



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS BORDADAS EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE, CANTON ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

**AUTOR: TITUAÑA YAMBERLA JHON MARCELINO.**

**DIRECTORA: Eco. GUERRERO WILMA**

**IBARRA –ECUADOR**

**Junio - 2015**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene por objeto determinar la factibilidad de crear una microempresa para la producción y comercialización de blusas bordadas en la parroquia de San Roque, Cantón Antonio Ante. De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de las variables del diagnóstico situacional de la parroquia de San Roque se logró determinar que el sector es un lugar idóneo para crear una microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas; este lugar cuenta con todos los servicios básicos necesarios para la construcción de la infraestructura de la microempresa y cuenta con vías de acceso en buen estado. Además de ello, es importante considerar que el proyecto tiene una aceptación del 85% de la población estudiada que representa a 1.180 personas, que están dispuestas a comprar las blusas bordadas. Actualmente existe una demanda de 12.213 blusas anuales, mientras que los oferentes apenas producen 7.200 blusas anuales, lo cual refleja que existe en el mercado una demanda insatisfecha de 5.088 unidades de blusas. Información muy valiosa que sirve de justificación para la puesta en marcha del proyecto. El presupuesto de inversión inicial requerido es de \$101.430,16 dólares, integrado por: inversión fija por \$47.100 y capital de trabajo por 54.330,17 dólares. Los resultados obtenidos del estudio financiero muestran indicadores financieros bastante alentadores como por ejemplo: Un VAN positivo de 2.956,18 dólares; la tasa interna de retorno 15.24%, la cual supera a la tasa del TRM 13% y el beneficio costo igual a \$ 1,74 dólares que por cada dólar invertido en el proyecto, generara 0,74 centavos adicionales, resultados muy atractivos y a la vez alentador para invertir capital en este proyecto. De la misma manera los resultados obtenidos de los análisis de los impactos socioeconómico, tecnológico, comercial y cultural educativos producen un impacto general medio positivo demostrando que es viable la creación de la microempresa.

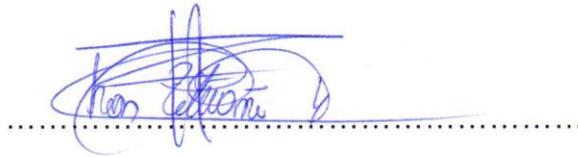
## **SUMMARY.**

The present project has as an objective to determine the feasibility of creating a small micro-enterprise for the production and commercialization of embroidered blouses in the parish of San Roque Antonio Ante Canton. In Accordance with the obtained results of the analysis of the variables of the situation diagnostic, the parish of San Roque was determined that the sector is an ideal place to create a micro –enterprise of production and commercialization of embroidered blouses. This place already has all of the necessary basic services for the construction of infrastructure microenterprise and has roads access in good condition. In addition to that, it is important to consider that the project has a very good acceptance of 85% of the studied population that represents 1.180 people that are willing to buy the embroidered blouses, actually existing a demand of 12.213 blouses annually while offers' barely produce 7.200 blouses annually, which reflects that an unsatisfied demand of 5.088 units of blouses exists in the market very valuable information that serves as justification of the setting in motion of the project.

Considering the aforementioned information the technical and financial studies were done. To set the project in motion the budget for the initial required investment is \$ 101,430.16 US dollars, set at: fixed investment by \$ 47,100 and capital for laboras \$ 54,330.17 dollars and the obtained results of the financial study show encouraging financial indicators for example: A positive VAN of \$ 2.956,18 dollars ; the return rate 15,24% which overcomes the TRM rate of 13% and the benefit cost likewise at \$ 1.74 US dollars that for each dollar invested in the project would generate 0.74 additional cent, very attractive results and at the same time encouraging for investing capital in this project. In the same way the obtained results of the analysis of the socioeconomic, technological, commercial and cultural educational impacts produce a generally positive impact means demonstrating that it is feasible to create microenterprises.

## AUTORÍA

Yo, Jhon Marcelino Tituaña Yamberla, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A handwritten signature in blue ink is written over a horizontal dotted line. The signature is stylized and appears to read 'Jhon Marcelino Tituaña Yamberla'.

Firma

Jhon Marcelino Tituaña Yamberla

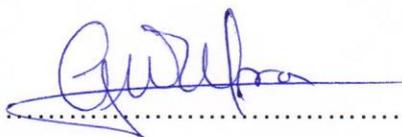
C.I 1003432794

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por el egresado Jhon Marcelino Tituaña Yamberla, para optar por el Título de Ingeniero en Economía Mención Finanzas, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS BORDADAS EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**

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

En la ciudad de Ibarra, a los 24 días del mes de junio del año 2015



**Econ. Wilma Guerrero**  
**DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO.**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100343279-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Tituaña Yamberla Jhon Marcelino		
DIRECCIÓN:	San Roque, Atuntaqui, Imbabura		
EMAIL:	megn1988_2010@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	-	TELÉFONO MÓVIL	0993877603

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS BORDADAS EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	Tituaña Yamberla Jhon Marcelino
FECHA: AAAAMMDD	2015/24/06
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero en Economía Mención Fianzas
ASESOR /DIRECTOR:	Econ. Wilma Guerreo.

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, TITUAÑA YAMBERLA JHON MARCELINO, con cédula de identidad Nro. 100343279-4, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 29 días del mes junio de 2015

### EL AUTOR:

(Firma).....  
Nombre: TITUAÑA YAMBERLA JHON MARCELINO  
C.C. 100343279-4



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, TITUAÑA YAMBERLA JHON MARCELINO, con cédula de identidad Nro. 100343279-4 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 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS BORDADAS EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollada para optar por el Título de Ingeniero en Economía Mención Fianzas de la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 29 días del mes de junio de 2015

(Firma) .....  .....  
Nombre: TITUAÑA YAMBERLA JHON MARCELINO  
Cédula: 100343279-4

## AGRADECIMIENTO.

*En el presente trabajo agradezco a mis padres y familiares porque me brindaron su apoyo tanto moral y económico para seguir estudiando y lograr mis metas y objetivos trazados para tener un futuro mejor y ser un orgullo para ellos.*

*A la Universidad Técnica del Norte, alma máter de la ciencia y tecnología al servicio del pueblo por abrirme las puertas y permitirme ser parte de la gran familia de esta casa Universitaria;*

*Así también a mis queridos formadores quienes depositaron su confianza y esperanza en mí a lo largo de mi carrera para transmitir sus amplios conocimientos para mi formación profesional.*

*El agradecimiento sincero a mi Director de Tesis por haber entregado sus valiosos conocimientos para la culminación del presente trabajo.*

*Jhon*

## DEDICATORIA.

*Mi Trabajo de Grado la dedico con todo mi amor a mi preciada Familia especialmente a mis Padres que me educaron y me enseñaron los valores más preciados de la vida, el amor, el respeto, la honradez y la responsabilidad que gracias a su inmenso amor y sabios consejos he podido llegar a ser lo que soy ahora y cumplir este gran logro.*

*Con cariño a mi novia Siwy a pesar de la distancia siempre ha estado conmigo alentándome a seguir adelante y apoyándome incondicionalmente, impulsando a alcanzar la meta que hoy logré.*

*A mis docentes, amigos, compañeros de clase, quienes sin esperar nada a cambio compartieron su conocimiento, alegrías y tristezas y a todas aquellas personas que durante estos cinco años estuvieron a mi lado apoyándome y lograron que este sueño se haga realidad.*

*Gracias a Todos*

*Jhon*

## PRESENTACIÓN

La finalidad del presente proyecto es crear una Microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas en la Parroquia de San Roque Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura.

El presente proyecto se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Diagnóstico Situacional en el que se realiza el análisis de la parroquia de San Roque, población, aspecto socio cultural, valores culturales, educación y otros indicadores de relevancia, con la finalidad de implementar la microempresa en este sector del Cantón Antonio Ante.

Para la determinación del marco teórico se realizó en base a una investigación bibliográfica, a través de conceptos y teorías referentes a la empresa, comercialización, fundamentos administrativos, contables y evaluadores financieros.

El Estudio de Mercado se realizó con el objetivo de determinar la oferta, demanda, proyecciones, mercado meta, segmentación de mercado y las estrategias de mercadeo del producto a ofertarse.

El Estudio Técnico e Ingeniería del proyecto en el que se establece la macro y micro localización de la comercialización, al igual que la infraestructura necesaria, equipos, talento humano y las inversiones fijas.

El Estudio Económico Financiero se analiza las inversiones totales, e indicadores financieros como el VAN, TIR, que dan sustentabilidad al proyecto desde el punto de vista financiero mediante proyecciones de costos y gastos, proyecciones de estados financieros, balance inicial y estado de pérdidas y ganancias. En los Impactos del proyecto se identifica, los impactos positivos que tiene el proyecto en lo relacionado a lo social, económico y ambiental .Se culmina el proyecto con las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada después de haber efectuado un análisis del estudio.

## JUSTIFICACIÓN

Debido a que en la parroquia de San Roque existen familias que se dedican al bordado de blusas de manera artesanal utilizando procedimientos de producción de manera empírica que han sido transmitido de generación en generación por parte de sus familias lo cual ha sido un limitante para que sus pequeños negocios no puedan crecer y ser competitivos en el mercado textil local y regional.

Además de ello esta investigación está dirigida a todas las personas emprendedoras que buscan tener su propio negocio e incursionar en el sector comercial textil de bordados de blusas.

Asimismo la ejecución y desarrollo de este proyecto demostrara que este tipo de negocio a más de generar nuevas fuentes de empleo mejorara los ingresos y la calidad de vida propia y familiar de los habitantes de la parroquia de San Roque.

A través de este proyecto de investigación se busca la reactivación de la actividad económica artesanal y por ende dinamizar la economía de la Parroquia ya que la producción de textiles bordados se está convirtiendo en una fuente de ingresos muy importante para lo cual se propone implementar un manejo adecuado nuevos procedimientos técnicos, tecnológicos, humanos, económicos y materiales para la confección y comercialización de las blusas bordadas.

También la razón del estudio de este proyecto es con la finalidad de implementar un sistema asociativo de trabajo que facilitara la adquisición de la materia prima, la creación de nuevos diseños de bordados, el control de calidad y la comercialización directa que les permitirá ser más competitivos en el mercado textil local y regional.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas en la Parroquia de San Roque Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- ❖ Realizar un diagnóstico situacional, mediante la matriz AOOR.
- ❖ Elaborar las bases teóricas que permita sustentar el proyecto a través de la investigación bibliográfica y documental.
- ❖ Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto.
- ❖ Desarrollar el Estudio Técnico para determinar la localización, tamaño, infraestructura e inversión del proyecto.
- ❖ Determinar la viabilidad del proyecto mediante un estudio financiero.
- ❖ Diseñar la estructura organizacional sobre el proyecto.
- ❖ Identificar los principales impactos que generará la realización de este proyecto

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	I
SUMMARY.....	II
AUTORÍA.....	III
CERTIFICACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA.....	IX
PRESENTACIÓN.....	X
JUSTIFICACIÓN.....	XI
OBJETIVOS.....	XII
Objetivo general:.....	XII
Objetivos específicos:.....	XII
ÍNDICE GENERAL.....	XIII
Índice de tablas.....	XX
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XXIII

### CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	24
1.1. Antecedentes.....	24
1.2. Objetivos del diagnóstico.....	26
1.2.1.Objetivo general.....	26
1.2.2.Objetivo específico.....	27
1.3. Variables diagnósticas.....	27
1.4.Indicadores.....	27
1.4.1.Antecedentes históricos.....	27
1.4.2.Aspectos geográficos.....	27
1.4.3.Aspectos demográficos.....	28
1.4.4.Situación social.....	28
1.4.5.Situación económica.....	28
1.4. Matriz relación diagnóstico.....	29
1.5. Análisis de las variables diagnóstico.....	30
1.6.1.Antecedentes históricos.....	30
1.6.2.Aspecto geográfico.....	31
1.6.3.Aspecto demográfico.....	33
1.6.4.Situación social.....	34

1.6.5.Actividades económicas.....	38
1.6.    Elaboración de la matriz AOOD.....	39
1.7.    Cruces estratégicos.....	41
1.8.    Oportunidad del proyecto.....	42

## CAPÍTULO II

2.MARCO TEÓRICO .....	44
2.1.La Empresa.....	44
2.1.1.Definición.....	44
2.2.Microempresa.....	44
2.2.1.Definición.....	44
2.2.2.Clasificación de las microempresas.....	45
2.2.3.Características de la microempresa.....	46
2.2.4.Ventajas de la microempresa.....	48
2.2.5.Desventajas de la microempresa.....	48
2.3.Gestión administrativa.....	49
2.3.1.Planificación.....	49
2.3.2.Organización.....	50
2.3.3.Dirección.....	50
2.3.4.Control.....	51
2.4.Producción.....	51
2.4.1.Definición.....	51
2.5.Comercialización.....	51
2.5.1.Definición.....	51
2.5.2.Importancia.....	52
2.6.Gestión contable.....	52
2.6.1.Importancia.....	53
2.7.Gestión de marketing.....	53
2.7.1.Producto.....	54
2.7.2.Promoción.....	55
2.7.3.Plaza.....	55
2.7.4.Precio.....	55
2.8.Innovación, Productividad y Responsabilidad Social.....	56
2.8.1.Innovación.....	56
2.8.2.Productividad.....	56

2.8.3.Responsabilidad social.....	57
2.9.Prendas de vestir blusas bordadas.....	57
2.9.1.Bordados.....	57
2.9.2.Confección de blusas.....	57
2.9.3.El Hilo.....	58
2.10.Clases de bordado.....	58
2.10.1.Por el relieve.....	58
2.10.2.Por la forma de las labores bordadas.....	58
2.11.Proyecto.....	59
2.11.1.Estudio Mercado.....	59
2.11.2.Estudio Técnico.....	60
2.11.3.Estudio Económico Financiero.....	60
2.11.4.Estudio Organizacional.....	60
2.12.Indicadores Financieros.....	61
2.12.1.Costo de Oportunidad.....	61
2.12.2.Valor Actual Neto (VAN).....	61
2.12.3.Tasa Interna de Retorno (TIR).....	62
2.12.4.Punto de Equilibrio.....	62
2.12.5.Sensibilización.....	62

### CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.....	64
3.1.Introducción.....	64
3.2.Objetivos.....	64
3.2.1.Objetivo general.....	64
3.2.2.Objetivo específico.....	64
3.3.Variables.....	65
3.4.Indicadores.....	65
3.5.Matriz de relación estudio mercado.....	67
3.6.Descripción del producto.....	68
3.6.1.Clases de blusas según el diseño.....	69
3.7.Identificación de población.....	70
3.7.1.Muestra.....	70
3.8.Metodología de investigación.....	71
3.8.1.Información primaria.....	72

3.9.Encuesta y tabulación a los potenciales clientes .....	73
3.10.Encuesta y tabulación a los productores de blusas bordadas .....	82
3.11.Segmento de Mercado .....	95
3.11.1.Segmentación Geográfica.....	95
3.11.2.Segmentación Demográfica.....	95
3.12.Mercado Meta .....	95
3.13.Análisis de Demanda .....	97
3.13.1.Demanda Actual (año.2014).....	97
3.13.2.Proyección de Demanda .....	98
3.14.Análisis de Oferta .....	99
3.14.1.Oferta Actual (año 2014).....	99
3.14.2.Oferta proyectada de blusas bordadas .....	100
3.15.Balance Demanda – Oferta .....	101
3.16.Estrategias de Comercialización .....	102
3.16.1.Producto .....	102
3.16.2.Precio .....	103
3.16.3.Publicidad.....	104
3.16.4.Plaza.....	104
3.17.Conclusión del Estudio .....	105

#### CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO.....	106
4.1.Presentación .....	106
4.2.Localización del proyecto .....	107
4.2.1.Macro localización del proyecto. ....	107
4.2.2.Micro localización del proyecto.....	108
4.3.Disponibilidad de mano de obra.....	109
4.3.1.Materia prima .....	110
4.4.Disponibilidad de servicios básicos .....	110
4.5.Tamaño del proyecto. ....	111
4.6.Distribución de la planta. ....	112
4.7.Ingeniería del proyecto. ....	114
4.7.1.Flujograma de procesos de producción y comercialización. ....	114
4.8.Descripción del flujograma de procesos .....	115
4.8.1.Compra de materia prima e insumos.....	115

4.8.2.Corte y confección de blusas.....	116
4.8.3.Control de calidad. ....	117
4.8.4.Producto terminado y comercialización.....	118
4.9.Presupuesto del proyecto.....	119
4.9.1.Inversiones en activos fijos. ....	119
4.9.2.Inversión diferida. ....	125
4.9.3.Requerimiento del talento humano.....	126
4.9.4.Capital de trabajo. ....	126
4.9.5.Total de la inversión inicial.....	128

## **CAPÍTULO V**

<b>5.ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>129</b>
5.1.Introducción.....	129
5.2.Inversiones del proyecto .....	129
5.3.Depreciación .....	130
5.3.1.Valor de rescate .....	131
5.4.Financiamiento .....	132
5.4.1.Gastos financieros.....	135
5.5.Ingresos .....	136
5.5.1. Proyección de volumen de producción .....	136
5.5.2.Proyección de ingresos .....	136
5.6.Egresos.....	137
5.6.1.Costo de producción .....	138
5.6.2.Proyección de costos.....	139
5.7.Gastos administrativos .....	140
5.7.1.Sueldos administrativos.....	140
5.7.2.Servicios básicos.....	141
5.7.3.Suministros de oficina.....	141
5.8.Gasto de ventas .....	142
5.8.1.Sueldo en ventas.....	142
5.8.2.Publicidad.....	143
5.8.3. Resumen de los sueldos y salarios .....	143
5.8.4.Proyección de sueldos y salarios .....	144
5.8.5.Resumen de gastos proyectados.....	144
5.9.Estados proforma .....	145

5.9.1.Estado de situación financiera inicial.....	145
5.9.2.Balance de resultados.....	146
5.9.3.Flujo de caja.....	148
5.10.Evaluadores financieros.....	149
5.10.1.Costo de capital.....	149
5.10.2.Tasa de rendimiento medio (TRM).....	150
5.10.3.Valor actual neto.....	150
5.10.4.Tasa interna de retorno.....	152
5.10.5.Punto de equilibrio.....	154
5.10.6.Beneficio/costo.....	155
5.10.7.Tasa de rendimiento beneficio/costo.....	156
5.10.8.Análisis de sensibilidad + 5 %.....	157
5.10.9.Recuperación de inversión.....	161
5.10.10.Resumen evaluadores financieros.....	161

## **CAPÍTULO VI**

<b>6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>163</b>
6.1.Aspecto estratégico.....	163
6.1.1.Nombre y logotipo de la microempresa.....	163
6.1.2.Misión.....	163
6.1.3.Visión.....	164
6.1.4.Objetivos organizacionales.....	164
6.1.5.Políticas.....	165
6.1.6.Principios y valores.....	165
6.2.Organigrama estructural.....	168
6.2.1.Niveles administrativos.....	168
6.3.Aspecto legal de constitución de una microempresa.....	173
6.3.1.Base legal.....	173
6.3.2.De la forma de la escritura.....	173
6.4. Trámites para obtener el RUC.....	174
6.5.Impuesto a la Renta (IR) e Impuesto al Valor Agregado (IVA).....	175
6.5.1.IVA.....	175
6.5.2.Impuesto a la Renta.....	176
6.6.IESS.....	177
6.6.1.Trámites de afiliación al IESS.....	177

6.6.2.Inscripción del trabajador con relación de dependencia.....	178
6.7.Trámites en el Municipio de Atuntaqui. ....	179
6.7.1.Patente municipal.....	179
6.7.2.Cuerpo de Bomberos.....	179
6.8.Afiliación a la cámara nacional de microempresas.....	180
6.8.1. Requisitos para afiliarse las personas naturales .....	180
6.8.2. Afiliación a la cámara de comercio .....	180
6.9.Ministerio de Relaciones Laborales .....	181

## **CAPÍTULO VII**

<b>7.IMPACTOS DEL PROYECTO .....</b>	<b>183</b>
7.1.Análisis de Impactos.....	183
7.1.1.Impacto Socio - económico.....	184
7.1.2.Impacto tecnológico .....	185
7.1.3.Impacto comercial .....	186
7.1.4.Impacto cultural educativo .....	187
7.2.Impacto general.....	188
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>189</b>
CONCLUSIONES .....	189
RECOMENDACIONES.....	191
BIBLIOGRAFÍA .....	192
LINKOGRAFIA .....	193
ANEXOS .....	194
ANEXO 1 .....	195
ANEXO 2 .....	198
ANEXO 3 .....	204
ANEXO 4 .....	205
ANEXO 5 .....	206
ANEXO 6 .....	208

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz Relación Diagnóstico .....	29
Tabla 2: Parroquia de San Roque .....	32
Tabla 3: Población Parroquia de San Roque .....	33
Tabla 4: PEA Parroquia de San Roque .....	34
Tabla 5: Nivel de Educación .....	35
Tabla 6: Red de Agua Potable Parroquia de San Roque .....	37
Tabla 7: Servicio Eléctrico .....	37
Tabla 8: Servicio de Teléfono convencional.....	37
Tabla 9: Actividad Económica .....	39
Tabla 10: Matriz AOR.....	40
Tabla 11: Matriz Relación Estudio de Mercado.....	67
Tabla 12: Preferencia.....	73
Tabla 13: Exigencias del Cliente .....	74
Tabla 14: Calidad de Blusas.....	75
Tabla 15: Compra de Blusas Anuales .....	76
Tabla 16: Lugar de compra.....	77
Tabla 17: Tipos de blusas.....	78
Tabla 18: Precio de la blusa .....	79
Tabla 19: Forma de pago.....	80
Tabla 20: Publicidad.....	81
Tabla 21: Actividad económica.....	82
Tabla 22: Motivo Actividad Económica.....	83
Tabla 23: Confección .....	84
Tabla 24: Talento Humano .....	85
Tabla 25: Clase de hilo .....	86
Tabla 26: Clases de Tela .....	87
Tabla 27: Diseño .....	88
Tabla 28: Cantidad de confección mensual .....	89
Tabla 29: Pedidos .....	90
Tabla 30: Comercialización.....	91
Tabla 31: Cobertura de mercado.....	92
Tabla 32: Forma de pago.....	93
Tabla 33: Precio .....	94
Tabla 34: Demanda Actual (año 2014).....	97
Tabla 35: Proyección de la demanda .....	99
Tabla 36: Oferta Actual .....	100
Tabla 37: Proyección de la Producción .....	101
Tabla 38: Balance Demanda - Oferta .....	102
Tabla 39: Capacidad de producción del proyecto.....	111
Tabla 40: Instalaciones de la microempresa.....	112
Tabla 41: Descripción del terreno.....	119
Tabla 42: Costos de Construcción.....	120
Tabla 43: Obra civil .....	120
Tabla 44: Maquinaria - Equipo.....	122
Tabla 45: Muebles - Enseres.....	123
Tabla 46: Equipo de computación .....	123

Tabla 47: Equipo de oficina .....	124
Tabla 48: Menaje de producción .....	124
Tabla 49: Resumen de inversión fija .....	125
Tabla 50: Gastos de constitución .....	125
Tabla 51: Talento Humano .....	126
Tabla 52: Capital de Trabajo .....	127
Tabla 53: Inversión Total .....	128
Tabla 54: Composición del capital de inversión .....	128
Tabla 55: Inversión Fija.....	129
Tabla 56: Resumen de Capital de trabajo.....	130
Tabla 57: Total de Inversión .....	130
Tabla 58: Depreciación .....	131
Tabla 59: Valor de Rescate .....	132
Tabla 60: Inversión Total .....	132
Tabla 61: Datos del Crédito .....	133
Tabla 62: Tabla de Amortización .....	133
Tabla 63: Total de intereses .....	135
Tabla 64: Total Capital.....	135
Tabla 65: Proyección de Producción.....	136
Tabla 66: Presupuesto Ingresos.....	137
Tabla 67: Costo Unitario .....	138
Tabla 68: Calculo Costo Unitario .....	139
Tabla 69: Proyección de Costo Unitario .....	139
Tabla 70: Proyección de Costos de Producción .....	139
Tabla 71: Rol de pagos Dpto. Administrativo .....	140
Tabla 72: Proyección de Salario Básico Unificado .....	141
Tabla 73: Servicios Básicos.....	141
Tabla 74: Proyección de Servicios Básicos.....	141
Tabla 75: Gastos Suministros de Oficina.....	142
Tabla 76: Proyección de Sueldo de Ventas.....	142
Tabla 77: Proyección de Gasto en Publicidad .....	143
Tabla 78: Sueldo Básico Unificado.....	143
Tabla 79: Proyección Sueldos y Salarios.....	144
Tabla 80: Presupuesto de Gastos.....	144
Tabla 81: Estado de Situación Inicial .....	145
Tabla 82: Estado de Resultados .....	147
Tabla 83: Flujo de caja .....	148
Tabla 84: Costo de capital .....	149
Tabla 85: Identificación del VAN .....	151
Tabla 86: Valor Actual Neto.....	152
Tabla 87: Tasa Interna de Retorno.....	153
Tabla 88: Punto de Equilibrio.....	154
Tabla 89: Costo - Beneficio.....	155
Tabla 90: Balance de resultados sensibilizado al +5%.....	157
Tabla 91: Flujo de caja sensibilizado +5%.....	158
Tabla 92: Evaluadores Financieros Sensibilización + 5% .....	158
Tabla 93: Balance general sensibilizado al -5% .....	159

Tabla 94: Flujo de Caja sensibilizado al -5%.....	160
Tabla 95: Evaluadores Financieros Sensibilización -5% .....	160
Tabla 96: Recuperación de la Inversión.....	161
Tabla 97: Resumen de los evaluadores financieros.....	161
Tabla 98: Comparación de los indicadores .....	162
Tabla 99: Nómina 1.....	170
Tabla 100: Nómina 2.....	170
Tabla 101: Nómina 3.....	171
Tabla 102: Nómina 4.....	171
Tabla 103: Nómina 5.....	171
Tabla 104: Nómina 6.....	172
Tabla 105: Remuneraciones mínimas sectorial 2015 .....	182
Tabla 106: Matriz Evaluación de Impactos.....	183
Tabla 107: Matriz Impacto Socioeconómico.....	184
Tabla 108: Matriz Impacto Tecnológico .....	185
Tabla 109: Matriz Impacto Comercial.....	186
Tabla 110: Matriz Impacto Cultural .....	187
Tabla 111: Matriz Impacto General del Proyecto.....	188

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Mapa de la Parroquia de San Roque .....	32
Gráfico 2: Nivel Académico .....	35
Gráfico 3: Actividad Económica .....	38
Gráfico 4: Proceso Administrativo.....	49
<i>Gráfico 5: herramientas del marketing .....</i>	<i>54</i>
Gráfico 7: Preferencia .....	73
Gráfico 8: Exigencias del Cliente .....	74
Gráfico 9: Calidad de Blusas .....	75
Gráfico 10: Compra de blusas anuales .....	76
Gráfico 11: Lugar de compra .....	77
Gráfico 12: Tipos de bordados de Blusas de Bordado .....	78
Gráfico 13: Precio de la Blusa .....	79
Gráfico 14: Forma de pago .....	80
Gráfico 15: Publicidad.....	81
Gráfico 16: Actividad Económica.....	82
Gráfico 17: Motivo de la Actividad Económica.....	83
Gráfico 18: Maneras de confección de las blusas.....	84
Gráfico 19: Talento Humano.....	85
Gráfico 20: Clases de hilo .....	86
Gráfico 21: Clases de telas .....	87
Gráfico 22: Diseño.....	88
Gráfico 23: Producción de Blusas Mensuales.....	89
Gráfico 24: Pedidos de las Blusas .....	90
Gráfico 25: Comercialización .....	91
Gráfico 26: Cobertura de mercado.....	92
Gráfico 27: Forma de pago.....	93
Gráfico 28: Precio de las Blusas.....	94
Gráfico 29: Mapa de la Provincia de Imbabura .....	107
<i>Gráfico 30: Croquis de la Micro localización.....</i>	<i>109</i>
<i>Gráfico 31: Diseño de las instalaciones .....</i>	<i>113</i>
<i>Gráfico 32: Flujo grama de procesos .....</i>	<i>114</i>
Gráfico 35: Logotipo de la Microempresa .....	163
Gráfico 36: Organigrama Estructural.....	168

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 1.1. Antecedentes

En el Ecuador los análisis sobre el empleo rural tradicionalmente se han concentrado en las actividades agrícolas y pecuarias. Sin embargo, estudios más recientes en la región muestran que la diversificación ocupacional y en especial el empleo no agrícola han empezado a crecer en el sector rural, hasta llegar a representar un tercio de la mano de obra ocupada (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales) (FLACSO 2012)). Este proceso se vinculó tanto al desarrollo de la agricultura, como con la articulación campo - ciudad.

El empleo en actividades no agrícolas se ha convertido en fuente principal o complementaria de los ingresos de las familias rurales. En el caso específico de Ecuador es más importante el empleo no agrícola relacionado con actividades no encadenadas a la producción agropecuaria sino a la producción de textiles, que a lo largo del tiempo diversas empresas dedicadas a esta actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. La alta demanda de productos textiles hilados, tejidos y prendas de vestir ha permitido generar nuevas plazas de empleo directo, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabaco (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE 2010)).

La actividad artesanal forma parte de las redes sociales, económicas y culturales del medio rural, de las zonas populares de las ciudades y desde luego de las etnias indígenas originarias de nuestro país.

La provincia de Imbabura es conocida por sus contrastes poblacionales y una diversidad de paisajes andinos el Taita Imbabura y la Mama Cotacachi y una veintena de lagos en cuyos entornos se asientan ciudades y comunidades indígenas, que aún conservan sus ritos y tradiciones. La Provincia está ubicada al norte del territorio ecuatoriano y cuenta con 7 cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro, San Miguel de Ibarra (Turismo cultura Imbabura -2010). La actividad que más sobresale en la provincia es la actividad textil, agrícola y comercial.

El cantón Antonio Ante esta localizado en el centro de la provincia de Imbabura, a solo 10 minutos de Ibarra en la región norte de Ecuador con una población aproximada de 45.184 habitantes (INEC 2010) y cuenta con 6 parroquias: San Roque, Andrade Marín, Atuntaqui, Chaltura, Imbaya y Natabuela. La principal actividad económica de este cantón es la industria textil, en estos últimos años le ha dotado del desarrollo económico a la ciudad generando nuevas plazas de empleo directo a las familias que habitan este cantón.

***“Dentro de ellas San Roque, parroquia rural perteneciente al Cantón Antonio Ante, de la Provincia de Imbabura, ubicada a 4. km de la capital cantonal y a 18 km de la capital provincial con una población de 11.145 habitantes de los cuales 5.672 son hombres (50,9%) y 5.473 son mujeres (49,09%), se caracteriza por ser un pueblo creyente, la religión católica es predominante con un 85% y el 15% se considera que pertenece a otras religiones. El 10.20% de su población habla Quichua y el 89,80% Quichua-Español. De los hogares, el 89.10% tiene como jefe de hogar al padre, el 8.1% a la madre y en el 1% el jefe de hogar es un hermano/a”.***(GAD Antonio Ante 2013).

Una de las fortalezas de la Parroquia de San Roque es la habilidad y creatividad de las mujeres en la producción de artesanías, confección de blusas, sacos de lana como ponchos, chalinas, tapices, que se exponen

y se venden en las ferias de Otavalo y otras ciudades, incluso han sido llevados a otros países para su comercialización.

