



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CIERRES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”

Previo a la obtención del título de ingeniería en Economía Mención Finanzas.

AUTOR:

Karina Marlene Tamba Galárraga

DIRECTOR:

Econ. Ayala Estuardo

Ibarra, Mayo 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad establecer la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de cierres en la ciudad de Atuntaqui del Cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura, que ofrezca productos variados, además se desea fortalecer la industria de textiles. Para lograr esto se necesitara de maquinaria, equipo adecuado y personal capacitado que ayude a cumplir las metas. El diagnóstico situacional del cantón Antonio Ante, permitió establecer la situación actual de los habitantes y además saber si se posee aliados u oportunidades. El marco teórico ayudo a fortalecer los conocimientos teóricos que se necesitan para realizar el proyecto, además con el estudio de mercado se pudo determinar que la empresa es viable, ya que las empresas productoras de ropa están de acuerdo con demandar los productos, esto se lo consiguió a través de la aplicación de las encuestas a los productores de prendas de vestir. En relación a la ubicación de la microempresa se determinó que el lugar más idóneo es San José. Al establecer la ingeniería del proyecto se pudo determinar la propiedad, planta y equipo, que se necesita para que el proyecto se ponga en marcha, así también se estableció la capacidad instalada. Se estableció las ventas necesarias, para poder cumplir todos los costos y gastos, una razonable utilidad y los indicadores financieros son favorables, lo que indica que si es factible. Al aplicar el estudio organizacional del proyecto identificamos claramente los aspectos legales a los cuales está regido y como tiene que funcionar, y también se establece la misión, visión, objetivos y políticas que desea alcanzar, como también la estructura organizacional que describe cada una de las funciones del personal y cuáles deben ser sus actitudes y habilidades a realizar en la empresa. El presente proyecto tendrá un impacto positivo, pero al poner en marcha se debe tomar todas las precauciones del caso.

EXECUTIVE SUMMARY

This project has the purpose of probing the feasibility of creating a company that produces and commercializes zippers in the city of Atuntaqui, at the San Antonio Ante area, Imbabura Province. This projected enterprise would offer several products. By the same token it would strengthen the textile industry. In order to achieve the proposed goal regarding such venture machinery, pertinent equipment and properly trained personnel are needed. A diagnosis of the location of the Antonio Ante area established the current population status. Furthermore, it allowed us to know whether good opportunities or partnerships may arise. The theoretical framework assisted in strengthening theoretical background needed to realize this project. The marketing study determined that the business would be viable since other clothing working factories agree with raising the demand of such products, which the surveys conducted to the makers of such clothing estimated. Regarding the micro enterprise's location, it was decided that the best suitable area is San Jose. By building the project's engineering the property, plant capacity and equipment may be predetermined so that the venture gets launched. The resulting favorable financial indicators provided the amount of sales needed to fulfill costs and expenditures including reasonable utilities indicating that the business is feasible. By applying the project's organizational study, identifiable legal aspects to which the business are governed by and the enterprise's function such as its mission, vision, policies, objectives and attainable goals are described; as well as an organizational structure that explains the functions that each employee must carry out. Such functions come from their skills and attitudes that they are supposed to perform within the company. This actual proposal will have a positive impact as long as the appropriate precautions are taken pertaining to this case.

AUTORÍA

Yo, Karina Tamba portadora de la cédula de ciudadanía N°. 100333318 - 2, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad además, que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional y que he respetado las diferentes fuentes de información.



.....
Karina Marlene Tamba Galárraga

C.C.: 100333318 - 2

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Karina Tamba, para optar por el Título de INGENIERO EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CIERRES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA 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 19 días del mes de mayo de 2015

Firma



.....
Econ. Estuardo Ayala

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

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

Yo, Karina Tamba, portadora de la cédula de ciudadanía N°. 100333318 - 2 respectivamente, manifestó la 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 denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CIERRES EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI DEL CANTÓN ANTONIO ANTE DE LA PROVINCIA DE IMBABURA", en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En condición de autora 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.

