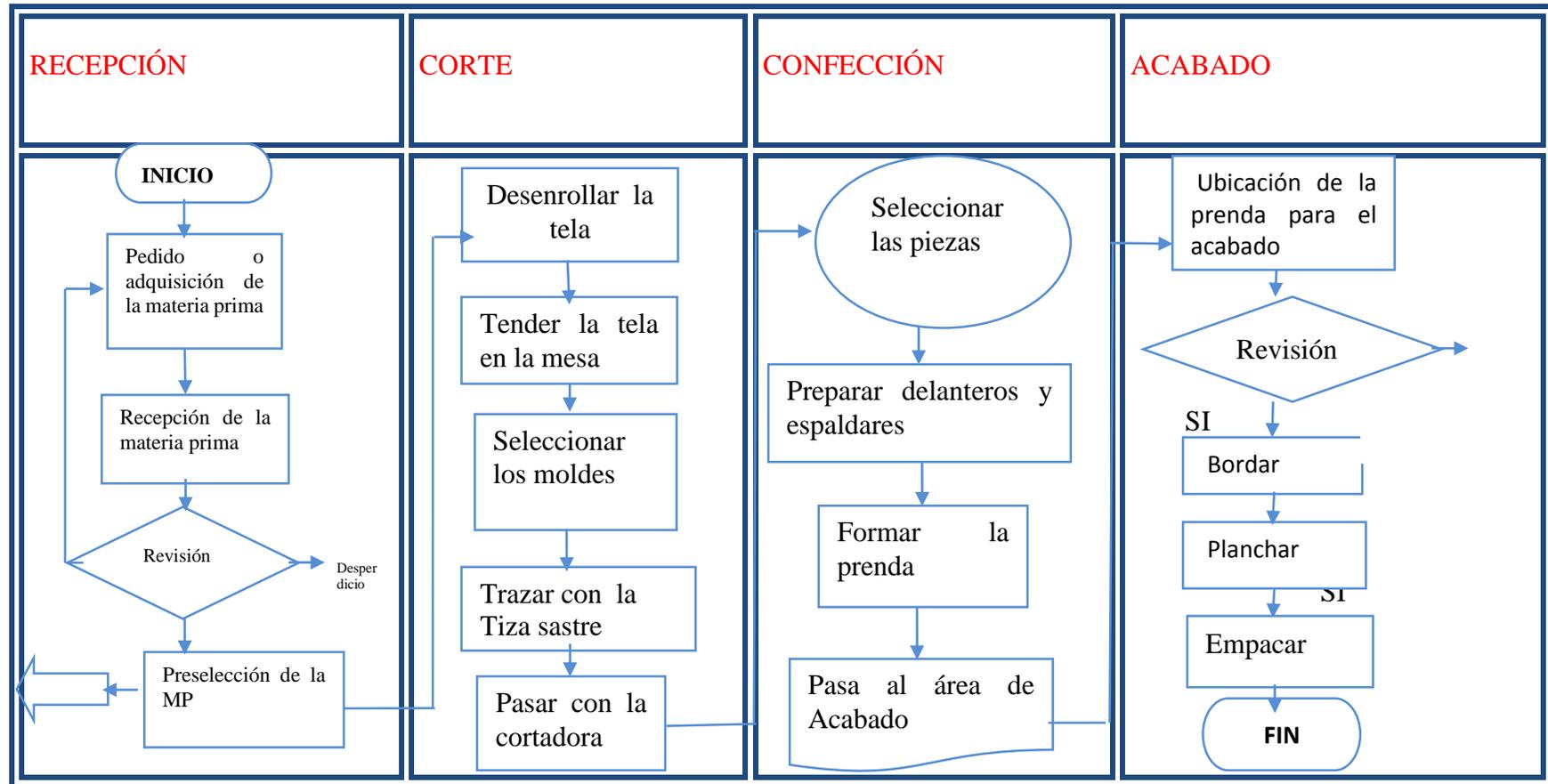
Elaborada por: La Autora

100%

4.6.2. Flujo grama de procesos de producción

Cuadro N° 48

Flujo grama analítico de procesos



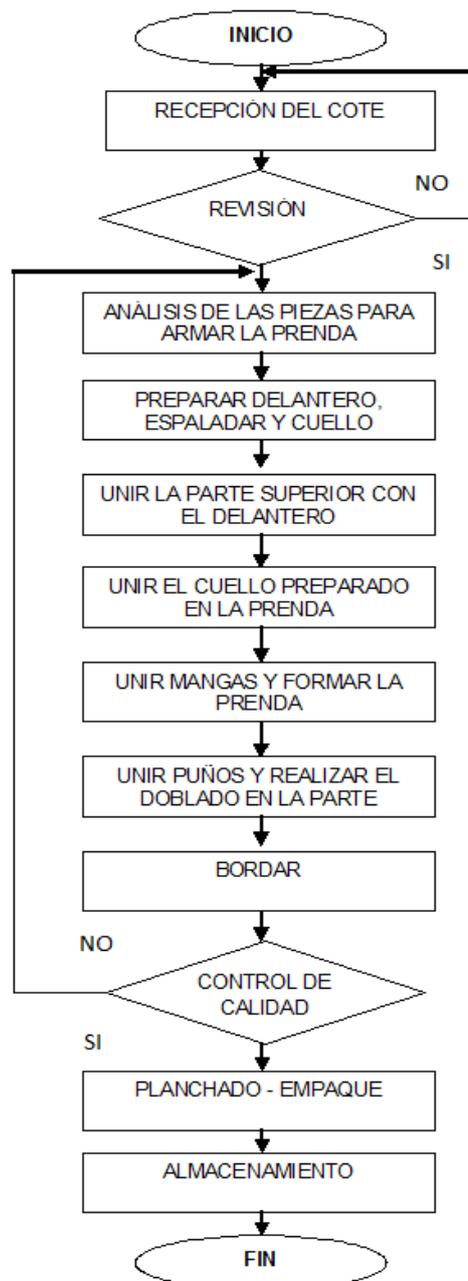
Elaborada por: La Autora

4.6.3. Flujo grama de confección de prendas

1. Flujo grama de confección de camisa, ya cortadas.

Gráfico N° 21

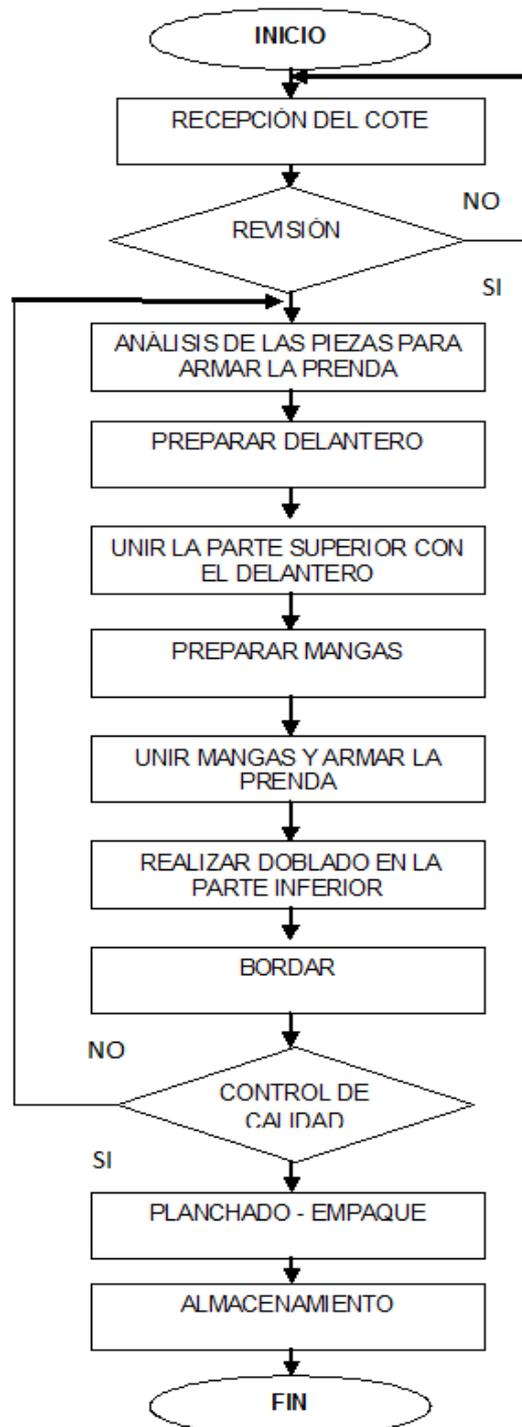
Flujo grama de confección de camisa, ya cortadas.



2. Flujo grama de confección de blusa ya cortadas.

Gráfico N° 22

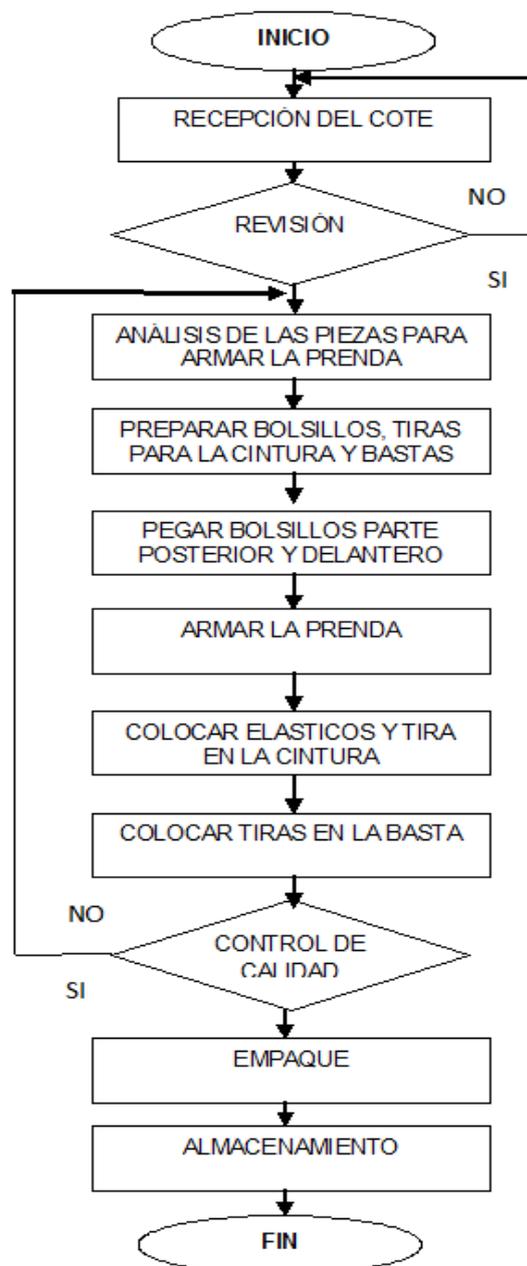
Flujo grama de confección de blusa ya cortadas.



3. Flujo grama de confección de pantalón ya cortada.

Gráfico N° 23

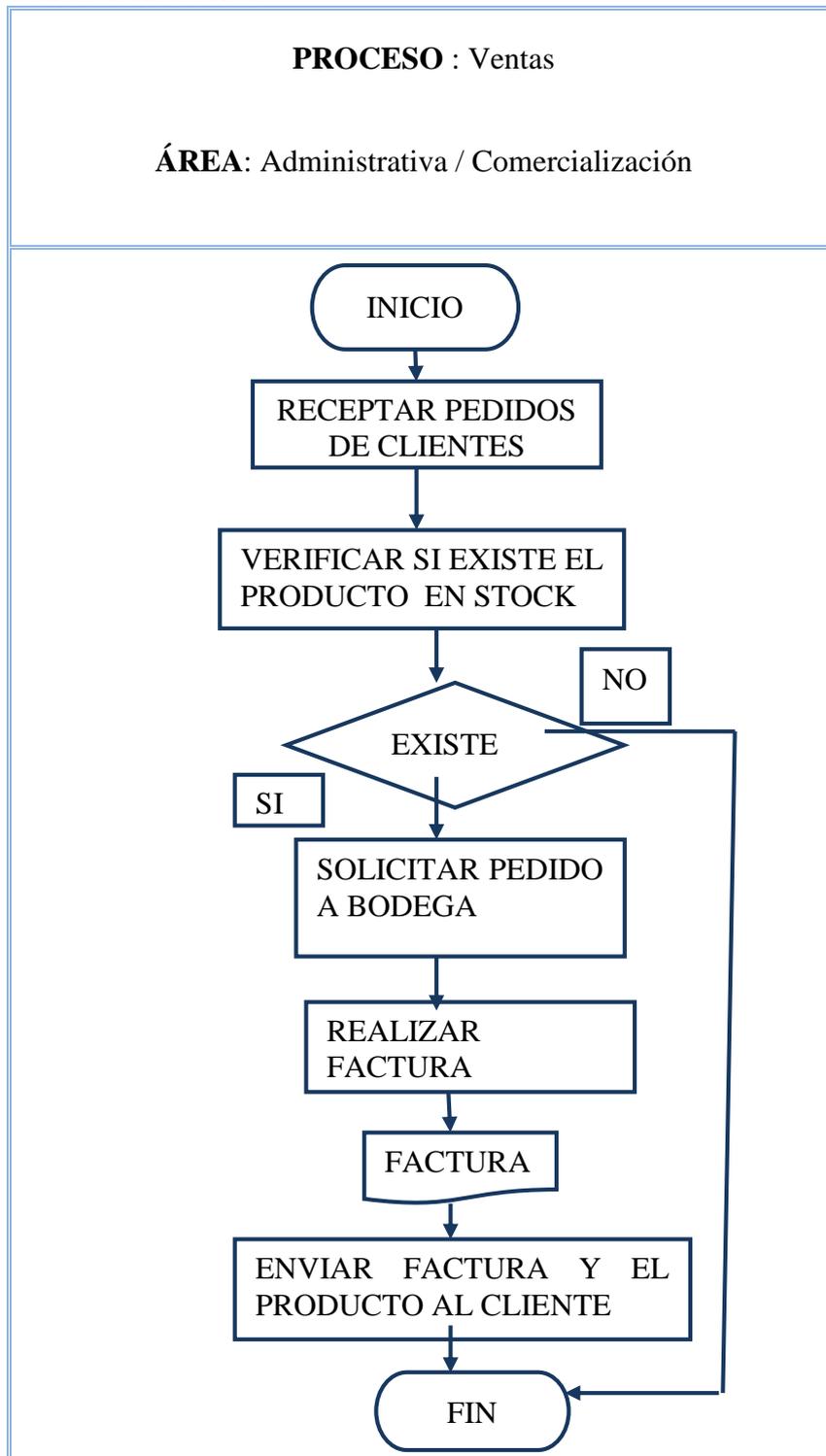
Flujo grama de confección de pantalón ya cortada.