La producción de blusas bordadas ha sido un símbolo de progreso en la parroquia lo cual hoy día ha decaído en su gran parte existiendo solamente 10 familias que siguen con esta actividad. Para potencializar esta actividad económica es necesario buscar fuentes de financiamiento (créditos), crear cursos de capacitación para impulsar el proceso productivo de las blusas, con ello diversificar los diseños, mejorar la calidad del producto para que tenga competitividad, y que se expandan en nuevos mercados.

Uno de los grandes problemas en la parroquia de San Roque es el desempleo debido al bajo nivel de actividad económica en la Parroquia; problemática que es causada por la progresiva emigración de la gente del campo hacia la ciudad buscando mejores oportunidades de trabajo o de estudio, pérdida de importancia de la actividad agrícola y la falta de visión de la población para crear nuevas fuentes de empleo.

## **1.2. Objetivos del Diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo General**

Elaborar un diagnóstico situacional que permita identificar las condiciones económicas, sociales, culturales y educativas de la Parroquia de San Roque, para la creación de una microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas.

### 1.2.2. Objetivo Especifico

- ❖ Determinar los antecedentes históricos de la parroquia de San Roque.
- ❖ Identificar el área geográfica donde se implementara el proyecto.
- ❖ Analizar los aspectos demográficos más importantes de la parroquia de San Roque.
- ❖ Analizar la situación social de la Parroquia de San Roque.
- ❖ Conocer las principales actividades económicas de las familias que habitan en esta parroquia.

### 1.3. Variables Diagnósticas

- ❖ Antecedentes Históricos.
- ❖ Aspecto Geográfico.
- ❖ Aspectos Demográficos.
- ❖ Situación social.
- ❖ Actividades económicas

### 1.4. Indicadores

#### 1.4.1. Antecedentes Históricos

- ❖ Reseña Histórica

#### 1.4.2. Aspectos Geográficos

- ❖ Extensión Territorial
- ❖ Ubicación Territorial
- ❖ Organización Territorial

- ❖ Limites
- ❖ Vialidad

#### 1.4.3. Aspectos Demográficos

- ❖ Densidad de la Población.
- ❖ Población Económicamente Activa

#### 1.4.4. Situación Social

- ❖ Educación
- ❖ Salud
- ❖ Servicios Básicos

#### 1.4.5. Situación Económica

- ❖ Tipos de actividades económicas

## 1.5. Matriz Relación Diagnóstico

Tabla 1: Matriz Relación Diagnóstico

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	Población
Elaborar un diagnóstico situacional, que permita determinar la factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas en la Parroquia de San Roque Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura	Determinar los antecedentes históricos de la parroquia de San Roque	Antecedentes Históricos	Reseña Histórica	- Investigación bibliográfica	Parroquia de San Roque
	Identificar el área geográfica donde se implementara el proyecto	Aspecto Geográfico	Extensión Ubicación Limites Organización Vialidad	Documental Bibliográfica	Parroquia de San Roque
	Identificar los aspectos demográficos más importantes de la Parroquia de San Roque.	Aspectos Demográficos	Densidad de la población. Población P.E.A	Investigación Bibliográfica	Parroquia de San Roque
	Analizar la situación social de la Parroquia de San Roque	Situación Social	Educación Salud Servicios Básicos	Investigación Bibliográfica	Parroquia San Roque
	Conocer las principales actividades económicas	Actividades económicas.	Tipos de actividades	Investigación Bibliográfica	Parroquia San Roque

Elaborado por: Jhon Tituaña

Fuentes de Información.

Para realizar el estudio de diagnóstico situacional se utilizó la información de INEC (2010), Información documental y bibliográfica del GAD Antonio Ante y San Roque.

## **1.6. Análisis de las Variables Diagnóstico.**

### 1.6.1. Antecedentes Históricos

#### **❖ Reseña Histórica**

***“San Roque Parroquia rural del cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura. Entre los años mil de nuestra era en lo que hoy constituye el valle de Otavalo existían grupos de aborígenes que conformaron la base étnica de nuestra provincia, que presumiblemente procedían de una remota migración provenientes de la costa del pacífico los mismos que se asentaron por varios siglos siendo estos los ANGOS y IMBAYAS. Posteriormente se produce la invasión de los incas sobre los rublos de lo que hoy en día es el Ecuador, implantándose una nueva estructura social con sus costumbres y valores culturales”.***(GAD Parroquial San Roque - 2013).

Dentro de la parroquia de San Roque habita la población indígena otavaleña quienes son identificados por el traje indígena tradicional que llevan puesto, los hilos de colores bordados sobre las blusas blancas resaltan en las vestimentas de este grupo de población también telas rectangulares, denominadas anacos y pañuelos grandes o fachalinas, que se colocan sobre los hombros o llevan en sus manos en los días calurosos. A ello se suman complementos como aretes y collares de oro y manillas de coral. El costo de toda la vestimenta oscila entre los 400 a 500 dólares, todo depende de la calidad de los materiales y el acabado de las

prendas de vestir. Son prendas exclusivamente que las damas usan en fiestas u ocasiones especiales.

Cabe recalcar que antiguamente los nativos de la región confeccionaban la tela de lana de oveja para elaborar sus vestimentas (blusas). En los últimos años ha evolucionado la calidad de la tela, el diseño y la confección de las blusas de indígenas de las otavaleñas. lo cual ha permitido incursionar con sus productos en nuevos mercados como son Estados Unidos, Colombia, Brasil y España.

#### 1.6.2. Aspecto Geográfico

##### ❖ Extensión y Ubicación Territorial.

La Parroquia de San Roque está ubicada a 4. km de la capital Cantonal y a 18 km de la capital Provincial. La población total es de 11.145 habitantes aproximadamente, con una superficie territorial de 13,42 Km<sup>2</sup>. (Senplades- 2012).

##### ❖ Límite Territorial

Limita al Norte y Este con la cabecera cantonal de Antonio Ante; al Sur con las parroquias San Juan de Iluman y San Pablo del cantón Otavalo; al Oeste con la cabecera cantonal de Cotacachi y con la Parroquia San Juan de Iluman del cantón Otavalo.

##### ❖ Organización Territorial.

La Parroquia de San Roque se encuentra conformado por nueve barrios: San Agustín, San Rosa, San Alfonso, Sagrado Corazón de Jesús, La Cantarilla, La Merced, San Miguel, La Delicia y el Sector céntrico y

cuatro comunidades estos son: Pucara, Cerotal, La Esperanza y Agualongo de Paredes.

*Tabla 2: Parroquia de San Roque*

Barrios	Comunidades
San Agustín	Pucara
San Rosa	Cerotal
San Alfonso	La Esperanza
Sagrado Corazón de Jesús	Agualongo de Paredes
La Cantarilla	
La Merced	
San Miguel	
La Delicia	
Céntrica	

Fuente: GAD Parroquial San Roque 2013  
Elaborado por: Jhon Tituaña

*Gráfico 1: Mapa de la Parroquia de San Roque*



Fuente: Dirección de planificación GP  
Elaborado por: Jhon Tituaña

#### ❖ Vialidad.

En la Parroquia de San Roque, se observa que las vías de acceso son de segundo orden (empedrado).

El acceso principal a la parroquia es a través de la autovía Otavalo-Ibarra, vía asfaltada que se encuentra en condiciones adecuadas.

Los caminos vecinales de la parroquia que colindan con las comunidades y barrios son vías empedradas de segundo orden con alumbrado público el cual que facilita el tránsito de los vehículos y de los peatones con mayor seguridad. También se ha observado que algunas vías no tienen un mantenimiento adecuado ya que se encuentran en mal estado por lo que es importante que se mejore en esta situación.

#### 1.6.3. Aspecto Demográfico.

#### ❖ Población

La población total de la parroquia de San Roque es de 11.145 habitantes de los cuales 5.672 son hombres (50,9%) y 5.473 son mujeres (49,09%) respectivamente. (GAD Antonio Ante 2013).

*Tabla 3: Población Parroquia de San Roque*

Año	2010	2011	2012	2013
Población	10515	10723	10933	11145

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### ❖ Población Económicamente Activa (PEA)

La población económicamente activa de la Parroquia son aquellas personas que ayudan a que la parroquia progrese, es decir son las

personas que de alguna u otra forma generan progreso económico a la parroquia y al cantón, puede ser mediante un trabajo en relación de dependencia, por sus propios negocios o microempresa. Según el Plan de desarrollo local para la parroquia de San Roque, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura la población económicamente activa en la Parroquia de San Roque está conformada por 3.688 personas.

El cuadro que a continuación se indica, se identifica la población económicamente activa tanto de hombres como de mujeres de la parroquia:

*Tabla 4: PEA Parroquia de San Roque*

Hombres	2.300
Mujeres	1.388
<b>Total</b>	<b>3.688</b>

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### 1.6.4. Situación Social

##### ❖ Educación.

La educación en la parroquia de San Roque, en su mayor porcentaje, es decir el 12,2% tienen instrucción primaria, el 21,1% secundaria, el 42,7% educación básica y superior 3,9%. Con estos datos se puede concluir que en la parroquia no existe un porcentaje alto de instrucción superior esto significa que se debe incentivar para que más jóvenes estudien y obtengan un título profesional. En el siguiente cuadro se indica, con más detalles el nivel educativo de la población en la Parroquia de San Roque cantón Antonio Ante

Tabla 5: Nivel de Educación

Académico	Nivel académico
centro de analfabetismo	5,2%
Inicial	12,2%
Básica	42,7%
Secundaria	21,1%
Superior	3,9%
Ninguno	14,9%

Fuente: GAD Parroquial San Roque 2013  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 2: Nivel Académico



Fuente: GAD Parroquial San Roque 2013  
Elaborado por: Jhon Tituaña

De acuerdo a la información estadística del plan de desarrollo local de la Parroquia de San Roque podemos observar que el 3,9% de la población tiene educación superior; el 21,1% tiene bachillerato y el 42,7% tiene una educación básica; por lo que la educación represente una prioridad en la ejecución de proyectos.

La población que se encuentra en situación de pobreza y extrema pobreza carece de oportunidades, lo cual agudiza las desigualdades en la sociedad. La falta de acceso de los pobres a una educación de calidad, es una seria limitación para mejorar sus condiciones de vida, pues, anula sus capacidades para enfrentar los rigores de la competencia por conseguir un empleo o formar sus propios negocios.

#### ❖ Salud

De la investigación de campo realizada podemos mencionar que en la parroquia de San Roque existe un centro de salud pública y una casa de medicina ancestral a donde acuden cuando la población está enferma.

La población principalmente acude a Hospitales Públicos y a Centros de Salud Pública, ya que sus ingresos no les permiten acudir a centros de atención privada, con lo que demanda una mayor atención hacia estos sitios para el tratamiento de sus enfermedades. Cabe mencionar que ha existido la colaboración del municipio con brigadas de salud en vacunas para niños pero no es suficiente. Las enfermedades que mayormente afecta a las personas de esta parroquia son la tos, dolor de cabeza, dolores musculares, fiebre entre otros.

#### ❖ Servicios Básicos.

San Roque cuenta con todos los servicios básicos, según el censo realizado en el año 2010, cada una de las comunidades y barrios aledaños a la Parroquia tiene estos servicios.

#### ❖ Agua Potable

En el cuadro siguiente se indica el abastecimiento de agua Potable.

Tabla 6: Red de Agua Potable Parroquia de San Roque

Red Publica	De Pozo	De Rio o Vertiente	Tanquero	Otros( lluvia)	Total
1.625	40	572	11	116	2.364

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Jhon Tituaña

El abastecimiento de agua potable para la Parroquia de San Roque en su mayoría es de la red pública del 93% en abastecimiento total de la población.

❖ *Servicio Eléctrico.*

Tabla 7: Servicio Eléctrico

Parroquia	Red de Empresa Eléctrica de Servicio Público	panel solar	Generador de Luz	Otro	No Tiene	Total
San Roque	2.262	-	-	1	101	2364

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Jhon Tituaña

Como se observa en el cuadro anterior la energía eléctrica es abastecida por medio de la red de la empresa pública de electricidad; sin embargo se puede notar que hay familias que no tienen acceso a este servicio, por lo general esto se da en personas que viven en precarias condiciones y se les hace imposible acceder a este servicio, por falta de recursos económicos.

❖ *Servicio Telefónico convencional.*

Tabla 8: Servicio de Teléfono convencional

Parroquia	Si	No	Total
San Roque	364	2.027	2391

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Jhon Tituaña

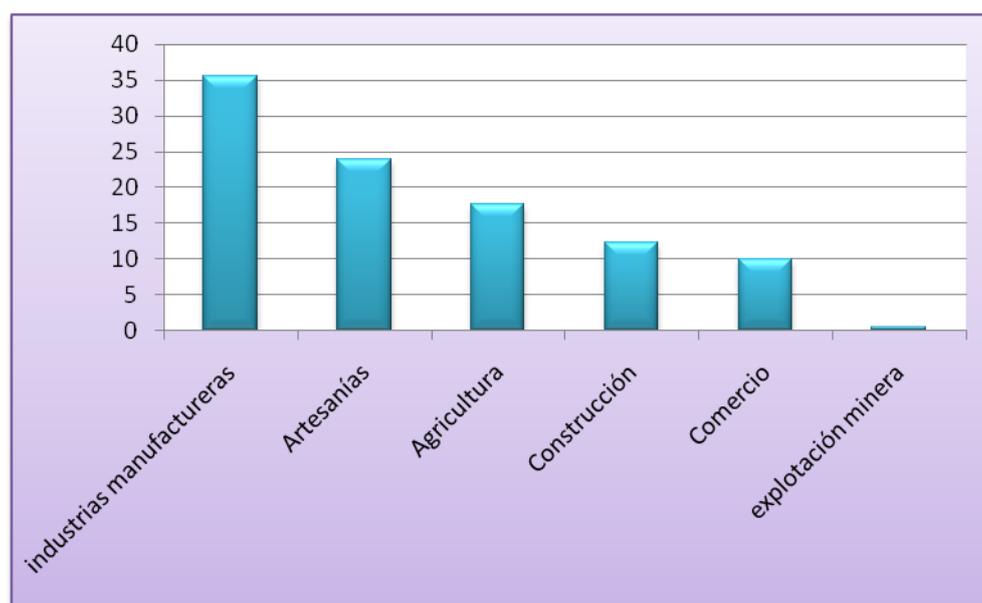
Según los datos del cuadro anterior nos indica que el 83% de toda la población encuestada no tiene servicio telefónico convencional, esto nos indica que existe otra forma de comunicación como es el celular que hoy día es cada vez más utilizada por la mayoría de la población

#### 1.6.5. Actividades Económicas

Los habitantes de la Parroquia de San Roque se caracterizan por ser un pueblo trabajador, emprendedor y creativo.

El siguiente grafico ilustra las principales actividades que realizan las familias de esta Parroquia.

Gráfico 3: Actividad Económica



Fuente: GAD Parroquial San Roque 2013  
Elaborado por: Jhon Tituaña

La principal actividad que desarrollan los habitantes de esta parroquia es la industria manufactura (35,6%) fuera de la parroquia ya que la mayoría labora en las industria textil en la ciudad de Atuntaqui, la artesanía (24%) , la agricultura en un 17,6%, la construcción (12.3%) y el comercio (10%) quienes trabajan fuera de la parroquia hasta en el exterior.

Tabla 9: Actividad Económica

ACTIVIDAD	PORCENTAJE
Agricultura	17,6
Explotación minera	0,5
Construcción	12,3
Industrias manufactureras	35,6
Comercio	10
Artesanías	24
Total	100%

Fuente: GAD Parroquial San Roque.2013  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Como antes se mencionó la mayor fuente de ingresos de la parroquia es la industria manufacturera en un 35%, seguida por la artesanía 24% y agricultura 17%. Estas tres actividades son las que más predominan e incentivan al desarrollo de la parroquia. Hay que mencionar que hoy en día el gobierno central está impulsando el cambio de la matriz productiva para ello está otorgando créditos accesibles a pequeños artesanos textiles para que formen sus microempresas familiares se debe aprovechar esta oportunidad.

### 1.7. Elaboración de la Matriz AOOR

La matriz AOOR, se realiza con la finalidad de determinar cuáles son las amenazas, las oportunidades, los oponentes y los riesgos que ocasionan el implantar el nuevo proyecto. En el cuadro siguiente se detallan cada una de las variables que conforman la matriz AOOR:

Tabla 10: Matriz AOOD

---

<b>Aliados</b>	<b>Oponentes</b>
Crecimiento de la población que genera más consumo.	Recursos económicos insuficientes.
Habilidad y creatividad de las mujeres en la producción de artesanías y confección de blusas.	La falta profesionales en este ramo de actividad económica.
Infraestructura vial y servicios básicos.	Falta de programas de capacitación.
Experiencia de las familias en la industria textil.	Falta de apoyo del gobierno a pequeños artesanos.
	Poca preparación académica de la población.
	<b>Riesgos</b>
<b>Oportunidades</b>	La emigración de la personas del campo a la ciudad.
Innovación y Tecnología	Altas tasas de interés a microcréditos
Recursos de apoyo a nuevos emprendimientos.	Cambios en las políticas económicas
Cambios de la matriz productiva	Poca aceptación de productos artesanales
Creación de nuevas fuentes de empleo	Menor demanda por cambios en hábitos culturales
Recuperación de costumbres ancestrales por iniciativa de políticas del gobierno	Competencia de las grandes Industrias textiles de Atuntaqui.
	Importaciones

---

Elaborado por: Jhon Tituaña

## 1.8. Cruces Estratégicos

- ❖ Aunque han cambiado los patrones culturales, el constante crecimiento de la población indígena otavaleña genera mayor demanda de las blusas, vestimenta típica de su cultura.
- ❖ Si bien existe competencia de las empresas textiles de Atuntaqui, la habilidad de las mujeres para el bordado de blusas, creatividad e innovación en nuevos diseños les permitirá mantenerse en el mercado.
- ❖ Los artesanos no siempre tienen recursos económicos para iniciar sus emprendimientos, pero en la actualidad hay varias oportunidades de apoyo mediante planes de financiamiento del gobierno central a nuevos emprendimientos.
- ❖ No siempre el gobierno apoya a los pequeños artesanos pero posiblemente por las nuevas políticas de la matriz productiva, los emprendimientos de los pequeños artesanos generen mayores oportunidades.
- ❖ La conservación de costumbres ancestrales de la población indígena otavaleña en la elaboración de blusas, motivara al gobierno central brindar apoyo a los pequeños artesanos dedicados a esta actividad económica.
- ❖ En la actualidad un gran número de artesanos no tienen preparación académica suficiente para iniciar negocios pero las políticas del gobierno les permitirían adquirir mayores conocimientos y mejorar la innovación y por ende la tecnología en sus negocios.

## **1.9. Oportunidad del Proyecto.**

Como resultado de la investigación presentada y el análisis de las variables del diagnóstico situacional es posible concluir que en la Parroquia de San Roque es idóneo crear una Microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas ya que este lugar cuenta con todos los servicios básicos necesarios para la construcción de la infraestructura de la microempresa.

A nivel cualitativo y cuantitativo se ha identificado pequeños negocios familiares un total de 10 talleres que se dedican exclusivamente a la producción de blusas bordadas de la parroquia de San Roque siendo estos los principales competidores de la microempresa

Además de ello se ha identificado que estos pequeños negocios familiares no han tenido un crecimiento progresivo porque existe limitada oferta de mano de obra calificada, de igual forma existen escasos programas de capacitación y asistencia técnica por parte de entidades de apoyo; por otra parte la deficiente gestión tecnológica, la falta de investigación que juntamente con una cultura organizacional poco definida ha interferido en la productividad de los pequeños emprendimientos familiares.

También se ha identificado que las maquinarias que utilizan para la confección de blusas son máquinas de tipo artesanal, y las personas que laboran en estos talleres no cuentan con la capacitación adecuada en el área textil, las tareas que realizan no están bien definidas por lo que la producción se ve limitada lo cual ha impedido que este sector textil tenga su desarrollo económico en el sector.

A fin de hacer frente y mitigar efectos de los factores antes mencionados, es necesario introducir una microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas; como una propuesta que incorpore eficientes procesos de producción, gestión, administración de recursos, con inversión en capacitación y desarrollo. Para ofertar un producto

innovador y de alta calidad, de tal forma que permita aprovechar las oportunidades existentes en el mercado y a la vez generar otros empleos adicionales, contribuyendo así al progreso de la zona de influencia

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. La Empresa.

##### 2.1.1. Definición.

La Empresa es una entidad en la que intervienen el capital y el trabajo como factores de producción de actividades industriales o mercantiles o de prestación de servicios así como lo afirma Bravo (2013: 3); en su libro Contabilidad General, ***“Empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.”***

#### 2.2. Microempresa.

##### 2.2.1. Definición.

***“La microempresa es una empresa de tamaño pequeño de tipo mercantil, industrial o de servicios, cuenta con un número reducido de empleados, de organización formal o informal que combina factores de la producción”*** Ibíd. pag.7; producción para producir bienes y servicios para satisfacer necesidades de la sociedad como afirma Chiavenato (2014:84); cuando menciona que ***“La microempresa es un negocio personal o familiar que emplea hasta 10 personas, la cual es operada por una persona individual, una familia o grupo de personas cuyos ingresos son relativamente bajos, y de la actividad de comercialización de bienes, de producción o de prestación de servicios, constituye el ingreso para el hogar”.***

### ❖ Importancia de la Microempresa.

***“La microempresa es importante porque genera un beneficio colectivo para el entorno se desarrolla y crea nuevos empleos a personas que en otras instancias no tendrían oportunidad, permite trabajar al núcleo familiar y mejorar sus ingresos sin que hayan tenido que invertir grandes cantidades de capital”*** Marc (2014);(Federación de Organizaciones Microempresarios del Ecuador(FOME 2011)). *Además en países como el Ecuador es un instrumento importante de combate a la pobreza por las condiciones sociales de las personas y los empleos de bajo valor agregado.*

Según la página web [www.icomerciales.es](http://www.icomerciales.es) (2011:1) permite visualizar el rol que cumple las microempresas en el desarrollo de empleo porque señala que ***“Las microempresas abarcan una parte importante del empleo, sea que represente un cambio en la estructura o una nueva forma de visualizar su creciente atención”***. Actualmente las ofertas laborales limitadas ha conllevado que los jóvenes profesionales ya no solo miren a un puesto de trabajo en entidades públicas o privadas como única fuente para generar ingresos, sino al emprendimiento en microempresas con soluciones a necesidades insatisfechas que demanda la población, como vía para desarrollarse profesionalmente.

#### 2.2.2. Clasificación de las Microempresas

Para la clasificación de las Microempresas se ha tomado en cuenta los aportes del siguiente autor:

*CANTOS (2007: 28); manifiesta:*

Las Microempresas se clasifica en:

### ❖ Producción:

***“Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados. Las microempresas de producción son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo”***.

❖ Comercio:

***“Son las que tienen como actividad, la compra venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción”.***

❖ Servicios:

***“La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad”.***

Como se puede observar en esta clasificación el autor nos brinda una guía de clasificación de acuerdo a la actividad económica que desarrolla la primera es la microempresa de producción que transforman las materias primas en productos terminado listo para salir al mercado, la segunda microempresa de comercio que tienen como actividad específica la compra venta de bienes y productos ya elaborados. Este último microempresa de servicios que tienen por función brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades.

### 2.2.3. Características de la Microempresa.

Según Monteros (2005); las características de las microempresas son:

- ❖ ***Creadoras de autoempleo***
- ❖ ***Incluye máximo 10 personas***
- ❖ ***Son actividades orientadas al comercio***
- ❖ ***Trabajo Familiar***
- ❖ ***Pequeña unidad productiva***

- ❖ ***Inversión de capital pequeña.***
- ❖ ***Carece de una estructura funcional bien definida.***
- ❖ ***El uso de tecnología es limitado.*** Ibíd. pag.26

Las características de la microempresa son varias las mismas que se sustentan en diferentes autores como se presenta a continuación:

*“Las características que mantiene una microempresa son las siguientes:*

- ❖ Actividades de autoempleo
- ❖ Máximo de 10 colaboradores
- ❖ Un capital de trabajo de hasta 100000 USD que no incluya muebles y
- ❖ vehículos que sean herramientas de trabajo.
- ❖ Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial.
- ❖ Trabajo Familiar
- ❖ Limitaciones Tecnológicas
- ❖ Limitación de capital
- ❖ Su oferta de productos o servicios abarca el mercado local
- ❖ Generalmente no cuentan con personal capacitado

De acuerdo a los autores antes mencionados las microempresas tienen muchas características pero se ha considerado las más importantes con la finalidad de conocer los principales aspectos que lo identifican a microempresa en su organización, su función, y su inversión. Ibíd.pag.30

#### 2.2.4. Ventajas de la microempresa

- ❖ *Fuente generadora de empleos.*
- ❖ *Equipo de trabajo multidisciplinario*
- ❖ *Fomenta la innovación.*
- ❖ *Motiva a los emprendedores a crear su propio negocio*
- ❖ *Dinamiza la economía local*
- ❖ *Mejora la calidad de vida de las personas*
- ❖ *Reduce la pobreza*
- ❖ *No se necesita grandes cantidades de capital para su formación*

Cabe destacar que la microempresas ayudan al desarrollo económico del país generando nuevas plazas de empleo, y no requiere la inversión de grandes cantidades de capital para para su funcionamiento lo cual permite que las personas emprendedoras de bajos recursos económicos emprendan sus negocios (Gestión – Económica; 2013)

#### 2.2.5. Desventajas de la Microempresa.

- ❖ *Carencia de herramientas y tecnología de última generación*
- ❖ *Falta de financiamiento*
- ❖ *Falta de capacitación de la Mano de Obra.*
- ❖ *Producción encaminada solamente al Mercado interno.*
- ❖ *Competencia con grandes empresas.*
- ❖ *Limitadas posibilidades de expansión.*

Como toda actividad de emprendimiento se corre un riesgo, y las desventajas permiten visualizar el camino que tiene una microempresa por eso es de vital importancia saber que la creación de una microempresa es el primer paso y que su desarrollo debe ir encaminado hacia la meta de una gran empresa porque su estancamiento originará la desaparición o liquidación de la misma. Ob.cit.pag.5

### 2.3. Gestión Administrativa.

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización.

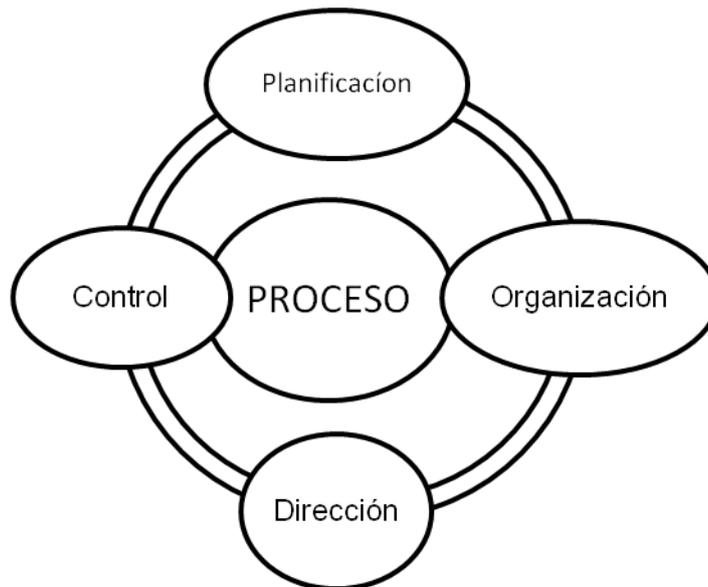


Gráfico 4: Proceso Administrativo

Fuente: PALAO, Jorge; 2009 pg34

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### 2.3.1. Planificación.

Las actividades de planeación nos permiten analizar las situaciones actuales, anticiparnos a los acontecimientos futuros, determinar los recursos necesarios para alcanzar las metas de la organización, todas estas acciones se hacen en base a métodos y procedimientos administrativos así como afirman Palao (2009:18); *en su obra Aduéñese de su futuro, que “La planificación es el estudio y proceso anticipado que proporciona la determinación de los objetivos y elección de los cursos de acción para lograrlos en una entidad, con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un*

*futuro*”. Toda organización debe tener elaborado con antelación estas actividades de planificación antes de iniciar sus actividades económicas.

### 2.3.2. Organización.

La etapa de organización consiste en sistematizar los recursos disponibles así como lo menciona en su obra Inicie su negocio, que : **“La organización es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del talento humano”**Ibíd.pag.75 , además de sistematizar se debe coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros para mejorar el rendimiento de cada uno de estos recursos y de esa manera lograr la minimización de esfuerzo, la simplificación de procesos innecesarios y la maximización del recurso tiempo.

### 2.3.3. Dirección.

Según la página web [www.gestionpolis.es](http://www.gestionpolis.es)(2013) nos proporciona un concepto claro sobre la dirección, menciona lo siguiente

**“La dirección es la etapa conocida como ejecución, comando o liderazgo, en la cual se logra la realización efectiva de lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones para obtener los resultados que se hayan previsto y planeado”.**

En esta etapa del proceso administrativo se debe considerar la influencia del administrador en la realización de planes, es el responsable de obtener una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación.

#### 2.3.4. Control.

El control es el proceso por el cual se comprueba, corrige desviaciones cuando estas se presentan, y se mejora las actividades planificadas, el mismo que se lo realiza antes, durante después, de esta forma se asegura el encaminamiento de la realización efectiva de los objetivos trazados. Entonces se puede decir que la esencia del control, es guiar la actividad ejercida hacia un fin determinado. aut.cit.inicie su negocio pág.45.

### 2.4. Producción

#### 2.4.1. Definición

La producción es la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo de tiempo determinado así como lo afirma Anzola (2010:192) en su libro Administración de pequeñas empresas, manifiesta: ***“Es la transformación de insumos, de recursos humanos y físicos en productos deseados por los consumidores, estos productos pueden ser bienes y / o servicios.”***

### 2.5. Comercialización

#### 2.5.1. Definición

Es la acción y efecto de comercializar, poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta, así como lo menciona en su libro Administración de pequeñas empresas, ***“La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos***

**sociales**”Ibíd.pag.196. También se podría considera que la comercialización es el conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto o servicio sale del establecimiento, hasta que llega al consumidor.

### 2.5.2. Importancia

La página web [www.oportnegocio.es](http://www.oportnegocio.es) (2012) nos permite visualizar La importancia de la comercialización radica en la facilidad que va a proporcionar al planear y organizar las actividades necesarias para que el bien o servicio llegue en el momento preciso al consumidor final. Y así al estar presente en el mercado, el público va a tomarlo en cuenta al hacer una selección, para conocerlo, probarlo y consumirlo, y con base en ello tomar una decisión de fidelidad, y esto a su vez se traduce directamente en una garantía de permanencia en el mercado.

### 2.6. Gestión contable.

La gestión contable en una microempresa es la que permite llevar un registro y el control sistemático de todas las operaciones financieras que se realizan en la misma. Con el objeto de elaborar, comunicar, auditar, analizar e interpretar la información económica - financiera de la empresa, soporte esencial para que dueños y terceras personas puedan adoptar decisiones, así como manifiesta *en su obra Utilice las finanzas para hacer rendir su dinero, “La contabilidad es la actividad que registra en forma cronológica las transacciones u operaciones de la empresa en términos monetarios a través de fases, esenciales para una información razonable y oportuna, con el objetivo de maximizar utilidades y minimizar costos”*.aut.cit.finanzas.pag.14

### 2.6.1. Importancia.

La contabilidad es de gran importancia porque todas las empresas tienen la necesidad de llevar un control de sus negocios mercantiles y financieros. Así obtendrá mayor productividad y aprovechamiento de recursos. Por otra parte, los servicios aportados por la contabilidad son imprescindibles para obtener información de carácter legal.