.....
Karina Marlene Tamba Galárraga

C.C.: 100333318 - 2

Ibarra a los 19 días del mes de mayo de 2015.

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 Ciudadanía:	100333318 - 2
Apellidos y Nombres:	Karina Marlene Tamba Galàrraga
Dirección:	Atuntaqui, Calle Río Amazonas 02 - 175
Email:	kary_ic1403@hotmail.com
Teléfono:	0959693202

Datos de la Obra	
Título	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cierres en la ciudad de Atuntaqui del Cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura.
Autora	Karina Marlene Tamba Galàrraga
Fecha:	19 de mayo de 2015
Solo para trabajos de grado	
Programa:	Pregrado Posgrado
Título por el que opta:	Ingeniería en Economía Mención Finanzas
Asesor/Director:	Econ. Estuardo Ayala

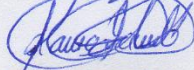
2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Karina Tamba, portadora de la cédula de ciudadanía N°. 100333318 - 2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 19 días del mes de mayo de 2015.



EL AUTORA:

Karina Marlene Tamba Galárraga

C.C.: 100333318 - 2

ACEPTACIÓN:

.....

Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Honorable Consejo Universitario

DEDICATORIA

Este trabajo, fruto del esfuerzo, dedicación y constancia dedico con cariño a las personas que son pilar fundamental en mi vida, Mis padres Jorge y Olga quienes día a día con su amor, trabajo y ejemplo me motivaron alcanzar mi meta de ser profesional. A mi hija Valentina por darme la fuerza que necesito para superarme constantemente. Te amo hija.

A mis hermanas, familiares y amigos quienes estuvieron en este arduo camino a mi lado brindándome su apoyo incondicional para el desarrollo de este trabajo.

Kary

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento muy sincero a la Universidad Técnica del Norte por haberme permitido forjar mis estudios superiores en sus aulas, a todos aquellos profesores que compartieron sus conocimientos, experiencias y valores.

Además debo agradecer al Eco. Estuardo Ayala por su desinteresado apoyo, por sus grandes conocimientos, quien ha sido uno de los mejores profesores durante mis estudios superiores y eje fundamental para la culminación de este trabajo.

Kari

INTRODUCCIÓN

En el norte del Ecuador se encuentra la provincia de Imbabura, así llamada por el volcán que le sirve de cerro tutelar. La provincia tiene una ubicación estratégica, pues se encuentra a 115 km de la capital de la República (Quito), tomando como referencia la ciudad de Ibarra y a 125 km de la frontera colombiana. En el sentido perpendicular, es un eje comunicador entre la costa y la Amazonía. La actividad económica de Imbabura es esencialmente agropecuaria, turística y de servicios.

El cantón Antonio Ante está localizado en el centro de la provincia de Imbabura. Fue erigido en cantón en 1938. Año en que en el Ecuador se expidió el Código de Trabajo. Está formado por seis parroquias: Natabuela, San Roque, Chaltura, Andrade Marín, Atuntaqui e Imbaya, es el cantón más pequeño de la provincia de Imbabura, posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se le considera El granero de Imbabura.

La Industria Textil en la ciudad de Atuntaqui remonta su historia desde 1855, con el transcurso de los años en 1922 con la Fábrica Imbabura fue allí donde el espíritu emprendedor que caracteriza a los anteños se nutrió y dio paso a la creciente industrialización y desarrollo de los textiles que conforman a esta región como el centro productivo textil más importante del lugar.

Atuntaqui se teje puntada a puntada la moda que viste al Ecuador e incluso a nivel internacional ya que sus volúmenes de exportación son elevados, se sabe que las prendas llegan a España, Estados Unidos, Canadá, Colombia, Venezuela, Perú, Costa Rica y a nivel nacional, se las vende mayormente en Quito, Ambato, Tulcán, Riobamba, El Oro, Guayaquil, Loja, Latacunga.