4. Flujo gramas de la fase de distribución o venta del producto

Gráfico N° 24

Flujo-grama distribución o venta



Elaborada por: La Autora

4.7. Presupuesto del proyecto

4.7.1. Inversiones fijas

1. Terreno

Este es el espacio físico en donde se constituirá la pequeña empresa.

Cuadro N° 49

Terreno

Descripción	Tamaño m ²	Valor unitario	Valor total
Terreno	104.50	48.69	5.088
TOTAL			5.088

Fuente: Avalúos y catastros del GAD Cotacachi

Año 2014

Elaborado por: La Autora

2. Edificio

Cuadro N° 50

Distribución infraestructura física

RUBROS CONSOLIDADOS	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1. Obras preliminares				
1.1 Replanteo del proyecto	m2	104.5	0.90	94.05
1.2 Nivelación	m2	104.5	0.80	83.60
1.3 Excavación de cimentación	m3	20.60	3.60	74.16
2. Estructura				
2.1 Hormigón simple fc 210kg/cm2 en cadenas y plintos	m3	11.85	190.70	2.259.79
2.2 Estructura metálica tipo pórtico para área de 104.5m2 incluye cubierta	U	1	16.970.68	16.970.68
3. Mampostería de bloque				
3.1 Mampostería de bloque normal	m2	280.5	13.90	3.898.95
3.2 Revestimientos – enlucidos vertical	m2	560	2.72	1.523.20
4. Pisos				
4.1 Revestimiento de cerámica en pisos	m2	104.5	15.20	1.588.40
5. Cerraduras en general				

5.1 Cerraduras de puertas	juego	4	22.60	90.40
6. Aluminio y vidrio				
6.1 Ventanas de aluminio y vidrio	m2	40.20	69.50	2.793.90
7. Carpintería				
7.1 Puertas con tablero MDF	U	3	180.30	540.90
7.2 Muebles de baño	m2	3.10	120.50	373.55
8. Aparatos sanitarios				
8.1 Lavamanos empotrable	U	1	110.30	110.30
8.2 Inodoro blanco	U	1	180.00	180.00
8.3 Grifería	juego	1	30.50	30.50
9. Instalaciones eléctricas				
9.1 Puntos de iluminación	pto	20	23.30	446.00
9.2 Punto de tomacorriente	pto	15	22.30	334.50
9.3 Tablero de control	U	1	75.20	75.20
9.4 Lámparas dobles	U	12	21.70	260.40
10. Instalaciones sanitarias				
10.1 Tubería PVC	MI	45.30	6.90	312.57
10.2 Tubería PVC 50 MM	MI	15.10	3.80	57.38
10.3 Bajante agua lluvias	MI	50.70	6.20	314.34
10.4 Sumidero de agua lluvias	U	4	31.40	125.60
10.5 Caja de revisión	U	3	90.10	270.30
11. Pintura				
11.1 Pintura de paredes interiores y exteriores	m2	180.30	4.40	793.33
Presupuesto total				33.600

Fuente: Diseñador de interiores. Ing. Santiago Guandinango. Año 2014.

Elaborado por: La Autora

El edificio se refiere a la planta de producción, la misma que será destinada para área administrativa, área de producción y ventas, la cual va tener una superficie de 104.5 m2, de construcción, contando con todos los servicios básicos, es decir, luz, agua y teléfono.

Cuadro N° 51

Edificio

DESCRIPCIÓN	ÁREA	COSTO USD
EDIFICIO / PLANTA	104.5	33.600
TOTAL		33.600

Elaborado por: La Autora

3. Maquinaria y equipo de producción

Para el funcionamiento, la empresa requerirá de dos maquinarias fundamentales que se detallan a continuación. (Anexo 5).

Cuadro N° 52

Maquinaria y equipo de producción

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Maquinaria			
Máquina de Overlock (KINTEX)	2	1276	2552
Maquina industrial Recta (JUKI)	3	700	2.100
Plancha (SILVER STAR)	1	40	40
Cortadora (JONTEX)	1	160	160
Bordadora computarizada (SWF 9 AGUJAS)	1	14220	14220
Equipo			
Tijera (STAR)	4	25	100
Total de maquinaria y equipo			19.172

Fuente: SERVIMAQ. Año 2014
Elaborado por: La Autora

4.7.2. Muebles y enseres

La empresa de producción y comercialización de prendas de vestir en tela indu dispondrá del siguiente mobiliario para el proceso de producción.

Cuadro N° 53**Muebles y enseres para la área producción**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
Mesa de Planchar	U	2	95.00	190.00
Mesa para tendido y corte	U	1	450.00	450.00
Sillas ergonómicas con respaldo en la zona lumbar canastos.	U	5	212.00	1.060.00
Estanterías	U	4	75.00	300.00
Total				2.000

Fuente: Muebles Nicole. Año 2014

Elaborado por: la autora

Cuadro N° 54**Muebles y enseres para la área administrativo**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Estación de trabajo	u	2	575.00	1.150.00
Juegos de Star	u	1	650.00	650.00
Total				1.800

Fuente: Muebles Nicole. Año 2014

Elaborado por: la autora

Cuadro N° 55**Muebles y enseres para la área de ventas y distribución**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Estación de trabajo	u	1	525.00	525.00
Juegos de Star	U	1	450.00	450.00
Vitrinas	U	3	108.33	325.00
Total				1.300

Fuente: Muebles Nicole. Año 2014

Elaborado por: la autora

1. Equipo de computación

La pequeña empresa necesita adquirir para su funcionamiento equipos informáticos para el área de producción, administración y ventas, para el normal desarrollo de las actividades diarias.

Cuadro N° 56**Equipo de informática del área de producción**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	1	950.00	950.00
Total				950.00

Fuente: Comercial Keyla. Año 2014.

Elaborado por: La Autora.

Cuadro N° 57**Equipo de informática del área de administración**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	2	950.00	1.900
Total				1.900

Fuente: Comercial Keyla. Año 2014.

Elaborado por: La Autora.

Cuadro N° 58**Equipo de informática del área ventas y distribución**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	1	950.00	950.00
Total				950.00

Fuente: Comercial Keyla. Año 2014.

Elaborado por: La Autora.

4.7.3. Inversiones fijas

El conjunto de inversiones fijas que requiere la empresa son para la adquisición de Activos no corrientes, ubicación del capital de trabajo inicial, gastos pre operativos y corresponden a las siguientes partidas:

Cuadro N° 59**Inversiones fijas**

AÑO	INVERSIÓN
1. Inversiones fijas	
Terreno	5.088,00
Construcción civil	33.600,00
Equipo y maquinaria de producción	19.172,00
Muebles y enseres de producción	2.000,00
Muebles y enseres administrativo	1.800,00
Muebles y enseres de ventas y distribución	1.300,00
Equipos de informática de producción	950,00
Equipos de informática de administración	1.900,00
Equipos de informática de ventas	950,00
Total inversiones fijas	66.760,00
2. Gastos pre operativos	2.500,00
3. Capital de trabajo	26.949,58
Total inversiones	96.209,58

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

Los Activos no corrientes son el grupo de cuentas de la adquisición del terreno, la construcción civil, maquinaria y equipos para la producción equipos de informática para administración y ventas y mobiliario en general.

4.7.4. Inversiones preoperativas

Los gastos pre operativos que tendrá que efectuar la empresa son de gastos de constitución de la organización permisos de funcionamiento y gastos publicitarios de lanzamiento de la empresa.

Cuadro N° 60**Activos pre operativos**

CONCEPTO	MONTO
Permiso de funcionamiento	750.00
Constitución de la empresa	1.000
Gastos publicitarios	750.00
TOTAL	2.500

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

4.7.5. Capital de trabajo inicial

El capital de trabajo inicial que tendrá que disponer la empresa de consideró en relación directa con la capacidad operativa proyectada, determinando los costos de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción. Se establecieron los gastos de administración y de mercadeo que incurrirá la empresa. Con estos costos se establece que el capital de trabajo inicial será de \$26.949.58.

Cuadro N° 61**Capital de trabajo**

COSTOS Y GASTOS	VALOR
Materiales directos	15.276.04
Mano de obra directa	4.324.12
Costos indirectos de producción	2.538.18
Costos de Producción	22.138.34
Gastos de administración	3.643.78
Gastos de ventas	1.167.48
TOTAL	26.949.58

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

4.7.6. Inversiones totales del proyecto

El proyecto contará con una inversión inicial fija de \$ 96.209.58 el cual está integrado por: Activos no corrientes con un valor de \$ 66.760; Activo circulante o capital de trabajo de \$26.949.58 y Gastos pre operativos \$2.500. Estas inversiones se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 62**Inversiones totales**

ACTIVOS	MONTO	%
Activos no corrientes	66.760,00	69,39
Capital de trabajo	26.949,58	28,01
Activos pre operativos	2.500,00	2,60
TOTAL	96.209,58	100

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La autora

4.7.7. Financiamiento

El financiamiento previsto para la implementación de la empresa será por aportes propios de \$28.862.87 que significa el 30% de la inversión total y mediante un crédito en el Banco Nacional de Fomento de \$67.346.71 que corresponde al 70% de la inversión total.

Cuadro N° 63**Fuentes de financiamiento**

ACTIVOS	MONTO TOTAL	FUENTES	
		RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO
1. ACTIVOS NO CORRIENTES			
Terreno	5.088,00	5.088,00	0,00
Construcción civil	33.600,00		33.600,00
Equipo y maquinaria de producción	19.172,00	12.374,87	6.797,13
Muebles y enseres de producción	2.000,00	2.000,00	0,00
Muebles y enseres administrativo	1.800,00	1.800,00	0,00
Muebles y enseres de ventas y distribución	1.300,00	1.300,00	0,00
Equipos de informática de producción	950,00	950,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.900,00	1.900,00	0,00
Equipos de informática de ventas	950,00	950,00	0,00
Sub total	66.760,00	26.362,87	40.397,13
2. CAPITAL DE TRABAJO	26.949,58	0,00	26.949,58
3. ACTIVOS PREOPERATIVOS	2.500,00	2.500,00	0,00
TOTAL ACTIVOS	96.209,58	28.862,87	67.346,71
%	100%	30,00	70,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

4.7.8. Talento humano

El talento humano que requiere la empresa en su etapa operativa de acuerdo al organigrama estructural propuesto es el siguiente:

Cuadro N° 64**Talento humano**

NOMBRE DEL CARGO	CANTIDAD
Gerente general	1
Secretaria – contadora	1
Obreros	5
Responsable de producción	1
Vendedor	1
Total	9

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Para el seguimiento y monitoreo del proyecto se analizará el desempeño y resultados de los procesos operativos, administración y financieros con el objetivo de identificar problemas y amenazas de forma oportuna y poder establecer correctivos que encaminen al cumplimiento de los objetivos propuestos. Además se evaluará el grado de alcance de los objetivos propuestos en los ámbitos técnicos, socioeconómicos, social ambiental y la capacidad organizacional.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

5.1. Presentación

El estudio financiero comprende las necesidades de capital para las inversiones y presenta en un resumen ordenado de fuentes de recursos financieros que se utilizaran y su distribución en los diversos usos que comprende el proyecto. Es decir la información económica necesarios para la ejecución de este proyecto cuáles serán sus gastos administrativos y de ventas, el costo de producción y por ende los indicadores que servirán de base para la evaluación financiera.

El objetivo de estudio es aportar con una visión amplia de las condiciones financieras y económicas que se llevara a cabo en el proyecto, y de igual manera identificar y mostrar la disposición de los recursos para la ejecución de los mismos. Para la proyección de los costos, gastos e ingresos se utilizó la tasa de inflación del año 2014 que es del 3.67% según el Banco Central del Ecuador.

5.2 Estado de situación financiera inicial

El Estado de Situación Financiera Inicial tuvo como objetivo determinar la posición financiera que tendrá la empresa, mediante el cual se determina el comportamiento de las cuentas de activos, pasivos y patrimonio.

Cuadro N° 65

Estado de situación inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
A. CORRIENTE			
1.Caja		P. CORRIENTE	
2.Bancos	26.949,58	14.Cuentas por Pagar	0.00
3.Cuentas por Cobrar	0.00	Total pasivo corriente	0.00
4. Inventario de materiales directos	0.00		
5. Inventario de productos en proceso	0.00		
6, Inventario de productos terminados	0.00		
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	26.949,58		
A. NO CORRIENTES			
Terreno	5.088,00	Pasivo a Largo Plazo	
Construcción civil	33.600,00	15.Préstamo	67.346,71
Equipo y maquinaria de producción	19.172,00	TOTAL PASIVOS	67.346,71
Muebles y enseres de producción	2.000,00		
Muebles y enseres administrativo	1.800,00		
Muebles y enseres de ventas y distribución	1.300,00		
Equipos de informática de producción	950,00		
Equipos de informática de administración	1.900,00		
Equipos de informática de ventas	950,00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	66.760,00	PATRIMONIO	
A. DIFERIDOS			
13.Gastos Pre operativos	2.500,00	16.Capital Social	28.862,87
		17.Utilidad	0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.500,00	TOTAL	
		PATRIMONIO	
TOTAL DE ACTIVOS	96.209,58	TOTAL PASIVO Y	
		PATRIMONIO	96.209,58

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.3 Determinación de los ingresos proyectados

Los ingresos proforma para el primer año que tendrá la empresa son de \$219.760. Para el quinto año proforma los ingresos en un escenario optimista serán de \$253.840.