### **2.7. Gestión de marketing.**

Proceso social y administrativo destinado al estudio del mercado en toda su extensión, por el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando productos y valor con otros, mediante transacciones, que están dirigidas a satisfacer las demandas en los mercados.(Diccionario-Marketing; 2012:1).

Para lograr este objetivo es necesario conocer las herramientas de la gestión de mercadotecnia que es el conjunto de variables controlables de marketing que utiliza la microempresa para producir la respuesta deseada en su mercado meta.

## Herramientas del Marketing.

Gráfico 5: herramientas del marketing



Fuente: Palao, Jorge (2009)  
Elaborado por el: Jhon Tituaña

### 2.7.1. Producto

Producto es todo aquello que surge mediante un proceso de fabricación para satisfacer la demanda del consumidor así como lo afirma ***“Un producto es todo aquello que la microempresa realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores en calidad, marca, estilo, diseño, características y empaque”***. aut.cit. *Domine el marketing para alcanzar el éxito.pag.68,*

En el marco de una economía de mercado, los productos son aquellos objetos que se compran y se puede ofrecer a la consideración para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer un deseo o necesidad.

### 2.7.2. Promoción.

La promoción es la forma como el producto bien o servicio se comunica al consumidor a través de la publicidad, la atención y la venta en sí, como lo ratifica en su obra *Domine el marketing para alcanzar el éxito*, establece: **“La promoción es el programa total de comunicación de la gestión de marketing en una entidad formado por la combinación específica de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y ventas personales utilizadas para alcanzar los objetivos planteados”**lbíd.pag.101.Es la forma que el cliente absorbe los beneficios que obtiene al adquirir lo comunicado.

### 2.7.3. Plaza.

Plaza es el lugar donde se comercializa el producto herramienta que está compuesta por canales, cobertura y logística de comercialización. Así como manifiesta en su obra *Domine el marketing para alcanzar el éxito*, expresa: **“La plaza es la variable de mercadotecnia que se encarga de lograr que los productos de la microempresa estén disponibles para los clientes mediante los canales, cobertura y logística de comercialización”**.lbíd.pag.91. Se refiere al canal de distribución empleado para hacer llegar el producto al público objetivo. En esta etapa se definen los lugares en los que se pondrá el producto para la venta.

### 2.7.4. Precio

El precio es la cantidad de dinero que paga o se cobra por un bien o un servicio o la suma de valores que el consumidor intercambia por el beneficio de contar con un determinado producto o servicio. **“El precio es una variable distinta a las otras, por ser el contrapeso entre lo que la microempresa ofrece y el cliente está dispuesto a dar a cambio, por lo cual es considerado el valor acordado entre dos partes que quieren obtener un beneficio, mediante el intercambio de bienes o servicios”**.lbíd.pag.81.

Es el valor del producto en el mercado. Su fijación depende de la oferta, la demanda, el público al que va dirigido y el costo de fabricación, promoción y distribución.

## **2.8. Innovación, Productividad Y Responsabilidad Social.**

### 2.8.1. Innovación.

La innovación es una estrategia de desarrollo empresarial orientada a la generación de nuevos productos o servicios y procesos, a la adaptación de tecnología, así como lo expresa en su obra *Identifique ideas de negocios exitosas, determina: “La innovación es el proceso dinámico, creativo, renovador y de cambio en tecnología, productos y procesos que vuelvan más competitiva a la empresa”* Ibid.pag.40. Y la capacidad avanzada de trabajadores y a la adopción de cambios en la cultura organizacional, todo en bien de la competitividad de las microempresas y del bienestar de la comunidad.

### 2.8.2. Productividad.

**“La Productividad es ante todo, un estado de la mente. Es una actitud que busca el mejoramiento continuo de todo cuanto existe. Es la convicción de que las cosas se pueden hacer hoy mejor que ayer y mañana mejor que hoy. Adicionalmente significa un esfuerzo continuo para adaptar las actividades económicas y sociales al cambio permanente de las situaciones con la aplicación de nuevas teorías y nuevos métodos”. Declarado por la (Asociación Europea de Centros Nacionales de Productividad EANPC -1959).**

La productividad según lo analizado en el anterior concepto permite conocer que un producto o servicio debe ser siempre mejorado a través de la optimización y valorización de los recursos. La productividad no está

solo en gastar menos o ganar más sino en satisfacción del cliente, a través de tecnología, valor agregado, atención personalizada y 100% de actitud de empleados, empresarios y clientes.

### 2.8.3. Responsabilidad Social.

La responsabilidad social es una de las grandes metas y realidades de las microempresas es crear organizaciones que satisfagan necesidades sociales reales de acuerdo a lineamientos jurídicos, tributarios, ambientales y sobre todo éticos, ***“La Responsabilidad Social es la relación del empresario con los empleados, y los clientes basada en la visión de promover el desarrollo de todas las partes que integran la sociedad”*** aut.cit. *empresario exitoso.pag.108*

## 2.9. Prendas De Vestir Blusas Bordadas

### 2.9.1. Bordados.

Según la página web [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org). (2009), permite visualizar un concepto claro de Bordado ***“El bordado es un arte que consiste en la ornamentación por medio de hebras textiles, de una superficie flexible”***. *Arte que embellece la tela* mediante dibujos realizados con hilos y una aguja.

### 2.9.2. Confección de Blusas.

Las blusas se hacen de tela de algodón o de seda y pueden o no incluir cuello o mangas. También pueden contener detalles tales como colmenas o decoraciones bordadas con flores y hojas en la parte delantera. El acabado de las prendas bordadas son pre-lavadas y pre-encogidas para así garantizar su óptima calidad, las prendas que más se realizan son blusas para todas las edades todas estas prendas son

elaboradas con la más alta calidad y excelentes diseños que son acogidos por el consumidor final.

### 2.9.3. El Hilo.

La página web [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org). (2009). Afirma: **“Los hilos utilizados para bordar son principalmente el seda, nailon y el orlón, éstas debe tener una composición 100% algodón de fibra larga de la mejor calidad y tiene una longitud aproximadamente de 8m”**. Los hilos más comunes que se utilizan para el bordado son los de seda, lana y lino, son los más apreciados por la mayoría de las bordadoras. Además el hilo es mercerizado para conseguir un acabado sedoso y muy brillante.

## 2.10. Clases de Bordado.

*La página web [Cerato.wordpress.com](http://Cerato.wordpress.com) (2011) define las clases de bordados:*

### 2.10.1. Por el Relieve

- ❖ *Lisos.- Que apenas sobresalen de la pieza*
- ❖ *De Realce.- Que ofrecen mucho relieve debido a un relleno de cartulina o de algodón en rama.*
- ❖ *De Aplicación o de Sobrepuesto.- Que se borda fuera de la pieza y posteriormente se cose sobre ella.*

### 2.10.2. Por la forma de las labores bordadas

- ❖ *El bordado de contorno, cuando sólo se marcan los contornos y líneas internas principales de la figura.*

❖ *El bordado aislado, cuando a lo anterior se añade el sembrar de puntos y rayitas bordadas el campo de la tela donde están las figuras.*

❖ *El bordado lleno, cuando todo el dibujo de las figuras está completamente bordado.*

*Con lo expuesto anteriormente existen diversas clases de bordados, caracterizadas por el relieve que presentan y por el trazado de las figuras*

## **2.11. Proyecto.**

El proyecto es un documento que permite dar a conocer el conjunto de actividades y los recursos a utilizarse en la ejecución de un proyecto de inversión, cabe recalcar lo que expresa la página web *www.monografías.com (2010)*, ***“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros”*** Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias” la finalidad del proyecto es dar solución a un problema social, económico y ambiental.

### **2.11.1. Estudio Mercado.**

Estudio de mercado trata de determinar la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un mercado específico, así como lo expresa Baca, G(2010:35);***“Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.***

En donde se identifica la competencia, oferta y las condiciones en que se está suministrando el producto, el régimen de formación del precio y la manera como llega el producto a los consumidores y usuarios.

#### 2.11.2. Estudio Técnico

El estudio técnico se basa en definir la localización, distribución, inversión y tamaño del proyecto de acuerdo a su tecnología, demanda, disponibilidad de equipos y financiación. ***“El estudio técnico puede subdividirse en cuatro partes que son: determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”*** Ibíd. pag.43.

#### 2.11.3. Estudio Económico Financiero.

*La página web [www.emprendedor.unitec.edu](http://www.emprendedor.unitec.edu) (2011) Manifiesta “Es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.*

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.

#### 2.11.4. Estudio Organizacional

*Página web [www.estudiosorganizacionalylegal.webnode.es](http://www.estudiosorganizacionalylegal.webnode.es)(2012) permite definir este parte del proyecto expresa lo siguiente **“En el estudio organizacional se define el marco formal. El sistema de comunicación y los***

**niveles de responsabilidad y autoridad de la organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. Incluye organigrama, descripción de cargos y funciones.”**. Este estudio consiste en definir como se formará la empresa, sus políticas, funciones y organización o que cambios hay que hacer si la empresa ya está formada. Orientando al logro de los objetivos y metas establecidas.

## **2.12. Indicadores Financieros**

### **2.12.1. Costo de Oportunidad.**

El costo de oportunidad es la cuantía que se deja de percibir para invertir en el proyecto, así como lo expresa Córdova Padilla (2011:240); *“La razón de costo beneficio, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón costo beneficio es mayor que 1, entonces acepte el proyecto”*.

### **2.12.2. Valor Actual Neto (VAN)**

Atraves de este indicador se puede determinar si el proyecto se acepta o se rechaza, es decir si es ejecutable o no el proyecto. Así como lo menciona Baca Urbina (2013: 208) ***“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”***, representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión.

### 2.12.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

***“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”***  
*Ibíd.pag.209*; además de ello es importante mencionar que este indicador financiero nos proporciona la información para conocer qué porcentaje de ganancia tendrá el proyecto de acuerdo a la inversión y al tiempo proyectado.

### 2.12.4. Punto de Equilibrio.

El nivel de equilibrio se alcanza cuando los ingresos por ventas son iguales a la suma de los costos, siendo ese el nivel en el cual no se pierde ni se gana dinero, así como lo expresa *Meza (2013:39)*; en el libro *Administración financiera*, *“El punto de equilibrio se define como el nivel de actividad en el cual los ingresos igualan a los costos y gastos totales”*.

### **Costo- Beneficio**

*Komiya (2014:96)*; define: ***“El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad”*** a través de este indicador se puede saber qué nivel de ganancia tiene el dinero invertido en el proyecto. Cuanto es la ganancia por cada dólar que he invertido en el proyecto.

### 2.12.5. Sensibilización.

***“La sensibilización es el análisis del comportamiento del TIR en base a las fluctuaciones generadas por el precio, la cantidad de ventas y el efecto combinado de los supuestos”*** (IZAR, 2013)

El análisis de sensibilización es plantear los diferentes escenarios o supuestos que puede presentarse durante la operación de la microempresa, este análisis nos permite identificar cual es el comportamiento de los indicadores financieros VAN, TIR y CB hasta qué punto se puede bajar o subir el nivel de las ventas.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1. Introducción

El estudio o la investigación de mercado es la técnica que permite recolectar información sistemática y objetiva de los oferentes y demandantes de un bien o servicio en un área determinado, el mercado lugar donde compradores y vendedores se congregan para intercambiar bienes o servicios a un precio establecido por mutuo acuerdo. En la actualidad debido al avance tecnológico, el uso de del Internet, no es necesario que exista un lugar físico en donde realmente se congreguen vendedores y compradores, por esta razón es recomendable mencionar un concepto más amplio al respecto: Kotler (2010:33); define que ***“Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo”***.

#### 3.2. Objetivos

##### 3.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita conocer el comportamiento actual de la demanda y de la oferta del producto en el mercado.

##### 3.2.2. Objetivo Específico

- ❖ Dar a conocer las principales características del producto

- ❖ Identificar la demanda potencial de las blusas bordadas en la parroquia de San Roque
- ❖ Identificar la demanda actual y potencial de las blusas bordadas en la población de etnia indígena otavaleña.
- ❖ Identificar la oferta actual y proyectada del producto propuesto en el área de investigación.
- ❖ Establecer los precios de las blusas bordadas en el mercado meta de la investigación.
- ❖ Definir las estrategias de comercialización que permitan fortalecer la venta del producto

### **3.3. Variables**

- ❖ Demanda
- ❖ Oferta
- ❖ Precio
- ❖ Estrategias de comercialización

### **3.4. Indicadores**

- Demanda
  - ❖ Tipo de producto
  - ❖ Calidad del producto
  - ❖ Frecuencia de consumo
  - ❖ Cantidad de compra
  - ❖ Exigencias del producto
  - ❖ Lugar de compra.
- **Oferta**
  - ❖ Cantidad de Oferta
  - ❖ Calidad del producto
  - ❖ Materia prima
  - ❖ Tipo de mercado

- ❖ Experiencia en la actividad
- ❖ Capacidad
- ❖ Talento humano
- ❖ Forma de pago
- ❖ Rentabilidad

➤ **Precio**

- ❖ Nivel de precios
- ❖ Determinación del precio
- ❖ Precio de venta
- ❖ Precio de compra

➤ **Comercialización**

- ❖ Producto
- ❖ Precio
- ❖ Plaza
- ❖ Publicidad

### 3.5. Matriz de Relación Estudio Mercado

Tabla 11: Matriz Relación Estudio de Mercado

Objetivos específicos	VARIABLES	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Identificar la demanda actual potencial de las blusas bordadas en la parroquia de San Roque	Demanda	Calidad del producto Frecuencia de compra Lugar de compra Características del producto Precios a pagar Formas de pago	Primaria  Doc. Bibliográfico	Encuesta	Población femenina De la PEA
Identificar la oferta actual y proyectada del producto propuesto en el área de investigación.	Oferta	Experiencia en la actividad Rentabilidad Calidad del producto Formación del talento humano Materia prima Cantidad de Oferta Mercado meta Forma de pago Precio de las blusas	Primaria	Encuesta Entrevista	Productores
Establecer los precios de las blusas bordadas en el mercado meta de la investigación.	Precio	Nivel de precios Precio de venta Precio de compra Factores de variación del precio	Primaria	Encuesta	Productores Población femenina PEA
Definir las estrategias de comercialización que permitan fortalecer la venta de producto	Publicidad	Producto Precio Plaza Publicidad	Primaria	Encuesta	Población femenina Productores de blusas.

Elaborado por: Jhon Tituaña

### 3.6. Descripción Del Producto

Las blusas se confeccionan con tela de algodón o de seda y pueden o no incluir cuello o mangas. Están enmarcadas con detalles tales como colmenas o decoraciones bordadas con flores y hojas en la parte delantera. Las prendas que más se realizan son blusas para mujeres comprendidos entre las edades de 12 a 65 años, información obtenida a través de la metodología de investigación utilizando la técnica de entrevista según Elena Gonzales (2012: 57) ***“La entrevista consiste en un dialogo entre dos personas con fines informativos. Tiene como finalidad obtener información sobre un asunto o conocer a fondo a una persona”***. Entrevista aplicada a las 10 familias que se dedican a esta actividad económica de la Parroquia de San Roque.

***“Los hilos utilizados para bordar son principalmente la seda y el nailon, éste debe tener una composición 100% algodón de fibra larga de la mejor calidad y tiene una longitud aproximadamente de 8m”***www.wikipedia.org. (2007: 2). Los hilos más comunes que se utilizan para el bordado son los de seda, lana y lino, son los más apreciados por la mayoría de las bordadoras. Además el hilo es mercerizado para conseguir un acabado sedoso y muy brillante.

Las indígenas otavaleñas lucen con mucho orgullo las blusas bordadas que en la mayoría son tejidos a mano por ellas mismas con colores, bordados y diseños naturales que simbolizan el arte, pensamiento y trabajo de los indígenas. A través de ello exaltan la riqueza cultural que aún se conservan en el pueblo otavaleño. *www.elmercurio.com. (2005:3)*

### 3.6.1. Clases De Blusas Según El Diseño

Los diseños de las blusas varían de acuerdo a la ornamentación que se realice durante el proceso de bordado arte que embellece la tela mediante dibujos, tales como colmenas o decoraciones con flores y hojas en variedad de formas y colores que resalta la belleza de la mujer otavaleña. Las blusas son confeccionadas de tela de algodón o de seda y pueden o no incluir cuello o mangas.

A continuación se puede apreciar la calidad, el diseño y la forma de las blusas que se ofertara en el mercado meta.

*Foto: 1 Clases de Blusas*



Fuente: Productores de Blusas  
Elaborado por: Jhon Tituaña

### 3.7. Identificación De Población

La primera población a investigar son los clientes potenciales del producto siendo la población económicamente activa (PEA) de la Parroquia de San Roque de sexo femenino, esto es 1.388 mujeres INEC (2010).

La segunda población a investigar son las 10 familias productoras de blusas (sastrerías) de la Parroquia de San Roque, datos obtenidos por la investigación de campo que se realizó en la parroquia a todas las familias que se dedican exclusivamente a confeccionar blusas bordadas. Por considerar esta población muy pequeña se decidió realizar un censo.

#### 3.7.1. Muestra

Tomando en cuenta que la población representada por los potenciales clientes, de la Parroquia de San Roque es significativa es necesario el muestreo. La población equivalente es de 1.388 habitantes de sexo femenino INEC (2010).

La fórmula es la siguiente.

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

**Dónde:**

N= Tamaño de la población

Z= nivel de confianza

$\delta$  = varianza

E= error máximo admisible de tamaño de la muestra.

n= tamaño de la muestra

La fórmula es la siguiente.

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

**Dónde:**

$$N = 1.388$$

$$Z = 1,96$$

$$\delta = 0,5$$

$$E = 0,05$$

$$n = .?$$

$$n = \frac{1.96^2 (0.5)^2 (1.388)}{0.05^2 (1.388 - 1) + 1.96^2 (0.5)^2}$$

$$n = 176,333$$

Por lo tanto el número de encuestas será 176.

La investigación de campo se realizará a 176 mujeres que son parte de la PEA de la parroquia de San Roque

### 3.8. Metodología de Investigación

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que facilitan la recolección de información de manera inmediata

La Metodología de Investigación que se aplicó para recabar la información fue el método analítico, según Bernal T. Cesar Agustín (2006:30) ***“El método analítico consiste en la identificación de cada una de las partes de la realidad y su relación, separando el objeto de estudio dos partes y una vez comprendida su esencia construir un todo”***. Es decir se identificó a cada una de las partes las 176 mujeres que representan a la muestra de los clientes potenciales que demandaran del producto y las 10 familias que se dedican a la actividad económica de confección de blusas que será la competencia para la nueva microempresa.

### 3.8.1. Información primaria

#### ❖ Técnica de la investigación la encuesta.

Según Iglesias M. Josep (2010: 43) ***“La encuesta es una técnica interrogativa, a través de la cual el investigador puede obtener información sobre hechos objetivos y/o sobre opiniones y actitudes del sujeto que lo encuesta”.***

Posterior a la aplicación de la metodología de investigación se procedió aplicar la técnica de investigación de la encuesta, fundamentado en un cuestionario o conjunto de preguntas que se prepararon con antelación, las cuales fueron aplicadas directamente a las 176 mujeres de la Parroquia de San Roque.

Así como También a las 10 familias que se dedican a la actividad económica de confección de blusas la encuesta se aplicó directamente a los propietarios de estos talleres artesanales de confección de blusa

### 3.9. Encuesta y Tabulación a los Potenciales Clientes de la Parroquia de San Roque.

#### 1. ¿Compra usted las blusas bordadas?

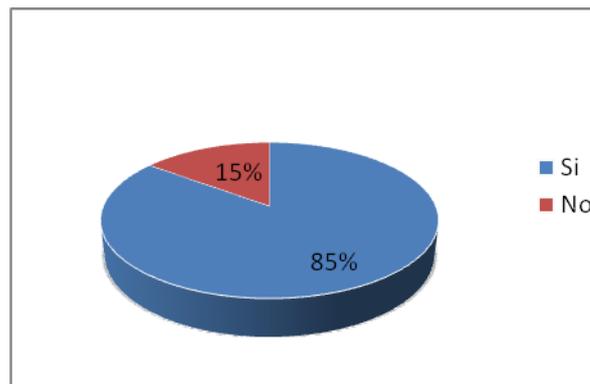
Tabla 12: Preferencia

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	150	85%
No	26	15%
Total	176	100%

Fuente: Clientes de blusas bordadas de San Roque (11/12/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 6: Preferencia



Elaborado por: Jhon Tituaña

- **Análisis:**

De las encuestas realizadas el 15% manifiesta que no están interesados en comprar las blusas por las diferentes causas, la que más influye es la implementación de la moda en la población indígena que poco a poco hace que se pierda la vestimenta tradicional otavaleña, mientras que el 85% están interesados en comprar las blusas por que aspiran conservar la vestimenta tradicional otavaleña, Para llegar a cubrir el 100 % del mercado se implementará estrategias de marketing, diseños de blusas personalizados a precios muy competitivos del mercado.

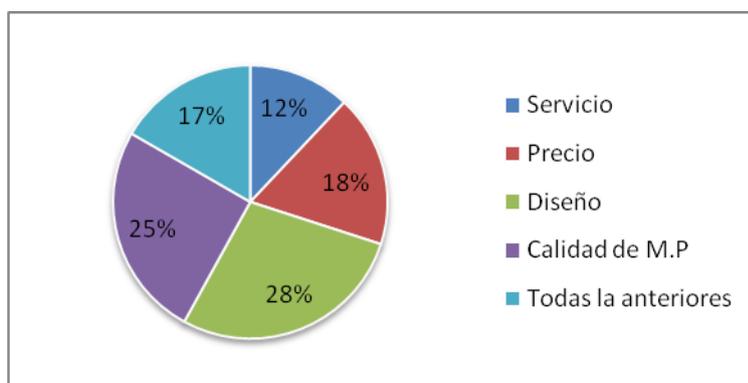
**2. En su decisión de compra de blusas bordadas ¿qué aspecto es el más importante para usted?**

*Tabla 13: Exigencias del Cliente*

EXIGENCIAS DEL CLIENTE		
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Servicio	18	12%
Precio	27	18%
Diseño	42	28%
Calidad de M.P	38	25%
Todas la anteriores	25	17%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Clientes de blusas bordadas de San Roque (11/12/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

*Gráfico 7: Exigencias del Cliente*



Elaborado por: Jhon Tituaña

**Análisis:**

Se puede ver que del total de encuestados, el mayor porcentaje corresponde a diseño, seguido de calidad y precio. Por lo tanto estos tres elementos se deben considerar de forma prioritaria el momento en que se diseñen las estrategias de venta. El elemento que menos atención recibe por parte de los compradores es el servicio, pero también es importante puesto que de esto dependerá que el comprador se sienta plenamente satisfecho.

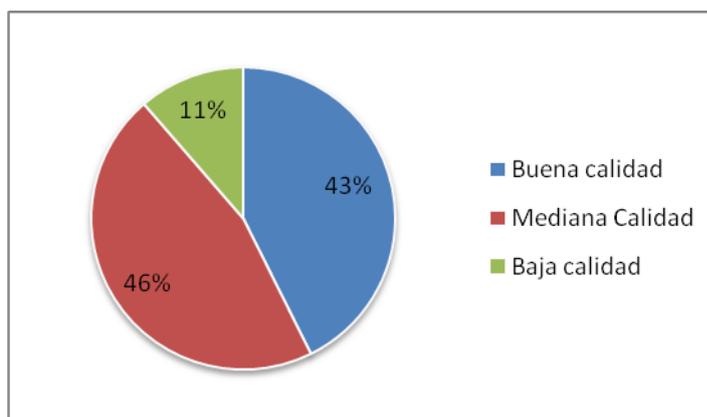
### 3. ¿Las blusas bordadas que se ofertan en el mercado consideran que son?

Tabla 14: Calidad de Blusas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Buena calidad	64	43%
Mediana Calidad	69	46%
Baja calidad	17	11%
TOTAL	150	100%

Fuente: Clientes de blusas bordadas de San Roque (11/12/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 8: Calidad de Blusas



Elaborado por: Jhon Tituaña

#### Análisis:

La mayor parte de las blusas que se ofertan en el mercado tienen buena y mediana calidad, esto significa que para ser competitivos debemos tener altos estándares de calidad puesto que así podremos tener también precios que cubran los costos y ser una empresa auto sostenible a través del tiempo.

#### 4. ¿En promedio cuantas blusas adquiere al año?

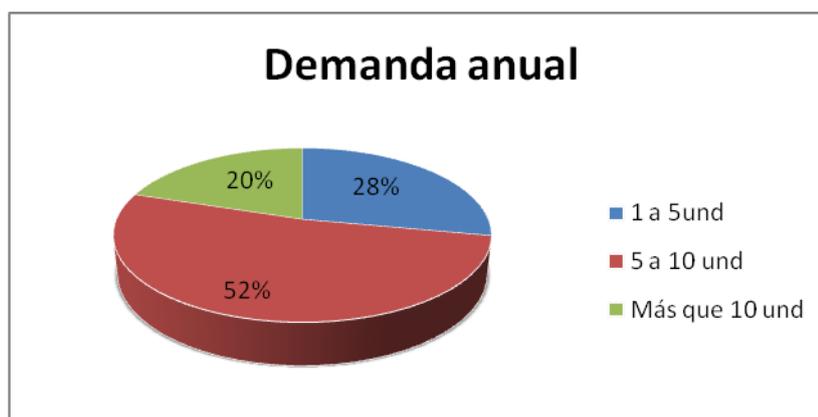
Tabla 15: Compra de Blusas Anuales

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 a 5 unidades	42	28%
6 a 10 unidades	78	52%
Más que 10 unidades	30	20%
TOTAL unidades	150	100%

Fuente: Clientes de blusas bordadas de San Roque (11/12/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 9: Compra de blusas anuales



Elaborado por: Jhon Tituaña

#### Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas se ha concluido que la mayoría de las personas realizan las compras de blusas entre la escala de 5 a 10 unidades anuales esto representa el 52% de los consumidores encuestados, ya que consideran que este tipo de prendas se las adquiere para eventos importantes como para compromisos y eventos sociales, etc. También manifiesta el 28% y el 20% que la frecuencia de compra está en la escala de 1 a 5 y más de 10 unidades de blusas anualmente.

## 5. ¿Dónde suele adquirir las blusas bordadas?

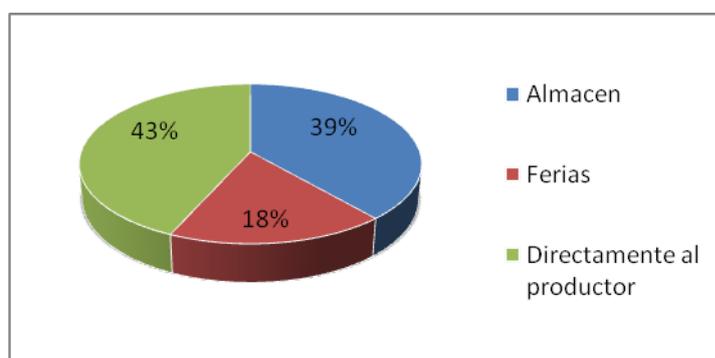
Tabla 16: Lugar de compra

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Almacén	58	39%
Ferías	27	18%
Directamente al productor	65	43%
TOTAL	150	100%

Fuente: Clientes de blusas bordadas de San Roque (11/12/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 10: Lugar de compra



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

Un porcentaje considerable de los consumidores indican que adquieren las blusas bordadas en almacenes y directamente al productor. Y el resto de los clientes prefieren adquirir estas prendas de vestir en ferias, lo cual produce que la venta se realice directamente al consumidor final y los intermediarios (almacenes).

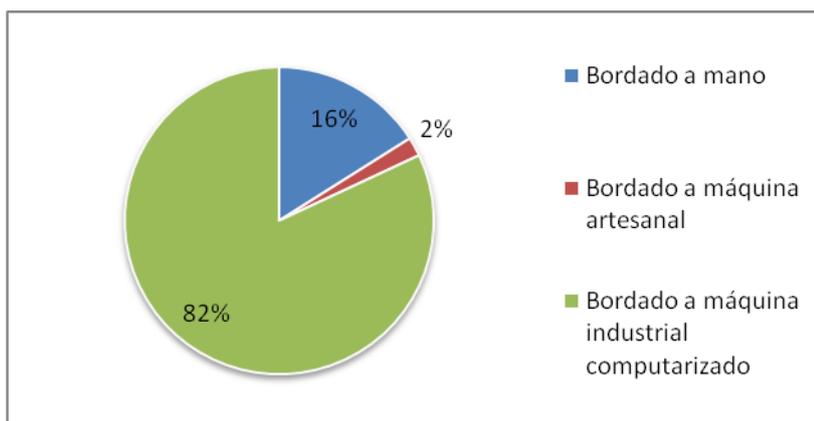
## 6. ¿Qué tipo de blusas prefiere usar?

Tabla 17: Tipos de blusas

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Bordado a mano	24	16%
Bordado a máquina artesanal	3	2%
Bordado a máquina industrial computarizado	123	82%
Total	150	100%

Fuente: Clientes de blusas bordadas de San Roque (11/12/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 11: Tipos de bordados de Blusas de Bordado



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

La mayor parte de los clientes potenciales prefieren utilizar blusas bordadas a máquina industrial computarizados debido a su calidad, durabilidad y bajos costos y es accesible a personas de bajos recursos económicos. También las blusas bordadas a mano tiene una buena acogida por su diseño y bordados más finos pero los costos son mucho más altos y la preferencia es entre personas de ingresos económicos altos, mientras que las blusas bordadas a máquina artesanal no tiene mucha aceptación por el cliente por su diseños poco actualizado.

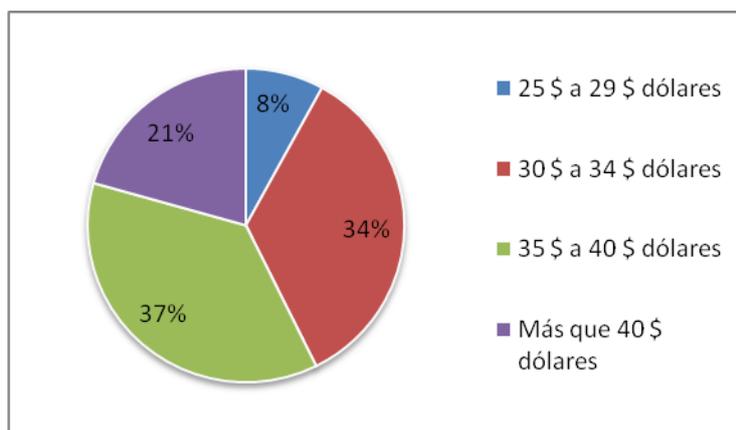
## 7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una blusa bordada?

Tabla 18: Precio de la blusa

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
25 \$ a 29 \$ dólares	12	8%
30 \$ a 34 \$ dólares	52	35%
35 \$ a 40 \$ dólares	55	37%
Más que 40 \$ dólares	31	21%
Total	150	100%

Fuente: Clientes de blusas bordadas de San Roque (11/12/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 12: Precio de la Blusa



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

Un porcentaje considerable de los consumidores finales están dispuestos a pagar de USD 30,00 a USD.40,00 por una blusa, el cual nos permite visualizar el rango en el que debe estar establecido nuestros precios para ser competitivos en el mercado.