En la actualidad existen aproximadamente de 500 empresas textiles entre micro, pequeñas y medianas que formaban parte de la Cámara de Comercio del Cantón, una entidad jurídica creada por un grupo de empresarios con el objetivo de generar condiciones que permitan el desarrollo de los sectores comerciales y productivos logrando que la producción en el cantón cuente con índices más elevados de calidad, tecnología y productividad.

Atuntaqui ha tenido un crecimiento acelerado en su actividad comercial con un buen número de almacenes en un perímetro de pocas cuadras lo que hace que prácticamente la ciudad sea un Gran Centro Comercial al cual acuden gran cantidad de turistas, las empresas para cubrir las grandes demandas nacionales e internacionales deben aumentar cada vez más sus niveles de producción.

Para alcanzar esos niveles productivos también se necesita de una gran cantidad de insumos, dentro de estos insumos se encuentran los cierres la gran mayoría de empresarios compran este insumo en otras ciudades e inclusive importan de otros países porque Atuntaqui no cuenta con empresas que se dediquen a la fabricación de este insumo, contando únicamente con pocos locales distribuidores que no cubren la gran demanda lo que genera un gran problema para las fábricas de la ciudad provocando un retardo en la producción, al identificar este problema se ve la necesidad de crear un empresa productora de este insumo tan necesario para la confección de las diferentes prendas creadas por las fábricas asentadas en Atuntaqui.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto es de gran importancia en la ciudad de Atuntaqui, porque generará gran acogida por parte de los empresarios cuyas empresa se dedican a la producción de prendas de vestir que necesitan del insumo cierres como materia prima para sus producción diarias, al momento de

tener una empresa productora y comercializadora de cierres en la misma ciudad se eliminara los intermediarios por lo que los costos serán de menor valor y se eliminara los gastos incurridos al momento de importar, se tendrá toda variedad de cierres disponibles y en las cantidades solicitadas para todos los productores quienes acudirán a esta empresa por el material necesario sin pérdida de tiempo y así no se retrasen su producción, al igual que para la empresas comercializadoras de cierres o pequeños basares que ofrecen este insumo como parte de su conjunto de productos disponibles para la venta que ya no tendrán que importar este insumo sino solo acudir a nuestra empresa para llenar su inventario.

El proyecto tiene un interés local porque pretende satisfacer las necesidades de demanda de cierres de todas las empresas textiles quienes en la actualidad padecen del problema de escasez constante de este insumo debido a que en Atuntaqui ciudad considerada como Centro textil existen solo 6 empresas que comercializan cierres y no logran satisfacer la gran demanda, trayendo consecuencias fatales en su producción.

Se pretende aprovechar esta gran oportunidad creando una empresa que produzca los cierres en la calidad de los que son importados y aprovechar la demanda insatisfecha dentro del mercado logrando posicionarse a través de la aceptación de nuestros clientes en el mercado. Los que se beneficiaran de este proyecto de manera directa serán todas las empresas textiles que requieran de cierres como materia prima para su producción diaria así como también las empresas que distribuyen este insumo y necesitan de él en cantidades grandes; mientras que los que se beneficiarán del proyecto de manera indirecta serán los habitantes de Atuntaqui ya que con la creación de la empresas se generara fuentes de trabajo.

El presente proyecto es factible desde el punto de vista productivo debido a que se cuenta con la materia prima y la mano de obra, que son los

elementos primordiales para su ejecución. El proyecto es factible desde el punto de vista político debido a que en el Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013 se constituye como sexto objetivo el garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas y al crear esta empresa se estará generando empleo justo y digno para la ciudadanía.

El proyecto es factible desde el punto de vista legal ya que en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, determina, en su Art. 19 los Derechos de los inversionistas donde establece “la libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos”. El proyecto es factible desde el punto de vista económico debido a que en nuestro país existe un sin número de entidades financieras que nos puedes financiar el monto de dinero necesario para ponerlo en marcha además determinará las fortalezas y oportunidades para mejorar la productividad ayudándonos a obtener rentabilidad y el cumplimiento de las obligaciones financieras.