Los ingresos estarán determinados de acuerdo a la preferencia de prendas que tenemos en la encuesta pregunta #4, 43% de aceptación por camisa, 30% pantalones y 27% blusas.

Cuadro N° 66

Desglose de ingresos año 2015

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
CAMISAS	U	7.645,00	15,00	114.675,00
PANTALÓN	U	5.334,00	8,00	42.672,00
BLUSAS	U	4.801,00	13,00	62.413,00
TOTAL				219.760,0

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 67

Desglose de ingresos año 2016

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
CAMISAS	U	7.645	15,55	118.883,57
PANTALÓN	U	5.334	8,29	44.238,06
BLUSAS	U	4.801	13,48	64.703,56
TOTAL				227.825,2

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 68**Desglose de ingresos año 2017**

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
CAMISAS	U	7.645	16,12	123.246,60
PANTALÓN	U	5.334	8,60	45.861,60
BLUSAS	U	4.801	13,97	67.078,18
TOTAL				236.186,4

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 69**Desglose de ingresos año 2018**

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
CAMISAS	U	7.645	16,71	127.769,75
PANTALÓN	U	5.334	8,91	47.544,72
BLUSAS	U	4.801	14,48	69.539,95
TOTAL				244.854,4

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 70**Desglose de ingresos año 2019**

Producto	Unidad	Cantidad	Precio unitario	Precio total
CAMISAS	U	7.645	17,33	132.458,90
PANTALÓN	U	5.334	9,24	49.289,61
BLUSAS	U	4.801	15,02	72.092,06
TOTAL				253.840,6

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 71**Ingresos proforma**

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos proyectados	219.760	227.825	236.186	244.854	253.841
TOTAL	219.760	227.825	236.186	244.854	253.841

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

5.4 Determinación de egresos proyectados**5.4.1 Costos de producción**

Los costos de producción que tendrá la microempresa corresponden a materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción. Por el rubro de materiales directos para el primer año proyectado se tiene un valor de \$91.656, en el rubro mano de obra directa \$25.944; y en el rubro Costos indirectos de producción \$15.229, teniendo un costo total de \$132.830. Para los siguientes años son los que muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 72**Costos de producción proforma**

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Materiales directos	91.656,25	95.020,03	98.507,27	102.122,49	105.870,38
Personal operativo	25.944,66	28.731,79	29.786,24	30.879,40	32.012,67
Costos indirectos de producción	15.229,13	16.192,60	16.673,07	16.854,65	17.370,95
TOTAL	132.830,04	139.944,42	144.966,59	149.856,53	155.254,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.2. Detalle de costos

Se procedió a realizar el detalle de los costos de producción, correspondiente a materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

1. Costos unitarios por prenda

Cuadro N° 73

Costos unitarios por prenda camisas

PRODUCTO: CAMISAS					
A. MATERIALES DIRECTOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Tela INDU	m	1,50	3,00	4,50	
Botones	m	4,00	0,15	0,60	
Hilo	m	45,78	0,0015	0,07	
SUBTOTAL A.				5,17	
A´ MATERIALES INDIRECTOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Terminales	u	1,00	0,10	0,10	
Etiquetas	u	1,00	0,03	0,03	
Cordón	m	0,17	0,23	0,04	
Elástico	m	0,14	0,12	0,02	
Luz	SAM	50,67	0,0167	0,85	
SUBTOTAL A´				1,03	
B. MANO DE OBRA DIRECTA					
CONCEPTO	SUELDO	Min/Mes	SAM	VALOR/ MIN	PRECIO TOTAL
Obreros	354	4800	42,40	0,074	3,13
SUBTOTAL B				3,13	
B´ MANO DE OBRA INDIRECTA					
Responsable de producción	354	4800	2	0,074	0,15
SUBTOTAL B´				0,15	
C. EQUIPOS					
CONCEPTO	Depreciación / mensual	Min/Mes	SAM	VALOR/ MIN	TOTAL
Maquinaria en general	160	4800	50,67	0,03333	1,69
SUBTOTAL C				1,69	
				TOTAL COSTO DIRECTO (A+B+C)	
				11,16	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 74

Costos unitarios por prenda pantalón

PRODUCTO: PANTALÓN					
PRODUCTO:					
A. MATERIALES DIRECTOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Tela INDU	m	1,50	3,00	4,5000	
Cierre	u	1,00	0,25	0,2500	
Hilo	m	65,61	0,0015	0,0984	
SUBTOTAL A.				4,85	
A´ MATERIALES INDIRECTOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Terminales	u	1,00	0,10	0,10	
Etiquetas	u	1,00	0,03	0,03	
Cordón	m	0,17	0,23	0,04	
Elástico	m	0,14	0,12	0,02	
Luz	SAM	20,7	0,0167	0,35	
SUBTOTAL A´				0,53	
B. MANO DE OBRA DIRECTA					
CONCEPTO	SUELDO	Min/Mes	SAM	VALOR / MIN	PRECIO TOTAL
Obreros	354	4800	20,10	0,074	1,48
SUBTOTAL B				1,48	
B´ MANO DE OBRA INDIRECTA					
Responsable de producción	354	4800	2	0,074	0,15
SUBTOTAL B´				0,15	
C. EQUIPOS					
CONCEPTO	Depreciación / mensual	Min/Mes	SAM	VALOR / MIN	TOTAL
Maquinaria en general	160	4800	5,70	0,03333	0,19
SUBTOTAL C				0,19	
TOTAL COSTO DIRECTO (A+B+C)				7,20	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 75

Costos unitarios por prenda blusas

PRODUCTO: BLUSAS					
A. MATERIALES DIRECTOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Tela INDU	m	1,50	3,00	4,5000	
Botones	u	5,00	0,15	0,7500	
Hilo de bordar de seda	m	72,90	0,0015	0,1094	
Hilo de coser	m				
SUBTOTAL A.				5,36	
A´ MATERIALES INDIRECTOS					
CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	
Terminales	u	1,00	0,10	0,10	
Etiquetas	u	1,00	0,03	0,03	
Cordón	m	0,17	0,23	0,04	
Elástico	m	0,14	0,12	0,02	
Luz	SAM	40,67	0,0167	0,68	
SUBTOTAL A´				0,87	
B. MANO DE OBRA DIRECTA					
CONCEPTO	SUELDO	Min/Mes	SAM	VALOR/ MIN	PRECIO TOTAL
Obreros	354	4800	33,07	0,074	2,44
SUBTOTAL B				2,44	
B´ MANO DE OBRA INDIRECTA					
Responsable de producción	354	4800	2	0,074	0,15
0	0	4800	7,6	0,000	0,00
0	0	4800	8,76	0,000	0,00
SUBTOTAL B´				0,15	
C. EQUIPOS					
CONCEPTO	Depreciación / mensual	Min/Mes	SAM	VALOR/ MIN	TOTAL
Maquinaria en general	160	4800	40,67	0,03333	1,36
SUBTOTAL C				1,36	
				TOTAL COSTO DIRECTO (A+B+C)	
				10,17	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

2. Costo de materiales directos

Se realizó la estimación de los costos de los materiales directos que se requieren para la elaboración de los dos tipos de prendas de vestir que tiene como objetivo, elaborar la empresa.

Cuadro N° 76

Materiales directos

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
TELA INDU PARA CAMISAS	M	11.467,50	3,00	34.402,50
BOTONES PARA CAMISAS	U	30.580,00	0,15	4.587,00
HILO PARA COSER	CONO (1000MTS)	350,00	1,50	525,00
CIERRE PARA PANTALÓN	U	5.334,00	0,25	1.333,50
TELA INDU PARA PANTALÓN	M	8.001,00	3,00	24.003,00
TELA INDU PARA BLUSAS	M	7.201,50	3,00	21.604,50
BOTONES PARA BLUSAS	U	24.005,00	0,15	3.600,75
HILO DE BORDAR DE SEDA	madeja	1.600,00	1,00	1.600,00
COSTO TOTAL ANUAL				91.656,25

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 77

Proyección de materiales directos

CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019
MATERIALES DIRECTOS	91.656,25	95.020,03	98.507,27	102.122,49	105.870,38
COSTO TOTAL ANUAL	91.656,25	95.020,03	98.507,27	102.122,49	105.870,38

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3. Mano de obra directa

La mano de obra directa corresponde al trabajo físico o intelectual que el ser humano aporta directamente a la transformación de la materia Prima al producto terminado.

La mano de obra del presente estudio está conformado por 5 operarios, los mismos que trabajaran en una jornada de 8 horas diarias de trabajo los 5 días de la semana. Los respectivos cálculos el costo mensual corresponde a un Salario Básico Mensual más los beneficios de ley el régimen laboral establecido en el Código de Trabajo vigente multiplicado por 12 meses y por número de operarios que obtiene la pequeña empresa lo que obtendrá el costo mensual.

Cuadro N° 78

Mano de obra directa año 2015

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OBREROS (5)	1.770,00	29,50	147,50	215,06	2.162,06	25.944,66
TOTAL						25.944,66

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 79

Mano de obra directa año 2016

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL AL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OBREROS (5)	1.834,96	30,58	152,91	222,95	152,91	2.394,32	28.731,79
TOTAL							28.731,79

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 80**Mano de obra directa año 2017**

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OBREROS (5)	1.902,30	31,71	158,53	231,13	158,53	2.482,19	29.786,24
TOTAL							29.786,24

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 81**Mano de obra directa año 2018**

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OBREROS (5)	1.972,12	32,87	164,34	239,61	164,34	2.573,28	30.879,40
TOTAL							30.879,40

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 82**Mano de obra directa año 2019**

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
OBREROS (5)	2.044,49	34,07	170,37	248,41	170,37	2.667,72	32.012,67
TOTAL							32.012,67

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora.

5.4.3. Costos indirectos de producción

Los costos indirectos de producción que tendrá el proyecto para los primeros años de operación son efectivos y no efectivos. Los efectivos son los que corresponde a los rubros de materiales indirectos, y servicios básicos, los costos no efectivos son los de depreciación. Los valores que corresponden a estos rubros son los siguientes:

Cuadro N° 83**Presupuesto de costos indirectos de producción**

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
EFFECTIVOS					
Materiales indirectos	3.345,60	3.468,38	3.595,67	3.727,63	3.864,44
Mano de obra indirecta	7.583,00	8.379,65	8.687,18	9.006,00	9.336,52
Servicios básicos	1.200,00	1.244,04	1.289,70	1.337,03	1.386,10
Subtotal	12.128,60	13.092,07	13.572,55	14.070,66	14.587,05
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de edificio	666,69	666,69	666,69	666,69	666,69
Depreciación de equipo y maquinaria de producción	1.917,20	1.917,20	1.917,20	1.917,20	1.917,20
Depreciación de muebles y enseres producción	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Depreciación de equipo de informática producción	316,64	316,64	316,64	0,10	0,00
Subtotal	3.100,53	3.100,53	3.100,53	2.783,99	2.783,89
Total	15.229,13	16.192,60	16.673,07	16.854,65	17.370,95

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

1. Materiales indirectos**Cuadro N° 84****Materiales indirectos**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
TERMINALES	U	17.780,00	0,10	1.778,00
ETIQUETAS	U	17.780,0	0,03	533,40
CORDÓN	M	3140,00	0,23	722,20
ELÁSTICO	M	2600,00	0,12	312,00
COSTO TOTAL ANUAL				3.345,60

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

2. Mano de obra indirecta

Cuadro N° 85

Mano de obra indirecta año 2015

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	500,00	29,50	41,67	60,75	631,92	7.583,00
TOTAL						7.583,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 86

Mano de obra indirecta año 2016

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	518,35	30,58	43,20	62,98	43,20	698,30	8.379,65
TOTAL							8.379,65

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 87

Mano de obra indirecta año 2017

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	537,37	31,71	44,78	65,29	44,78	723,93	8.687,18
TOTAL							8.687,18

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 88**Mano de obra indirecta año 2018**

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	557,10	32,87	46,42	67,69	46,42	750,50	9.006,00
TOTAL							9.006,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 89**Mano de obra indirecta año 2019**

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
JEFE DE PRODUCCIÓN	577,54	34,07	48,13	70,17	48,13	778,04	9.336,52
TOTAL							9.336,52

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.4. Servicios básicos**Cuadro N° 90****Servicios básicos**

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	246.68	0.25	61.67	740.00
Agua	Metros 3	58.33	0.30	17.50	210.00
Teléfono	Líneas	1		20.83	250.00
TOTAL					1.200

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4.5. Gastos administrativos

Los gastos administrativos en los que incurrirá la empresa por pago de personal administrativo es de \$19.503, servicios básicos de \$300.00, insumos de oficina de \$170.75,

mantenimiento \$360 teniéndose un total de \$20.334 que representan gastos desembolsables. Los gastos que no representan desembolsos son de \$1.528. Por tanto los gastos de administración para el primer año serán de \$21.862, para el quinto año proyectado se tendrá un valor de \$25.884. En el cuadro siguiente se muestran los valores correspondientes:

Cuadro N° 91**Gastos administrativos**

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
EFFECTIVOS					
Pago de personal administrativo y ventas	19.503,40	21.566,88	22.358,39	23.178,94	24.029,61
Servicios Básicos	300,00	311,01	322,42	334,26	346,52
Insumos de oficina	170,75	177,02	183,51	190,25	197,23
Mantenimiento	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
Subtotal	20.334,15	22.428,12	23.251,24	24.104,56	24.989,19
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de Edificio	215,21	215,21	215,21	215,21	215,21
Depreciación de muebles y enseres administrativos	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Depreciación de equipos de informática administrativos	633,27	633,27	633,27	0,19	0,00
Amortización	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Subtotal	1.528,48	1.528,48	1.528,48	895,40	895,21
TOTAL	21.862,63	23.956,60	24.779,71	24.999,95	25.884,40

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

1. Salario de personal administrativo

Cuadro N° 92

Salario de personal año 2015

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	800,00	29,50	66,67	97,20	993,37	11.920,40
SECRETARIA CONTADORA	500,00	29,50	41,67	60,75	631,92	7.583,00
TOTAL						19.503,40

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 93

Salario de personal año 2016

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	829,36	30,58	69,11	100,77	69,11	1.098,94	13.187,24
SECRETARIA CONTADORA	518,35	30,58	43,20	62,98	43,20	698,30	8.379,65
TOTAL							21.566,88

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 94

Salario de personal año 2017

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	859,80	31,71	71,65	104,47	71,65	1.139,27	13.671,21
SECRETARIA CONTADORA	537,37	31,71	44,78	65,29	44,78	723,93	8.687,18
TOTAL							22.358,39

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 95**Salario de personal año 2018**

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	891,35	32,87	74,28	108,30	74,28	1.181,08	14.172,94
SECRETARIA CONTADORA	557,10	32,87	46,42	67,69	46,42	750,50	9.006,00
TOTAL							23.178,94

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 96**Salario de personal año 2019**

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 12.15%	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	924,06	34,07	77,01	112,27	77,01	1.224,42	14.693,09
SECRETARIA CONTADORA	577,54	34,07	48,13	70,17	48,13	778,04	9.336,52
TOTAL							24.029,61

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

2. Insumos de oficina**Cuadro N° 97****Insumos de oficina**

CONCEPTO	UNIDAD	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL AÑO
CDS	U	35	0,35	12,25
SOBRES DE MANILA	U	50	0,25	12,50
PAPEL PARA FAX	U	16	3,50	56,00
TINTAS EN GENERAL	U	20	4,50	90,00
TOTAL				170,75

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

3. Servicios básicos

Cuadro N° 98

Servicios básicos

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	40	0.25	10.00	120.00
Agua	Metros 3	23.6	0.30	7.08	85.00
Teléfono	Líneas	1		7.92	95.00
TOTAL					300.00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.4.6. Gastos generales ventas

En el siguiente cuadro se muestra los gastos necesarios para mantener las actividades de ventas. Los gastos están conformados por los rubros de: salarios de personal, publicidad en general, y depreciaciones. Para el primer año proyectado son de \$ 7.004, para el quinto año son de \$8.094.