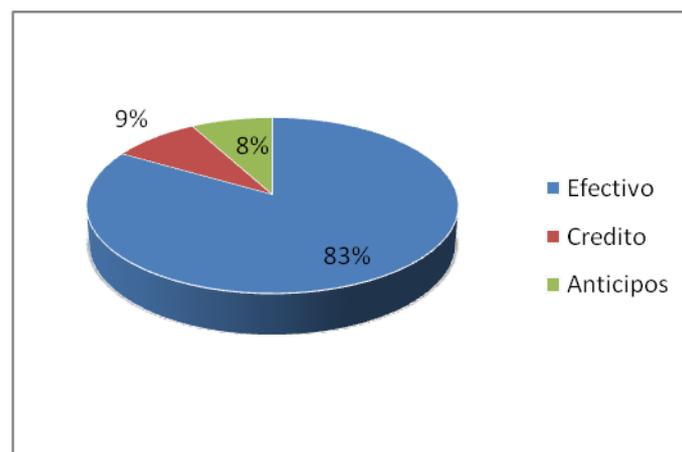
## 8. La forma de pago por la compra de las blusas bordadas es:

Tabla 19: Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Efectivo	125	83%
Crédito	13	9%
Anticipos	12	8%
Total	150	100%

Fuente: Clientes de blusas bordadas de San Roque (11/12/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 13: Forma de pago



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

En la mayoría de los casos los clientes adquieren blusas bordadas con pago en efectivo, son escasos los clientes que acceden a créditos para la compra; situación que favorece el retorno de la inversión en la fabricación de las blusas.

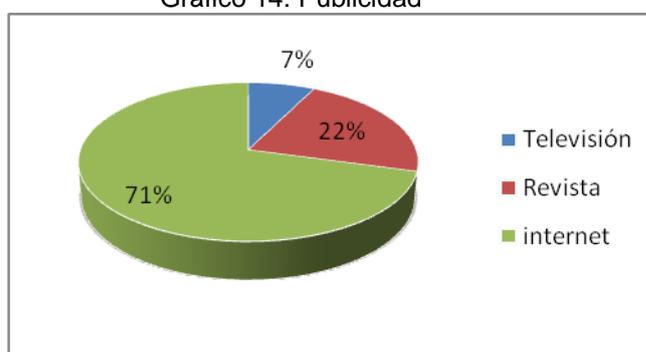
## 9. ¿Cómo se informa usted de la oferta de las blusas?

Tabla 20: Publicidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Televisión	11	7%
Revista	33	22%
internet	106	71%
Total	150	100%

Fuente: Clientes de blusas bordadas de San Roque (11/12/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 14: Publicidad



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

Tomando en cuenta los resultados obtenidos en esta pregunta, se puede manifestar que en un mayor porcentaje los consumidores finales desean recibir información por medio del internet, donde encontrará sin ninguna dificultad los diseños de las blusas. Además manifiestan que no estaría mal informarse a través de revistas en las cuales constan diferentes tipos diseños y colores, donde pueda sentirse bien con su vestimenta

### 3.10. Encuesta y Tabulación a los Productores de Blusas Bordadas de la Parroquia de San Roque

#### 1. ¿Hace cuánto tiempo se dedica a esta actividad?

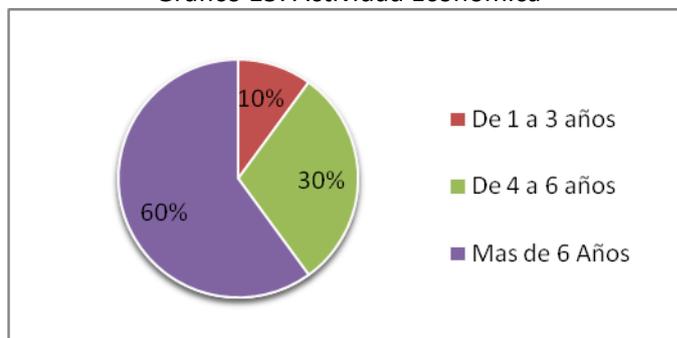
Tabla 21: Actividad económica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 1 año	0	0%
De 1 a 3 años	1	10%
De 4 a 6 años	3	30%
Más de 6 Años	6	60%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 15: Actividad Económica



Elaborado por: Jhon Tituaña

#### Análisis:

La mayor parte de la población que corresponde a productores se ha dedicado a elaborar blusas bordadas más de seis años. La demanda actual del producto hace que se genere nuevos negocios familiares de confección de blusas bordadas, por los réditos económicos que representa. También es importante señalar que un 30% de los negocios tiene entre 4 y 6 años en esta actividad.

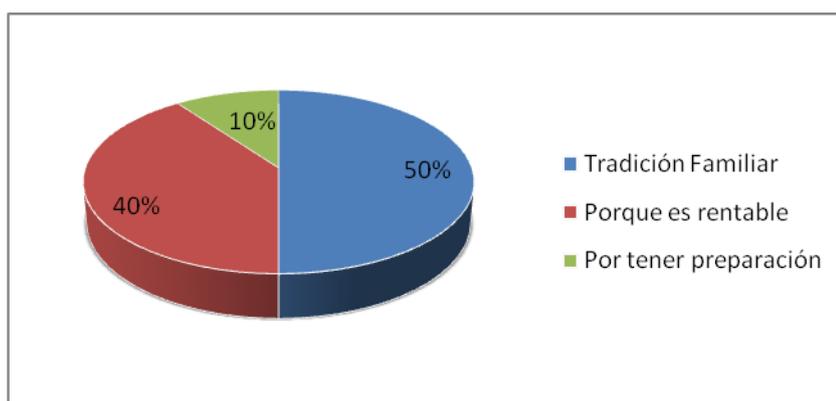
## 2. ¿Cuál fue el principal motivo por el que Ud. Decidió incursionar en esta actividad?

Tabla 22: Motivo Actividad Económica

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Tradición Familiar	5	50%
Porque es rentable	4	40%
Por tener preparación	1	10%
TOTAL	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 16: Motivo de la Actividad Económica



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

La mayoría de los productores de blusas bordadas de la parroquia San Roque, decidieron incursionar en esta actividad por tradición familiar es decir sus ancestros dejaron un legado de talentos en sus generaciones entre las cuales está la habilidades de las mujeres en el arte del bordado lo cual hoy en día ha permitido crear sus negocios familiares. También cabe destacar que es un negocio que genera réditos económicos muy buenos el cual también ha sido unos de los motivos por lo cual algunas familias han buscado crear este negocio y por ende mejorar los ingresos económicos y la calidad de vida.

### 3. ¿De qué manera usted confecciona las blusas?

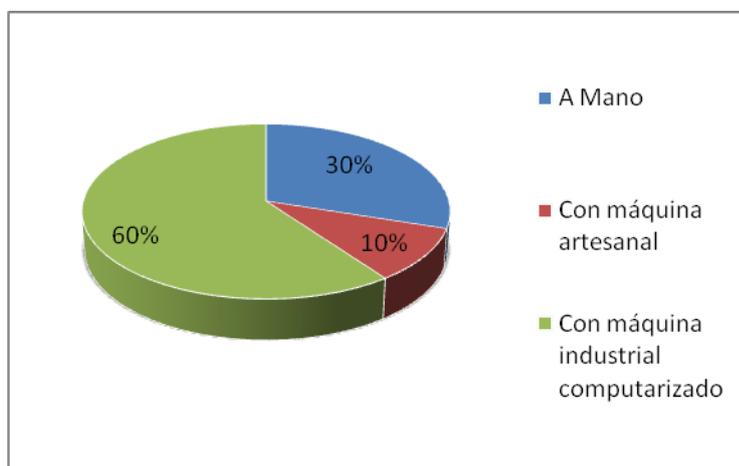
Tabla 23: Confección

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
A Mano	3	30%
Con máquina artesanal	1	10%
Con máquina industrial computarizado	6	60%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 17: Maneras de confección de las blusas



Elaborado por: Jhon Tituaña

#### Análisis:

La mayor parte de los productores confeccionan las blusas utilizando la máquina industrial computarizado debido al buen rendimiento y una mayor productividad de estas máquinas y ha tenido muy buena acogida por los clientes, también cabe destacar que las blusas bordadas a mano son las que también consideran confeccionar los productores de esa manera buscan satisfacer las demandas de los clientes. Mientras que el sistema de blusas bordados a máquina artesanal es utilizado por muy pocas familias debido a los costos altos que incurre y el tiempo que se debe utilizar en la confección de una blusa.

#### 4. ¿El talento humano que labora en su taller es?

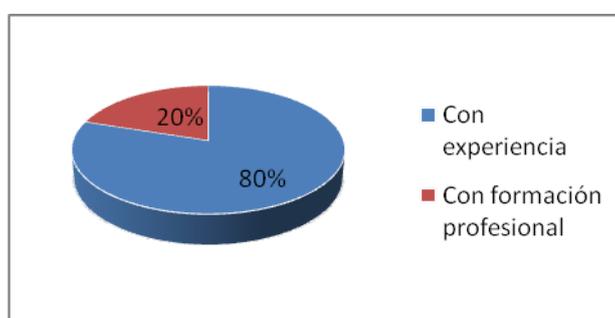
Tabla 24: Talento Humano

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Con experiencia	8	80%
Con formación profesional	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 18: Talento Humano



Elaborado por: Jhon Tituaña

#### **Análisis:**

La mayoría de productores de blusas bordadas, que representa el 80%, ocupa personal con experiencia que cuentan con los conocimientos necesarios para la confección de este tipo de prendas, el 20% cuentan con personal que tiene conocimientos con formación profesional. Esto es ventajoso porque aportan con ideas nuevas para el diseño de diferentes modelos.

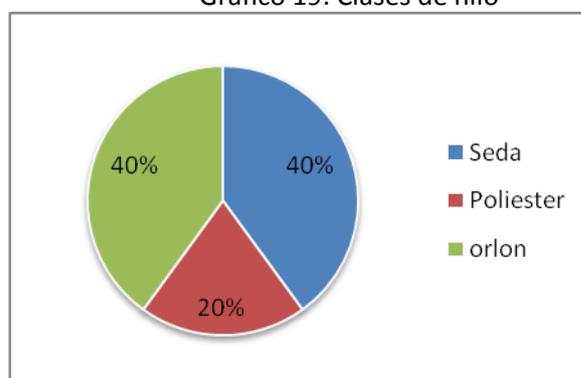
## 5. ¿Qué clase de hilo utiliza para confeccionar las blusas?

Tabla 25: Clase de hilo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Seda	4	40%
Poliéster	2	20%
Orlón	4	40%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 19: Clases de hilo



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

Según los resultados obtenidos en esta pregunta, en cuanto a la utilización de materia prima en este caso, los hilos más comunes que se utilizan para el bordado son los de seda y orlón, son los más apreciados por la mayoría de las bordadoras. Esta clase de hilo permite conseguir un acabado sedoso y muy brillante. En pocas ocasiones utilizan el hilo poliéster en la confección ya que no tiene mucha aceptación por los clientes.

## 6. ¿Qué clase de tela utiliza para confeccionar blusas?

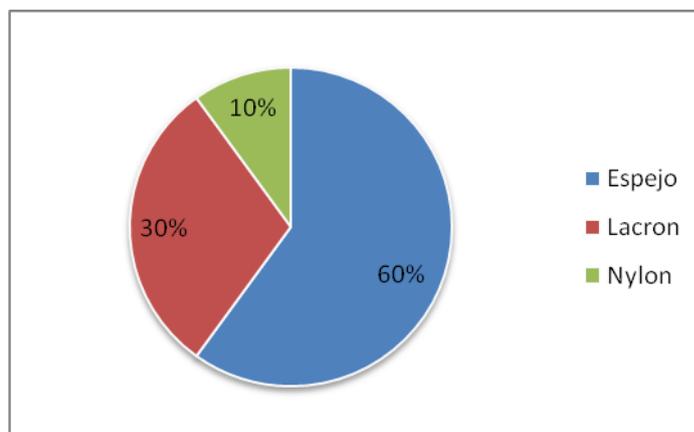
Tabla 26: Clases de Tela

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Espejo	6	60%
Lacron	3	30%
Nylon	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 20: Clases de telas



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

Según los resultados obtenidos en esta pregunta, se puede manifestar en cuanto a la utilización de materia prima los artesanos utilizan tanto tela hindú como la tela lienzo en la confección de los prendas de vestir bordadas a mano, por la acogida que tienen en el mercado, la calidad de la tela que es 100% algodón y da mejor acabado y presentación al producto.

## 7. ¿Los diseños de las blusas que Ud. Confecciona son?

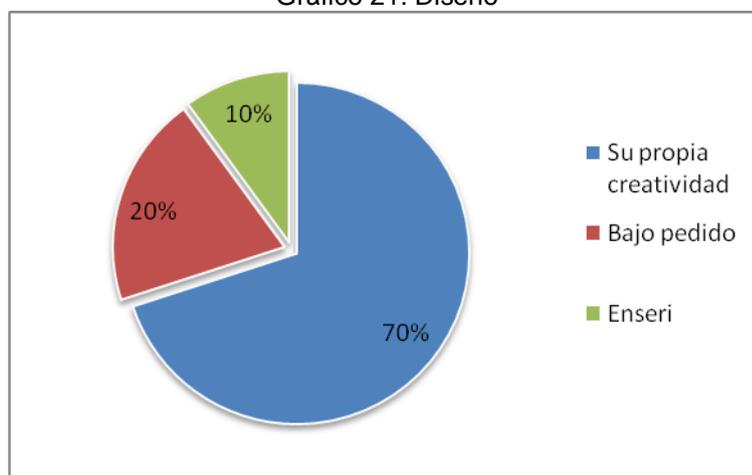
Tabla 27: Diseño

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Su propia creatividad	7	70%
Bajo pedido	2	20%
Enserie	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 21: Diseño



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

Un gran porcentaje de los diseños que confeccionan son creaciones propias de los productores conservando los gustos y preferencias de los clientes de todas las edades lo que hace que el modelo no sea desagradable para el cliente. Un 20% de los productores confeccionan diseños pre elaborados por los clientes que son conocidos solamente por ellos, también un 10% aplican diseños en serie modelos que tienen las mismas características.

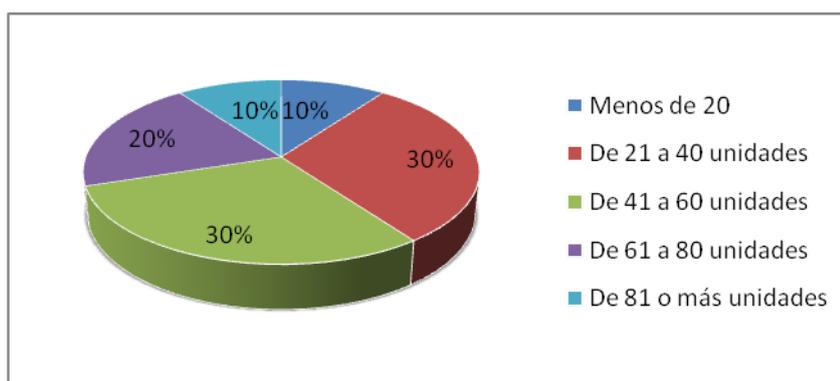
## 8. ¿Cuántas blusas confecciona en promedio mensualmente?

Tabla 28: Cantidad de confección mensual

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 20	1	10%
De 21 a 40 unidades	3	30%
De 41 a 60 unidades	3	30%
De 61 a 80 unidades	2	20%
De 81 a 120 unidades	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 22: Producción de Blusas Mensuales



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos se conoce que un grupo de las familias dedicadas a esta actividad confeccionan entre 20 a 40 unidades de blusas mensuales esto representa el 40% de los resultados de las encuestas realizadas, otras confeccionan entre 41 y 80 unidades de blusas por mes que asciende al 50%, porque consideran que se debe tener variedad para ofertar el producto y así satisfacer el gusto del cliente. Existe un porcentaje mínimo de 10% de total de los encuestados que confeccionan 81 a 120 unidades de blusas mensuales considerando cual es el comportamiento de la demanda en el mercado.

## 9. ¿En base a que realiza Uds. La producción?

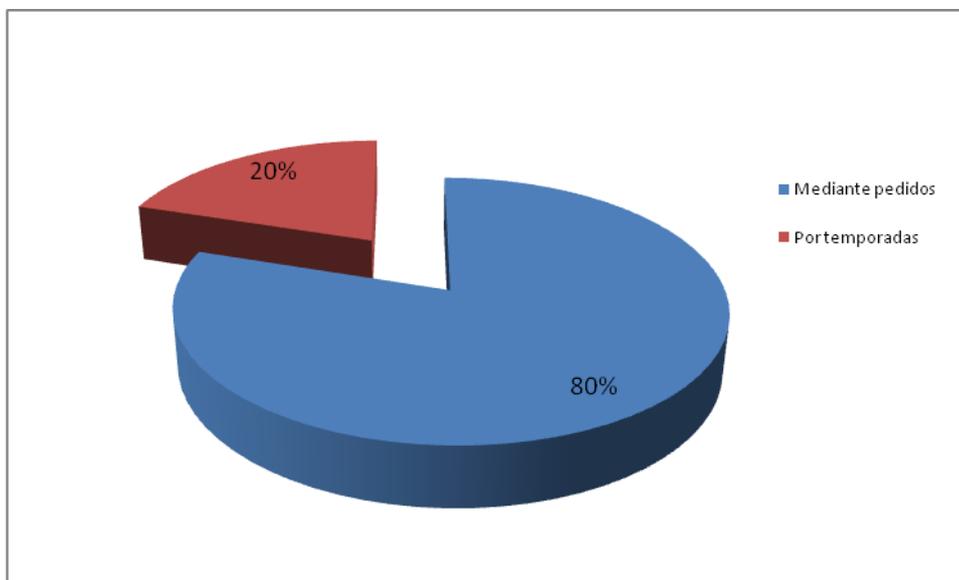
Tabla 29: Pedidos

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mediante pedidos	8	80%
Por temporadas	2	20%
total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 23: Pedidos de las Blusas



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

De acuerdo al resultado de la aplicación del presente estudio, se determina que en un mayor porcentaje de los productores realizan la confección de las blusas bordadas mediante pedidos realizados por los intermediarios, también hay pocos productores que realizan la confección de las mismas mediante temporadas.

## 10. ¿La comercialización de las blusas lo hace?

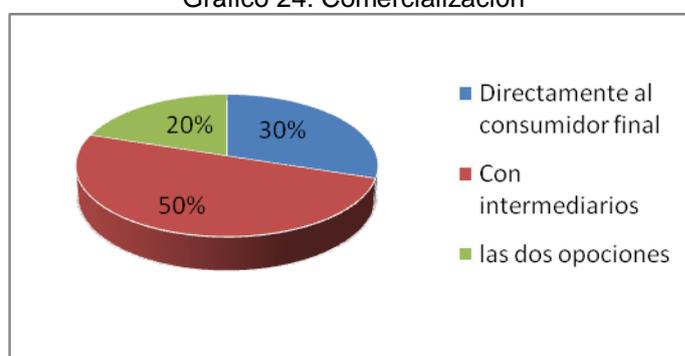
Tabla 30: Comercialización

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Directamente al consumidor final	3	30%
Con intermediarios	5	50%
las dos opciones	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 24: Comercialización



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

El 50% la comercialización de los productores de blusas comercializan indirectamente, para lo cual buscan mecanismos diferentes para la venta del producto. El 30% de los productores de blusas la comercialización lo realizan en el mismo lugar donde confeccionan las blusas, consideran que son ubicaciones claves porque están cerca al momento en que el cliente desee escoger el diseño o muchas veces prefieren que se le confeccione con otro tipo de diseños, y el 20% de los encuestados dan la preferencia a las dos opciones ya que ven una oportunidad para ofertar su producto directamente al consumidor final o a los intermediarios y de esa manera obtener más clientes.

## 11. ¿Cuál es la cobertura del mercado que atiende?

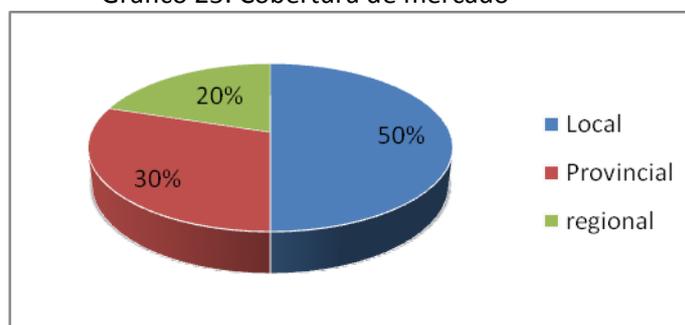
Tabla 31: Cobertura de mercado

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Local	5	50%
Provincial	3	30%
Regional	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 25: Cobertura de mercado



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

El 50% de los productores de blusas atienden con la oferta de su producto al mercado local, ya que existe un número muy ventajoso de personas que compran el producto y toda la producción se consume en el lugar sin necesidad de buscar mercados en otros lugares. Y otro grupo de productores de ello entre el 30% y el 20% atienden al mercado provincial y regional porque esperan crecer rápidamente en otros mercados para obtener mejores utilidades.

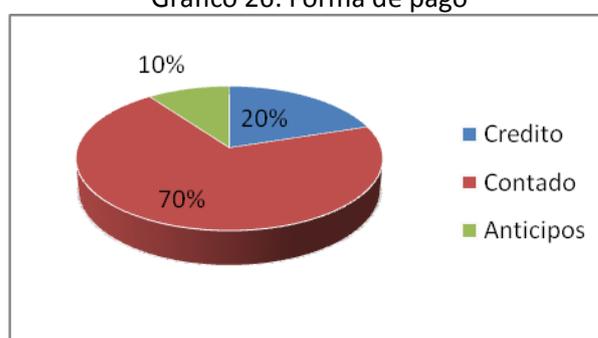
## 12. Las ventas de las blusas bordadas las realiza:

Tabla 32: Forma de pago

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Crédito	2	20%
Contado	7	70%
Anticipos	1	10%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 26: Forma de pago



Elaborado por: Jhon Tituaña

### Análisis:

La venta del producto la realiza al contado el 70% de los productores, consideran esta técnica eficaz ya que el costo de las blusas no es tan alto para dar a crédito o con facilidades de pago, solamente el 20% lo realiza de manera financiada ya que ofrecen blusas bordadas a mano que son muy costosas, por lo que el cliente prefiere pagar de manera cómoda es decir por cuotas mínimas. También hay algunos productores que reciben anticipos de sus clientes por el costo alto de las blusas.

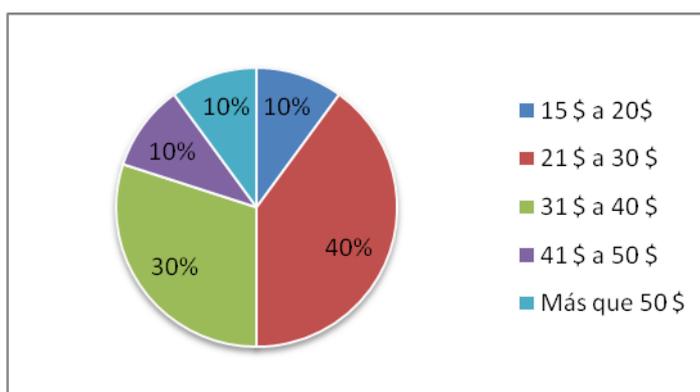
### 13. ¿Qué precio tiene una blusa bordada?

Tabla 33: Precio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
15 \$ a 20\$	1	10%
21 \$ a 30 \$	4	40%
31 \$ a 40 \$	3	30%
41 \$ a 50 \$	1	10%
Más que 50 \$	1	10%
Tota	10	100%

Fuente: Encuesta a Productores de Blusas de San Roque (17/11/2015)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 27: Precio de las Blusas



Elaborado por: Jhon Tituaña

#### Análisis:

Un gran porcentaje del 40% y 30% de los productores ofertan las blusas a un precio entre \$21 a 40\$ considerando algunos costos que ellos utilizan para que su producto pueda comercializarse y les genere una ganancia. También hay otro grupo de productores, el 10%, que ofertan las blusas entre los rangos de 15\$ a 30\$ blusas de menor calidad que las anteriores. Y las blusas bordadas a mano, los productores están ofertando a un precio mayor a 50\$ dólares ya que sus bordados son más finos y el tiempo requerido para su confección es mucho mayor que las anteriores y es más trabajos

### **3.11. Segmento de Mercado**

Hace referencia a la división del mercado en grupos uniformes más pequeños cuyos miembros comparten ciertas características y necesidades

Los criterios que se tomaron en cuenta para segmentar el mercado del proyecto de producción y comercialización de blusas bordadas son los siguientes:

#### **3.11.1. Segmentación Geográfica**

La población a la cual va dirigido el producto es la Parroquia de San Roque Cantón Antonio Ante

#### **3.11.2. Segmentación Demográfica**

Los compradores potenciales son la población Femenina económicamente activa (PEA) de la Parroquia de San Roque comprendido, entre la edad de 12 a 65 años.

### **3.12. Mercado Meta**

El mercado al que está dirigida la producción de blusas bordadas de la nueva microempresa es la población económicamente activa (PEA) de la Parroquia de San Roque de sexo femenino indígenas y mestizos comprendido entre la edad de 12 a 65 años ubicados en las áreas urbanas y rurales del mismo cantón sin embargo se pretende a mediano plazo expandir el mercado a nivel regional y nacional.

Para determinar el mercado meta se realizó las entrevistas a los productores de blusas de la parroquia de San Roque. Elena Gonzales (2012: 87) menciona que ***“La entrevista consiste en un dialogo entre dos personas con fines informativos. Tiene como finalidad obtener información sobre un asunto o conocer a fondo a una persona”***.

## **ENTREVISTA A PRODUCTORES DE BLUSAS DE LA PARROQUIA DE SAN ROQUE.**

### **1° ¿Cómo ha evolucionado la producción textil de blusas en la parroquia de San Roque?**

El crecimiento de la producción textil de blusas es mínima en total somos 10 familias que nos dedicamos a esta actividad textil durante 7 años.

### **2° ¿Cuál es la situación real hoy día de estos negocios familiares?**

La falta de apoyo del Gobierno con capacitaciones en el área textil, y la falta recursos económicos para invertir en nuevas maquinarias han sido los limitantes en el desarrollo de nuestros talleres familiares.

### **3° ¿ A qué Mercado va dirigido su producto?**

Las blusas que confeccionamos está dirigido hacia a las mujeres indígenas y para todas las mujeres que gusten y valoren la vestimenta tradicional otavaleña.

### **4° ¿Usted confecciona blusas para personas de qué edad?**

La confección de blusas lo realizamos para niñas de edad de 12 años ya que es la edad en que la mayoría de niñas entran al colegio y utilizan la vestimenta tradicional de su cultura para identificarse quienes son también confeccionamos .para los adultos hasta los 65 años de edad quienes compran nuestras blusas ya que es parte de su vestimenta del diario vivir.

### 3.13. Análisis de Demanda

Al realizar el análisis de la demanda se logrará determinar los riesgos y oportunidad que tiene el producto en el mercado.

#### 3.13.1. Demanda Actual (año.2014)

Para establecer la demanda actual de blusas se ha tomado como base la investigación de campo, debido a la no existencia de estadísticas oficiales, a través de una encuesta se indagó al mercado meta (género femenino, edad entre 12 a 65 años, parroquia de San Roque), en lo referente a la frecuencia de consumo y cantidad. A continuación los resultados.

Tabla 34: Demanda Actual (año 2014)

Población Objetivo	Frecuencia de Consumo en Periodo	Decisión de consumo en %	Decisión de consumo de personas	Frecuencia de consumo promedio en unidades	Consumo anual en unidades
	anual	28%	389	5	1945
<b>1.388 hab.</b>	anual	52%	721	10	7210
	anual	20%	278	11	3058
<b>TOTAL</b>		100%	1.388	26	<b>12.213</b>

Elaborado por: El autor

Fuente: Tabla N° 15 Frecuencia de compra de blusas anuales. Pag.74

De acuerdo a la información, el consumo actual de blusas bordadas en el mercado meta es de 12.213 unidades al año, que representa la demanda existente.

### 3.13.2. Proyección de demanda

Hay una serie de factores determinantes que inciden en el comportamiento de la demanda tales como gustos y preferencias, la renta o ingreso, los precios, el índice de crecimiento de la población, productos sustitutivos, la competencia etc.

En este caso para realizar la proyección de la demanda se ha tomado en cuenta una sola variable es decir, la proyección de la demanda se ha realizado en función del índice de crecimiento de la población que representa a la variable independiente (X) mientras que la demanda de blusas representará a la variable dependiente (Y) es así que entre estas dos variables existe una relación directamente proporcional a medida que aumente la tasa de crecimiento población también aumentara la demanda de blusas.

Debido a que (Y) depende de (X) y por considerar una sola variable independiente la ecuación de la demanda será una ecuación lineal.

Según el último censo del INEC (2010) tasa de crecimiento poblacional de la parroquia de San Roque fue del 2 % con esta tasa se realizara la proyección de la demanda para cinco años, es decir de 2015 hasta el 2019 que será el horizonte del proyecto, tiempo de vida útil, se considera 5 años el tiempo estimado de vida útil del proyecto porque la mayoría de la maquinarias se depreciaran en ese lapso de tiempo.

El cálculo de la demanda requirió utilizar la siguiente fórmula:

$$D_n = D_0(1 + i)^n$$

Dónde:

$D_n$  = Demanda futura

$D_0$  = Demanda inicial (12.213 unidades)

$i$  = tasa de crecimiento poblacional de la parroquia de San Roque

$n$  = año proyectado... (5años)

*Tabla 35: Proyección de la demanda*

<b>Año</b>	<b>Demanda Proyectada en unidades</b>
<b>2014</b>	12.213
<b>2015</b>	12.457
<b>2016</b>	12.706
<b>2017</b>	12.961
<b>2018</b>	13.220
<b>2019</b>	13.484

Elaborado por: Jhon Tituaña

### **3.14. Análisis De Oferta**

Para el análisis de la oferta se ha toma en cuenta a los pequeños negocios familiares que se dedican exclusivamente a la producción de blusas bordadas de la parroquia de San Roque, siendo estos los principales competidores para la nueva microempresa.

#### **3.14.1. Oferta Actual (año 2014)**

Se ha identificado a 10 familias que se dedican a la producción y comercialización de blusas bordadas cuya producción mensual y anual promedio es la siguiente.

Tabla 36: Oferta Actual

Total de Productos	Fabricación de blusas (mensual)	Frecuencia/Oferte	Porcentaje en la producción	Producción Mensual Unidades	Meses al año	Producción Anual Unidades
<b>10</b>	Menos de 20 unidades	1	10%	20	12	240
	De 21 a 40 unidades	3	30%	120		1.440
	De 41 a 60 unidades	3	30%	180		2.160
	De 61 a 80 unidades	2	20%	160		1.920
	De 81 a 120 unidades	1	10%	120		1.440
	<b>Total</b>		<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>600</b>	

Elaborado por: Jhon Tituaña

Fuente: Tabla N°28 Confección de blusas anuales.pag.87

De acuerdo a esta información se tiene que la producción total de blusas bordadas en la actualidad es de 7.200 unidades.

### 3.14.2. Oferta Proyectada de blusas bordadas

Para calcular la proyección de la oferta se tomó en cuenta el índice de crecimiento de la industria manufacturera de fabricación de prendas de vestir que para el año 2014 fue de 2,35% información obtenida del INEC.

De acuerdo a Los datos estadísticos obtenidos, la industria manufacturera de fabricación de productos textiles y prendas de vestir aportó con dos puntos porcentuales al Producto Interno Bruto (PIB).

La proyección de oferta se realiza para cinco años, es decir desde el año 2015 hasta el año 2019 que será el horizonte del proyecto, tiempo de vida útil.

Se considera 5 años de vida útil del proyecto por la deprecación de algunas maquinarias y equipos que durante este transcurso de tiempo se

deprecian por completo, y el proyecto debe realizar nuevas inversiones para sustituirlos.