El proyecto es factible desde el punto de vista material ya que se cuenta con un terreno en la ciudad de Atuntaqui con las características necesarias para la posible construcción de la empresa productora de cierres.

OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de cierres en la ciudad de Atuntaqui del Cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Atuntaqui para determinar la situación real de la población e implementar el proyecto.

- Determinar un marco teórico que ayude a sustentar la investigación, para tener bases fundamentales que permita aclarar los conceptos sobre los procesos productivos de los cierres, aplicando las investigaciones bibliográficas adecuadas.
- Efectuar un estudio de mercado actual en el sector textil que permita la segmentación de la demanda insatisfecha, precio y canales de distribución y así determinar las oportunidades latentes de la empresa.
- Realizar un estudio técnico, que permitirá definir el tamaño, equipos, materiales y localización del proyecto permitiendo un desarrollo productivo eficiente.
- Determinar el estudio financiero del proyecto a través de varios métodos de valoración económica.
- Realizar una Estructura Administrativa de la empresa para asegurar su buen funcionamiento.
- Determinar los posibles impactos económico, social, ambiental, ético y empresarial que genera el proyecto.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xix
ÍNDICE DE CUADROS.....	xx
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxi
ÍNDICE DE TABLAS	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiv
CAPÍTULO I.....	25
1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL.....	25
1.1. Antecedentes diagnósticos	25
1.2. Objetivos.....	30
1.2.1. Objetivo general.....	30
1.2.2. Objetivos específicos	30
1.3. Variables diagnósticas	30
1.3.1. Variables.....	30
1.4. Indicadores	31
1.4.1. Variable: Histórica.....	31
1.4.2. Variable: Social.....	31
1.4.3. Variable: Demográfica	31
1.4.4. Variable: Económico	32
1.5. Matriz de relación diagnóstica.....	33
1.5.1. Históricos.....	34
1.5.2. Geográfica	38
1.5.3. Social.....	40
1.5.4. Demografía.....	47
1.5.5. Económico.....	51
1.6. Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos).....	57
1.6.1. Aliados.....	57
1.6.2. Oponentes	57
1.6.3. Oportunidades	57
1.6.4. Riesgos	58
1.7. Determinación de la oportunidad del diagnóstico	58
CAPÍTULO II.....	61
2. MARCO TEÓRICO.....	61
2.1. La Empresa	61
2.1.1. Definición de empresa	61
2.1.2. Tipos de empresa	61

2.1.3.	Importancia de la empresa en la economía	64
2.2.	La Producción	64
2.2.1.	Definición de producción.....	64
2.3.	La Comercialización.....	65
2.3.1.	Definición de Comercialización	65
2.3.2.	Canales de Comercialización o distribución.....	65
2.3.3.	Canales para productos de consumo popular	65
2.3.4.	Canales para productos industriales	66
2.4.	El Cliente	66
2.4.1.	Definición de Cliente.....	66
2.4.2.	Los Cierres	66
2.5.	Estudio de mercado	73
2.5.1.	Mercado.....	73
2.6.	Estudio Técnico	76
2.6.1.	Tamaño del Proyecto.....	77
2.6.2.	Ingeniería del proyecto	78
2.7.	Estudio Financiero	78
2.7.1.	Ingresos.....	79
2.7.2.	Egresos	79
2.7.3.	Estados Financieros	83
2.7.4.	Indicadores de Evaluación Financiera	85
2.8.	Estudio organizacional	88
2.8.1.	Misión	88
2.8.2.	Visión.....	88
2.8.3.	Valores	88
2.8.4.	Principios	89
2.8.5.	Políticas.....	89
2.8.6.	Estructura organizacional	89
2.8.7.	Funciones	89
2.9.	Estudio de impactos.....	90
2.9.1.	Impacto económico.....	90
2.9.2.	Impacto Social	90
2.9.3.	Ambiental.....	91
	CAPÍTULO III.....	93
3.	ESTUDIO DE MERCADO	93
3.1.	Introducción	93
3.2.	Objetivos.....	93
3.2.1.	General.....	93
3.2.2.	Específicos	93
3.3.	Productos.....	94
3.4.	Segmentación de mercado	94
3.4.1.	Cálculo de la muestra	95
3.5.	Presentación de la información	96
3.5.1.	Información Primaria.....	96
3.5.2.	Información Secundaria.....	96
3.5.3.	Presentación de resultados de las encuestas aplicadas a las empresas productoras que utilizan cierres en las prendas de vestir. Ver cuadro N° 1.....	97