Cuadro N° 99

Gastos generales de ventas

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
1. EFECTIVOS	6.432,13	7.035,18	7.293,37	7.561,04	7.838,53
Salarios Personal	3.672,13	4.173,89	4.327,08	4.485,88	4.650,51
Arriendo de local de ventas	1.800	1.866,06	1.934,54	2.005,54	2.079,14
Publicidad en general	960,00	995,23	1.031,76	1.069,62	1.108,88
2. NO EFECTIVOS	572,74	572,74	572,74	256,20	256,10
Depreciación de edificios	126,10	126,10	126,10	126,10	126,10
Depreciación de muebles y enseres ventas y distribución	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
Depreciación de equipos de informática ventas y distribución	316,64	316,64	316,64	0,10	0,00
TOTAL	7.004,87	7.607,92	7.866,11	7.817,24	8.094,63

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora.

5.5. Gastos financieros

Los gastos financieros que tiene la empresa corresponden al crédito de \$67.346 obtenidos a través Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés del 10% y a un plazo de 5 años. Por intereses (Gastos financieros) en el primer año se tendrá \$6.734, para el quinto año \$1.683. Los demás valores se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 100

Gastos de financiación

FASE	AÑOS PROYECTADOS				
AÑO	2015	2016	2017	2018	2019
NIVEL DE OPERACIÓN					
COSTOS DE FINANCIACIÓN (INTERESES)	6.734,67	6.734,67	5.051,00	3.367,34	1.683,67
PAGO DE CAPITAL	0,00	16.836,68	16.836,68	16.836,68	16.836,68

Cuadro N° 101

Amortización

CAPITAL	67.346,71	TOTAL AMORT:	67.346,71		
INTERÉS	10,00%	TOTAL INTER:	23.571,35		
PLAZO AÑOS	5	TOTAL CUOTA:	90.918,06		
GRACIA	1	Fecha de inicio deuda	febrero 1, 2015		
		Días interpagos	360		
PERIODOS	CAPITAL INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA	CAPITAL REDUCIDO
2015	67.346,71	0,00	6.734,67	6.734,67	67.346,71
2016	67.346,71	16.836,68	6.734,67	23.571,35	50.510,03
2017	50.510,03	16.836,68	5.051,00	21.887,68	33.673,36
2018	33.673,36	16.836,68	3.367,34	20.204,01	16.836,68
2019	16.836,68	16.836,68	1.683,67	18.520,35	0,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.6. Depreciación – amortización

La depreciación de los Activos no corrientes para los tres primeros años proyectados es de \$4.701 anuales, para el cuarto de \$3.435 y quinto año es de \$3.435. El valor de salvamento es de \$40.696. La amortización de gastos pre-operativos tiene un valor constante de \$500.00. En el siguiente cuadro se muestra los valores que corresponde a cada rubro de los Activos no corrientes.

Cuadro N° 102

Depreciación – amortización

CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE	DEPRECIACIÓN ANUAL					V.S
			2015	2016	2017	2018	2019	
ACTIVO								
Construcción civil	33.600,00	0,03	1.008,00	1.008,00	1.008,00	1.008,00	1.008,00	28.560,00
Equipo y maquinaria de producción	19.172,00	0,10	1.917,20	1.917,20	1.917,20	1.917,20	1.917,20	9.586,00
Muebles y enseres de producción	2.000,00	0,10	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	1.000,00
Muebles y enseres administrativo	1.800,00	0,10	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	900,00
Muebles y enseres de ventas y distribución	1.300,00	0,10	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	650,00
Equipos de informática de producción	950,00	0,33	316,64	316,64	316,64	0,10	0,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.900,00	0,33	633,27	633,27	633,27	0,19	0,00	0,00
Equipos de informática de ventas	950,00	0,33	316,64	316,64	316,64	0,10	0,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	61.672,00		4.701,74	4.701,74	4.701,74	3.435,58	3.435,20	40.696,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 103**Amortización de activos preoperativos**

CONCEPTO	COSTO	AMORTIZACIÓN				
		2015	2016	2017	2018	2019
Amortización de activos preo operativos	2.500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
TOTAL AMORTIZACIÓN		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.7. Gastos de operación y financiación

Los costos de operación y de financiación que tendrá la empresa en su etapa operativa son: para el primer año \$168.432 de los cuales por costos directos \$132.830 y por costos operativos \$28.867, por gastos financieros \$6.734. En el quinto año proyectado los costos de operación y financiación son de \$190.916.

Cuadro N° 104**Costos de operación y de financiación**

FASE	AÑOS PROYECTADOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
NIVEL DE OPERACIÓN					
Materiales directos	91.656,25	95.020,03	98.507,27	102.122,49	105.870,38
Personal Directo	25.944,66	28.731,79	29.786,24	30.879,40	32.012,67
CIF	15.229,13	16.192,60	16.673,07	16.854,65	17.370,95
1. Costo Directos	132.830,04	139.944,42	144.966,59	149.856,53	155.254,00
Gastos de administración	21.862,63	23.956,60	24.779,71	24.999,95	25.884,40
Gastos de ventas	7.004,87	7.607,92	7.866,11	7.817,24	8.094,63
2. Gastos Operativos	28.867,50	31.564,52	32.645,82	32.817,19	33.979,03
Costos Operativos (1+2)	161.697,53	171.508,94	177.612,41	182.673,72	189.233,03
Gastos de Financiar (intereses)	6.734,67	6.734,67	5.051,00	3.367,34	1.683,67
Total Gastos Operativos y No Operativos	168.432,20	178.243,61	182.663,42	186.041,06	190.916,70

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La Autora

5.8. Saldo de efectivo requerido en caja

El saldo de efectivo requerido en caja que necesitará la empresa en sus años operativos para que sus procesos de producción, administración y ventas y que no tengan paralizaciones es de \$13.474 en el primer año de operación y de \$15.769 para el quinto año. El coeficiente de renovación máximo será de 12. Los días de cobertura mínimo son de 30 días.

Cuadro N° 105**Saldo de efectivo requerido en caja**

COSTO/GASTO	DÍAS DE COBERTURA	COEFICIENTE DE RENOVACIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
			2015	2016	2017	2018	2019
Materiales Directos	30	12	7.638,02	7.918,34	8.208,94	8.510,21	8.822,53
Personal Directo	30	12	2.162,06	2.394,32	2.482,19	2.573,28	2.667,72
CIF	30	12	1.269,09	1.349,38	1.389,42	1.404,55	1.447,58
Gastos de Administración y ventas	30	12	1.821,89	1.996,38	2.064,98	2.083,33	2.157,03
Gastos de ventas	30	12	583,74	633,99	655,51	651,44	674,55
Saldo de efectivo Requerido en caja			13.474,79	14.292,41	14.801,03	15.222,81	15.769,42

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

5.9. Cálculo del capital de trabajo

El capital de trabajo contable que requiere el proyecto para operar sin interrupciones en términos financieros y operativos, tiene que tener los valores proyectados en las diferentes cuentas de activo corriente y pasivo corriente. Los valores se proyectaron en base a comportamiento económico supuesto que tendrá el proyecto los valores se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 106

Capital de trabajo

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES					
1.Caja	13.474,79	14.292,41	14.801,03	15.222,81	15.769,42
2.Bancos	39.232	60.470	84.321	110.413	139.230
3.Cuentas por Cobrar	13.474,79	14.292,41	14.801,03	15.222,81	15.769,42
4. Inventario de materiales directos	7.638,02	7.918,34	8.208,94	8.510,21	8.822,53
5. Inventario de productos en proceso	3.320,75	3.498,61	3.624,16	3.746,41	3.881,35
6, Inventario de productos terminados	6.445,53	6.829,21	7.072,76	7.285,69	7.547,43
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	83.585,96	107.300,70	132.828,44	160.400,59	191.019,87
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Cuentas por Pagar	21.862,63	23.956,60	24.779,71	24.999,95	25.884,40
TOTAL PASIVO CORRIENTE	21.862,63	23.956,60	24.779,71	24.999,95	25.884,40
CAPITAL DE TRABAJO	61.723,33	83.344,10	108.048,73	135.400,64	165.135,47

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

5.10. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias proforma que tiene la empresa operando la producción programada se obtienen una utilidad bruta en ventas en el primer año de \$86.930, una utilidad operativa de \$58.062, lo que origina una utilidad antes de Impuestos de \$43.629. En este primer año después de descontar participación de utilidades a trabajadores e impuesto a la renta se genera una utilidad neta de \$34.030. Para el quinto año proyectado la utilidad neta de \$41.719. Los valores de los otros años se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 107

Estado de pérdidas y ganancias

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Ingreso por ventas	219.760	227.825	236.186	244.854	253.841
Menos costo de producción	132.830	139.944	144.967	149.857	155.254
Utilidad Bruta	86.930	87.881	91.220	94.998	98.587
Menos Gastos de Administración	21.863	23.957	24.780	25.000	25.884
Gastos de vender	7.005	7.608	7.866	7.817	8.095
Utilidad Operacional	58.062	56.316	58.574	62.181	64.608
Costos Financieros	6.735	6.735	5.051	3.367	1.684
Utilidad Antes de Participación	51.328	49.582	53.523	58.813	62.924
15% Participación de Utilidades	7.699	7.437	8.028	8.822	9.439
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	43.629	42.144	45.495	49.991	53.485
Impuesto a la Renta	9.598	9.272	10.009	10.998	11.767
Utilidad Neta	34.030	32.873	35.486	38.993	41.719

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora.

5.11. Flujo neto de efectivo

El flujo neto de efectivo (Entradas de efectivo menos salidas de efectivo) que tiene el proyecto en la fase operativa por concepto de ingresos operativos se tiene un valor de \$63.264; una salida total de efectivo de \$24.032, lo que origina un saldo neto de efectivo de \$39.232. El valor de salvamento o remanente en el último año es de \$40.696 como muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 108

Flujo neto de efectivo

FASE	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS					VALOR REMANENTE LIBROS
AÑO	2014	2015	2016	2017	2018	2019	
NIVEL DE PRODUCCIÓN							
ENTRADAS DE EFECTIVO							
1. Recursos Financieros	96.209,58						
2. Utilidad Operativa		58.062,47	56.316,25	58.573,96	62.180,69	64.607,54	
3. Depreciación		4.701,74	4.701,74	4.701,74	3.435,58	3.435,20	
4. Amortización		500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	
5. Valor Remanente en el Ultimo año							40.696,00
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	96.209,58	63.264,21	61.517,99	63.775,70	66.116,27	68.542,74	40.696,00
SALIDAS DE EFECTIVO							
1. Activos no corrientes	66.760,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
2. Capital de Trabajo	26.949,58	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
3. Activos Pre operativos	2.500,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
4. Costos Financieros		6.734,67	6.734,67	5.051,00	3.367,34	1.683,67	
5. Pago a principal		0,00	16.836,68	16.836,68	16.836,68	16.836,68	
6. Impuestos		17.297,47	16.708,99	18.037,24	19.820,10	21.205,34	
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	96.209,58	24.032,14	40.280,34	39.924,92	40.024,11	39.725,69	
ENTRADAS MENOS SALIDAS	0,00	39.232,07	21.237,65	23.850,79	26.092,16	28.817,05	40.696,00
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO (FNE)	0,00	39.232,07	60.469,72	84.320,51	110.412,66	139.229,71	179.925,71

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora.