El cálculo de la oferta requirió utilizar la siguiente fórmula:

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

Dónde:

$Q_n$  = Oferta Futura

$Q_0$  = Oferta inicial

$i$  = Tasa de crecimiento poblacional de la Parroquia de San Roque.

$n$  = Año proyectado.

*Tabla 37: Proyección de la Producción*

Año	Oferta Proyectada en unidades
2015	7.369
2016	7.542
2017	7.720
2018	7.901
2019	8.087

Elaborado por: Jhon Tituaña

### **3.15. Balance Demanda – Oferta**

Los datos demuestran que para el año 2015 la producción asciende a 7.369 unidades, para el último año la producción de blusas será de 8.087

Tabla 38: Balance Demanda - Oferta

Año	Demanda en unidades	Oferta en unidades	Demanda Insatisfecha
2015	12.457	7.369	5.088
2016	12.706	7.542	5.164
2017	12.961	7.720	5.241
2018	13.220	7.901	5.319
2019	13.484	8.087	5.397

Elaborado por: Jhon Tituaña

Al comparar la oferta y la demanda se determinó que existe demanda insatisfecha, por ejemplo para el año 2015 la demanda potencial a satisfacer asciende a 5.088 unidades de blusas, esto significa que el mercado necesita esa cantidad, lo que marca la pauta para que el proyecto tenga una buena oportunidad en el mercado.

### 3.16. Estrategias de Comercialización

Las estrategias comerciales que se aplicará tiene el propósito de facilitar el lanzamiento del producto al mercado por tal razón se debe analizar los siguientes puntos.

#### 3.16.1. Producto

El producto es un objeto que está disponible en el mercado para la venta o compra que será utilizado para satisfacer las necesidades del consumidor. Una de las ventajas de este tipo de producto es la flexibilidad con la que se adapta a la elaboración de numerosos diseños, formas, características y diversidad de colores. Además permite soportar interrupciones en la producción debido a daños de maquinaria, ya que se

puede trasladar a otra similar. Lo importante en el producto es la marca con la que el cliente pueda identificar el producto conociendo su calidad, diseño, su estilo, permitiendo crear una imagen positiva en el cliente, siempre se debe buscar algo que marque la diferencia de los productos similares tales como:

- ❖ Nombre del producto (marca y logo).-Es la identificación del producto, donde los clientes tendrán mejor facilidad para reconocer el producto que deseen adquirir.
- ❖ Calidad del producto.-Se debe cuidar que el producto siempre contenga materiales de buena calidad para conservar la imagen de la microempresa. Los potenciales clientes supieron manifestar que lo más importante que consideran para la compra de una blusa es la calidad de la materia prima la cual se debe considerar para la confección de blusas para satisfacer las demandas de los clientes.
- ❖ Diseño del producto.-Es importante brindar al mercado un producto de varios diseños, colores, moderno, y todos aquellos elementos que sean importantes para satisfacer al segmento de mercado concreto. Considerando los resultados de las encuestas para los clientes el diseño es un aspecto muy importante que consideran al momento de comprar una blusa, esto significa al momento de confeccionar blusas se debe considerar este aspecto ya que es de suma importancia.
- ❖ Flexibilidad del producto.-Es importante brindar al mercado un producto que sea flexible, es decir que se adapte a nuevos cambios como: gustos y preferencias de los clientes o de los nuevos mercados.

### **3.16.2. Precio**

Se mantendrá un control y gestión adecuado de costos y gastos, además se optimizará los recursos para determinar de manera precisa el

precio de venta al consumidor de forma que justifique la calidad del producto, manteniendo un margen de contribución conveniente. El precio de venta de las blusas bordadas de acuerdo a las encuestas realizadas a potenciales clientes debe estar entre el rango de 30\$ a 40\$ dólares en efectivo ya que es accesible para la mayoría de los clientes. Además de ello existirá un precio interno de la microempresa fijado por los costos y gastos de producción más el margen de utilidad, este será relativamente menor que el precio de la competencia lo que lo hace más atractivo y competitivo en el mercado.

### **3.16.3. Publicidad**

De acuerdo a las encuestas realizadas a los potenciales clientes se pudo determinar que el mejor medio para promocionar es el internet 71% y las revistas con una aceptación del 22 % de las personas. Por lo tanto se utilizara estos medios publicitarios para promocionar el producto al mercado.

- ❖ Se desarrollará una página WEB con la finalidad de difundir la prenda de vestir proporcionando así una atención directa a los clientes.
- ❖ Se realizará una revista donde se muestre las blusas bordadas con sus diferentes colores, modelos y diseños.

### **3.16.4. Plaza**

La microempresa estará apropiadamente ubicada e instalada en la parroquia de San Roque del cantón Antonio Ante, esto crea beneficios al cliente en cuanto a cercanía y facilidad de acceso al producto. El punto de venta estará localizado en la misma zona de fabricación de las blusas, esto con la finalidad de fortalecer las ventas; además estará enfocada a mantener la adecuada presentación y exposición del producto elaborado,

mismo que será claramente visible al cliente, adecuado con muebles, espacios para finalmente ser correctamente distribuido y almacenado.

### **3.17. Conclusión del Estudio**

A través del análisis realizado en el estudio de mercado se determinó que el producto que se pretende ofertar tiene una gran aceptación del 85% que representa a 1.180 personas que están dispuestos a comprar las blusas bordadas. Es una oportunidad de éxito en el mercado.

También se logró cuantificar la oferta y la demanda existente en el mercado de acuerdo a la información obtenida se tiene que la oferta es 7.200 unidades de blusas anuales y la demanda es 12.213 unidades de blusas anuales considerando que las variables que afectan en comportamiento de la oferta y a demanda permanecen constantes. *Ceteris Paribus*

Cabe destacar también que gracias al estudio de mercado realizado ha permitido conocer una demanda insatisfecha de 5.568 unidades de blusas para el año 2019, lo que representa para la empresa un aspecto positivo y alentador y se propone cubrir un 55% de esta demanda insatisfecha con la puesta en marcha el proyecto de factibilidad.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación se ha logrado determinar que los productores confeccionan blusas muy sencillas y de mediana calidad, con el presente proyecto se propone mejorar la calidad e innovar constantemente los diseños, por esta razón la empresa tiene una amplia oportunidad de darse a conocer y captar clientela fiel en este mercado.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Presentación**

El análisis técnico es una parte importante en un proyecto, tiene como finalidad determinar la ubicación idónea en dónde se lleva a cabo el desarrollo del proyecto, como también establecer los recursos de los cuales debe disponer. Es indispensable realizar el análisis de aspectos que intervienen en el desarrollo del proyecto.

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

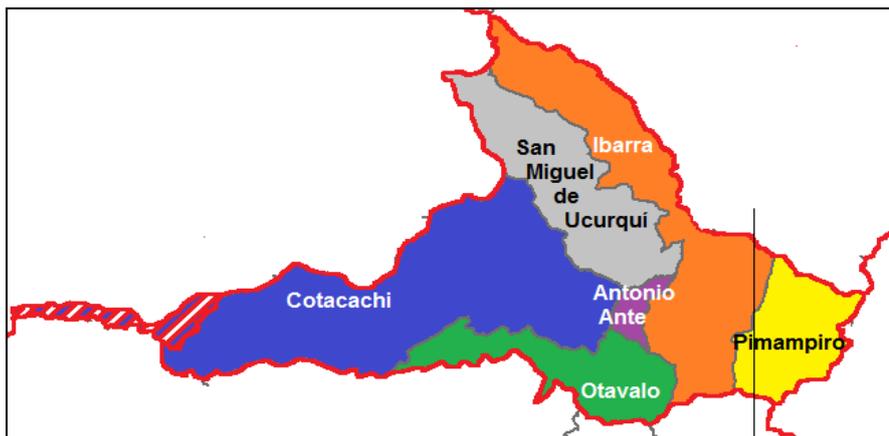
Son factores importantes en donde se detalla el procedimiento de cada actividad que se vaya realizando para conseguir mejores resultado en la creación de la microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas.

## 4.2. Localización Del Proyecto

### 4.2.1. Macro localización del proyecto.

Para identificar la adecuada ubicación de la planta productora de blusas bordadas, se efectúa un análisis de macro localización, dónde se considera aspectos como región, provincia, y cantón, es decir el área de influencia que permite establecer con precisión el lugar geográfico donde se situará el proyecto. De allí que La microempresa de blusas bordadas estará ubicada en la parroquia de San Roque en la comunidad de Pucara, Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura. La parroquia de San Roque está localizada a 4. km de la capital Cantonal y a 18 km de la capital Provincial. Una de las fortalezas de la Parroquia es la habilidad y creatividad de las mujeres en la producción de artesanías, confección de blusas, sacos de lana como ponchos, chalinas, tapices, que se exponen y se venden en las ferias de Otavalo y otras ciudades.

Gráfico 28: Mapa de la Provincia de Imbabura



Fuente: Dirección de planificación GPP.  
Elaborado por: Jhon Tituaña

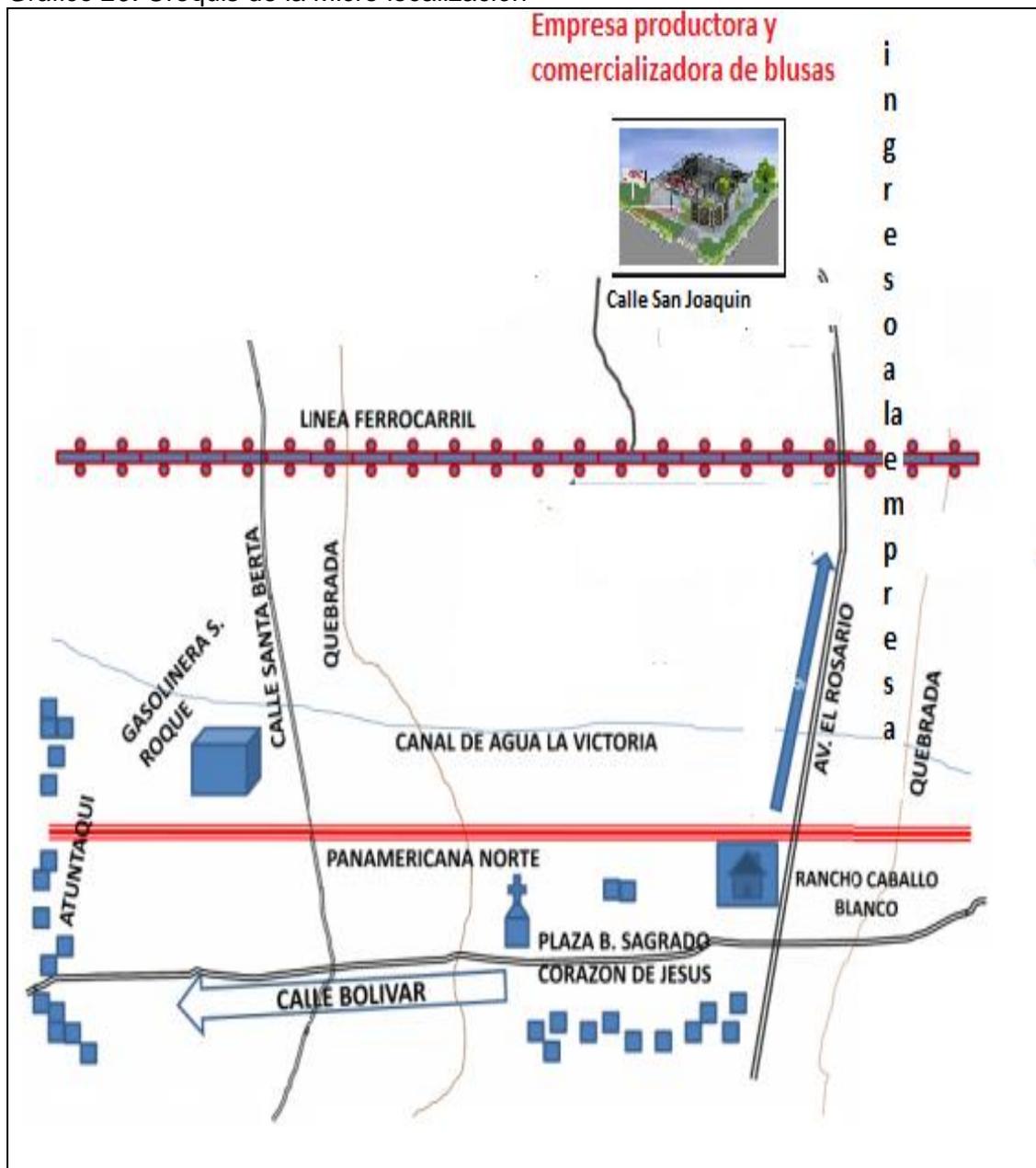
#### **4.2.2. Micro localización del proyecto.**

Para establecer la micro localización del proyecto se ha estudiado las condiciones particulares o específicas como: parroquia, calles, dirección y croquis de ubicación, con lo cual se identificó el lugar donde se ejecutará el proyecto. La micro localización del proyecto se realiza bajo dos perspectivas: una, considerando los factores que conlleva el proceso productivo y la otra los requerimientos necesarios para la comercialización. Así: el área administrativa y la planta de confección de blusas funcionará en la parroquia rural de San Roque de la comunidad de Pucará; ubicado a 1km de la panamericana Norte Autovía Otavalo –Ibarra entre las calles Av. Rosario y la calle San Joaquín la misma que cuenta con todos los servicios básicos como agua, luz, teléfono, e internet, también cabe recalcar que las vías de acceso se encuentran en buenas condiciones lo cual permitirá al cliente acceder a la empresa sin inconvenientes. Además facilitará la llegada y salida de materias primas.

Los límites de la comunidad de Pucará parroquia de San Roque son: Limita al Norte y Este con la cabecera cantonal de Antonio Ante; al Sur con las parroquias San Juan de Iluman y San Pablo del cantón Otavalo; al Oeste con la cabecera cantonal de Cotacachi.

## Croquis de Micro localización del proyecto.

Gráfico 29: Croquis de la Micro localización



Elaborado por: Ing. Jairo Fabián Jácome Andrade

### 4.3. Disponibilidad de Mano de Obra

En cuanto a la mano de obra el sector cuenta con personal disponible, apropiado con la capacitación suficiente para desempeñarse en la confección y bordado de estas prendas de vestir.

#### **4.3.1. Materia prima**

Las materias primas e insumos se pueden obtener con facilidad en las ciudades de Otavalo y Atuntaqui, por lo que la distancia aconsejable para adquirir éstas será en la ciudad de Atuntaqui fundamentalmente para bajar los costos de este rubro.

##### Clases de Hilos

- ❖ Seda
- ❖ Orlón
- ❖ Nailon
- ❖ Lana
- ❖ Lino

##### Clases de tela

- ❖ Lacron
- ❖ Espejo

#### **4.4. Disponibilidad de Servicios Básicos**

Un terreno amplio de 2.292,64m<sup>2</sup> con todos los servicios básicos, que son agentes primordiales que contribuyen significativamente al correcto desenvolvimiento de las actividades operativas del proyecto priorizando comodidad y minimización de costos.

La microempresa dispondrá de Energía eléctrica, Agua potable, Servicio telefónico, internet, Alcantarillado, Alumbrado público, Recolección de basura.

Por todas las consideraciones anteriores, estará ubicada en la parroquia de San Roque de la comunidad de Pucará en la calle Avenida

el Rosario y calle San Joaquín, punto estratégico para la producción y comercialización de blusas bordadas.

#### 4.5. Tamaño del Proyecto.

En este punto es importante considerar que la nueva unidad productiva con sus respectivas instalaciones y maquinarias tendrá una capacidad de producción de 233 unidades de blusas mensualmente, 2.798 unidades de blusas anuales. Para el primer año (2015) iniciará ofertando 2.798 unidades de blusas que representa aproximadamente el 55% de demanda insatisfecha del mercado y para los próximos años el volumen de producción aumentará en un 3% según de las políticas de la empresa.

*Tabla 39: Capacidad de producción del proyecto*

Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad de Producción	Factor de crecimiento	Cantidad de Producción mensual	Cantidad de Producción anual
2015	5.088	<b>55%</b>	<b>3%</b>	233	2.798
2016	5.164			240	2.882
2017	5.241			247	2.969
2018	5.319			255	3.058
2019	5.397			262	3.150

Elaborado por: Jhon Tituaña

Fuente: Tabla N°38 Balance Demanda – Oferta .pág. 98

El requerimiento en cuanto a infraestructura estará dividido en áreas según los departamentos: bodega, comercialización, administración y producción.

#### 4.6. Distribución de la planta.

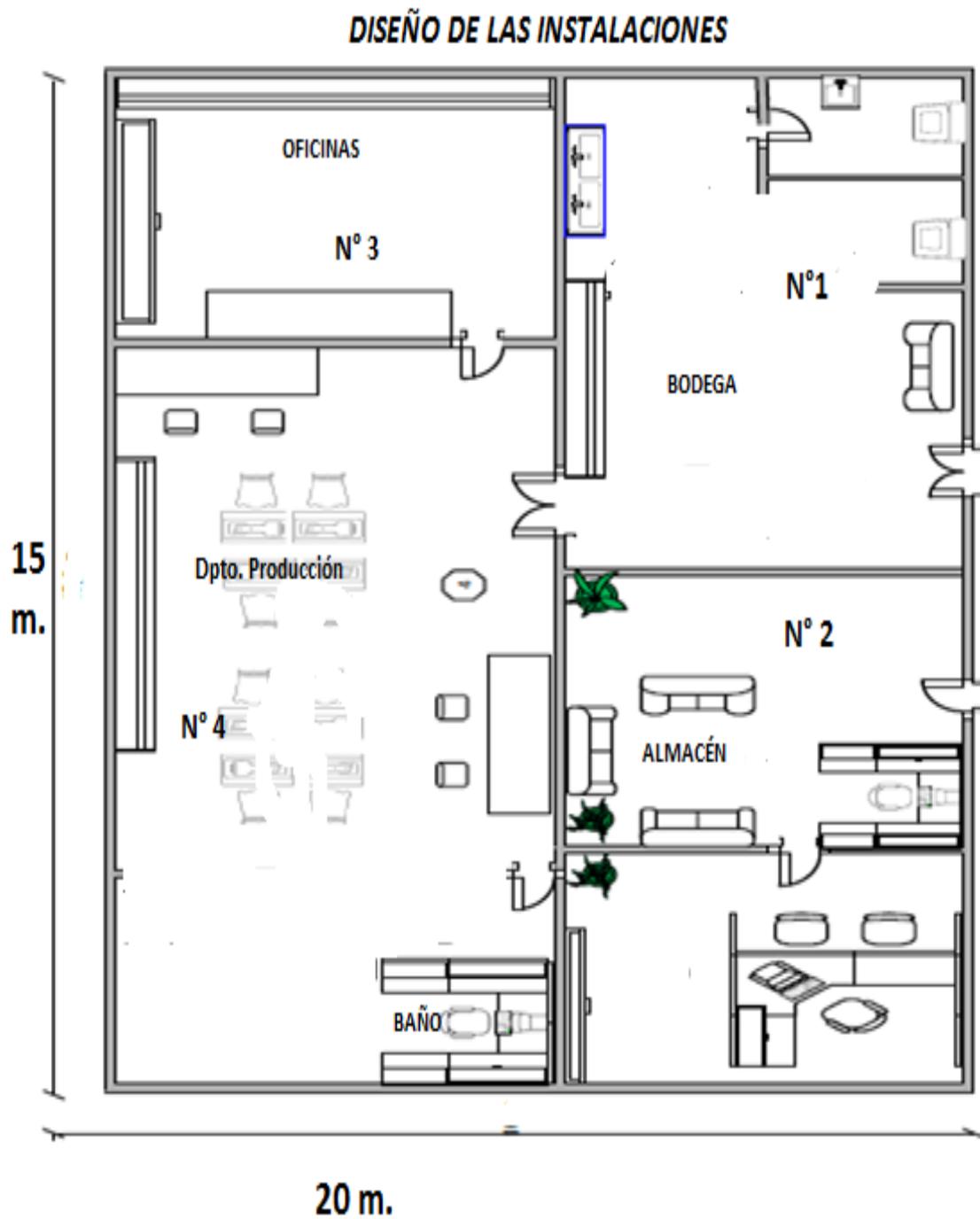
La empresa estará dividida en cuatro áreas; la primera será el área donde se ubicarán la bodega, segundo almacén, tercero departamento administrativo, cuarto departamento de producción.

*Tabla 40: Instalaciones de la microempresa*

Sección	m2
Bodega	25,12
Almacén/Comercialización	35,00
Departamento Administrativo	32,35
Departamento de producción	40,17
Baño	3,08
Total Área	135,72

Elaborado por: Jhon Tituaña

Gráfico 30: Diseño de las instalaciones



Elaborado por: Arquitecto Jairo Fabián Jácome Andrade

## 4.7. Ingeniería Del Proyecto.

### 4.7.1. Flujo grama de procesos de producción y comercialización.

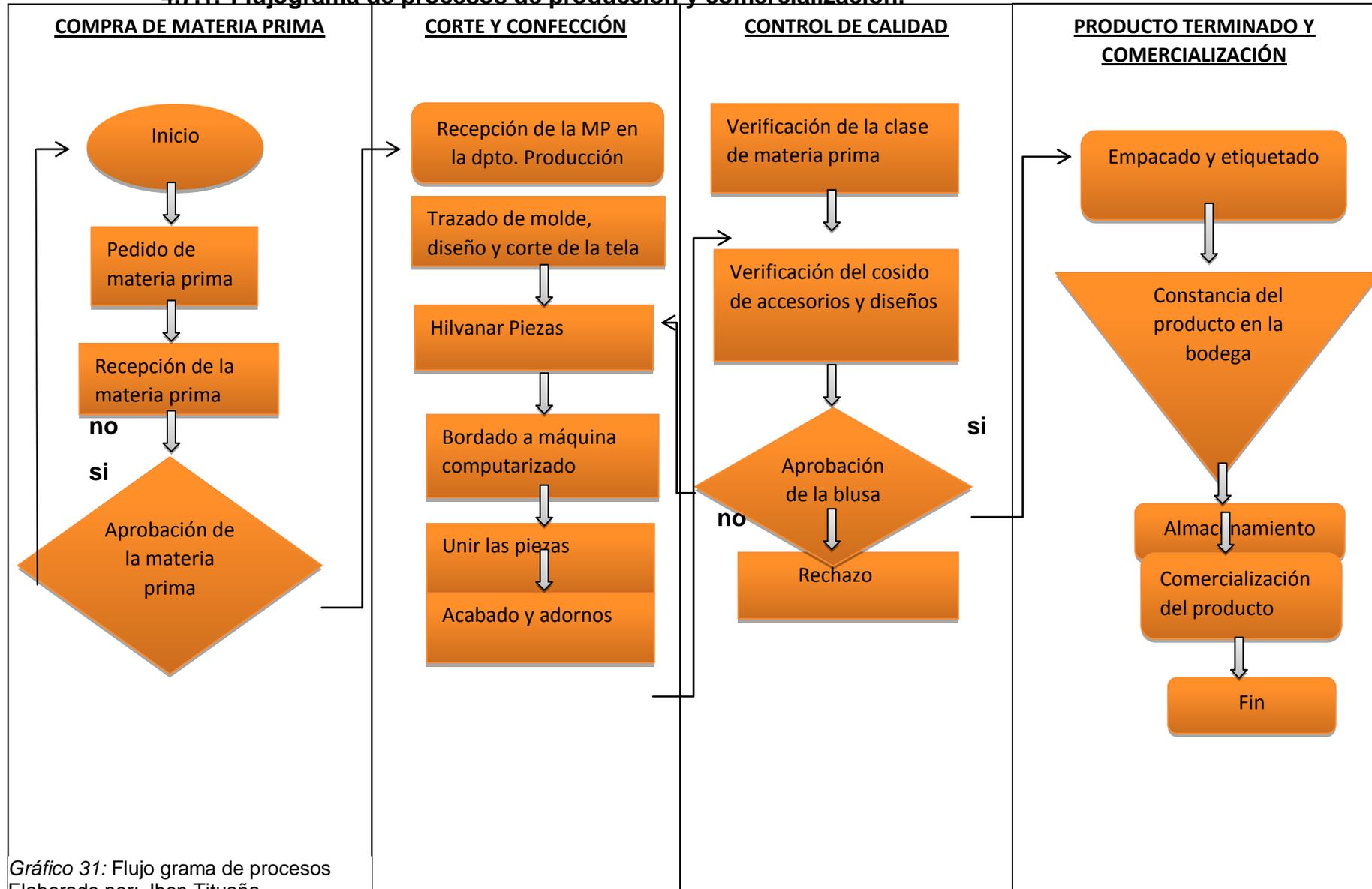


Gráfico 31: Flujo grama de procesos  
Elaborado por: Jhon Tituaña

## **4.8. Descripción del Flujoograma de Procesos**

### **4.8.1. Compra de materia prima e insumos**

En la compra de materia prima e insumos se busca los proveedores que distribuyen diferentes clases de telas en especial lacrón y espejo y las clases de hilo nailon, orlón y de seda que se utilizan para la confección de blusas, y se escoge la mejor oferta de acuerdo a los requerimientos y cumplimiento del proveedor.

#### ❖ Recepción y verificación.

La recepción de la materia prima realizará el encargado(a) de la producción y contadora(a) conjuntamente con el bodeguero, para revisar si la materia prima e insumos se encuentra en base a las especificaciones realizadas con anterioridad.

#### ❖ Aprobación de la materia prima.

Luego de constatar la materia prima se aprueba y se guarda en bodega, para ser utilizada. Pero si no se aprueba se regresa al subproceso Pedido de la Materia Prima.

#### **4.8.2. Corte y confección de blusas.**

##### ❖ Recepción de materia prima en producción

Determinar la cantidad de materia prima a utilizar, teniendo en cuenta el volumen de producción estimado para la confección de blusas.

Procedimientos:

- Calcular la tela requerida para la producción del día.
- Solicitar a bodega la materia prima
- Preparar los materiales a utilizar en el trazo de las diferentes piezas de la blusa: (esferos, tijeras, cortadora, moldes, cinta métrica).

##### ❖ Trazado del Molde, Corte de Piezas y Diseño

El diseño Se realizará de acuerdo a los patrones de confección diseñados para los diferentes tipos y modelos de blusas. En el trazado se extenderá las telas en la mesa de trabajo haciendo un doblado de la cantidad de prendas que se desea cortar y se procederá a dibujar los distintos elementos que forman parte de la blusa. Una vez efectuado el trazado se procederá a cortar los diferentes elementos que forman parte de las prendas. Para el cortado se utilizará tijeras convencionales.

##### ❖ Hilvanar las piezas.

Con puntadas largas realizamos un cocido provisional de las piezas de la blusa para que las prendas estén unidas hasta que se termine la costura.

❖ Bordado a máquina computarizado.

Utilizando las maquinas computarizadas de última generación se procederá al bordado de las blusas en una variedad de diseños y colores en función de los gustos, preferencia de los clientes y de la demanda del mercado meta existente.

❖ Unir las costuras.

Una vez que se ha Terminado los bordados, se continuara con la costura en la máquina recta de coser para terminar de unir las piezas de la blusa y realizar los acabados de seguridad finales.

❖ Acabado y adornos.

Para que esté la prenda a punto para la venta se realizará el pegado de accesorios como son: mullos, cintas, y los encajes.

#### **4.8.3. Control de Calidad.**

❖ Verificación del cosido, accesorios del producto terminado.

Se revisa, manualmente con el fin de constatar que la prenda ha sido confeccionada de forma adecuada y no presenta ningún defecto. Al mismo tiempo se procede a su limpieza si se detecta algún tipo de manchas antes de pasar al proceso de etiquetado.

- ❖ Aprobación o rechazo del producto terminado.

Al verificar el producto da la aprobación del producto terminado para ser llevado al siguiente proceso. Si el producto está defectuoso se rechaza y regresa al sub proceso anterior.

#### **4.8.4. Producto Terminado y Comercialización.**

- ❖ Empacado y etiquetado.

Las blusas confeccionadas serán empacadas mediante formas y maneras que exige el mercado para que sean vendidas directamente al consumidor y/o transportadas a diferentes sitios de venta.

- ❖ Constatación del producto en la bodega.

Luego del empacado y etiquetado, el contador(a) con el jefe del departamento de ventas proceden a constatar que el producto se encuentre en bodega y sea parte del inventario de mercadería.

- ❖ Almacenamiento.

Se realizará el almacenamiento de las blusas bordadas, que consiste en la ubicación en las sus perchas respectivas así como también serán empaquetados en cajas y embaladas para la entrega a los diferentes lugar comerciales que lo hayan solicitado.

## 4.9. Presupuesto del Proyecto.

### 4.9.1. Inversiones en activos fijos.

Los activos fijos corresponden al requerimiento de la propiedad, planta y equipos indispensables para un mejor desarrollo de la producción y comercialización de las blusas bordadas.

#### ❖ Terreno.

El lote de terreno está situado en el sector rural de la parroquia de San Roque, con un área total de 2.292,64 m<sup>2</sup>. Este lote pertenece al propietario de la microempresa.

Tabla 41: Descripción del terreno

Descripción	metros cuadrados(m <sup>2</sup> )	valor metro cuadrado(m <sup>2</sup> )	Valor Total
Terreno	2.292,64m <sup>2</sup>	\$ 1,31	\$ 3.001,07

Fuente: Catastro Municipio de Atuntaqui  
Elaborado por: Jhon Tituaña

#### ❖ .Construcción de la planta.

En este rubro se incluyen todos los valores para la construcción de las áreas según el estudio técnico, más los gastos de instalación. El área total de la construcción de las instalaciones es de 135,72m<sup>2</sup> como se detalla a continuación:

Tabla 42: Costos de Construcción

AREA	Distribución (m2)	Costo Unitario(m2)	costo Total (\$)
Bodega	25,12	\$ 176,83	\$ 4.442,09
Comercialización	35	\$ 176,83	\$ 6.189,21
Administrativo	32,35	\$ 176,83	\$ 5.720,60
Producción	43,25	\$ 176,83	\$ 7.648,10
<b>TOTAL</b>	<b>135,72</b>		<b>\$ 24.000,00</b>

Fuente: maestro albañil Luis Picuasi  
 Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 43: Obra civil

Detalle	área total de construcción (m2)	Costo Total (\$)
Edificio	135,72	<b>\$ 24.000,00</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña  
 Fuente: maestro albañil Luis Picuasi

❖ Maquinaria y Equipo de Producción.

La maquinaria y el equipo que se adquiera son herramientas indispensables de trabajo las mismas que deben presentar características que garanticen la producción de las blusas según los requerimientos de los clientes.



Foto 1: Maquina Recta JUKY  
Fuente: MAICO



Foto 2: Bordadora ZGM de dos cabezas  
Fuente: MAINCO

Tabla 44: Maquinaria - Equipo

Detalle	Marca	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Máquina Recta Industrial	JUKY8100	1	600,00	600,00
Maquina bordadora	ZGM 2 cabezales	1	16.000,00	16.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$16.600,00</b>

Fuente: Comercializadora Mainco (Atuntaqui).  
Elaborado: Jhon Tituaña

❖ Muebles y Enseres.

Se adquiere los muebles y enseres para los diferentes departamentos en función de las necesidades de las diferentes áreas.

*Tabla 45: Muebles - Enseres*

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesa de corte	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Vitrina con caja	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Escritorio de trabajo en L	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Archivador Vertical	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Estanterías reforzadas de 95	2	\$ 140,00	\$ 280,00
Sillas	10	\$ 14,00	\$ 140,00
Estantería de acero 1,20 m	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Maniquí	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Blusero de plástico	36	\$ 0,50	\$ 18,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.548,00</b>

Fuente: investigación directa  
Elaborado por: El autor

❖ Equipo de Computación.