3.6.	Mercado.....	110
3.6.1.	Demanda.....	110
3.6.1.1.	Demanda proyectada	110
3.6.2.	Oferta	111
3.7.	Demanda insatisfecha.....	112
3.8.	Demanda a captar	112
3.8.1.	Cierres de tipo Nylon	113
3.8.2.	Cierres de tipo plástico	113
3.9.	Plan de comercialización	113
3.9.1.	Producto a ofertar	114
3.9.2.	Precios	114
3.9.3.	Calidad y diferenciación.....	115
3.9.4.	Publicidad y promoción.....	115
	CAPÍTULO IV	117
4.	ESTUDIO TÉCNICO	117
4.1.	Tamaño del proyecto	117
4.2.	Localización del proyecto.....	117
4.2.1.	Macrolocalización	117
4.2.2.	Microlocalización	118
4.3.	Ingeniería del proyecto.....	120
4.3.1.	Obra civil.....	120
4.3.2.	Procesos.....	121
4.4.	Presupuesto técnico	123
4.4.1.	Activos fijos.....	123
4.4.2.	Inversión diferida	126
4.4.3.	Capital de trabajo.....	126
4.4.4.	Resumen del presupuesto técnico.....	127
4.5.	Financiamiento de la inversión del proyecto.....	127
4.6.	Requerimiento del talento humano.....	128
	CAPÍTULO V	129
5.	ESTUDIO FINANCIERO	129
5.1.	Ingresos	129
5.2.	Egresos.....	130
5.2.1.	Costos de producción	130
5.2.2.	Gastos administrativos.....	135
5.2.3.	Gastos de ventas.....	136
5.3.	Amortización del financiamiento.....	137
5.4.	Depreciaciones	139
5.5.	Resumen de egresos	140
5.6.	Estado de resultados	140
5.6.1.	Flujo de caja	140
5.7.	Estado de situación financiera	141
5.8.	Estudio financiero	141
5.8.1.	Costo de oportunidad	141
5.8.2.	Valor Actual Neto VAN.....	142
5.8.3.	Tasa Interna de Retorno	143
5.8.4.	Costo beneficio	144
5.8.5.	Relación ingresos egresos.....	144

5.8.6.	Punto de equilibrio	145
5.8.7.	Periodo de recuperación.....	149
CAPÍTULO VI		151
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL		151
6.1.	La empresa.....	151
6.1.1.	Nombre o Razón social.....	151
6.1.2.	Logotipo.....	151
6.1.3.	Base Legal.....	152
6.1.4.	Tipo de empresa.....	152
6.1.5.	Base legal.....	152
6.2.	Base filosófica.....	158
6.2.1.	Misión	158
6.2.2.	Visión.....	158
6.2.3.	Principios	158
6.2.4.	Valores	159
6.2.5.	Estructura Orgánica.....	161
6.2.5.1.	Organigrama estructural	161
6.3.	Manual de Funciones.....	162
6.3.1.	Asamblea general de accionistas	162
6.3.2.	Gerente	163
6.3.3.	Secretario/a	164
6.3.4.	Contador general	165
6.3.5.	Vendedores	166
6.3.6.	Obreros de producción	167
6.4.	Estrategias empresariales.....	168
6.5.	Estrategias metodológicas de posicionamiento.....	168
6.6.	Estrategias operativas.....	169
6.7.	Estrategias financieras.....	169
CAPÍTULO VII		171
7. ANÁLISIS DE IMPACTOS.....		171
7.1.	Impacto Social	171
7.2.	Impacto Económico	172
7.3.	Impacto Ambiental	174
7.4.	Impacto Ético	175
7.5.	Impacto Empresarial	176
7.6.	Impacto general	177
Conclusiones		179
Recomendaciones		181
Bibliografía.....		182
Anexos		185