5.12. Flujo de caja

El flujo de caja es similar al flujo neto de efectivo y su interpretación es válido desde el punto de vista contable y financiero, ya que es un instrumento que permite conocer el comportamiento y la proyección de fuentes y usos en efectivo, con la finalidad de prever su origen y aplicación:

Cuadro N° 109

Flujo de caja

Concepto	0	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos		219760	227825	236186	244854	253841
Ventas de Activos						
Cotos variables		-132830	-139944	-144967	-149857	-155254
Costos Fijos		-28868	-31565	-32646	-32817	-33979
Interés Préstamo		-6735	(\$ 6.735)	(\$ 5.051)	(\$ 3.367)	(\$ 1.684)
Depreciación		-4701,74	-4701,74	-4701,74	-3435,58	-3435,2
Amortización intangible		-500	-500	-500	-500	-500
Valor en libros						
Utilidad antes de impuesto		43629	42144	45495	49991	53485
Impuesto		-9598	-9272	-10009	-10998	-11767
Utilidad Neta		34031	32872	35486	38993	41718
Depreciación		4701,74	4701,74	4701,74	3435,58	3435,2
Amortización intangible		500	500	500	500	500
Valor en libro						
Inversión Inicial	-96209,58					
Inversión Reemplazo						
Inversión Capital de Trabajo	-26949,58					
Préstamo						
Amortización de deuda		\$ 67.347	\$ 50.510	\$ 33.673	\$ 16.837	\$ 0
Valor desecho						102419,33
Flujo de caja	-123159,16	38732,74	37573,74	40187,74	42428,58	147572,53

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

5.13. Balance proforma

En el balance proforma se puede encontrar la posición financiera que tendrá la empresa en su fase de inversión y operacional. En el balance se determina que en el primer año los activos corriente son de \$83.585; en Activos no corrientes \$62.058 y en activos diferidos \$2.000; teniendo un total de activos de \$147.644. En pasivos corrientes en este mismo año se tendrá \$21.862, en pasivo a largo plazo \$67.346 dando un total de pasivos \$89.209. En patrimonio y capital \$58.434 lo que origina un total de pasivos más patrimonio de \$147.644. El balance proforma para los cinco años considerados en el análisis, se muestra en el siguiente cuadro.

Construcción civil	33.600,00	32.592,00	31.584,00	30.576,00	29.568,00	28.560,00
Equipo y maquinaria de producción	19.172,00	17.254,80	15.337,60	13.420,40	11.503,20	9.586,00
Muebles y enseres de producción	2.000,00	1.800,00	1.600,00	1.400,00	1.200,00	1.000,00
Muebles y enseres administrativo	1.800,00	1.620,00	1.440,00	1.260,00	1.080,00	900,00
Muebles y enseres de ventas y distribución	1.300,00	1.170,00	1.040,00	910,00	780,00	650,00
Equipos de informática de producción	950,00	633,37	316,73	0,10	0,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.900,00	1.266,73	633,46	0,19	0,00	0,00
Equipos de informática de ventas	950,00	633,37	316,73	0,10	0,00	0,00
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	66.760,00	62.058,26	57.356,52	52.654,78	49.219,20	45.784,00
A. DIFERIDOS						
13.Gastos Pre operativos	2.500,00	2.000,00	1.500,00	1.000,00	500,00	0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.500,00	2.000,00	1.500,00	1.000,00	500,00	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	96.209,58	147.644,22	166.157,22	186.483,22	210.119,79	236.803,87

PASIVOS						
P. CORRIENTE						
14.Cuentas por Pagar		21.862,63	23.956,60	24.779,71	24.999,95	25.884,40
Pasivo a Largo Plazo						
15.Préstamo	67.346,71	67.346,71	50.510,03	33.673,36	16.836,68	0,00
TOTAL PASIVOS	67.346,71	89.209,34	74.466,63	58.453,07	41.836,63	25.884,40
PATRIMONIO						
16.Capital Social	28.862,87	24.404,55	58.818,00	92.544,43	129.289,91	169.200,94
17.Utilidad	0,00	34.030,33	32.872,59	35.485,72	38.993,26	41.718,53
TOTAL PATRIMONIO		58.434,9	91.690,59	128.030,15	168.283,16	210.919,47
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	96.209,58	147.644,22	166.157,22	186.483,22	210.119,79	236.803,87

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

5.14. Evaluación financiera

5.14.1. Cálculo del costo de oportunidad de la inversión (CK)

El costo de capital del proyecto considero, la inversión total y sus Fuentes de financiamiento. Para su cálculo se consideró la tasa de inflación del año 2014 que es de 3.67% y la tasa activa del 10%, la tasa pasiva del 6%. Para su cálculo se utilizó el siguiente procedimiento:

Cuadro N° 111

Costo de oportunidad

Descripción	Valor	%	Tasa de (%) ponderación	Valor ponderado
Capital Propio	28.863	30	6	180,00
Capital Financiado – BNF	67.346,71	70	10	700,00
Total	96.210	100	16	880,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

$$CK = 880/100 = 8.80\%$$

$$Td = 8.80 + 3.67\% = 12.47\%$$

El costo de oportunidad (CK) el costo de oportunidad o la tasa de descuento del proyecto es de 12.47%.

5.14.2. Valor actual neto (VAN)

“El criterio de análisis debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los flujos netos que genera el proyecto en relación a la inversión inicial actualizada a la misma tasa”

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

Donde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de descuento (12.47%)

n = Tiempo de proyección (5 años)

$$VAN_{(12.47\%)} = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE + VS_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_{(12.47\%)} = -96.209.58 + \frac{39.232.07}{(1+0.1247)^1} + \frac{21.237.65}{(1+0.1247)^2} + \frac{23.850.79}{(1+0.1247)^3} + \frac{26.092.16}{(1+0.1247)^4} + \frac{28.817.05 + 40.696}{(1+0.1247)^5}$$

$$VAN = -96.209.58 + 123.369$$

$$VAN = 27.159.44$$

El Valor Presente Neto del proyecto a una tasa de interés (i) o descuento del 12.47%, rinde el 12.47% anual en términos constantes y en adición generará una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$ 27.159.44 por lo que se justifica la inversión del proyecto desde éste punto de vista financiero.

5.14.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Los datos obtenidos en el cuadro de flujos netos de efectivo se procedió a calcular la TIR, considerando la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = -P + FCN_{(i)} = 0$$

El cálculo de la TIR será igual a

$$P = \sum FCN_{(i)}$$

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

La “i” que satisface la ecuación es la TIR

$$TIR = 21.20\%.$$

La “i” que satisface la ecuación es 0.212 que equivale al TIR del 21.2% del proyecto. Interpretando el resultado se tiene, que la inversión inicial es de \$96.209.58 y genera una rentabilidad anual del 21.2% que supera al costo de oportunidad (CK= 12.47%) en 8.73%.

5.14.4. Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Para determinar el periodo de recuperación de la inversión se consideró los Flujos Netos de Efectivo producidos por la empresa, actualizados a una tasa de redescuento del 12.47% en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto.

$$PRI = \sum FCN_{(12.47\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Cuadro N° 112**Periodo de recuperación de la inversión**

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	PRI
2014	96.209,58			4años, 3 meses y 17 días
2015		39.232,07	34.882,25	
2016		21.237,65	16.789,32	
2017		23.850,79	16.764,58	
2018		26.092,16	16.306,59	
2019		69.513,05	38.626,28	
TOTAL			123.369,02	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.14.5. Relación beneficio / costo

La relación beneficio / costo del proyecto considerando una tasa de redescuento del 12.47% es el cociente que resulta de dividir los Flujos de Caja Netos proyectados actualizados a la tasa de interés manifestada y dividida para la inversión inicial del proyecto. La ecuación usada es la siguiente:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(12.47\%)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R\ B/C = \frac{123.369}{96.209.58} = 1.28$$

Cuadro N° 113**Beneficio costo**

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	B/C
2014	96.209,58			1,28
2015		39.232,07	34.882,25	
2016		21.237,65	16.789,32	
2017		23.850,79	16.764,58	
2018		26.092,16	16.306,59	
2019		69.513,05	38.626,28	
TOTAL			123.369,02	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora.

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C de 1.28 que el proyecto es atractivo desde este punto de vista, con un retorno de 1.28 por cada dólar invertido.

5.16. Punto de equilibrio

En base al programa operativo proforma y a los presupuestos de ingresos y egresos totales se procedió a determinar el punto de equilibrio o producción mínima económica que tendrá la empresa en los cinco años proyectados. El punto de equilibrio en el primer año proforma es de \$90.003 y para el quinto año proyectado \$91.824.

Formula punto de equilibrio

$$PE_s = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}} \quad CF = \text{Costos Fijos}$$

CV = Costos Variable

Cuadro N° 114

Punto de equilibrio

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
Ingreso por ventas	219.760	227.825	236.186	244.854	253.841
Costos Totales	168.432	178.244	182.663	186.041	190.917
Costos Variable	132.830	139.944	144.967	149.857	155.254
Costos fijos	35.602	38.299	37.697	36.185	35.663
Punto de equilibrio \$	90.003	99.288	97.605	93.265	91.824

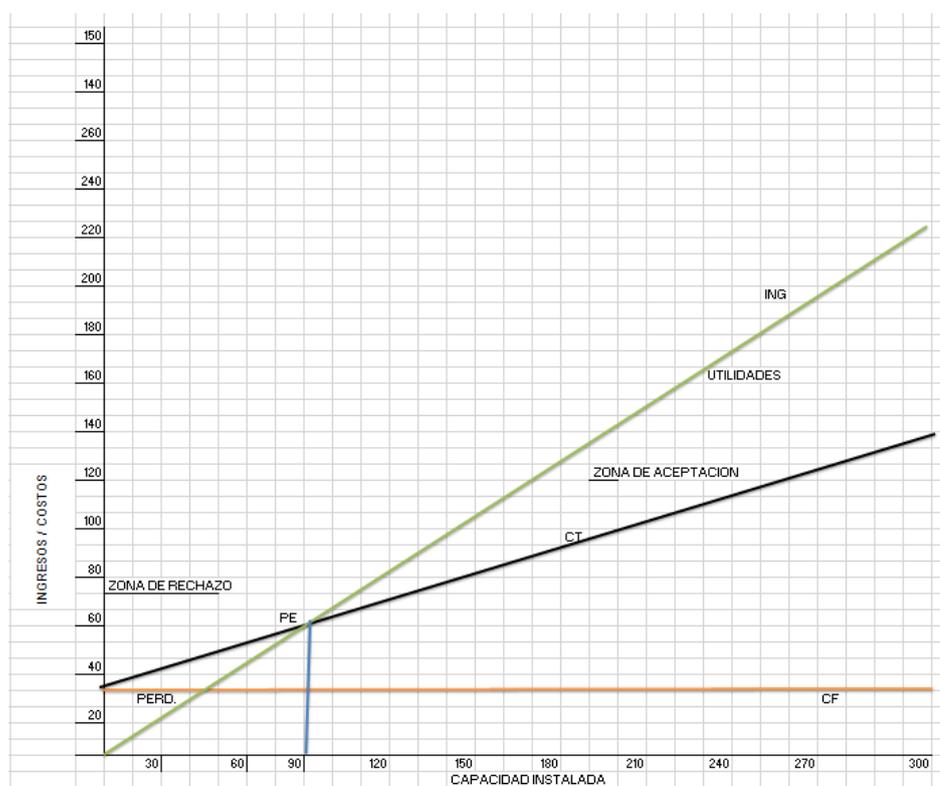
Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora.

5.16.1. Grafico de punto de equilibrio

Gráfico N° 25

Punto de equilibrio



5.17 Resumen de indicadores

Cuadro N° 115

Resumen de indicadores

Indicador	Resultado
(VAN), Valor Actual Neto	27.159.44
(CK), Costo de Oportunidad	12,47%
(TIR), Tasa interna de Retorno	21.20%
(B/C), Beneficio Costo	1.28
PRI	4 años, 3 meses y 17 días

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora

5.17.1. Análisis

El presente proyecto necesitará de 96.209,58 dólares para poner en marcha este estudio de factibilidad, la cual estará financiado de la siguiente manera el 30% inversión total, el 70% mediante un crédito al Banco Nacional de Fomento; obteniendo como resultados, una Rentabilidad Neta de 15,48% y Rentabilidad Bruta de 40%, la Tasa de Interna de Retorno es de 21,20% la cual supera al Costo de Oportunidad con 8.73% y el Valor Actual Neto es positivo con un valor de 27.159.44, todos estos indicadores nos indica que el proyecto de factibilidad de para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de prendas de vestir, elaboradas en tela Indu en la comunidad de San Antonio del Punge – parroquia Quiroga – cantón Cotacachi - provincia de Imbabura” es viable.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Presentación

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

Se determina las jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través del organigrama estructural y funcional, analiza aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad que se va implementar.

Este estudio definirá el manejo adecuado de la parte administrativa de la pequeña empresa, a su vez los requisitos y trámites que deberá cumplir la pequeña empresa.

6.1. Aspectos estratégicos

6.1.1. Nombre de la pequeña empresa.

El nombre que llevara la pequeña empresa será: *CREACIONES "COTATEX"*, ya que es una institución dedicada a la producción y comercialización de ropa, elaborada en tela Indu, además lleva el nombre del cantón donde se realizó el proyecto y es reconocida por su producción en textil y la diversidad cultural que tiene la misma.

6.1.2. Finalidad de la pequeña empresa.

Con la conformación de la pequeña empresa producirá prendas elaboradas en tela Indu tanto para hombres y mujeres, la misma que ofrecerá:

- Productos de buena calidad.
- Generar fuentes de trabajo.
- Comodidad de producto.
- Resaltar la cultura Cotacacheña.

6.1.3. Beneficiarios de la pequeña empresa.

- La comunidad de San Antonio del Punge.
- Las personas que trabajarán en la empresa COTATEX.
- La ciudad de Cotacachi.
- Los turistas nacionales y extranjeros.

6.1.4. Tipo de empresa

Será considerada una pequeña empresa manufacturera, ya que la inversión y la producción son limitados a la vez esta empresa se dedicara a la producción y comercialización de prendas elaboradas en tela Indu.

6.1.5. Logotipo

El logotipo que se empleara para identificar a la pequeña empresa, mediante el cual se comercializara el producto es la siguiente:

Ilustración N° 24

Logotipo



Elaborado por: La Autor

6.1.6. Misión

CREACIONES "COTATEX" es una pequeña empresa productora y comercializadora de prendas de vestir elaboradas en tela Indu, con bordados que resalta la cultura Cotacacheña, que brinde a sus clientes productos de alta calidad y aun precio accesible, basados en principios innovación, calidad y liderazgo.