El equipo de computación es un factor indispensable dentro de la empresa que permite guardar la información de los movimientos

*Tabla 46: Equipo de computación*

Descripción	Marca	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador escritorio	Samsung	2	500,00	1.000,00
Impresora Multifunción	Canon	1	275,00	275,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$1.275,00</b>

Fuente: Computotal (Ibarra)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

❖ Equipo de Oficina.

El equipo de oficina se lo adquiere como un soporte más para el mejoramiento y eficiencia de la microempresa.

*Tabla 47: Equipo de oficina*

Descripción	Marca	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora	Casio	2	15,00	30,00
Disco Duro externo	Toshiba	1	120,00	120,00
Teléfono Inalámbrico	Motorola	1	35,00	35,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 185,00</b>

Fuente: Computotal (Ibarra)  
Elaborado por: Jhon Tituaña

❖ Menaje de Producción

Son todos los elementos de uso cotidiano, propios de las maquinarias que se utilizan en la confección de blusas.

*Tabla 48: Menaje de producción*

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Reglas sastres	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Tijeras sastres	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Cinta métrica	3	\$ 0,50	\$ 1,50
Esfero	24	\$ 0,30	\$ 7,20
Moldes de cartón	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Agujas(Maquina ZGS)	6	\$ 0,83	\$ 4,98
Agujas(Maquina JUKY)	5	\$ 0,55	\$ 2,75
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 53,43</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado: Jhon Tituaña

❖ Resumen de Inversiones Fijas.

*Tabla 49: Resumen de inversión fija*

Descripción	Valor Total
Terreno	\$ 3.001,07
Edificio	\$ 24.000,00
Maquinaria & Equipos	\$ 16.600,00
Muebles & Enseres	\$ 1.548,00
Equipo de Computación	\$ 1.275,00
Equipo de oficina	\$ 185,00
Menaje	\$ 53,43
Suministros de Oficina	\$ 437,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 47.100,00</b>

Elaborado por : Jhon Tituaña

#### 4.9.2. Inversión Diferida.

Los activos diferidos constituyen los gastos iniciales por el trámite de constitución de la microempresa que necesita rembolsar en el municipio de Atuntaqui del Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura. El valor que corresponde a esta cuenta suma en total \$500,00 En este rubro se han tomado en cuenta los trámites de constitución, patente, Software contable y diseños arquitectónicos.

*Tabla 50: Gastos de constitución*

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Trámites de constitución	1	200,00	300,00
Patente	1	25,00	25,00
Software contable	1	115,00	115,00
Diseños arquitectónicos	1	160,00	160,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$500,00</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

### 4.9.3. Requerimiento del Talento Humano

Para el funcionamiento de la microempresa se incorporará personal calificado que se desempeñe en las áreas de Producción: Bordado, cortado, acabados, etiquetado, empacado y, Administración: administrador, contador, y vendedor para los cuales se determina los importes correspondientes al sueldo más los beneficios de Ley.

Tabla 51: Talento Humano

Área	Departamento	Sección	Personal	Cantidad	Salario unificado	Total
Operativa	Producción	Control	Jefe de producción	1	506,27	506,27
		Producción	Operarios	3	451,30	1.353,91
			Subtotal			1.860,18
Administrativa	Administrativo	Administración	Propietario administrador	1	625,75	625,75
		Contabilidad	Contadora	1	291,20	291,20
		Atención al cliente	Vendedor	1	451,30	451,30
			Subtotal			1.368,25
<b>TOTAL</b>						<b>\$3.228,43</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Jhon Tituaña

### 4.9.4. Capital de Trabajo.

Es el dinero corriente que se necesita para dar inicio las actividades de la microempresa. Se encuentra presupuestado para un mes, recursos que servirán para cubrir el desfase del proyecto, hasta que adquiera independencia operativa.

Tabla 52: Capital de Trabajo

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>		
Materia Prima Directa	\$ 900,00	\$ 10.800,00
Mano de Obra Directa	\$ 1.860,18	\$ 22.504,91
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 2.760,18</b>	<b>\$ 33.304,91</b>
<b>CIF</b>		
Materia Prima Indirecta	\$ 217,00	\$ 2.604,00
Servicios Básicos	\$ 69,00	\$ 828,00
Mantenimiento Maquinaria	\$ 15,00	\$ 180,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 301,00</b>	<b>\$ 3.612,00</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Sueldos administrativos	\$ 916,95	\$ 11.093,36
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 916,95</b>	<b>\$ 11.093,36</b>
Gastos de constitución		\$ 500,00
<b>GASTOS VENTAS</b>		
Sueldo vendedor	\$ 451,30	\$ 5.459,90
Publicidad	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 481,30</b>	<b>\$ 5.819,90</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.199,25</b>	<b>\$ 54.330,17</b>
<b>TOTAL CAPITAL TRABAJO</b>	<b>\$ 2.199,25</b>	<b>\$ 54.330,17</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### 4.9.5. Total de la Inversión Inicial

Para dar inicio a la producción de blusas para el primer mes se requiere el siguiente monto de inversión:

*Tabla 53: Inversión Total*

Descripción	Valor(\$)
Capital Propio	\$ 50.715,08
Capital financiado	\$ 50.715,08
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 101.430,16</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

*Tabla 54: Composición del capital de inversión*

Detalle	Porcentaje (%)	Valor(\$)
Capital Propio	50%	\$ 50.715,08
Capital financiado	50%	\$ 50.715,08
<b>Total Inversión</b>		<b>\$ 101.430,16</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

El estudio realizado refleja una inversión de \$ 101.430,16 dólares, de los cuales el 50% constituirá de capital propio de \$ 50.715,08 dólares y la diferencia es decir el 50% restante se solicitará un crédito al Banco de Pichincha por un monto de \$ 50.715,08 dólares.

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. Introducción.

El presente capítulo tiene como finalidad establecer la operatividad de la microempresa en relación a los ingresos y egresos, esto permitirá establecer los respectivos estados financieros para posteriormente realizar la evaluación financiera y determinar la rentabilidad que se generará de la producción y comercialización de blusas bordadas.

#### 5.2. Inversiones del Proyecto

El requerimiento de la inversión para el presente proyecto se encuentra estructurado de la siguiente manera. Se detalla en las siguientes tablas:

*Tabla 55: Inversión Fija*

Descripción	Valor Total
Terreno	\$ 3.001,07
Edificio	\$ 24.000,00
Maquinaria & Equipos	\$ 16.600,00
Muebles & Enseres	\$ 1.548,00
Equipo de Computación	\$ 1.275,00
Equipo de oficina	\$ 185,00
Menaje	\$ 53,43
Suministros de Oficina	\$ 437,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 47.100,00</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 56: Resumen de Capital de trabajo

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima Directa	\$ 10.800,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 3.612,00
Mano de Obra Directa	\$ 22.504,91
Gastos Administrativos	\$ 11.093,36
Otros Gastos	\$ 6.319,90
<b>TOTAL</b>	<b>\$54.330,17</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 57: Total de Inversión

Descripción	Valor(\$)
Inversión Fija	\$ 47.100,00
Capital de Trabajo	\$ 54.330,17
<b>Total.</b>	<b>\$ 101.430,16</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Para que entre en operación el presente proyecto se requiere de una inversión total de \$101.430,16 dólares.

### 5.3. Depreciación

La mayor parte de los activos fijos al pasar el tiempo van perdiendo su valor, para calcular la disminución del valor del activo fijo se utilizó la siguiente fórmula lineal que es:  $Depreciación = \frac{Valor\ del\ bien}{\# años\ de\ vida\ útil}$  según las nuevas Normas Internacionales de Contabilidad (NIIF).

Tabla 58: Depreciación

Concepto	Costo	Vida útil	Año.1	Año.2	Año.3	Año.4	Año.5
Obra civil	24.000,00	20	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Muebles y enseres	1.548,00	10	154,80	154,80	154,80	154,80	154,80
Maquinaria y equipo	16.600,00	10	1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00
Equipo de cómputo	1.275,00	3	425,00	425,00	425,00		
Equipo de oficina	185,00	10	18,50	18,50	18,50	18,50	18,50
<b>TOTAL</b>	<b>43.608,00</b>		<b>3.458,30</b>	<b>3.458,30</b>	<b>3.458,30</b>	<b>3.033,30</b>	<b>3.033,30</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

### 5.3.1. Valor De Rescate

El valor de rescate es la estimación del valor residual técnicamente determinado del activo fijo para que prevalezca en el tiempo, después de haberle aplicado el método de depreciación de línea recta en su vida útil. Su cálculo se realizó de la siguiente manera: a los activos fijos tangibles se multiplicó el valor de la depreciación por los años de vida útil que falta depreciar, mientras que el activo fijo tangible que es el terreno se revalorizó su valor; es decir, aumentar el valor del bien.

El valor de rescate tiene su impacto en el flujo de caja, por dejar de depreciar un valor que disminuirá la renta y se ahorraría los impuestos de renta.

Tabla 59: Valor de Rescate

Descripción	Depreciación	Valor de Rescate
Terreno	-	12.000,00
Obra civil	6.000,00	18.000,00
Muebles y enseres	774,00	774,00
Maquinaria y equipo	8.300,00	8.300,00
Equipo de oficina	92,50	92,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$15166,5</b>	<b>\$39.166,50</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### 5.4. Financiamiento

El 50% de la inversión será capital propio y el restante 50% total de la inversión que corresponde a \$ 50.715,08 dólares serán financiados mediante un crédito otorgado por el Banco de Pichincha, bajo los términos siguientes: a un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 11,20% anual, la amortización del mismo se efectuará a través de cuotas mensuales de acuerdo al ciclo de producción de la microempresa como se detalla a continuación en la siguiente tabla de ilustración.

Tabla 60: Inversión Total

Descripción	Porcentaje	Valor(\$)
Capital Propio	50%	\$ 50.715,08
Capital financiado	50%	\$ 50.715,08
<b>Total Inversión</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 101.430,16</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 61: Datos del Crédito

DATOS CRÉDITO		
Préstamo	\$ 50.715,08	50% del total de la inversión
Tasa de interés	11,2%	Anual (Tasa máxima PYMES)
Pagos	60	Mensuales
Plazo	5	Años

Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 62: Tabla de Amortización

N° Cuota	Saldo inicial	Cuota mensual	Interés	Amortización	Saldo
1	\$ 50.715,08	\$ 1.107,73	\$ 473,34	\$ 634,39	\$ 50.080,69
2	\$ 50.080,69	\$ 1.107,73	\$ 467,42	\$ 640,31	\$ 49.440,37
3	\$ 49.440,37	\$ 1.107,73	\$ 461,44	\$ 646,29	\$ 48.794,08
4	\$ 48.794,08	\$ 1.107,73	\$ 455,41	\$ 652,32	\$ 48.141,76
5	\$ 48.141,76	\$ 1.107,73	\$ 449,32	\$ 658,41	\$ 47.483,35
6	\$ 47.483,35	\$ 1.107,73	\$ 443,18	\$ 664,56	\$ 46.818,79
7	\$ 46.818,79	\$ 1.107,73	\$ 436,98	\$ 670,76	\$ 46.148,04
8	\$ 46.148,04	\$ 1.107,73	\$ 430,72	\$ 677,02	\$ 45.471,02
9	\$ 45.471,02	\$ 1.107,73	\$ 424,40	\$ 683,34	\$ 44.787,68
10	\$ 44.787,68	\$ 1.107,73	\$ 418,02	\$ 689,72	\$ 44.097,96
11	\$ 44.097,96	\$ 1.107,73	\$ 411,58	\$ 696,15	\$ 43.401,81
12	\$ 43.401,81	\$ 1.107,73	\$ 405,08	\$ 702,65	\$ 42.699,16
13	\$ 42.699,16	\$ 1.107,73	\$ 398,53	\$ 709,21	\$ 41.989,95
14	\$ 41.989,95	\$ 1.107,73	\$ 391,91	\$ 715,83	\$ 41.274,12
15	\$ 41.274,12	\$ 1.107,73	\$ 385,23	\$ 722,51	\$ 40.551,62
16	\$ 40.551,62	\$ 1.107,73	\$ 378,48	\$ 729,25	\$ 39.822,36
17	\$ 39.822,36	\$ 1.107,73	\$ 371,68	\$ 736,06	\$ 39.086,31
18	\$ 39.086,31	\$ 1.107,73	\$ 364,81	\$ 742,93	\$ 38.343,38
19	\$ 38.343,38	\$ 1.107,73	\$ 357,87	\$ 749,86	\$ 37.593,51
20	\$ 37.593,51	\$ 1.107,73	\$ 350,87	\$ 756,86	\$ 36.836,65
21	\$ 36.836,65	\$ 1.107,73	\$ 343,81	\$ 763,93	\$ 36.072,73
22	\$ 36.072,73	\$ 1.107,73	\$ 336,68	\$ 771,06	\$ 35.301,67
23	\$ 35.301,67	\$ 1.107,73	\$ 329,48	\$ 778,25	\$ 34.523,42
24	\$ 34.523,42	\$ 1.107,73	\$ 322,22	\$ 785,52	\$ 33.737,91
25	\$ 33.737,91	\$ 1.107,73	\$ 314,89	\$ 792,85	\$ 32.945,06
26	\$ 32.945,06	\$ 1.107,73	\$ 307,49	\$ 800,25	\$ 32.144,81
27	\$ 32.144,81	\$ 1.107,73	\$ 300,02	\$ 807,72	\$ 31.337,10
28	\$ 31.337,10	\$ 1.107,73	\$ 292,48	\$ 815,25	\$ 30.521,84

29	\$ 30.521,84	\$ 1.107,73	\$ 284,87	\$ 822,86	\$ 29.698,98
30	\$ 29.698,98	\$ 1.107,73	\$ 277,19	\$ 830,54	\$ 28.868,44
31	\$ 28.868,44	\$ 1.107,73	\$ 269,44	\$ 838,30	\$ 28.030,14
32	\$ 28.030,14	\$ 1.107,73	\$ 261,61	\$ 846,12	\$ 27.184,02
33	\$ 27.184,02	\$ 1.107,73	\$ 253,72	\$ 854,02	\$ 26.330,01
34	\$ 26.330,01	\$ 1.107,73	\$ 245,75	\$ 861,99	\$ 25.468,02
35	\$ 25.468,02	\$ 1.107,73	\$ 237,70	\$ 870,03	\$ 24.597,99
36	\$ 24.597,99	\$ 1.107,73	\$ 229,58	\$ 878,15	\$ 23.719,83
37	\$ 23.719,83	\$ 1.107,73	\$ 221,39	\$ 886,35	\$ 22.833,48
38	\$ 22.833,48	\$ 1.107,73	\$ 213,11	\$ 894,62	\$ 21.938,86
39	\$ 21.938,86	\$ 1.107,73	\$ 204,76	\$ 902,97	\$ 21.035,89
40	\$ 21.035,89	\$ 1.107,73	\$ 196,33	\$ 911,40	\$ 20.124,49
41	\$ 20.124,49	\$ 1.107,73	\$ 187,83	\$ 919,91	\$ 19.204,59
42	\$ 19.204,59	\$ 1.107,73	\$ 179,24	\$ 928,49	\$ 18.276,10
43	\$ 18.276,10	\$ 1.107,73	\$ 170,58	\$ 937,16	\$ 17.338,94
44	\$ 17.338,94	\$ 1.107,73	\$ 161,83	\$ 945,90	\$ 16.393,04
45	\$ 16.393,04	\$ 1.107,73	\$ 153,00	\$ 954,73	\$ 15.438,30
46	\$ 15.438,30	\$ 1.107,73	\$ 144,09	\$ 963,64	\$ 14.474,66
47	\$ 14.474,66	\$ 1.107,73	\$ 135,10	\$ 972,64	\$ 13.502,02
48	\$ 13.502,02	\$ 1.107,73	\$ 126,02	\$ 981,72	\$ 12.520,31
49	\$ 12.520,31	\$ 1.107,73	\$ 116,86	\$ 990,88	\$ 11.529,43
50	\$ 11.529,43	\$ 1.107,73	\$ 107,61	\$ 1.000,13	\$ 10.529,30
51	\$ 10.529,30	\$ 1.107,73	\$ 98,27	\$ 1.009,46	\$ 9.519,84
52	\$ 9.519,84	\$ 1.107,73	\$ 88,85	\$ 1.018,88	\$ 8.500,96
53	\$ 8.500,96	\$ 1.107,73	\$ 79,34	\$ 1.028,39	\$ 7.472,57
54	\$ 7.472,57	\$ 1.107,73	\$ 69,74	\$ 1.037,99	\$ 6.434,58
55	\$ 6.434,58	\$ 1.107,73	\$ 60,06	\$ 1.047,68	\$ 5.386,90
56	\$ 5.386,90	\$ 1.107,73	\$ 50,28	\$ 1.057,46	\$ 4.329,45
57	\$ 4.329,45	\$ 1.107,73	\$ 40,41	\$ 1.067,33	\$ 3.262,12
58	\$ 3.262,12	\$ 1.107,73	\$ 30,45	\$ 1.077,29	\$ 2.184,83
59	\$ 2.184,83	\$ 1.107,73	\$ 20,39	\$ 1.087,34	\$ 1.097,49
60	\$ 1.097,49	\$ 1.107,73	\$ 10,24	\$ 1.097,49	\$ 0,00

Elaborado por: Jhon Tituaña

Fuente: Banco del Pichincha ( Atuntaqui)

#### 5.4.1. Gastos Financieros.

Tabla 63: Total de intereses

Pago de Intereses	
AÑO	VALOR
1	\$ 5.276,89
2	\$ 4.331,55
3	\$ 3.274,73
4	\$ 2.093,28
5	\$ 772,50
<b>Total</b>	<b>\$ 15.748,95</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

El total de interés que se pagara a la institución financiera por el préstamo en el periodo de 5 años será de \$15.748,95 dólares.

Tabla 64: Total Capital

Pago capital	
AÑO	VALOR
1	\$ 8.015,92
2	\$ 8.961,25
3	\$ 10.018,07
4	\$ 11.199,53
5	\$ 12.520,31
<b>Total</b>	<b>\$ 50.715,08</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

## 5.5. Ingresos

Los ingresos del proyecto están representados por la venta de blusas bordadas pronosticadas en el capítulo del estudio de mercado.

### 5.5.1. Proyección de Volumen de Producción

La proyección del volumen de producción de blusas se realizó en base a la capacidad instalada de la microempresa, para proyectar el volumen en unidades a producir durante los próximos cinco años de vida útil del proyecto, se establece un incremento anual del 3% así:

*Tabla 65: Proyección de Producción*

Año	Volumen de Unidades
2015	2.798
2016	2.882
2017	2.969
2018	3.058
2019	3.150

Elaborado por : Jhon Tituaña

Fuente: Tabla N°39 Capacidad de producción del proyecto pag.108

### 5.5.2. Proyección de Ingresos

Se ha considerado realizar la proyección de ingresos para 5 años tomando como base el estudio de mercado, donde se puede observar que la microempresa obtiene los siguientes ingresos por las venta que se realice del producto tomando en cuenta que los precios están fijados en base a la competencia y al análisis de costos y gastos más la utilidad, esto crecen en función de la inflación, que para el año 2014 fue de 3,67% anual.

Tabla 66: Presupuesto Ingresos

Descripción	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Cantidad de Blusas en unidades	2.798	2.882	2.969	3.058	3.150
Precio Unitario	35,96	37,28	38,65	40,07	41,54
<b>Total</b>	<b>\$ 100.632,54</b>	<b>\$ 107.455,53</b>	<b>\$ 114.741,12</b>	<b>\$ 122.520,69</b>	<b>\$ 130.827,71</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

## 5.6. Egresos

Los egresos corresponden a los gastos en efectivo que tiene que realizar la microempresa para el normal funcionamiento de sus actividades, estos egresos corresponden a costos de producción, gastos administrativos, gasto en ventas, los cuales se incrementan al ritmo de la inflación del 3,67%. A continuación se detalle la proyección de egresos que la microempresa tiene que reembolsar cada año excepto los sueldos del talento humano que crece al 9,11% según el índice de crecimiento del sueldo básico unificado de los últimos cinco años.

### 5.6.1. Costo de Producción

Tabla 67: Costo Unitario

Rubro	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
<b>Materia prima e insumos</b>					
Tela espejo	Metros	200	4,50	900,00	10.800,00
Subtotal				900,00	10.800,00
<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>					
Hilo de coser	Tubos	50	3,50	175,00	2.100,00
Agujas	Paquete	4	5,00	20,00	240,00
Aceite para máquina	Galón	2	4,00	8,00	96,00
cintas de colores	Metros	4	3,50	14,00	168,00
Mantenimiento				15,00	180,00
Subtotal				232,00	2.784,00
<b>Mano de Obra Directa</b>					
Jefe de producción	MO	1	506,27	506,27	6.075,20
Operarios	MO	3	451,30	451,30	5.415,65
Subtotal				957,57	11.490,85
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.089,57</b>	<b>\$ 25.074,85</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 68: Calculo Costo Unitario

DESCRIPCIÓN	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Anual
Camisas	2.798	\$8,96	<b>\$25074,85</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

## 5.6.2. Proyección de Costos

Tabla 69: Proyección de Costo Unitario

Descripción	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Cantidad de Blusas en unidades	2.798	2.882	2.969	3.058	3.150
Costo Unitario	\$8,96	\$9,29	\$9,63	\$9,98	\$10,35
<b>Total</b>	<b>\$ 25.074,85</b>	<b>\$ 26.774,95</b>	<b>\$ 28.590,32</b>	<b>\$ 30.528,77</b>	<b>\$ 32.598,65</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 70: Proyección de Costos de Producción

Concepto	Años 1	Años 2	Años 3	Años 4	Años 5
MPD	10.800,00	11.196,36	11.607,27	12.033,25	12.474,87
MOD	22.504,91	24.555,10	26.792,07	29.232,83	31.895,94
MPI	2.604,00	2.699,57	2.798,64	2.901,35	3.007,83
CIF	1.008,00	1.044,99	1.083,34	1.123,10	1.164,32
<b>Total</b>	<b>\$36.916,91</b>	<b>\$39.496,02</b>	<b>\$42.281,32</b>	<b>\$45.290,54</b>	<b>\$48.542,97</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

La proyección de los costos se realizó en base a la determinación del costo que intervienen en la elaboración de las blusas, el mismo que está estructurado por el Costo de Materia prima Directa, Mano de obra directa, Materia Prima Indirecta y Costos Indirectos de Fabricación. Para los años subsiguientes se proveerá un incremento del 3,67% anual que corresponde a inflación que incide en precios de mercado.

## 5.7. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos de Administración están determinados por suministros de oficina, servicios básicos, depreciaciones y los sueldos del Administrador Gerente administrador y Contador con las respectivas provisiones correspondientes a beneficios de ley, como se detalla a continuación:

### Ministerio del Trabajo Acuerdo Ministerial.

El Consejo Nacional de Salarios determino el salario básico unificado para el 2014 que es 340,00 dólares. Este valor servirá como referencia para determinar el suelo de los trabajadores tanto administrativos como operarios de la microempresa y realizar los cálculos respectivos de los beneficios que por de ley deben recibir los trabajadores.

Tabla 71: Rol de pagos Dpto. Administrativo

Cargo	Sueldo	13° Sueldo	14° Sueldo	11,15% Aporte patronal	Fondo de reserva	Vacaciones	Total mensual
Gerente	500,00	41,67	28,33	55,75	41,67	20,83	625,75
Contadora	220,00	18,33	28,33	24,53	18,33	9,17	291,20

Elaborado por: Jhon Tituaña

### 5.7.1. Sueldos Administrativos

Son los desembolsos de dinero que mensualmente la microempresa debe realizar por concepto de pago a los trabajadores del departamento administrativo.

Tabla 72: Proyección de Salario Básico Unificado

CARGO	2015	2016	2017	2018	2019
Administrador	7.571,50	8.261,26	9.013,86	9.835,03	10.731,00
Contadora	3.521,86	3.842,70	4.192,77	4.574,73	4.991,49
<b>TOTAL</b>	<b>\$11.093,36</b>	<b>\$12.103,97</b>	<b>\$13.206,64</b>	<b>\$14.409,76</b>	<b>\$15.722,49</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

### 5.7.2. Servicios Básicos

Los gastos de servicios básicos son gastos que generalmente se lo realiza por el consumo de agua, luz, teléfono e internet.

Tabla 73: Servicios Básicos

Descripción	Costo Mensual	Nº Meses	Costo Anual
Agua	\$ 3,00	12	\$ 36,00
Luz	\$ 40,00	12	\$ 480,00
Teléfono	\$ 8,00	12	\$ 96,00
Internet	\$ 18,00	12	\$ 216,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 69,00</b>		<b>\$ 828,00</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 74: Proyección de Servicios Básicos

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Servicios básicos	<b>\$828,00</b>	<b>\$858,39</b>	<b>\$889,89</b>	<b>\$922,55</b>	<b>\$956,41</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

### 5.7.3. Suministros de Oficina

El costo de los suministros y materiales de oficina se proyectan tomando en cuenta la inflación que es de 3,67%.

Tabla 75: Gastos Suministros de Oficina

Materiales y suministros de oficina	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Total costo Anual
Perforadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 2,50
Grapadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 3,00
carpeta folder	20	\$ 2,40	\$ 48,00	\$ 48,00
comprobante de ventas	3	\$ 16,00	\$ 48,00	\$ 48,00
Esferos	10	\$ 0,30	\$ 3,00	\$ 3,00
resmas de papel	10	\$ 8,80	\$ 88,00	\$ 88,00
Lápices (caja)	5	\$ 2,00	\$ 10,00	\$ 10,00
Borrador (caja)	5	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 10,00
Tinta de impresión	5	\$ 45,00	\$ 225,00	\$ 225,00
TOTAL			\$ 435,50	\$ 437,50

Elaborado por: Jhon Tituaña

## 5.8. Gasto de Ventas

Estos gastos incluyen remuneraciones al vendedor y la publicidad

### 5.8.1. Sueldo en Ventas

Los sueldos en ventas son los pagos que se hacen al personal que trabaja en la microempresa ofreciendo el producto y dando a conocer los tipos de diseños de las blusas.

Tabla 76: Proyección de Sueldo de Ventas

CARGO	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Vendedor	5.459,90	5.957,30	6.500,01	7.092,16	7.738,26

Elaborado por: Jhon Tituaña

## 5.8.2. Publicidad

La publicidad que se realiza para dar a conocer el producto para mejorar el nivel de ventas y obtener más utilidades.

Tabla 77: Proyección de Gasto en Publicidad

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83

Elaborado por: Jhon Tituaña

## 5.8.3. Resumen de los Suelos y Salarios

Tabla 78: Sueldo Básico Unificado

Cargo	Sueldo	13° sueldo	14° sueldo	11,15% aporte patronal	Fondo de reserva	Vacaciones	Total mensual	Total anual
Administrador	500,00	41,67	28,33	55,75	41,67	20,83	<b>\$625,75</b>	<b>\$7.571,50</b>
Contadora	220,00	18,33	28,33	24,53	18,33	9,17	<b>\$291,20</b>	<b>\$3.521,86</b>
Vendedor	354,00	29,50	28,33	39,47	29,50	14,75	<b>\$451,30</b>	<b>\$5.459,90</b>
Jefe de producción	400,00	33,33	28,33	44,60	33,33	16,67	<b>\$506,27</b>	<b>\$6.125,20</b>
Operarios 1	354,00	29,50	28,33	39,47	29,50	14,75	<b>\$451,30</b>	<b>\$5.459,90</b>
Operarios 2	354,00	29,50	28,33	39,47	29,50	14,75	<b>\$451,30</b>	<b>\$5.459,90</b>
Operario 3	354,00	29,50	28,33	39,47	29,50	14,75	<b>\$451,30</b>	<b>\$5.459,90</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### 5.8.4. Proyección de Sueldos y Salarios

Para la proyección de los sueldos y salarios se tomó en cuenta el índice de crecimiento del salario básico unificado de los últimos cinco años que es el 9,11%.

Tabla 79: Proyección Sueldos y Salarios

CARGO	2015	2016	2017	2018	2019
Administrador	7.571,50	8.261,26	9.013,86	9.835,03	10.731,00
Contadora	3.521,86	3.842,70	4.192,77	4.574,73	4.991,49
Vendedor	5.459,90	5.957,30	6.500,01	7.092,16	7.738,26
Jefe de producción	6.125,20	6.683,21	7.292,05	7.956,35	8.681,17
Operarios 1	5.459,90	5.957,30	6.500,01	7.092,16	7.738,26
Operarios 2	5.459,90	5.957,30	6.500,01	7.092,16	7.738,26
Operario 3	5.459,90	5.957,30	6.500,01	7.092,16	7.738,26
<b>TOTAL</b>	<b>\$39.058,17</b>	<b>\$42.616,37</b>	<b>\$46.498,72</b>	<b>\$50.734,75</b>	<b>\$55.356,69</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### 5.8.5. Resumen de Gastos Proyectados.

Tabla 80: Presupuesto de Gastos

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año5
Servicios básicos	828,00	858,39	889,89	922,55	956,41
sueldos administrativos	11.093,36	12.103,97	13.206,64	14.409,76	15.722,49
sueldo en ventas	5.459,90	5.957,30	6.500,01	7.092,16	7.738,26
Publicidad	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
<b>Total</b>	<b>\$17.741,26</b>	<b>\$19.292,86</b>	<b>\$20.983,44</b>	<b>\$22.825,58</b>	<b>\$24.832,98</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

## 5.9. Estados Proforma

Están representados por el estado de situación inicial, el estado de resultados y flujo de caja, los cuales ayudan para efectuar la respectiva evaluación financiera.

### 5.9.1. Estado de Situación Financiera Inicial.

El Estado de Situación Financiera Inicial es el balance de arranque al año cero donde manifiesta la situación de la inversión total del proyecto. Es decir las erogaciones necesarias para que entre en operación la microempresa y están constituidas por: inversión propia o patrimonio de \$ 50.715,08 y financiada que forma los Pasivos por \$50.715,08, y los Activos, Corriente que es de 54.330,17; Activo Fijo que es de \$46.609,07 y otros Activos que es de 490.93.

Tabla 81: Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
<b><u>ACTIVOS CORRIENTE</u></b>	<b>54.330,17</b>	<b><u>PASIVOS A LARGO PLAZO</u></b>	<b>50.715,08</b>
Bancos	54.330,17	Préstamo por pagar	50.715,08
<b><u>ACTIVO FIJO</u></b>	<b>46.609,07</b>	Total Pasivos	50.715,08
Terreno	3.001,07		
Edificio	24.000,00		
Equipo de Computación	1.275,00		
Equipo de Oficina	185,00		
Maquinaria/equipo	16.600,00		
Muebles/Enseres	1.548,00		
<b><u>Otros Activos</u></b>	<b>490,93</b>	<b>Patrimonio</b>	<b>50.715,08</b>
Menaje	53,43	Inversión propia	50.715,08
Suministros Oficina	437,50		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>101.430,16</b>	<b>Total Pasivos + Patrimonio</b>	<b>101.430,16</b>

Elaborado por: El autor

### **5.9.2. Balance de resultados.**

El balance o estado de resultados, presenta un informe detallado del rendimiento económico o estado de pérdidas y ganancias que la microempresa va teniendo durante su proceso y ayuda a identificar en que condición económica se encuentra es decir si se obtiene utilidades o perdidas.