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.	Encuesta dirigida a los dueños o administradores	186
Anexo 2.	Entrevista dirigida al Director del Ministerio de Industrias y Productividad.....	188
Anexo 3.	Proforma del equipo de cómputo	189
Anexo 4.	Proforma del equipo de oficina	190

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Población por sexo cantón Antonio Ante	28
Cuadro N° 2. Población por sexo de las parroquias cantón Antonio Ante	28
Cuadro N° 3. Matriz relación diagnostica	33
Cuadro N° 4. Costumbres y tradiciones del Cantón Antonio Ante	35
Cuadro N° 5. Ubicación de Parroquias Rurales del Cantón Antonio Ante	38
<i>Cuadro N° 6. Población No Pobre y Pobre</i>	<i>40</i>
Cuadro N° 7. Esperanza de Vida provincia de Imbabura	42
Cuadro N° 8. Abastecimiento de agua	43
Cuadro N° 9. Eliminación de aguas servidas	43
Cuadro N° 10. Recolección de basura	44
Cuadro N° 11. Servicio eléctrico	44
Cuadro N° 12. Servicio telefónico convencional.....	45
Cuadro N° 13. Disponibilidad de internet	45
Cuadro N° 14. Tipos de vivienda	46
Cuadro N° 15. Nivel educativo	47
Cuadro N° 16. Población del cantón Antonio Ante por sexo	47
Cuadro N° 17. Habitantes por parroquias	48
Cuadro N° 18. Etnia racial	49
Cuadro N° 19. Habitantes por grupo de edades	49
Cuadro N° 20. Proyección de la población de Antonio Ante.....	49
Cuadro N° 21. Población Económicamente Activa e Inactiva.....	50
Cuadro N° 22. Clasificación por actividades en Antonio Ante	51
Cuadro N° 23. Pequeñas y Medianas Empresas de Atuntaqui	52
Cuadro N° 24. Microempresas	55
Cuadro N° 25. Tasa de participación laboral.....	56
Cuadro N° 26. Empresas que venden materia prima en la C. de Atuntaqui	59
Cuadro N° 27. Tamaño por ventas o número de empleados	62
Cuadro N° 28. Funciones de la junta general de accionistas	162
Cuadro N° 29. Funciones del gerente	163
Cuadro N° 30. Funciones de la secretaria.....	164
Cuadro N° 31. Funciones de la contadora general.....	165
Cuadro N° 32. Funciones de los Vendedores	166
Cuadro N° 33. Funciones de los Obreros.....	167

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración N° 1. Sectores de la economía	63
Ilustración N° 2. Tipos de cierres	66
Ilustración N° 3. Cierre de Nylon	94
Ilustración N° 4 Cierre de Plástico	94
Ilustración N° 5. Mapa de la república del Ecuador	117
Ilustración N° 6. Mapa de la provincia de Imbabura	118
Ilustración N° 7. Cantón Antonio Ante	118
Ilustración N° 8. Foto satelital del lugar que va instalarse la empresa	119
Ilustración N° 9. Foto lateral del terreno	119
Ilustración N° 10. Plano de la edificación	120
Ilustración N° 11. Flujograma de procesos.....	121
Ilustración N° 12. Logotipo de la empresa.....	151
Ilustración N° 13. Organigrama Estructura.....	161