6.1.7. Visión

En el año 2019 *CREACIONES "COTATEX"*, será líder en la producción y comercialización de ropa elaborado en tela Indu, ocupando un mercado importante en el sector textil a nivel local y reconocimiento a nivel internacional ,disponiendo de la última tecnología, comprometidos a trabajar con responsabilidad social, derecho de los trabajadores y sostenibilidad ambiental.

6.1.8. Objetivos.

Los objetivos de la pequeña empresa *CREACIONES "COTATEX"* son las siguientes:

- Posicionarnos en la producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu, como una primera empresa importante en la ciudad de Cotacachi.

- Mantener siempre los precios más bajos a comparación de nuestra competencia directa.
- Ser una empresa referente con la innovación en la producción y comercialización de los productos en los siguientes aspectos: modelos, bordados, tipos de bordado y la forma de atender a los clientes.
- Seleccionar la maquinaria, equipos y herramientas que sean necesarios para la producción de cada prenda con una buena materia prima de calidad y precios convenientes.
- Buscar el crecimiento personal y grupal de todas las personas inmersas en la operación de la micro empresa, logrando tener un desarrollo próspero y sostenido en cada una de las actividades que se realiza.
- Ser una empresa exitosa generadora de empleos.

6.1.9. Políticas

Las políticas de la pequeña empresa *CREACIONES "COTATEX"* son las siguientes:

- Controlar que se cumplan los horarios de trabajo en todas las áreas de la institución.
- Tener una reunión semanal, en la cual todos los trabajadores pueden exponer sus inquietudes y aportar con las ideas innovadores.
- Llevar el uniforme, mascarillas y otros implementos de trabajo, acorde a la área y a las indicaciones dadas por la institución,.
- Tratar con amabilidad y cortesía a cada uno de los clientes sin ninguna discriminación por su condición económica, étnica, religiosa, entre otros.
- Capacitar al personal si se requiere o es necesario, para el mejoramiento de la institución.
- Generar confianza en clientes y proveedores de la pequeña empresa.
- Incorporar aspectos de seguridad en beneficio de los clientes internos y externos.

- Tanto los ingresos como los gastos de la pequeña empresa deberán ser sustentados mediante documentos que respalden éstas transacciones.
- Pagar los impuestos y demás gravámenes establecidos en la Ley.

6.1.10. Principios y valores.

Los principios y valores en las que se basara la pequeña empresa *CREACIONES “COTATEX”* son las siguientes:

Cuadro N° 116

Principios y valores.

PRINCIPIOS	DESCRIPCIÓN
Innovación	Guiar a todos los miembros y colaboradores de la pequeña empresa <i>CREACIONES “COTATEX”</i> a que promueva el desarrollo de la competencia y aprendizaje a través de la experiencia, interacción del conocimiento y observación.
Calidad	Producir un producto que cumpla con las expectativas de los clientes, lo cual ayudará a que el producto tenga preferencia por los consumidores finales.
Liderazgo	Guiar a todos los miembros y colaboradores de <i>CREACIONES “COTATEX”</i> a la excelencia y al trabajo en equipo, creando un ambiente de respeto mutuo, y motivación; cumpliendo con todos los objetivos optimizando los recursos, resolviendo los problemas e incidencias con eficacia,
Puntualidad	En la pequeña empresa la puntualidad será muy importante ya que esta disciplina nos ayudara a cumplir nuestras obligaciones en cada una de las áreas.
Mejoramiento continuo	Fundamentar en el mejoramiento continuo de los procesos, basándose en la calidad del producto, en la

	atención del cliente y de los resultados finales que busca el cliente.
VALORES	DESCRIPCIÓN
Honestidad	Demstrar a través de la labor que realiza cada uno de los miembros de la empresa, honestidad y justicia para con el cliente y proveedores, por medio de acciones correctas que nos permite cumplir metas.
Responsabilidad	Cada miembro de la pequeña empresa debe cumplir sus obligaciones y tareas con responsabilidad, promoviendo el progreso y creando una conciencia de superación y compromiso para el logro de los objetivos planteados por la institución.
Lealtad	Infundir una conciencia de compromiso y fidelidad de los colaboradores hacia la pequeña empresa, contribuyendo al desarrollo de los objetivos propuestos por la misma.
Respeto	Fomentar en la organización un ambiente cálido y de respeto, de tal forma que todos trabajen a gusto y desempeñen eficientemente sus tareas.
Solidaridad	Fomentar la solidaridad dentro y fuera de la pequeña empresa, en donde se manifieste el reconocimiento del bien común y el sentido de una vida exitosa para todos.

Elaborado por: La Autora

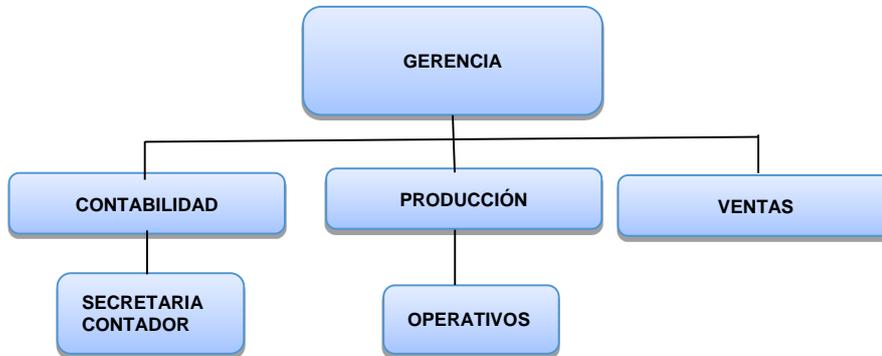
6.2. Aspectos organizacionales

Para formar la estructura administrativa se utiliza los organigramas, donde se define el orden jerárquico y la relación que debe existir de acuerdo a cada departamento y responsabilidades que debe tener cada uno de los funcionarios.

6.2.1. Organigrama estructural

Gráfico N° 26

Organigrama estructural



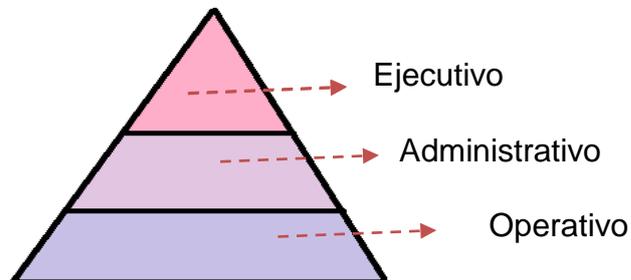
6.2.2. Organización interna de la empresa

La pequeña empresa *CREACIONES "COTATEX"* se fundamenta en tres niveles jerárquicos en los cuales se desarrollará las actividades de la misma, pilar elemental de su puesta en marcha.

La estructura orgánica presenta los siguientes niveles jerárquicos:

1. Nivel Ejecutivo
2. Nivel Administrativo
3. Nivel Operativo

Ilustración N° 25
Niveles jerárquicos



1. Nivel Ejecutivo

Lo conforma el Gerente propietario, es el puesto de mayor jerarquía dentro de la organización, es quien ejecuta las políticas generales, administra, coordina y supervisa todos los recursos de la organización (materiales, humanos y financieros) para alcanzar los objetivos, las metas propuestos por la pequeña empresa *CREACIONES "COTATEX"*.

2. Nivel Administrativo

Está integrado por el Secretario-Contador, que será el encargado de las acciones administrativas y financieras, mediante la emisión e interpretación rápida de los recursos financieros que tiene la institución y por el Jefe de Producción quien estará encargado de la parte de la elaboración de las prendas, mediante el control de producción en todas las áreas.

3. Nivel operativo

Está conformado por las diferentes áreas, el cual es el responsable de la producción y comercialización y las actividades acordes a este, garantizando la calidad de los productos y la atención merecida a los clientes.

6.2.3. Funciones de cada una de los procesos

1. Diseñador

- Sacar patrones o moldes para cada una de las prendas.
- Analiza la evolución del mercado de la moda para localizar las tendencias futuras y anticiparlas.
- Visualiza ideas, propuestas e iniciativas que generen valor agregado a la creatividad del sector textil, la indumentaria y accesorios.
- Genera sus propios espacios de trabajo a través de la creación de confección, transformación, ajuste y reparación de la prenda.

2. Cortador

- Desenrollar la tela
- Tender la tela sobre la mesa de acuerdo a la prenda que va cortar.
- Identificar el molde de acuerdo a la prenda y modelo.
- Trazar con la tiza sastre.
- Ahorrar la tela, aprovecha a máximo todos los centímetros de la tela.

3. Confección.

- Identificar las piezas de la prenda.
- Preparar delanteros y espaldares.
- Preparar cuellos y puños.
- Unir las piezas por la maquina recta.
- Unir las piezas por la maquina overlock.
- Realizar ojales en determinadas partes de la prenda.

4. Bordado.

- Identificar el diseño de la prenda.
- Bordar la prenda de acuerdo al pedido realizado.
- Cortar pelón de acuerdo al tamaño del bordado.
- Cambiar los colores de hilo
- Formatear la bordadora de acuerdo al modelo solicitado.

5. Planchado / Empaque

- Planchar las prendas.
- Clasificar por modelos.
- Clasificar por tallas.
- Clasificar por los colores de la prenda y empacar.

6.2.4. Identificación de puestos y funciones

a) Gerente

CREACIONES “COTATEX”	
Unidad Administrativa	
CARGO: Gerente	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p> <p>El gerente actúa como representante legal de la pequeña empresa, se encargará de la planificación, organización, control y evaluación de la gestión empresarial como son: conseguir los medios de funcionamiento con los cuales la pequeña empresa contará para desempeñar sus actividades de producción y comercialización prendas de vestir elaboradas en tela Indu y ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos.</p>	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar los equipos de trabajo. • Orientar la dirección de la pequeña empresa en sus diferentes áreas. • Definir y Planear las metas y Objetivos a largo, mediano y corto plazo. • Representar a la pequeña empresa en forma legal, judicial y extrajudicialmente. • Establecer políticas de control interno. • Asegurar el cumplimiento de los objetivos planteados. • Realizar informes mensuales sobre la marcha de la pequeña empresa. • Programar cursos de capacitación y adiestramiento del personal, tendientes a mejorar sus destrezas, habilidades y aptitudes de los empleados • Evaluar el desempeño y/o mérito individual. • Llevar un inventario del Recurso Humano que labora en la pequeña empresa. • Encargarse del reclutamiento y selección del personal. • Establecer estrategias para abrir nuevos mercados. • Gestionar créditos con instituciones financieras. 	
PERFIL DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Administración de empresa o carreras afines. • Tener liderazgo democrático -Trabajo en equipo. • Detectar problemas y solucionar • Establecer estrategias que permitan ahorrar los recursos. • Experiencia de 1 año en áreas similares. 	

b) Contador

CREACIONES “COTATEX”	
Unidad Administrativa	
Cargo: Secretaria – Contador	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p> <p>Se encargará de dirigir actividades del departamento, estableciendo de manera permanente la transparencia y claridad en los asuntos contables y financieros de la pequeña empresa.</p>	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar todos los trámites requeridos por el SRI (Servicio de Rentas Internas). • Planificar el proceso contable que va hacer establecido en la organización • Atender al público personal y telefónicamente para proporcionar información. • Mantener reuniones permanentes con los diferentes departamentos de la organización en la toma de decisiones y demás asuntos contables de la pequeña empresa. • Mantener el archivo e información contable bajo su custodia • Presentar todos los documentos, datos financieros si se lo requiere. • Realizar Estados Financieros analizar y documentar mensualmente. • Realizar labores administrativas afines al cargo • Realizar el presupuesto anual conjuntamente con el Gerente. • Registrar el valor de las facturas de compras y ventas del producto. • Controlar las entradas y salidas de dinero con sus respectivos comprobantes. 	
PERFIL DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título profesional en Contabilidad y Auditoría CPA • Tener buenas relaciones humanas. • Habilidad numérica. • Experiencia de 1 año en áreas similares. • Orientación a los resultados. 	

c) Jefe de producción

CREACIONES “COTATEX”	
Unidad de Producción	
Cargo: Jefe de Producción	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p> <p>El Jefe de producción es la máxima responsable de la parte del proceso productivo de la pequeña empresa, mediante el control en todo el proceso de la prenda.</p>	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de materia prima e insumos y suministros necesarios. • Elegir la materia prima e insumos adecuados para la elaboración de cada una de las prendas. • Garantizar el buen funcionamiento de cada una de las, maquinas y equipos de trabajo. • Reportar informes al gerente las novedades existentes de una forma oportuna. • Vigilar constantemente el procesamiento de producción. • Evaluar diariamente el resultado de cada uno de los trabajadores dentro de la area de producción. • Mejorar el tiempo en los procesos de la elaboración de la prenda. • Efectuar el control de calidad en cada una de las prendas confeccionadas. • Definir funciones y responsabilidades a cada uno de las áreas que conforma la producción de acuerdo a sus habilidades y destrezas que posee cada uno. 	
PERFIL DELPUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Técnico en Producción textil. • Experiencia laboral en Corte y Confección. • Trabajo en Grupo. • Tener el título de sastre o Modista. • Tener buenas relaciones humanas. • Experiencia mínima de un año en corte y confección. 	

d) Operarios

CREACIONES “COTATEX”	
Unidad de Producción	
Cargo: Operativos	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p> <p>Se encargará de realizar diferentes operaciones, siguiendo los distintos procesos de acuerdo a cada área, según los principios de la institución y normas de seguridad.</p>	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Desenrollar la tela • Tender la tela • Cortar la tela de acuerdo a solicitado • Preparar delanteros y espaldares. • Preparar cuellos y puños • Unir las piezas por la maquina recta • Unir las piezas por la maquina overlock. • Realizar ojales en determinadas partes de la prenda • Poner terminales y Botones • Planchar • Revisar que este en perfectas condiciones el acabado • empacar 	
PERFIL DELPUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Técnico en Producción textil. • Experiencia laboral en Corte y Confección. • Trabajo en Grupo. • Cooperación. • Tener buenas relaciones humanas. • Orientación a los resultados. 	

e) Vendedor

CREACIONES "COTATEX"	
Unidad de Ventas	
CARGO: Vendedor	
<p>DESCRIPCIÓN GENERAL</p> <p>Es responsable de brindar excelente servicio y cordial atención a los clientes de la institución, con el objeto de lograr la satisfacción y lealtad de éstos y consolidar ventas efectivas, de acuerdo a normas y procedimientos establecidos.</p>	
FUNCIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la sección asignada limpia y ordenada. • Comunicar en la empresa y al comprador respectivo la falta de alguna mercadería con el fin de velar por el adecuado surtido de su sección. • Revisar que la mercadería esté correctamente etiquetada. • Colaborar en actividades de traspaso, pedidos, devoluciones y cambios de mercaderías. • Controlar el orden, aseo y la adecuada utilización de los probadores por parte de los clientes. • Volver a ubicar la mercadería que se le mostró al cliente y que éste decidió no llevar. • Participar en la toma física de inventarios periódicos. • Colocar los sensores contra robo en la mercadería que corresponda. • Ejecutar cualquier otra labor afín sugerida por su supervisor inmediato. 	
PERFIL DEL PUESTO:	
<ul style="list-style-type: none"> • Actitud de servicio. • Experiencia en ventas.. • Responsable / Buena Presencia • Buen manejo de las relaciones interpersonales. • Dinámica en la toma de decisiones • Experiencia en ventas de 2 años • Tener unas buenas relaciones laborales 	

6.3. Aspectos legales de funcionamiento

6.3.1. Constitución legal

Con el fin de poder constituir la pequeña empresa de confecciones de ropa elaborado en tela Indu, que tiene como nombre CREACIONES COTATEX, se elegirá como unipersonal

6.3.2. Permisos de funcionamiento.

Personas para obtener el permiso de funcionamiento de la pequeña empresa.