Tabla 82: Estado de Resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS PROYECTADOS					
VENTAS A CONSUMIDOR FINAL	100.632,54	107.455,53	114.741,12	122.520,69	130.827,71
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 100.632,54</b>	<b>\$ 107.455,53</b>	<b>\$ 114.741,12</b>	<b>\$ 122.520,69</b>	<b>\$ 130.827,71</b>
(-) COSTOS OPERATIVOS					
MATERIA PRIMA DIRECTA	10.800,00	11.196,36	11.607,27	12.033,25	12.474,87
MATERIA PRIMA INDIRECTA	2.604,00	2.699,57	2.798,64	2.901,35	3.007,83
MANO DE OBRA DIRECTA	22.504,91	24.555,10	26.792,07	29.232,83	31.895,94
CIF	1.008,00	1.044,99	1.083,34	1.123,10	1.164,32
<b>TOTAL COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 36.916,91</b>	<b>\$ 39.496,02</b>	<b>\$ 42.281,32</b>	<b>\$ 45.290,54</b>	<b>\$ 48.542,97</b>
<b>UTILIDAD BRUTA PROYECTADA</b>	<b>\$ 63.715,64</b>	<b>\$ 67.959,51</b>	<b>\$ 72.459,80</b>	<b>\$ 77.230,15</b>	<b>\$ 82.284,74</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS ADM	11.093,36	12.103,97	13.206,64	14.409,76	15.722,49
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 11.093,36</b>	<b>\$ 12.103,97</b>	<b>\$ 13.206,64</b>	<b>\$ 14.409,76</b>	<b>\$ 15.722,49</b>
(-)GASTO DE VENTAS	5.819,90	6.330,51	6.886,92	7.493,27	8.154,08
PUBLICIDAD	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
SUELDO VENTAS	5.459,90	5.957,30	6.500,01	7.092,16	7.738,26
DEPRECIACIÓN	3.458,30	3.458,30	3.458,30	3.033,30	3.033,30
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	43.334,08	46.066,73	48.907,94	52.293,82	55.374,87
(-) GASTOS FINANCIEROS	5.276,89	4.331,55	3.274,73	2.093,28	772,50
UTILIDAD ANTES DE OBLIGACIONES	38.067,19	41.735,18	45.633,21	50.200,54	54.602,37
(-)15% PARTICIPACION TRABAJADORES	5.710,08	6.260,28	6.844,98	7.530,08	8.190,36
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	32.357,11	35.474,90	38.788,23	42.670,46	46.412,01
(-) 22% DE IMPUESTOS A LA RENTA	7.118,56	7.804,48	8.533,41	9.387,50	10.210,64
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>\$ 25.238,55</b>	<b>\$ 27.670,42</b>	<b>\$ 30.254,82</b>	<b>\$ 33.282,96</b>	<b>\$ 36.201,37</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Los resultados que muestra la tabla anterior permiten determinar que el proyecto es rentable en términos financieros al primer año con una utilidad proyectada de \$ 25.238,55 dólares americanos posteriormente en los próximos años mientras los escenarios establecidos no cambien significativamente la microempresa obtendrá resultados positivos así al 2019 la utilidad será de \$36.201,37 dólares.

### 5.9.3. Flujo de caja.

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos ocasionados en los cinco períodos operativos proyectados por lo que constituye un indicador importante de la liquidez de la microempresa.

Tabla 83: Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN INICIAL	<b>(\$101.430,16)</b>					
UTILIDAD NETA PROYECTADA		25.238,55	27.670,42	30.254,82	33.282,96	36.201,37
-DEPRECIACION		<b>(3.458,30)</b>	<b>(3.458,30)</b>	<b>(3.458,30)</b>	<b>(3.033,30)</b>	<b>(3.033,30)</b>
VALOR DE RESCATE						39.166,50
TOTAL DE INGRESOS		21.780,25	24.212,12		26.796,52	72.334,57
EGRESOS						
PAGO DE LA DEUDA		8.015,92	8.961,25	10.018,07	11.199,53	12.520,31
TOTAL EGRESOS		8.015,92	8.961,25	10.018,07	11.199,53	12.520,31
+DEPRECIACION		3.458,30	3.458,30	3.458,30	3.033,30	3.033,30
FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	<b>(\$101.430,16)</b>	<b>\$20.680,93</b>	<b>\$22.167,47</b>	<b>\$23.695,04</b>	<b>\$25.116,73</b>	<b>\$65.880,86</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

## 5.10. Evaluadores Financieros

### 5.10.1. Costo de capital.

El costo de capital es la tasa de descuento ajustada al riesgo que se usa para calcular el valor presente neto de un proyecto. Para lo cual se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información obtenida del Banco Central se encuentra al 6,8% y la tasa activa del 11,2%(Banco del Pichincha).

#### Forma de Cálculo: Costo Capital (CK)

Tabla 84: Costo de capital

CONCEPTO	VALOR	% DE COMPOSICIÓN	TASA DE PONDERACIÓN	COSTO DE CAPITAL
Capital Propio	\$ 50.715,08	50%	6,08%	3,04%
Capital Financiado	\$ 50.715,08	50%	11,2%	5,60%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 101.430,16	100%		8,6%

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### Fórmula de Cálculo:

$CK = ((Tasa\ de\ ponderación * Costo\ capital\ propio) + (Tasa\ ponderación * Tasa\ capital\ financiado))$ .

$$CK = ((6,08\% * 3,04\%) + (11,2\% * 5,60\%))$$

$$CK = (8,6\%) / 100$$

$$CK = 0,086$$

Se puede determinar que el costo de oportunidad o costo capital del proyecto es del 8,6% (0,086).

### 5.10.2. Tasa de rendimiento medio (TRM)

#### Forma de Cálculo:

Tasa de Redescuento o TRM= Costo de oportunidad + Tasa de Inflación  
(año 2014) -1

Formula:  $TRM = (1 + CK)(1 + F) - 1$

Dónde:

CK= 0,086

F= 3,67%

$$TRM = (1 + 0,086)(1 + 3,67\%) - 1$$

TRM= 13%

De acuerdo a los cálculos realizado la tasa de rendimiento medio (TRM) es del 13% anual, es decir, lo mínimo real que se debe generar el proyecto para cubrir las obligaciones.

### 5.10.3. Valor Actual Neto

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los *flujos de caja* futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

❖ Identificación del Valor Actual Neto.

Tabla 85: Identificación del VAN

Valor	Significado	Decisión a Tomar
VAN >0	La inversión producirá Ganancias	El proyecto se acepta
VAN <0	LA inversión producirá perdidas	El proyecto se rechaza
VAN= 0	La inversión no producirá ni perdida ni ganancias	Dado que el proyecto no agrega valor se debería tomar otros criterios

Elaborado por: Jhon Tituaña

**Fórmula de Cálculo para el VAN:**

$$VAN = \frac{\sum FCN}{(1 + TRM)^n} + (Inversión)$$

**Fórmula de cálculo para los flujos netos actualizados:**

$$FNA = \frac{\sum FN}{(1 + TRM)^n}$$

$$FNA = \frac{20.680,93}{(1+0,13)^1} + \frac{22.167,47}{(1+0,13)^2} + \frac{23.695,04}{(1+0,13)^3} + \frac{25.116,73}{(1+0,13)^4} + \frac{65.880,86}{(1+0,13)^5}$$

Tabla 86: Valor Actual Neto.

AÑOS	F NETOS	Flujos netos actualizados (TRM 13%)
2015	20.680,93	18.362,30
2016	22.167,47	17.475,53
2017	23,695,04	16.585,52
2018	25.116,73	15.609,60
2019	65.880,86	36.353,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$157.541,03</b>	<b>\$104.386,34</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Remplazando valores en la fórmula:

$$VAN = \frac{\sum(18.362,30 + 17.475,53 + 16.585,52 + 15.609,60 + 36.353,40)}{(1 + 0,13)^1 + (1 + 0,13)^2 + (1 + 0,13)^3 + (1 + 0,13)^4 + (1 + 0,13)^5} + (101.430,16)$$

$$VAN = 2.956,18$$

El valor actual neto en este caso es \$ 2.956,18 dólares mayor a cero por lo tanto el proyecto si es factible, en las condiciones analizadas.

#### 5.10.4. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno es el segundo indicador más utilizado en la evaluación de un proyecto, consiste en una medida de rentabilidad más adecuada, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades durante su vida útil.

Tabla 87: Tasa Interna de Retorno

AÑOS	F NETOS	Flujos netos actualizados (TRM 13%)	F netos actualizados (80%)
2015	20.680,93	18.362,30	11.489,40
2016	22.167,47	17.475,53	6.841,81
2017	23,695,04	16.585,52	4.062,94
2018	25.116,73	15.609,60	2.392,62
2019	65.880,86	36.353,40	3.486,56
Total	\$157.541,03	\$104.386,34	\$28.273,32

Elaborado por: Jhon Tituaña

VAN	\$ 104.386,34	\$ 28.273,32
(-) Inversión	\$ 101.430,16	\$ 101.430,16
	\$ 2.956,18	(\$ 73.156,84)

$$TIR = Tasa 1 + \frac{\Delta \rightarrow Tasas(VAN 1)}{(VAN 1 - VAN 2)}$$

$$TIR = 0,13 + \frac{(0,80 - 0,13)(2.956,18)}{(2.956,18 - (-73.156,84))}$$

TIR= 15,24%

La Tasa Interna de Retorno tiene como resultado un valor igual a 15,24% la cual supera a la tasa del TRM 13%, lo que significa un resultado atractivo y a la vez alentador para los inversionistas por lo que se concluye que la inversión es aceptada y demuestra la factibilidad potencial del proyecto.

### 5.10.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio representa el valor en la cual los ingresos son iguales a los costos y gastos; por ende, en este punto no existirá ni pérdida ni ganancias. Es importante considerar este análisis ya que ayuda a conocer en qué nivel se está logrando alcanzar los objetivos de la microempresa.

#### Formula:

$$\text{Margen de contribución} = \text{Precio de vta} - \text{Costo variables}$$

Tabla 88: Punto de Equilibrio

COSTO FIJO	20.371,56
INVERSION FIJA	47.100,00
PRECIO DE VENTA	35,96
COSTO VARIABLE	8,96
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	27,00

Elaborado por : Jhon Tituaña

#### Formula:

$$PE = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costo Fijo}}{\text{Margen de contribución}}$$

$$PE = \frac{47.100 + 20.371,56}{27}$$

**PE= 2499**

La microempresa obtiene ingresos iguales a los egresos al vender 2499 unidades de blusas dentro del primer año.

### 5.10.6. Beneficio/costo

Permite conocer como retornan los ingresos en función de los egresos, estará dado por la confrontación entre el nivel de ingresos producidos y los egresos incurridos, es decir que a mayor ingresos mayor beneficios en términos de poder adquisitivo actual, éstos deben ser deflactados y el costo y a la vez a mayor cantidad de costos habrá más egresos que también deben ser deflactados.

Tabla 89: Costo - Beneficio

Ingresos	Egresos	TRM	Ingresos actualizados	Egresos Actualizados
100.632,54	59.107,05	0,13	796.957,64	468.097,27
107.455,53	62.262,05	0,13	850.992,17	493.083,22
114.741,12	65.649,61	0,13	908.690,29	519.910,95
122.520,69	69.286,85	0,13	970.300,40	548.715,98
130827,71	73.192,04	0,13	1036087,74	579.643,08
			\$4'563.028,24	\$2'609.4450,49

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### Formula:

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{costo}} = \frac{\sum \frac{\text{Ingresos}}{(1+TRM)^n}}{\sum \frac{\text{Egresos}}{(1+TRM)^n}}$$

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{costo}} = \frac{4'563.028,24}{2'609.450,49}$$

Beneficio/costo=**1,74 dólares** El proyecto, generara 0,74 centavos adicionales.

### 5.10.7. Tasa de rendimiento beneficio/costo

La tasa de rendimiento beneficio/costo es la relación que hay entre los ingresos deflactados o actualizados y la inversión inicial.

**Formula:**

$$TRBC = \frac{\sum \frac{\text{Ingresos}}{(1+TRM)^n}}{\text{Inversión Inicial}} \qquad TRBC = \frac{104.386,34}{101.730,16}$$

**TRBC= 1,03** Por cada dólar invertido se recibe 0,04 centavos en ingreso adicional.

### 5.10.8. Análisis de sensibilidad + 5 %

Tabla 90: Balance de resultados sensibilizado al +5%

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS PROYECTADOS					
VENTAS A CONSUMDIOR FINAL	100.632,54	107.455,53	114.741,12	122.520,69	130.827,71
5% DE INCREMENTO VENTAS	5.031,63	5.372,78	5.737,06	6.126,03	6.541,39
TOTAL INGRESOS	\$105.664,17	\$ 112.828,31	\$ 120.478,18	\$ 128.646,72	137.369,10
(-) COSTOS OPERATIVOS					
MATERIA PRIMA DIRECTA	10.800,00	11.196,36	11.607,27	12.033,25	12.474,87
MATERIA PRIMA INDIRECTA	2.604,00	2.699,57	2.798,64	2.901,35	3.007,83
MANO DE OBRA DIRECTA	22.504,91	24.555,10	26.792,07	29.232,83	31.895,94
CIF	1.008,00	1.044,99	1.083,34	1.123,10	1.164,32
TOTAL COSTOS OPERATIVOS	\$ 36.916,91	\$ 39.496,02	\$ 42.281,32	\$ 45.290,54	\$ 48.542,97
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	68.747,26	73.332,28	78.196,85	83.356,18	88.826,13
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	11.093,36	12.103,97	13.206,64	14.409,76	15.722,49
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 11.093,36	\$ 12.103,97	\$ 13.206,64	\$ 14.409,76	\$ 15.722,49
(-)GASTO DE VENTAS	5.819,90	6.330,51	6.886,92	7.493,27	8.154,08
PUBLICIDAD	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
SUELDO VENTAS	5.459,90	5.957,30	6.500,01	7.092,16	7.738,26
DEPRECIACIÓN	3.458,30	6.671,45	6.671,45	5.651,45	5.651,45
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	\$ 48.375,70	\$ 48.226,36	\$ 51.431,85	\$ 55.801,71	\$ 59.298,11
(-) GASTOS FINANCIEROS	5.276,89	4.331,55	3.274,73	2.093,28	772,50
UTILIDAD ANTES DE OBLIGACIONES	43.098,82	43.894,81	48.157,12	53.708,42	58.525,61
(-)15% PARTICIPACION TRABAJADOR	6.464,82	6.584,22	7.223,57	8.056,26	8.778,84
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	36.633,99	37.310,59	40.933,55	45.652,16	49.746,77
(-) 22% DE IMPUESTOS A LA RENTA	8.059,48	8.208,33	9.005,38	10.043,48	10.944,29
UTILIDAD NETA PROYECTADA	\$ 28.574,52	\$ 29.102,26	\$ 31.928,17	\$ 35.608,68	\$ 38.802,48

Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 91: Flujo de caja sensibilizado +5%

INGRESOS PROYECTADOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA PROYECTADA		28.574,52	29.102,26	31.928,17	35.608,68	38.802,48
DEPRECIACION		3.458,30	3.458,30	3.458,30	3.033,30	3.033,30
VALOR DE RESCATE						39.166,50
TOTAL DE INGRESOS		32.032,82	32.560,56	35.386,47	38.641,98	81.002,28
EGRESOS						
PAGO DE LA DEUDA		8.015,92	8.961,25	10.018,07	11.199,53	12.520,31
TOTAL EGRESOS		8.015,92	8.961,25	10.018,07	11.199,53	12.520,31
FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO		<b>\$24.016,89</b>	<b>\$23.599,30</b>	<b>\$25.368,40</b>	<b>\$27.442,46</b>	<b>\$68.481,97</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### Evaluadores Financieras

Suma de flujos	\$ 112.529,05	\$ 28.273,32
(-) Inversión	\$ 101.430,16	\$ 101.430,16
<b>VAN</b>	<b>\$ 11.098,89</b>	<b>(\$ 73.156,84)</b>

Tabla 92: Evaluadores Financieros Sensibilización + 5%

<b>VAN</b>	<b>\$11.098,89</b>
<b>TIR</b>	<b>21,50%</b>
<b>Costo - Beneficio</b>	<b>\$1,84</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

El proyecto muestra otro escenario subiendo el 5% de las ventas con un TIR del 21,50% que sigue siendo mayor al TRM 13%. Además se observa que el beneficio/costo es de \$1,84 es decir que por cada dólar que se invierta se obtendrá \$0,84centavos de ingreso, considerándose que el proyecto sigue siendo rentable.

## Sensibilización al -5%

Tabla 93: Balance general sensibilizado al -5%

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS PROYECTADOS					
VENTAS A CONSUMIDOR FINAL	100.632,54	107.455,53	114.741,12	122.520,69	130.827,71
Ventas - 5 %	(5.031,63)	(5.372,78)	(5.737,06)	(6.126,03)	(6.541,39)
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 96.600,92</b>	<b>\$ 102.082,75</b>	<b>\$ 109.004,07</b>	<b>\$ 116.394,65</b>	<b>\$ 124.286,32</b>
(-) COSTOS OPERATIVOS					
MATERIA PRIMA DIRECTA	10.800,00	11.196,36	11.607,27	12.033,25	12.474,87
MATERIA PRIMA INDIRECTA	2.604,00	2.699,57	2.798,64	2.901,35	3.007,83
MANO DE OBRA DIRECTA	22.504,91	24.555,10	26.792,07	29.232,83	31.895,94
CIF	1.008,00	1.044,99	1.083,34	1.123,10	1.164,32
<b>TOTAL COSTOS OPERATIVOS</b>	<b>\$ 36.916,91</b>	<b>\$ 39.496,02</b>	<b>\$ 42.281,32</b>	<b>\$ 45.290,54</b>	<b>\$ 48.542,97</b>
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	58.684,01	62.586,73	66.722,74	71.104,11	75.743,36
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	11.093,36	12.103,97	13.206,64	14.409,76	15.722,49
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 11.093,36</b>	<b>\$ 12.103,97</b>	<b>\$ 13.206,64</b>	<b>\$ 14.409,76</b>	<b>\$ 15.722,49</b>
(-)GASTO DE VENTAS	5.819,90	6.330,51	6.886,92	7.493,27	8.154,08
PUBLICIDAD	360,00	373,21	386,91	401,11	415,83
SUELDO VENTAS	5.459,90	5.957,30	6.500,01	7.092,16	7.738,26
DEPRECIACIÓN	3.458,30	6.671,45	6.671,45	5.651,45	5.651,45
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	38.312,45	37.480,81	39.957,74	43.549,64	46.215,34
(-) GASTOS FINANCIEROS	5.276,89	4.331,55	3.274,73	2.093,28	772,50
UTILIDAD ANTES DE OBLIGACIONES	33.035,56	33.149,25	36.683,01	41.456,35	45.442,84
(-)15% PARTICIPACION TRABAJADORES	4.955,33	4.972,39	5.502,45	6.218,45	6.816,43
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	28.080,23	28.176,87	31.180,56	35.237,90	38.626,41
(-) 22% DE IMPUESTOS A LA RENTA	6.177,65	6.198,91	6.859,72	7.752,34	8.497,81
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>\$ 21.909,58</b>	<b>\$ 21.977,96</b>	<b>\$ 24.320,83</b>	<b>\$ 27.485,56</b>	<b>\$ 30.128,60</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

Tabla 94: Flujo de Caja sensibilizado al -5%

INGRESOS PROYECTADOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA PROYECTADA		21.902,58	21.977,96	24.320,83	27.485,56	30.128,60
DEPRECIACION		3458,30	3458,30	3458,30	3033,30	3033,30
VALOR DE RESCATE						39166,50
TOTAL DE INGRESOS		25.360,88	25.436,26	27.779,13	30.518,86	72.328,40
EGRESOS						
PAGO DE LA DEUDA		8.015,92	8.961,25	10.018,07	11.199,53	12.520,31
TOTAL EGRESOS		8.015,92	8.961,25	10.018,07	11.199,53	12.520,31
FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO		<b>\$17.344,96</b>	<b>\$16.475,00</b>	<b>\$17.761,06</b>	<b>\$19.319,34</b>	<b>\$59.808,09</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

#### Evaluadores Financieros

Suma de flujos	\$ 85.829,28	\$ 137.064,54
(-) Inversión	\$ 101.430,16	\$ 101.430,16
VAN	<b>(\$ 15.600,88)</b>	\$ 35.634,47

Tabla 95: Evaluadores Financieros Sensibilización -5%

<b>VAN</b>	<b>-15.600,88</b>
<b>TIR</b>	<b>33,14%</b>
<b>Beneficio – Costo</b>	<b>1,66</b>

Elaborado por: Jhon Tituaña

El proyecto no puede soportar una baja hasta el 5% de las ventas, siendo sensible con este tipo de variación, por lo que afectará al proyecto; con esta sensibilidad se obtiene un VAN negativo de \$-15.600,88, un TIR del 33,14%. Además se observa que el beneficio/costo tiende a la baja de \$0,66 centavos de dólar. Se puede concluir que el proyecto no puede soportar una baja en 5% en el nivel de ventas.

### 5.10.9. Recuperación de inversión

Permite conocer en qué tiempo se puede recuperar la inversión realizada considerando los flujos de caja proyectados

Tabla 96: Recuperación de la Inversión

AÑO	FLUJO DE CAJA	tasa actualización	Flujo Actualizados	FLUJO NETOS Acumulados
0				
1	20.680,93	1,03670	19.948,80	19.948,80
2	22.167,47	1,07475	20.625,76	40.574,56
3	23.695,04	1,11419	21.266,61	61.841,17
4	25.116,73	1,15508	21.744,56	83.585,73
5	65.880,86	1,19747	55.016,60	138.602,34

Elaborado por: Jhon Tituaña

Se recupera la inversión en valores reales en el año 5 que tiene \$138.602,34 de flujo neto acumulado, tomando en cuenta que se deflactó utilizando la inflación anual de 3,67%.

### 5.10.10. Resumen evaluadores financieros

Tabla 97: Resumen de los evaluadores financieros

Evaluador Financiero	Valor	Análisis
VAN	2.956,18	Adecuado
TIR	15%	adecuado
TRBC	1,03	Adecuado
Beneficio costo	1,75	atractivo
Rec.De la inv. Valor real	148.839,96	Adecuado

Elaborado por: Jhon Tituaña

*Tabla 98: Comparación de los indicadores*

Escenarios	VAN	TIR	B/C	TRBC
Sensibilidad 5%	11.098,89	22%	1,84	1,11
Esperado con proyecto	2.956,18	15%	1,75	1,03
Sensibilidad -5%	-15.600,88	33%	1,66	0,85

Elaborado por: Jhon Tituaña

Como conclusión final después de haber analizado todos los puntos del capítulo, se puede determinar que el proyecto tiene un alto grado de factibilidad en las condiciones estudiadas.

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El propósito principal del capítulo es analizar la parte organizacional de la microempresa, para lo cual se considerara los siguientes aspectos fundamentales: estratégicos, organizativos y legales de la microempresa para su desarrollo con efectividad.

#### 6.1. Aspecto Estratégico.

##### 6.1.1. Nombre y Logotipo de la Microempresa.

Con el objetivo de que la microempresa tenga un nombre que abarque el significado de lo que se produce, el nombre de la microempresa será **“Aly Confecciones”** dedicada a la producción y comercialización de blusas bordadas.

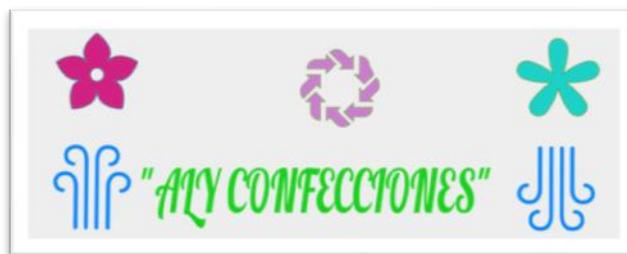


Gráfico 32: Logotipo de la Microempresa  
Elaborado por: Jhon Tituaña

##### 6.1.2. Misión.

“Aly Confecciones” es una microempresa dedicada a la producción y comercialización de blusas bordadas de alta calidad, con una variedad de

diseños, brindando precios justos y atractivos cumpliendo las altas expectativas de sus clientes

### **6.1.3. Visión.**

En los próximos cinco años “*Aly Confecciones*” será una empresa líder en la producción y comercialización de blusas bordadas, con alto reconocimiento en sus diseños, reconocida como líder en innovación, calidad, precios y servicio de esa manera cambiando la concepción tradicional del consumo de estas prendas, es decir, que la mujer otavaleña las adquiera como símbolo de belleza, elegancia que permita rescatar aspectos culturales propios de los Quichua Otavalo.

### **6.1.4. Objetivos organizacionales.**

- ❖ Utilizar maquinarias de última tecnología para reducir la contaminación ambiental.
- ❖ Ampliar el mercado con un producto de excelente calidad a precios competitivos accesibles para los clientes.
- ❖ Alcanzar un alto nivel de producción y ventas para maximizar las utilidades.
- ❖ Mantener un ambiente de trabajo armonioso donde el equipo de trabajo se sienta motivado para realizar sus actividades.
- ❖ Generar y mantener estrategias innovadoras que nos permitan alcanzar las metas y objetivos propuestos a corto, mediano y largo plazo.
- ❖ Alcanzar un reconocimiento como una microempresa de producción y comercialización de blusas de alto prestigio.
- ❖ Mantener en constante capacitación al talento humano para su mejor desempeño en cada uno de sus funciones que les competen.

### **6.1.5. Políticas.**

En la microempresa se debe cumplir con las siguientes políticas establecidas

- ❖ Cumplimiento de tareas de forma eficiente
- ❖ Brindar la mejor calidad en el producto y una atención esmera a nuestros clientes garantizando la satisfacción de las mismas.
- ❖ Revisar que se estén cumpliendo los horarios de trabajo tanto la hora de entrada como de salida.
- ❖ Utilizar los mejores insumos para garantizar la mejor calidad en nuestro producto terminado
- ❖ Utilizar maquinarias de última tecnología para mejorar los procesos productivos.
- ❖ Ambiente de trabajo con condiciones laborales dignas y saludables para los empleados y empleadores.
- ❖ Clasificación y reutilización de los residuos textiles.
- ❖ Trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin de la empresa es el servicio a la comunidad.
- ❖ Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos mediante capacitaciones.

### **6.1.6. Principios y Valores**

Los principios así como valores son fundamentales en la microempresa para orientar continuamente la cultura organizacional de los trabajadores y cumplir con los objetivos misión y visión de la microempresa.

- **Principios.**

- ❖ Trabajo en equipo.

Sera necesario unir talentos, experiencias, conocimientos, habilidades y esfuerzos para alcanzar una meta en común, convirtiendo la colaboración y el trabajo con los demás, en factores claves de competitividad y eficiencia que agreguen valor a La microempresa.

- ❖ Calidad.

Cada uno de los miembros de la microempresa debe Perfeccionar los procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.

- ❖ Competitividad.

Trabajar siempre orientando a la innovación, creatividad y desarrollando acciones de mejoramiento continuo para generar un producto a un costo atractivo y competitivo en el mercado

- ❖ Responsabilidad Social y Ambiental.

Ayudar al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades que hacen parte de la zona de influencia del proyecto desarrollando actividades de carácter social que estén en armonía con el medio ambiente.

- **Valores.**

- ❖ Puntualidad.

Cumplir con los compromisos y obligaciones planificadas a la hora y fecha determinadas, valorando y respetando el tiempo de los demás.

❖ Honestidad.

Actuar con la debida transparencia y clara orientación moral cumpliendo con las responsabilidades asignadas en el uso de la información, de los recursos materiales y financieros. Mostrar una conducta ejemplar dentro y fuera de la empresa.

❖ Integridad y Justicia.

Dar un trato justo a todas las personas dentro y fuera de la empresa y actuar con integridad ante situaciones que se presenten.

❖ Respeto.

Reconocer los derechos de los demás y de nosotros mismos valorando y aceptando sus cualidades, actitudes y comportamientos individuales, institucionales y sociales

❖ Compromiso y Lealtad.

Asumir de manera responsable y efectiva la misión y visión de la microempresa entregando lo mejor de sí mismo y manteniéndose fiel a los principios y valores, salvaguardando siempre la integridad de la microempresa *“Aly Confecciones”*.

## 6.2. Organigrama Estructural

El organigrama estructural representa el esquema básico de una organización, lo cual permite reconocer de una manera objetiva sus unidades administrativas y la relación de dependencia que existe entre ellas. Para el presente proyecto se ha considerado elaborar un organigrama estructural vertical representada en forma de pirámide jerárquica ya que las unidades se desplazan según su jerarquía, de arriba (Nivel Directivo) hacia abajo (Nivel Operativo) en una graduación jerárquica descendente.

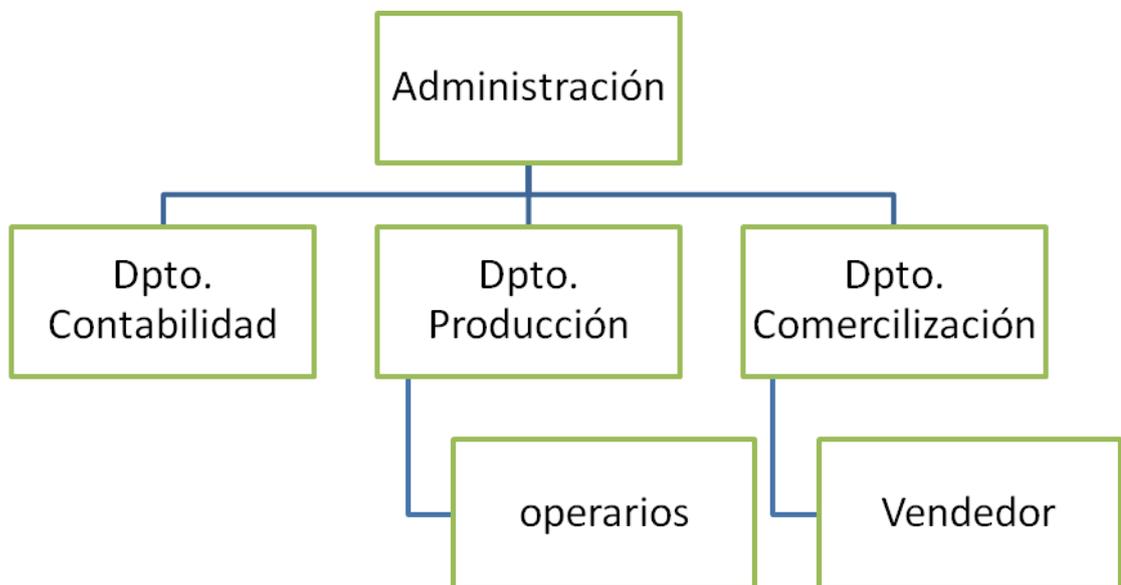


Gráfico 33: Organigrama Estructural  
Elaborado por: Jhon Tituaña

### 6.2.1. Niveles Administrativos.

#### ❖ Nivel Ejecutivo.

Este nivel está conformado por el Gerente o Administrador General quien es el responsable del manejo de la organización, dirige, controla, planifica

y organiza mediante una eficiente gestión administrativa a la empresa en coordinación con los demás niveles.

❖ Nivel de apoyo.

Este nivel está constituido por el departamento de contabilidad donde se efectuarán actividades financieras y contables que servirán de apoyo importante en la asesoría de la toma de decisiones al nivel ejecutivo de gerencia respecto a situaciones económicas de la empresa.

❖ Nivel Operativo.

Constituye el nivel más importante de la empresa lo integra todo el personal de producción, comercialización y bodega. Ellos son los responsables directos de la ejecución de las actividades básicas de la microempresa siendo el pilar de la producción y comercialización, de este depende también el crecimiento y solidez de la microempresa en el mercado.

❖ Esquema de cargos y funciones.