Personas naturales o empresa de hecho

- Obtener el registro único de contribuyente –RUC
- Obtener en patente municipal
- Obtener en número patronal del IESS

a) Trámite para obtener el registro único de contribuyentes (RUC).

- Copia de cedula y papeleta de votación.
- Planilla de luz, agua o teléfono
- Estado bancario.
- Escritura de la propiedad donde va estar ubicado la institución o contrato de arrendamiento

b) Trámite para obtener el patente municipal.

- Inscribir en la Jefatura de rentas del municipio.
- Realizar el pago en la oficina de recaudación.
- El plazo para cancelar en de 30 días.
- La periodicidad del impuesto del patente es anual.
- Solo esta exonerado los artesanos calificados.

c) Trámite para la inscripción – por una sola vez

- Adquirir el formulario del patente municipal
- Original y copia de la cedula y papeleta de Votación.
- RUC actualizado.
- Carta de pago de impuesto predial.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Se entiende como impactos al conjunto de consecuencias provocadas por un hecho o un efecto provocado por una situación, estos hechos o consecuencias pueden ser positivos o negativos, se debe entender por impacto el reflejo que un proceso o resultado de una investigación, causa un determinado sector o región. Para la evaluación de los impactos del proyecto de producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu, se empleara la matriz de impactos la cual funciona con la asignación de una calificación en escalas.

7.1. La evaluación se hace aplicando la siguiente escala:

Cuadro N° 117

Escala de impactos

Niveles de Impacto	Valoración Cuantitativa
Muy Alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy Bajo	1
Indiferente	0

Elaborado por: La Autora

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

7.2. Impacto económico

Cuadro N° 118

Evaluación del impacto económico

Indicador	Niveles de impacto					
	0	1	2	3	4	5
Mejoramiento del Nivel de Ingresos					4	
Desarrollo del Sector					4	
Aporte económico al Estado por efectos Tributarios				3		
Oferta de Empleo					4	
TOTAL				3	12	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

IMPACTO TOTAL= Niveles de Impacto = 15/4= 3.75

Número de Indicadores

Nivel de impacto económico de la pequeña empresa es de 3.75 = **es alto**

Análisis:

- **Mejoramiento del Nivel de Ingresos**

El proyecto generara el mejoramiento del nivel de ingreso, para el personal interno de la empresa, mediante la distribución de utilidades y participaciones de cada periodo económico.

- **Desarrollo del Sector**

La comunidad de San Antonio del Punge se beneficiara debido a que se implementara una pequeña empresa con una actividad productiva que permitirá emplear mano de obra en diferentes áreas.

- **Aporte económico al Estado por efectos Tributarios**

El proyecto mediante el pago de impuestos, incrementara los ingresos al Gobierno Municipal del cantón, mismo que contribuirá a su mejoramiento.

- **Oferta de Empleo**

Mediante el proyecto implicará nuevas áreas - puestos de trabajo en el sector, la cual permitirá un mejoramiento en sus ingresos de todos los involucrados.

7.3. Impacto ambiental

Cuadro N° 119

Evaluación del impacto ambiental

Niveles de impacto Indicadores	0	1	2	3	4	5
Mínima Contaminación del Agua		1				
Bajo Contaminación del Aire		1				
Tratamiento de deshecho		1				
Baja Contaminación Auditiva		1				
TOTAL		4				

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

IMPACTO TOTAL= Niveles de Impacto = 4/4= 1

Número de Indicadores

Nivel de impacto ambiental de la pequeña empresa es de 1 = **es muy bajo**

Análisis:

- **Mínima Contaminación del Agua**

La contaminación de agua será muy bajo, ya que este proyecto únicamente utilizará el agua para servicios básicos y no es un elemento fundamental para elaborar las prendas elaboradas en tela Indu.

- **Bajo Contaminación del Aire**

En cuanto a la contaminación de aire es muy baja, ya que la empresa COTATEX no producirá ningún tipo de gas tóxico.

- **Tratamiento de deshecho**

El tratamiento de desechos – desperdicios, se realizará primeramente una clasificación por su naturaleza para ubicar en los recipientes necesarios, además este tipo de desechos que son los retazos de telas se les puede comercializar para que utilicen como materia prima para elaborar otros productos.

- **Baja Contaminación Auditiva**

En cuanto a la contaminación auditiva al utilizar maquinaria y equipos de última tecnología se reducirá significativamente la propagación de ruido.

7.4. Impacto social

Cuadro N° 120

Evaluación del impacto social

Indicador	Niveles de impacto					
	0	1	2	3	4	5
Generación de plazas de trabajo					4	
Satisfacción de las necesidades de los clientes						5
Valores Ético y Moral					4	
Mejor Calidad de Vida					4	
TOTAL					12	5

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

IMPACTO TOTAL= $\frac{\text{Niveles de Impacto}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{17}{4} = 4.25$

Número de Indicadores

Nivel de impacto social de la pequeña empresa es de 4.25 = es alto positivo.

Análisis:

- **Generación de plazas de trabajo**

En este proyecto el impacto es alto positivo en la cual, existirá generación de plazas de trabajo en el sector ,para las diferentes áreas de la pequeña empresa COTATEX, en donde se necesitará, mano de obra profesional y no profesional.

- **Satisfacción de las necesidades de los clientes**

A través de producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu, permitirá a los consumidores a tener más opciones en cuanto a variedad de colores, modelos y bordados tanto a mano y computarizadas.

- **Valores Ético y Moral**

A través de este proyecto, se practicará a fondo los valores ético y moral, ya que en este proyecto incluye a las persona del sector, de esta manera permitirá guiar las acciones de cada uno y elecciones individuales.

- **Mejor Calidad de Vida**

Se mejorará la calidad de vida del sector por que tendrán la oportunidad de laborar, lo cual ayudara a tener ingreso que le permitan satisfacer sus necesidades.

7.5. Impacto del proyecto

Cuadro N° 121

Evaluación del impacto proyecto

Niveles de impacto Indicador	0	1	2	3	4	5
Impacto económico					4	
Impacto ambiental		1				
Impacto social					4	
TOTAL		1			8	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

IMPACTO TOTAL= Niveles de Impacto = 9/3= 3

Número de Indicadores

Nivel de impacto del proyecto de la pequeña empresa es de 3 = es Mediano

Análisis:

La matriz nos indica que al inyectar los fondos para la ejecución del proyecto no solo tiene su beneficio a los actores principales involucrados en este proyecto, sino también se puede visualizar el aporte positivo a la economía que va a realizar esta pequeña empresa, con el cumplimiento de todas las obligaciones tributarias que determina la Ley del Estado Ecuatoriano, por ende se propicia a la reactivación del sector y el mejoramiento de la calidad de vida de productores, trabajadores, transportistas y consumidores finales.

El impacto del proyecto es medio, lo implica, de ejecutarse este proyecto se deberá tomar todas las medidas correctivas para no evitar riesgos ambientales y humanos y sus comunidades aledañas.

CONCLUSIONES

1. Con el análisis del diagnóstico se pudo conocer la situación actual de Cotacachi, donde se refleja oferta = 4 pequeños locales, ya que ofrece prendas elaboradas en tela INDU en una mínima cantidad en el parque San Francisco, sería competencia aunque no sean productores, ellos son intermediarios que no cubre la demanda de los clientes. Además se pudo determinar que el sector es declarado cantón ecológico (Reserva Cotacachi Cayapas).
2. Las bases teóricas – científicas imprescindible para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, en vista de que se obtuvo datos muy necesarios que ayudan a conocer a profundidad sobre la producción y comercialización de prendas de vestir elaboradas en tela Indu.
3. El desarrollo del estudio del nos proporcionó valiosa información relacionada a la demanda, y la oferta en la ciudad de Cotacachi y permitió hacer un análisis preliminar de la demanda potencial de prendas de vestir elaboradas en tela Indu, además se identificó que llegan a diario los visitantes al sector nacionales (78%) y extranjeros (22%) quienes, si utilizan este tipo de prendas y si están dispuestos a adquirir.
4. En el estudio técnico se determinó que la comunidad de San Antonio del Punge es el lugar estratégico para ubicar la futura pequeña empresa, porque se encuentra en un sector que posee todos los servicios básicos para el buen desempeño de la actividad productiva.
5. El estudio económico – financiero demuestra que es factible, la inversión inicial necesaria para poner en marcha este proyecto es mínima ya que la rentabilidad del proyecto según los flujos de caja se puede evidenciar el retorno progresivo de la inversión además este hecho además es confirmado por la evaluación financiera por los métodos VAN y TIR la inversión se recuperaría en 4 años 1meses 17 días.

6. En lo referente a la estructura orgánica y funcional, esta ha sido diseñada de tal manera que facilitara el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas de la empresa según los fines y objetivos de la empresa a instalar, conseguir el éxito organizacional y funcional de la nueva organización productiva. Además existe disposición de mano de obra calificada y no calificada en la Comunidad, esto permitirá disminuir costos en las contrataciones de personal.

7. El nivel de impactos que genera el proyecto representan un valor positivo que es 3, en el ámbito económico tenemos 3.7, ambiental es de 1 y en el ámbito social es de 4,25. Esto representa una ventaja para la pequeña empresa, porque significa que es rentable desde diferentes aspectos.

RECOMENDACIONES

1. Conforme a los resultados del estudio se considera muy necesario recomendar este proyecto; en vista de que es fuente de una importante rentabilidad para la pequeña empresa en su conjunto; aprovechar la demanda por satisfacer, mediante una producción de calidad, optimizando al máximo los recursos que dispone, alcanzando la eficiencia y eficacia; realizar periódicamente el diagnóstico del sector para conocer la tendencia del mercado.
2. Implementar controles y evaluaciones económicas y financieros periódicamente que permitan conocer el rendimiento organizacional tomar decisiones oportunas, a fin de cumplir con los indicadores programados.
3. Aprovechar la demanda insatisfecha, empleando canales de distribución y publicidad adecuados, de manera que se logre el posicionamiento del producto en el mercado, tomando en cuenta que este tipo de prendas tiene gran valor cultural e histórico.
4. Realizar planes de acción que permitan mantener el nivel productivo y de rentabilidad de la empresa a través de reinversiones en creación de nuevos modelos, diseños en prendas elaboradas en tela Indu, para diferentes ocasiones, lo cual permitirá sobresalir en el mercado.
5. La actividad propuesta en este proyecto garantiza un importante flujo de ingresos y utilidades, por lo que se recomienda buscar estrategias que le permita aprovechar al máximo los desechos existentes de la pequeña empresa, ya que este tipo de desperdicios es materia prima importante para la producción de colchones, almohadas, cojines entre otros.

6. Dar a conocer a todos los trabajadores la estructura organizacional y funcional de la pequeña empresa, la designación de funciones los procesos productivos, políticas, valores, las responsabilidades de cada uno, generando un ambiente laboral adecuado para todos.

7. Se deberá mantener los niveles positivos de impacto, procurando que sean de utilidad para la sociedad y sobre todo económica, ambiental y social que es lo que últimamente se ha tratado de cuidar por todas las personas en el mundo, en caso de ejecutar el presente proyecto si existiera variaciones, tratar de enmendar errores y solucionar los inconvenientes, en caso de que se presentara.

BIBLIOGRAFÍA

1. Anzola Rojas, Sérvulos, (2010). *Administración De Pequeñas Empresas*, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill.
2. Arthur Thompson, A.J. Strickland, “*Administración Estratégica Conceptos y Casos*”, 11va Edición, Editorial Mc Graw Hill,
3. Bonta Patricio & Farber Mario; (2010); “*199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad*”, 11ª Edición, Editorial Norma.
4. Chiavenato, Idalberto (2011) “*Administración de Recursos Humanos, El capital humano de las organizaciones*”, Novena Edición
5. Chiliquinga Manuel (2007),”*Costos*”, Primera Edición, Ecuador.
6. *Código de trabajo*; Año 2015
7. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones del Ecuador, Año 2013.
8. Díez De Castro, García del Junco, Martín Jiménez y Periañez Cristóbal; (2010) “*Administración y Dirección*”, Primera Edición, Editorial Mc Graw Hill.
9. Durán Ramírez, Felipe, (2010). *Educando para montar su empresa y no fracasar en el intento*, Primera Edición, Editorial Grupo Latino.
10. Fisher, Laura y Espejo, Jorge; (2010); “*Mercadotecnia*”, Tercera Edición; Editorial Mc Graw Hill- Interamericana.
11. Gany Castro, José Nicolás; (2009); “*Investigación Integral de Mercados*”, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill.