Tabla 99: Nómina 1

Nombre del Puesto			
Administrador general			
Perfil	Funciones	Formación	Conocimientos
Economista	Dirigir	Título de tercer nivel en administración de empresas	Amplios conocimientos del área textil
Ing. Administrador	Controlar		Administración de empresas textiles o afines
	Supervisar		
	Planificar		
	Autorizar Inversiones		

Elaborado por: El autor

Tabla 100: Nómina 2

Nombre del Puesto			
Contadora			
Perfil	Funciones	Formación	Conocimientos
Ing. Contabilidad CPA	Control financiero	Título de tercer nivel	Paquetes contables
	Registros contables		Manejo de las NIF
	Elaborar estados Financieros		Software Contable
	Manejo de los Inventarios		Ley tributaria
	Declaración de impuestos		
	Rol de pagos		Ley laboral

Elaborado por: El autor

Tabla 101: Nómina 3

Nombre del Puesto			
Jefe de Producción			
Perfil	Funciones	Formación	Conocimientos
Ing. Textil	Supervisar la Materia prima	Título de tercer nivel	Sistema de Calidad
	Supervisar la Transformación de la materia prima		Procesos de mejora continua
	Control de Calidad		Innovación
			Trabajo en equipo
			Seguridad industria textil

Elaborado por: El autor

Tabla 102: Nómina 4

Nombre del Puesto			
Operario de Maquinas			
Perfil	Funciones	Formación	Conocimientos
Bachiller en corte y confección	Coser las piezas	Secundaria	Manejo de maquina recta
	Diseñar los modelos de prendas		Manejo de maquina ZGM
	Ornamentar los bordados		Creativo e innovador

Elaborado por: El autor

Tabla 103: Nómina 5

Nombre del Puesto			
Bodeguero			
Perfil	Funciones	Formación	Conocimientos
Bachiller corte confección	Registrar la entrada y salida de MP	Secundaria	Manejo de Microsoft
	Control de inventarios		Manejo de inventarios
	Revisar el Stock de los productos		Habilidad para estivar
	Resguarda los Bienes de la empresa		Armar articulo para la venta
	Almacenar los productos		Interrelación con los proveedores

Elaborado por: El autor

Tabla 104: Nómina 6

Nombre del Puesto			
VENDEDOR			
Perfil	Funciones	Formación	Conocimientos
Bachiller	Ofertar el producto	Estudios superiores	Marketing
	Captar nuevos clientes		atención al cliente
	Hacer contactos con los clientes		Facilidad para comunicarse
	Elaborar planes de marketing		Manejo de computadora

Elaborado por: El autor

### **6.3. Aspecto Legal de Constitución de Una Microempresa.**

#### **6.3.1. Base legal.**

Con respecto a su definición, la Microempresa suele ser de carácter personal o familiar, con enfoque en el área de producción, comercio o servicios que emplean hasta 10 trabajadores y con una administración de carácter independiente.

**“Aly Confecciones”** será en sus inicios una Sociedad de hecho, legalmente constituida por lo que acatará estrictamente a todas las disposiciones que determina la ley y los organismos pertinentes: estará domiciliada en la Comunidad de Pucará de San Roque Cantón Antonio Ante Provincia de Imbabura.

#### **6.3.2. De la Forma de la Escritura**

La escritura pública es un documento en el que se hace constar ante Notario público un determinado hecho o derecho autorizado por un fedatario público, que da fe sobre la Capacidad jurídica de los otorgantes.

Según lo establecido en la Ley de Compañías se determina que:

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil.

#### **6.4. Trámites para obtener el RUC**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos; teniendo como objetivos proporcionar información a la Administración Tributaria. El RUC permite a la Administración Tributaria crear una base de datos con la información necesaria, sobre las personas naturales o sociedades que ejerzan actividades económicas en el territorio ecuatoriano.

Están obligadas todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador. El plazo para inscribirse es de treinta días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

El número de Registro Único de Contribuyentes es personal e intransferible; el trámite es personal. Para las personas naturales el número de inscripción del RUC será el mismo que el número de la cédula de ciudadanía, aumentando al último los dígitos 001 y para las Microempresas el número de inscripción del RUC está dado por el SRI o también corresponde al número de cédula del representante legal.

##### Requisitos para la inscripción RUC

- Original y copia de la cédula de identidad.
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.

- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos: - Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable.
- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior.

#### **6.4. Impuesto a la Renta (IR) e Impuesto al Valor Agregado (IVA)**

##### **6.4.1. IVA**

Los trámites de IVA, Impuesto a la Renta serán realizados en el Servicio de Rentas Internas (S.R.I.) bajo la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno (LORTI) y mediante la utilización y presentación de formularios.

Impuesto al valor agregado (IVA) En el Impuesto al Valor Agregado existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%; se declara de forma mensual si los bienes que se transfieren o los servicios que se presten están gravados con tarifa 12%; y de manera semestral cuando exclusivamente se transfieran bienes o se presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados

La declaración del IVA y la declaración mensual de las Retenciones en la Fuente del IVA se las realizará de acuerdo al 9no dígito del RUC, mediante los siguientes Formularios:

- Formulario 104.- Declaración del Impuesto al Valor Agregado.
- Formulario 104 A.- Declaración del IVA, Personas Naturales No Obligadas a Llevar Contabilidad y que No Realicen Actividades de Comercio Exterior

#### 6.4.2. Impuesto a la Renta

El Impuesto a la Renta se aplica a todas las personas o Empresas que generen una ganancia o utilidad al final de cada año; para conocer el Impuesto a la Renta que deben pagar las Personas Naturales, Empresas o Microempresas, más conocido como contribuyentes, se lo hace sobre la totalidad de los ingresos gravados menos las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos; a este resultado lo llamamos base imponible.

Para la declaración del Impuesto a la Renta y la declaración mensual de las Retenciones en la Fuente se utiliza los siguientes Formularios:

- Formulario 101.-Declaración del Impuesto a la Renta y Presentación de Balances;
- Formulario Único para Sociedades y Establecimientos Permanentes (Se paga en Abril).
- Formulario 102.- Declaración del Impuesto a la Renta Personas Naturales y Sucesiones Indivisas Obligadas a Llevar Contabilidad (Se paga en Marzo). } Formulario 102 A.- Declaración del Impuesto a la Renta Personas Naturales y Sucesiones Indivisas No Obligadas a Llevar Contabilidad (Se paga en Marzo).

## **6.5. IESS**

### **6.5.1. Trámites de afiliación al IESS**

- Registro patronal en el sistema de historia laboral: (solicitud de clave para el empleador)
- Para la realización de los trámites en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) se sigue los siguientes procesos:
- Ingreso a la página: [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec), IESS en línea, Empleadores
- Click en Sistema de Empleadores.
- Actualización de datos del registro patronal.
- Escoger el sector que pertenece (Privado, Público y Doméstico);
- Ingresar datos obligatorios que tienen asterisco.
- Digitar el número de RUC y (En caso de doméstica digitar número de cédula).
- Seleccionar el tipo de empleador.
- En el resumen del Registro de Empleador al final del formulario se visualizará imprimir solicitud de clave.

Una vez realizado el Registro Patronal en la Historia Laboral, debe solicitar la clave en las oficinas de Historia Laboral del IESS con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Bajada de Internet).
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones
- Copia de pago de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- Calificación artesanal si es artesano calificado.
- Original de la Cédula de Identidad.

### **6.5.2. Inscripción del trabajador con relación de dependencia**

El empleador está obligado a registrar al trabajador, a través de la página web del IESS (realizar el aviso de entrada en internet.), desde el primer día de labor y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral o prestación de servicios, según corresponda.

En el registro de Aviso de entrada se hará constar la siguiente información:

- nombres completos del trabajador
- fecha de ingreso
- remuneración
- cargo o función que desempeña
- número de cédula de identidad o ciudadanía
- modalidad de contratación y dirección domiciliaria.

## 6.6. Trámites en el Municipio de Atuntaqui.



### 6.6.1. Patente Municipal

Es el comprobante de pago emitido por el departamento administrativo correspondiente. Es un impuesto anual municipal que se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial y opere en el cantón Antonio Ante.

Para obtener la Patente Municipal Nueva, se debe presentar:

- Formulario de Patentes.
- Copia del RUC actualizado.
- Copia de Cédula de Identidad.
- Copia de papeleta de votación.
- Copia del Impuesto predial donde esté ubicado el local o los apellidos y nombres del propietario del local

### 6.6.2. Cuerpo de Bomberos



Con el pago de una parte de la patente se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante lo cual recomiendan la instalación de equipos contra incendios o las seguridades que se debe tener para evitar los mismos. El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño de la Microempresa a reclamar el seguro contra incendio.

## **6.7. Afiliación a la Cámara Nacional de microempresas**

La Cámara Nacional de Microempresas (CNM) tiene como objetivos

- Organizar a las unidades de producción que trabajan por cuenta propia o tienen hasta 10 trabajadores;
- Desarrollar programas de capacitación continua y asesoramiento microempresarial en beneficio de sus afiliados;
- Conseguir líneas de créditos para Microempresas y brindar asesoramiento y defensa gremial a los afiliados.
- La CNM agrupa a las cámaras cantonales, parroquiales, federaciones, institutos, ONG y entidades adscritas, quienes a su vez agrupan y representan a las Microempresas formales, informales, urbanas, rurales, en todo el Ecuador.

### **6.7.1. Requisitos para afiliarse las Personas Naturales**

- Llenar Solicitud de Afiliación.
- Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía.
- Fotocopia del Certificado de Votación.
- Fotocopia del Registro Único de Contribuyentes.
- Pagar los valores correspondientes de afiliación.

### **6.7.2. Afiliación a la Cámara de Comercio**

- Llenar la Solicitud de Afiliación.
- Fotocopia de la Cédula de Ciudadanía.
- Fotocopia del Certificado de Votación.
- Realizar el pago de la cuota de inscripción a la Cámara de Comercio.
- cuando el solicitante realiza el pago queda inscrito como socio activo.

## 6.8. Ministerio de Relaciones Laborales



El Ministerio de Relaciones Laborales es una Institución presta atención a asume todas las competencias establecidas para la Secretaría Nacional Técnica de Desarrollo de Recursos Humanos y Remuneraciones del Sector Público (SENRES) que constan en la Codificación de la Ley Orgánica de Servicio Civil y Carrera Administrativa y de Unificación y Homologación de las Remuneraciones del Sector Público, así como las competencias y atribuciones determinadas para el Ministerio de Relaciones Laborales en la Codificación del Código de Trabajo, y todas aquellas establecidas para estas instituciones en el ordenamiento legal vigente.

En toda Microempresa los empleados deben tener contrato de trabajo y estar bajo las disposiciones del código de trabajo; por lo general el contrato más utilizado es el de prueba de 90 días; superado este lapso de tiempo se convierte en contrato a plazo fijo por un año; pero se puede celebrar otros tipos de contratos ya sea por tiempo indefinido, eventuales, ocasionales, por hora o por cualquier otro concepto de contrato, determinado por la ley según sea el caso y según se estime necesario. El Ministerio de Relaciones Laborales se encarga de inspeccionar que se cumpla con los derechos y obligaciones de los empleadores y trabajadores desde el primer día de labores.

### **Salario Mínimo Vital.**

El Consejo Nacional de Salarios determino un salario básico unificado para el 2014 que es 340,00 dólares. Este valor servirá como referencia para determinar el suelo de los trabajadores tanto administrativos como operarios de la microempresa y realizar los cálculos respectivos de los beneficios que por de ley deben recibir los trabajadores.

Tabla 105: Remuneraciones mínimas sectorial 2015

<b>Sectorial</b>	<b>Mínima</b>
Agricultura y Plantaciones	\$ 355,77
Producción Pecuaria	\$ 361,26
Pesca, Acuicultura y Maricultura	\$ 359,49
Minas, Canteras y Yacimiento	\$ 355,66
Tranf. Alimentos Incluye Agroindustrias)	\$ 361,33
Producción Industrial De bebidas y Tabacos	\$ 364,66
Metalmecánica	\$ 363,06
Productos Textiles, Cuero y Calzado	\$ 354,00
Vehículos, Automotores, Carrocerías y Partes	\$ 361,89
Tecnología: Hardware y Soft. (telefonía móvil)	\$ 634,54
Electricidad y agua	\$ 365,36
Gas	\$ 354,00
Construcción	\$ 363,74
Comercialización y Ventas de productos	\$ 358,85
Turismo y Alimentación	\$ 356,58
Transp. Almac. Y Logística	\$ 455,38
Transp. Almac. y Logística (Tripul. Vuelo y Cabina)	\$ 455,38
Transp. Almac. Y Logistica (Otros transp. Aero)	\$ 357,04
Servicios Financieros	\$ 356,30
Actividad de Tipo Servicios	\$ 354,00
Actividad de Tipo Servicios (Periodista Profesional)	\$ 849,93
Enseñanza	\$ 355,17
Actividades de Salud	\$ 367,24
Actividades Comunitarias	\$ 366,04
Actividades Comunitarias Periodísticas	\$ 570,19

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.

### **Acuerdo Ministerial 087**

De acuerdo a La Ley de Justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo No Remunerado del Hogar, el trabajador público y privado recibirán mensualizados los valores correspondientes al décimo tercero y cuarto sueldos. Si el trabajador desea recibir el monto acumulado, deberá presentar una solicitud por escrito a su empleador.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

#### 7.1. Análisis de Impactos

En el desarrollo del proyecto es indispensable realizar el análisis de los impactos mediante escala de valores que permitirá evaluar de manera cuantitativa los impactos positivos así como negativos que provocará la creación de la nueva microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas en su zona de influencia; sobre ámbitos como : socioeconómico, tecnológico, comercial y cultural. Esto permitirá establecer medidas con el fin de mitigar riesgos o fortalecer los aspectos benéficos.

Para conocer el nivel de impacto de cada uno de los aspectos utilizados se plantea la matriz de valoración que permite dar valor a cada uno de los indicadores los mismos dan a conocer qué efecto ocasionan en el entorno.

*Tabla 106: Matriz Evaluación de Impactos*

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

Elaborado por: El autor

### 7.1.1. Impacto Socio - económico

Tabla 107: Matriz Impacto Socioeconómico

Indicadores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
Incremento de fuentes de empleo							x	3
Ingresos económicos							x	3
Estabilidad Familiar						X		2
Evitar la migración					x			1
Mejorar la calidad de vida							x	3
<b>Total</b>								<b>12</b>

Elaborado por: El autor

#### Formula.

$$NI = \frac{\textit{sumatoria}}{\textit{numero de indicadores}}$$

$$NI = \frac{3 + 3 + 2 + 1 + 3}{5}$$

NI= 2,4

#### Análisis:

La ejecución del presente proyecto tendrá un impacto positivo medio porque presenta nuevas oportunidades de trabajo para las personas del sector permitiendo mejorar sus ingresos y por ende la calidad de vida de sus familias y al mismo tiempo se podrá evitar el desplazamiento, la migración interna y externa así se fomentara la estabilidad e integridad de los hogares.

## 7.1.2. Impacto Tecnológico

Tabla 108: Matriz Impacto Tecnológico

Indicadores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
Manejo de maquinaria moderna							x	3
Calidad total						x		2
Excelencia en procesos de producción						x		2
Tecnología de punta					X			1
<b>Total</b>								<b>11</b>

Elaborado por: El autor

### Formula.

$$NI = \frac{\textit{sumatoria}}{\textit{numero de indicadores}}$$

$$NI = \frac{3 + 2 + 2 + 1}{4}$$

NI= 2

### Análisis:

De acuerdo al análisis aplicado al impacto tecnológico se determina que presenta un nivel medio positivo, porque la microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas estará orientado especialmente a utilizar maquinas de última generación con la tecnología innovadora para mejorar los procesos productivos para que el producto terminado sea alta calidad y muy competitivo en el mercado.

### 7.1.3. Impacto Comercial

Tabla 109: Matriz Impacto Comercial

Indicadores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
Calidad en el servicio							x	3
Satisfacción del cliente						x		2
Imagen corporativa						x		2
Competitividad					x			1
Valor agregado						x		2
<b>Total</b>								<b>10</b>

Elaborado por: El autor

#### Formula.

$$NI = \frac{\text{sumatoria}}{\text{numero de indicadores}}$$

$$NI = \frac{3 + 2 + 2 + 1 + 2}{5}$$

$$NI = 2$$

#### Análisis:

El presente proyecto produce un impacto comercial medio positivo ya que está directamente relacionado con la calidad del servicios que la microempresa brindará a sus clientes, además proporcionará al mercado objetivo una atención personalizada para generar en los clientes un alto nivel de satisfacción manteniendo una buena imagen corporativa, además se pondrá gran énfasis en emplear innovación en los diseños para generar valor agregado al producto

### 7.1.4. Impacto Cultural Educativo

Tabla 110: Matriz Impacto Cultural

Indicadores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
Conservar la vestimenta tradicional.							x	3
Impulsar los talleres de bordado artesanal							x	3
Generación de autoestima de la mujer Otavaleña							x	3
<b>Total</b>								<b>9</b>

Elaborado por: El autor

#### Formula.

$$NI = \frac{\textit{sumatoria}}{\textit{numero de indicadores}}$$

$$NI = \frac{3 + 3 + 3}{3}$$

NI= 3

#### Análisis:

El presente proyecto en el aspecto cultural tiene un impacto alto positivo, en vista de que con este proyecto se podrá plasmar en las blusas variedad de imágenes que representan la flora y fauna en especial aves y flores. De esa manera rescatar nuestra cultura, entender y valorarla, ya que el bordado de las blusas ha sido una forma importante de expresión artística y ornamental por siglos, por lo que se podría rescatar el nivel cultural de las artesanas.

## 7.2. Impacto general

Tabla 111: Matriz Impacto General del Proyecto

IMPACTOS	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-1	-2	-3	0	1	2	3	
Socio-Económico						x		2
Tecnológico						x		2
Comercial						x		2
Cultural							x	3
<b>Total</b>								<b>9</b>

Elaborado por: El autor

### ANÁLISIS:

#### Formula.

$$NI = \frac{\textit{sumatoria}}{\textit{numero de indicadores}}$$

$$NI = \frac{2 + 2 + 2 + 3}{4}$$

$$NI = 2,25$$

#### Análisis:

Tomando como base los resultados de cada uno de los impactos antes analizados se concluye que el proyecto tiene un impacto medio positivo, lo que quiere decir que es viable la creación de la microempresa productora y comercializadora de blusas bordadas “**ALY CONFECCIONES**” lo cual es muy alentador para la fase de implantación.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES

- Al aplicar el estudio Diagnóstico Situacional se logró identificar que el lugar es propicio para implementar la nueva microempresa e influirá en el desarrollo económico del sector generando nuevas plazas de empleo.
- Se definió claramente el marco teórico del proyecto con referencia de datos y conceptos teóricos basados en fuentes de información bibliográficas con normas APA sexta edición lo cual hace que el proyecto cuente con información amplia acerca del mismo y tenga sustento el estudio efectuado.
- El estudio de mercado determinó que el proyecto es favorable por cuanto, hay una gran aceptación del producto en el sector por parte de los clientes, una aceptación del 85% que representa a 1.180 personas que están dispuestos a comprar las blusas bordadas. Así también se logró cuantificar la oferta y la demanda existente en el mercado de acuerdo a la información obtenida se tiene que la oferta es 7.200 unidades de blusas anuales y la demanda es 12.213 unidades de blusas anuales lo cual refleja que existe una demanda insatisfecha de 5.088 unidades de blusas que la nueva microempresa aspira cubrir durante la ejecución del proyecto.
- De acuerdo al estudio técnico permitió establecer lineamientos de la microempresa, la micro localización y macro localización del proyecto obteniendo como resultado que la zona es factible por cuanto se halla localizada en una zona apta para entrar operación la nueva unidad

productiva ya que cuenta con todos los servicios básicos, vías de acceso necesarios y disponibilidad de la mano de obra.

- Los indicadores del estudio financiero muestran la factibilidad de la inversión ya que los ingresos generados respaldan la inversión inicial con resultados muy atractivos para los futuros los inversionistas.
- Mediante el estudio de la estructura organizacional y administrativa se logró establecer el orgánico funcional que aplicará la microempresa, así como también las políticas y los valores éticos que regirá durante su funcionamiento.
- Los impactos que genera el proyecto son impacto general medio positivo demostrando que no es necesario emprender procesos de mitigación.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda desarrollar el proyecto y aprovechar de manera adecuada los factores con los que cuenta el sector donde funcionará la nueva unidad productiva
- El presente proyecto luego de demostrar su viabilidad técnica es recomendable tener un constante control y mantenimiento de la infraestructura como también de la maquinaria y equipo que se utilizan en la confección de blusas.
- Es importante dar un seguimiento constante al mercado objetivo al que está dirigido el producto para conocer a fondo las necesidades de los clientes y poder satisfacer sus expectativas con nuevas innovaciones.
- Se recomienda mantener un adecuado control de costos de producción y gastos, es decir optimizar los recursos; también se sugiere lograr un volumen de ventas efectivas empleando estrategias de marketing que permitan lograr resultados positivos.
- Se sugiere estar pendiente para que se cumpla lo dispuesto en las políticas y normas éticas establecidas en la estructura organizacional de la microempresa.
- Es recomendable mantener los niveles positivos de impactos procurando conseguir mayores efectos positivos que sean de utilidad para la sociedad y el medio ambiente.

## BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ANZOLA, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. México: Editorial Mc Graw Hill.
- ❖ AITE (2010) Asociación de Industrias Textiles del Ecuador
- ❖ BACA, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Edición Mac Graw Hill.
- ❖ BACA, U. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: Editorial Mac Graw.
- ❖ BRAVO, M. (2013). *Contabilidad General*. México: Escobar Impresores
- ❖ BERNAL T. (2010) Método analítico de investigación , editorial Gran Will
- ❖ CANTOS, E. (2007). *Diseño y Gestión de Microempresas*. (CODEU, Ed.) Quito: Gráficas Ruiz.
- ❖ CÓRDOVA Padilla (2011). *Evaluación Financiera de Proyectos*
- ❖ CHIAVENATO, I. (2014). *Las empresas*, Primera edición , Sao Paulo - Brasil.
- ❖ Diccionario-Marketing; 2012
- ❖ ELENA Gonzales Briones (2012). *Metodología de Investigación*; editorial Gran will
- ❖ FOME (2011) Federación de Organizaciones Microempresarios del Ecuador
- ❖ IGLESIAS M. Josep (2009) *Metodología de investigación*; Editorial. Gran Will.
- ❖ FLACSO-Sede Ecuador. (2013). *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa* (1 ed.). Quito, Ecuador: Gráficas V&M. Obtenido de [www.flacso.edu.ec](http://www.flacso.edu.ec)
- ❖ GAD ANTONIO ANTE (2013)
- ❖ GAD PARROQUIAL SAN ROQUE (2012)
- ❖ *Gestión Económica* (2013)
- ❖ IZAR, J. (2013). *Ingeniería económica y financiera*. Trillas.
- ❖ INEC (2010) Instituto nacional de estadísticas y censos
- ❖ KOTLER, P. (2009). *Principios de Marketing*. Mexico: Prentice Hall.
- ❖ KOMIYA (2014:), *Proyectos de Inversión*.
- ❖ MARC, M. ( 2014). *CEPESIU*. Recuperado el 6 de Noviembre de 2014, de <http://www.cepesi.org/p/publicaciones/>
- ❖ MEZA, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. ECOE ediciones.

- ❖ MONTEROS, E. (2005). *Manual de Gestión Microempresarial*. Ecuador: Editorial Universitaria.
- ❖ PALAO, J. (2009). *DIEZ CLAVES PARA SER UN EMPRESARIO DE ÉXITO* (Primera ed., Vol. II). Lima: Palao editores.
- ❖ SENPLADES (2012), Secretaria nacional de planificación y desarrollo
- ❖ Turismo cultura Imbabura (2010).

## LINKOGRAFIA

- ✓ <http://www.wikipedia.com>.
- ✓ <http://cerato.wordpress.com/2009/11/20/la-historia-del-hilo/>.
- ✓ [www.emprendedor.unitec.edu](http://www.emprendedor.unitec.edu).
- ✓ [www.estudiosorganizacionalylegal.webnode.es](http://www.estudiosorganizacionalylegal.webnode.es)
- ✓ [www.monografias.com](http://www.monografias.com).
- ✓ [www.elmercurio.com](http://www.elmercurio.com).
- ✓ [www.icomerciales.es](http://www.icomerciales.es)
- ✓ [www.gestionpolis.es](http://www.gestionpolis.es)
- ✓ [www.oportnegocio.es](http://www.oportnegocio.es) (2012).
- ✓ [www.relacioneslaborales.gob.ec](http://www.relacioneslaborales.gob.ec).

# ANEXOS

**ANEXO 1**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERIA ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN FEMENINA DE LA**  
**PARROQUIA DE SAN ROQUE CANTON ANTONIO ANTE**

**1. ¿Compra usted blusas bordadas de indígenas?**

Si  no

**2. En su decisión de compra de blusas bordadas, ¿qué aspecto es el más importante para usted?**

Servicio.....

El precio.....

El diseño.....

Calidad de materiales.....

Todas las anteriores.....

**3. Las blusas bordadas que se ofertan en el mercado considera que son:**

De muy buena calidad.....

De mediana calidad.....

De baja calidad.....

**4. ¿En promedio cuantas blusas adquiere al año?**

- 1 a 5 blusas.....
- 6 a 10 blusas.....
- Más de 10 blusas.....

**5. ¿Dónde suele adquirir las blusas bordadas?**

- Almacén.....
- Ferías.....
- Directamente al productor.....

**6. ¿Qué tipo de blusa prefiere usar?**

- Bordadas a mano .....
- Bordadas a máquina artesanal.....
- Bordadas a máquina industrial computarizado.....

**7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una blusa bordada?**

- 25,00\$ – 29,00\$ dólares.....
- 30,00\$ - 34,00\$ dólares.....
- 35,00\$ -39,00\$ dólares.....
- Más que 40\$ dólares.....

**8. La forma de pago por la compra de las blusas bordadas es:**

- En efectivo.....
- A crédito.....
- Anticipos.....

**9. ¿Cómo se informa usted de la oferta de blusas bordadas?**

- Televisión.....
- Revista.....

Internet.....

Otros.....

## ANEXO 2



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERIA ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE BLUSAS BORDADAS DE LA PARROQUIA DE SAN ROQUE CANTON ANTONIO ANTE**

**1. ¿Hace qué tiempo se dedica a esta actividad?**

- Menos de 1 año.....
- De 1 a 3 años.....
- De 4 a 6 años.....
- Más de 6 años.....

**2. ¿Cuál fue el principal motivo por el que Ud., decidió incursionar en esta actividad?**

- Tradición familiar.....
- Porque es rentable.....
- Por tener preparación.....

**3. ¿De qué manera usted confecciona las blusas?**

- A mano.....
- Con máquina artesanal.....
- Con máquina industrial computarizado.....

**4. ¿El talento humano que labora en su taller es?**

- Con experiencia.....
- Con formación profesional.....

**5. ¿Qué clase de hilo utiliza para confeccionar las blusas?**

- Seda.....
- Poliéster.....
- Orlón.....

**6. ¿Qué clase de tela utiliza para confeccionar las blusas?**

- Espejo.....
- Lacron.....
- Nylon.....
- Otros (especifique).....  
.....

**7. Los diseños de las blusas que usted confecciona son:**

- Su propia creatividad.....
- Bajo pedido.....
- En serie .....

**8. ¿Cuántas blusas confecciona en promedio mensualmente?**

- Menos de 20.....
- De 21 a 40 unidades.....
- De 41 a 60.....
- De 61 a 80 unidades.....
- De 81 a 120 unidades.....

**9. ¿En base a que realiza Uds. la producción?**

- Mediante pedidos.....
- Por temporadas.....

**10. ¿La comercialización de las blusas lo hace?**

- Directamente al consumidor final.....
- Con intermediarios.....
- Las dos opciones.....

**11. ¿Cuál es la cobertura del mercado que atiende?**

- Local.....
- Provincial.....
- Regional.....

**12. Las ventas de las blusas bordadas las realiza:**

- A crédito.....
- A contado.....
- Anticipos.....

**13. ¿Qué precio tiene una blusa?**

- Elaborada a mano.....15 a 20 \$**
- 21 a 30\$**
- 31 a 40\$**
- 41 a 50\$**
- Más que 50\$**

- Elaborada maquina computarizado.....15 a 20 \$**
- 21 a 30\$**
- 31 a 40\$**
- 41 a 50\$**
- Más que 50\$**



FORMATO DE LA ENTREVISTA  
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**Datos Personales**

Nombre del Entrevistado...Luis Yamberla

C.I.

Teléfono 0997619162

Fecha.....12 de Marzo 2015

Lugar... Pucara de San Roque

**CUESTIONARIO.**

**1° ¿Cómo ha evolucionado la producción textil de blusas en la parroquia de San Roque?**

El crecimiento de la producción textil de blusas es mínima en total somos 10 familias que nos dedicamos a esta actividad textil durante 10 años.

**2° ¿Cuál es la situación real hoy día de estos negocios familiares?**

La falta de apoyo del Gobierno con capacitaciones en el área textil, y la falta recursos económicos para invertir en nuevas maquinarias han sido los limitantes en el desarrollo de nuestros talleres familiares.

### **3¿A qué Mercado va dirigido su producto?**

Las blusas que confeccionamos está dirigido hacia a las mujeres indígenas y para todas las mujeres que gusten y valoren la vestimenta tradicional otavaleña

### **4° ¿Usted confecciona blusas para personas de qué edad?**

La confección de blusas lo realizamos para niñas de edad de 12 años ya que es la edad en que la mayoría de niñas entran al colegio y utilizan la vestimenta tradicional de su cultura para identificarse quienes son también confeccionamos .para los adultos hasta los 65 años de edad quienes compran nuestras blusas ya que es parte de su vestimenta del diario vivir.

### ANEXO 3

#### ROL DE PAGOS

“EMPRESA ALY  
CONFECCIONES”

CARGO	Suel do	13° SUELD O	14° SUELD O	11,15 % APOR TE PATR ONAL	FON DO DE RES ERV A	VACAC IONES	Total men sual	Tota l Anu al
Administra dor	500, 00	41,67	28,33	55,75	41,67	20,83	625, 75	7.57 1,50
Contadora	220, 00	18,33	28,33	24,53	18,33	9,17	291, 20	3.52 1,86
Vendedor	354, 00	29,50	28,33	39,47	29,50	14,75	451, 30	5.45 9,90
Jefe De Producción	400, 00	33,33	28,33	44,60	33,33	16,67	506, 27	6.12 5,20
Operarios 1	354, 00	29,50	28,33	39,47	29,50	14,75	451, 30	5.45 9,90
Operarios 2	354, 00	29,50	28,33	39,47	29,50	14,75	451, 30	5.45 9,90
Operario 3	354, 00	29,50	28,33	39,47	29,50	14,75	451, 30	5.45 9,90

## ANEXO 4

### BANCO DEL PICHINCHA HOJA DE INFORMACIÓN DEL CRÉDITO

	<b>BANCO PICHINCHA</b> En confianza.
<b>RUC: 1790010937001</b>	
<b>HOJA DE INFORMACION</b>	
Fecha: <b>04/02/2015</b>	Producto: <b>PRODUCTIVO / COMERCIAL</b>
Plazo / Número de Cuotas: <b>60 Cuota(s)</b>	Fecha Inicio Pago: <b>04-mar-2015</b>
Tasa Interés Nominal: <b>11.2%</b>	Tipo de Tasa: <b>Reajutable</b>
Tipo de sistema de Amortización: <b>ALEMAN</b>	Tasa Contribución Solca: <b>0,5 %</b>

## ANEXO 5

### DISEÑOS DE LAS BLUSAS





## ANEXO 6

### CLASES DE HILOS