12. Gil Estallo, María de los Ángeles & Giner de la Fuente Fernando, (2012). *Como crear y hacer funcionar una empresa*, Octava Edición, editorial Alfaomega.
13. Gitman Lawrence J. y Zutter Chad J. (2012), *Principios de administración financiera*, Doceava Edición, Editorial Pearson Educación.
14. Gobierno municipal de Santa Ana de Cotacachi 2013 -2014.
15. *Guía para el diseño de plan de trabajo de grado*, Editorial Universitaria. UTN. Año 2014.
16. INEC Cartilla Censo, Año 2010.
17. Iturrioz del Campo, Javier, *“Diccionario Económico”*, (2014), Primera Edición, Editorial Información Económico
18. KOTLER, Philp; ARMSTRONG, Gary; (2009); *Fundamentos de Marketing*, Octava Edición, Editorial Pearson Educación.
19. LEY DE SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍA. Año 2014
20. LEY DEL IESE. Año 2014.
21. Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporación.
22. Ministerio de Turismo Regional Norte, Ibarra 2014.
23. Pozo Y. , Miguel Angel (2010) *”Metodología de Investigación para trabajo de grado”* Cuarta Edición
24. Sánchez Gómez, (2012). *Administración*, Primera Edición, Editorial McGraw.

25. Walter Jácome, (2005). *Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión*. Editorial universitaria CUDIC Ecuador.
26. Zambrano Pontón, Pablo; (2013), "*Microeconomía*", Primera Edición, Editorial Jurídica del Ecuador.
27. Zapata, S. Pedro, (2011) "*Contabilidad General*", séptima Edición, Editorial Mc Graw Hill.

LINKOGRAFÍA

1. <http://www.cotacachi.gob.ec/>
2. <http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.optur.org%2Festadisticas%2Fvisitas-areas-protegidas-2012.xlsx&ei=rXbFU43OC8fMsQS0zoCgDw&usg=AFQjCNET9RyXxe0bkvW1FwPBjpi-ViBssQ>
3. http://www.indutexma.com/p_indu.php
4. https://www.google.com.ec/?gfe_rd=cr&ei=O3XFU9v5F8Ld8gebtYHoCg&gws_rd=ssl#q=turistas+nacionales+y+extranjeros+a%C3%B1o+2012+cotacachicayapas
5. <http://www.ambiente.gob.ec/>
6. <http://www.ambiente.gob.ec/?s=cotacachi+cayapas>
7. <http://www.tiposde.org/empresaa-y-negocios/4-tipos-de-empresa/> menciona los siguientes
8. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
9. http://es.wikipedia.org/wiki/Prendas_de_vestir
10. <http://www.monografias.com/trabajos2/printeoadmin.shtml2012>.
11. <http://www.artesanum.com/definicion-bordado-50.html>
12. Definición de vestimenta - Qué es, Significado y Concepto
13. <http://definicion.de/vestimenta/#ixzz3SPlqRirE>

ANEXOS

ANEXO No. 1 Atractivos naturales y culturales de la ciudad de Cotacachi

Calle 10 de Agosto.



Museo de la Culturas



Plaza del Sol



Parque Central



Parque San Francisco



Centro Historico



Ropa en Cuero



Laguna de Cuicocha



El Inti Raymi



ANEXO No. 2 Prendas elaboradas en tela Indu**Camisa****Blusa****Pantalon**

ANEXO No. 3 Instrumentos de investigación

- a) **Encuesta aplicada a los propietarios de los locales comerciales de prendas de vestir de tela Indu de la ciudad de Cotacachi.**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta dirigida a los propietarios de los locales comerciales de prendas de vestir de tela Indu de la ciudad de Cotacachi. La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a la oferta existente, para la creación de una “pequeña empresa de producción y comercialización de prendas de vestir, elaboradas en tela Indu en la comunidad de san Antonio del Punge – parroquia Quiroga – cantón Cotacachi - provincia de Imbabura” la misma que servirá como base para la elaboración y desarrollo de un proyecto de investigación.

CUESTIONARIO:

1. Qué cantidad de prendas en tela Indu comercializa mensualmente?
2. ¿Qué porcentaje de camisas, pantalones y blusas en tela Indu comercializa mensualmente?
3. ¿Cuál es el crecimiento promedio de las ventas de prendas de vestir en tela Indu en los últimos cinco años?

4. ¿Cuál es el precio promedio de las prendas de vestir en tela Indu que usted comercializa?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



- b) Encuesta dirigido a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Cotacachi.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL

Encuesta dirigida a los turistas que visitan la ciudad de Cotacachi. La presente encuesta tiene por objeto recolectar información respecto a la aceptación de la creación de una “pequeña empresa de producción y comercialización de prendas de vestir, elaboradas en tela Indu en la comunidad de san Antonio del punge – parroquia Quiroga – cantón Cotacachi - provincia de Imbabura” la misma que servirá como base para la elaboración y desarrollo de un proyecto de investigación.

Instrucciones: Señale con una X , según la respuesta que usted crea conveniente.

CUESTIONARIO:

1. ¿Tiene conocimiento de las prendas de vestir en tela Indu?

a) SI

b) NO

2. ¿Estaría gustoso(a) en utilizar prendas elaboradas en tela Indu?

- a) SI
- b) NO

3. Asigne el aspecto más importante para adquirir las prendas elaboradas en tela Indu?

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Cultura
- d) Otros.

4. ¿Qué tipo de prendas de vestir en tela Indu adquiere o adquiriría?

- a) Pantalón
- b) Camisa
- c) Blusa
- d) Otros.

5. ¿Cómo prefiere que sean las prendas elaboradas en tela Indu?

- a) Llanos
- b) Con bordados
- c) Con bordados computarizados

6. ¿Qué dibujos preferiría que lleve las prendas elaboradas en tela Indu?

- a) Ancestrales
- b) Animales
- c) Culturales
- d) Otros

7. ¿Cada qué tiempo compra ropa elaborada en tela Indu?

- a) Mensual
- b) Trimestral
- c) Semanal
- d) Anual

8. ¿Cuál es el precio que normalmente usted ha pagado por adquirir una prenda de vestir elaborada en tela Indu en las siguientes opciones?**Por una Camisa**

- a) Menos de 10\$
- b) 10\$ a 15\$
- c) más de 15\$

Por un Pantalón

- a) Menos de 10\$
- b) 10\$ a 15\$
- c) más de 15\$

Por una Blusa

- a) Menos de 10\$
- b) 10\$ a 15\$
- c) más de 15\$

ANEXO No. 4 Proveedores



Ciudad: Quito

Dirección: Gaspar de Villarroel 1211 y Paris

Teléfono: 22877283



ANEXO No. 5 Proformas

COMERCIAL KEYLA
Su mejor decisión

Dirección : Colón y Sucre esquina Telef. 062-926-826

PROFORMA

Cliente : PIJUANGO MORETA MARIA PATRICIA RUC : 100326350-4
 Fecha : 10/06/2014 telf: 0994049238

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	COMPUTADOR DE ESCRITORIO PROCESADOR DUAL CORE 500/GB/2GB RAM /WINDOWS 7 /REGULADOR DE VOLTAJE/	495	495,00
1	IMPRESORA EPSON L210 CON SISTEMA DE TINTA CONTINUA	265	265,00
1	TELEFONO FAX PANASONIC	145	145,00
1	SUMADORA CASIO	45	45,00
		TOTAL	950,00

Nota : tiene validez 15 dias.

.....
ADMINISTRADORA
COMERCIAL KEYLA



PROFORMA
RUC: 1002007944001

Vendedor: ALEX

Fecha: _____

Máquina: CORTADORA

Máquina: BOLADORA

Marca: JONTEX

Marca: SWF - 9. AGUAS

Tipo: SEMI-INDUSTRIAL

Tipo: INDUSTRIAL

Modelo: RS0-100

Modelo: _____

Serie: _____

Serie: _____

P.V.P. \$ 160,00

P.V.P. \$ 14.220,00

Cuota Inicial: \$ _____

Cuota Inicial: \$ 7.000,00

Pagos: \$ _____

12 Pagos: \$ 666,60

Precio total: \$ _____

Precio total: \$ _____

Principal Otavalo: Av. Quito y Sucre (Frente al Cuerpo de Bomberos) ☎ 06 2 922 - 794
 Sucursal Otavalo: Calle Bolívar y Abdón Calderón (Junto al teatro Bolívar) ☎ 06 2 922 - 916
 Sucursal Ibarra: Sánchez y Cifuentes y Pedro Moncayo (Junto Almacén ASTRA) ☎ 06 2 611 - 614

SIGUENOS EN:



0986957229

ANEXO No. 6 Proforma papelería LA UNICA



LIBRERIA Y PAPELERIA LA ÚNICA

RUC 1002427365001

USTED ES NUESTRO MEJOR CLIENTE

CLIENTE:	ASEAC	PROFORMA	2526
RUC:	1002347522001	RESPONSABLE	RICARDO GARCÍA

DIRECCIÓN COTACACHI

FECHA: 18/03/2013

CANTIDAD	ARTICULO	UNITARIO	V. TOTAL
----------	----------	----------	----------

V.

12	CUADERNOS ESPIRALES 100H	0,76	9,12
24	ESFERO BIC PM	0,23	5,52
24	MARCADORES TIZA LIQUIDA	0,79	18,96
50	PLIEGOS DE CARTULINA	0,32	16
48	LAPIZ HB	0,54	25,92
24	BORRADOR PZ PELIKAN	0,50	12
20	FOLDER CARTON CO VINCHAS	0,22	4,4
4	PERFORADORAS KW-978	7,95	31,8
4	ENGRAPADORAS 444	11,50	46
16	ARCHIVADORES OFICIO	2,67	42,72
10	APOYAMANOS PLASTICO	2,59	25,9
8	TIJERAS PAOS O CARIOCA	0,34	2,72
5	FLASH MEMORY 4G ORIGINAL	12,20	61
4	PORTA PAPEL 2 SERVICIOS	12,20	48,8
1	SACAPUNTA DE ESCRITORIO	9,80	9,8

24	MARCADORES PERMANENTES	0,75	18
50	**PLIEGOS DE PAPEL PERIODICO	0,10	5
20	**RESMAS DE PAPEL BOON	3,80	76
4	CAJAS DE GRAPAS DE 5000U	1,25	5
10	CAJAS DE CLIPS	0,35	3,5
10	SEPARADOR DE HOJAS CARTON ALFABETICO	3,75	37,5
4	CALCULADORA	12,00	48

553,66**Sub Total: 553,66****IVA 12%: 66,44****IVA 0%: 176,00****TOTAL: 796,10**

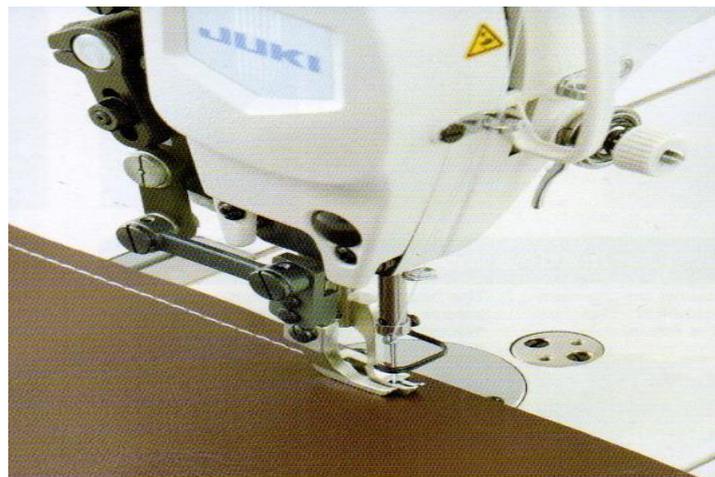
NOTA: EN CASO DE TRANSFERENCIA FAVOR AL BANCO PICHINCHA CUENTA CORRIENTE

No 32733174-04 A NOMBRE DE LIBRERÍA Y PAPELERIA LA UNICA O RICARDO GARCIA

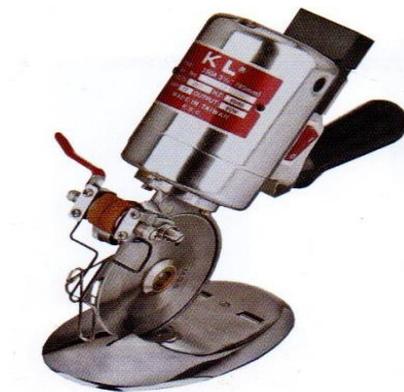
PRINCIPAL: Gonzales Suarez y García Moreno Telefax 062 914 035 / 062 916 903

SUCURSAL 3: QUIROGA Parque principal vía a Otavalo Tel 097802425

ANEXO No. 7 Maquinaria maquina recta industrial JUKI



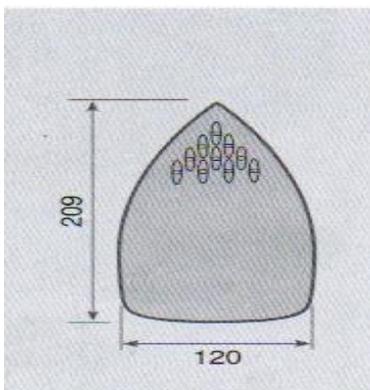
Cortadora de tela



Maquina Overlock Industrial KENGTEX



Plancha



Bordadora Computarizada



ANEXO No. 8 Inflación

13/06/13

Banco Central del Ecuador

Junio 13 de 2013



Ayudas | Acceso Directo | Contáctenos

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



Seleccione otro indicador

FECHA	VALOR
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %

Datos Comparables

Selección dato a comparar:

Fecha Inicial: 1990 1

Fecha Final: 1990 1

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

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

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

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

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

Datos

Comparables

Selección dato a comparar

Fecha Inicial

Fecha Inicial

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

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

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

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %

Indicadores Relacionados

% DE INFLACION MENSUAL

INFLACION - ACUMULADO MENSUAL

% Previsión de la inflación máxima anual

% Previsión de la inflación mínima anual