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de Atuntaqui según Tipo de Producción.....	95
Tabla N° 2. Sexo de los administradores o propietarios.....	97
Tabla N° 3. Edad	98
Tabla N° 4. Educación	99
Tabla N° 5. Prende de vestir más demandadas.....	100
Tabla N° 6. Proveedor de cierres.....	101
Tabla N° 7. Localización de la empresa proveedora de cierres.....	102
Tabla N° 8. Cierre que más utiliza	103
Tabla N° 9. Cantidad de cierres por tamaño	104
Tabla N° 10. Cantidad de cierres por tamaño	105
Tabla N° 11. Precio de mercado de los cierre.....	106
Tabla N° 12. Manera de comercializar	107
Tabla N° 13. Aceptación de la nueva empresa	108
Tabla N° 14. Forma de comercialización	109
Tabla N° 15. Demanda actual.....	110
Tabla N° 16. Datos históricos de la población ecuatoriana	111
Tabla N° 17. Proyección de la demanda	111
Tabla N° 18. Demanda insatisfecha.....	112
Tabla N° 19. Demanda a captar.....	112
Tabla N° 20. Tamaño del cierres tipo Nylon.....	113
Tabla N° 21. Tamaño de cierres tipo plástico.....	113
Tabla N° 22. Precio de los cierres.....	114
Tabla N° 23. Datos históricos de la inflación	114
Tabla N° 24. Precio Nylon de 15, 45 y 75 cm.....	114
Tabla N° 25. Precio Plástico de 15, 45 y 75 cm	115
Tabla N° 26. Análisis de ponderación para la microlocalización.....	119
Tabla N° 27. Coeficientes técnicos para la producción	123
Tabla N° 28. Costo en el terreno.....	123
Tabla N° 29. Edificación o infraestructura	123
Tabla N° 30. Maquinaria necesaria.....	124
Tabla N° 31. Equipos de inspección y prueba.....	124
Tabla N° 32. Equipos de oficina.....	125
Tabla N° 33. Equipo de cómputo	125
Tabla N° 34. Resumen de los activos fijos	126
Tabla N° 35. Inversión diferida.....	126
Tabla N° 36. Capital de trabajo	127
Tabla N° 37. Resumen de presupuesto técnico	127
Tabla N° 38. Financiamiento del proyecto.....	127
Tabla N° 39. Talento humano	128
Tabla N° 40. Ingresos proyectados	129
Tabla N° 41. Materia prima	130
Tabla N° 42. Insumos	131
Tabla N° 43. Datos Históricos salariales	132
Tabla N° 44. Salario mensual de los operarios	133

Tabla N° 45. Salario anual de la mano de obra directa	133
Tabla N° 46. Costo de mano de obra directa	134
Tabla N° 47. Costos indirectos de fabricación.....	134
Tabla N° 48. Resumen de los costos de producción	134
Tabla N° 49. Salario mensual del personal administrativo	135
Tabla N° 50. Salario anual del personal administrativo	135
Tabla N° 51. Gasto del personal administrativo	135
Tabla N° 52. Suministros de oficina	136
Tabla N° 53. Resumen de gastos administrativos.....	136
Tabla N° 54. Gasto mensual del personal de ventas	136
Tabla N° 55. Gasto anual del personal de ventas	136
Tabla N° 56. Gasto total del personal de ventas	137
Tabla N° 57. Gasto de Publicidad	137
Tabla N° 58. Resumen del gasto de ventas	137
Tabla N° 59. Tabla de amortización	138
Tabla N° 60. Tabla de amortización mensual.....	138
Tabla N° 61. Depreciaciones	139
Tabla N° 62. Resumen de egresos	140
Tabla N° 63. Estado de resultados.....	140
Tabla N° 64. Flujo de caja.....	140
Tabla N° 65. Estado de situación financiera.....	141
Tabla N° 66. Costo de oportunidad	141
Tabla N° 67. Información para calcular el VAN	142
Tabla N° 68. Tasa VAN Inferior.....	143
Tabla N° 69. Tasa VAN Superior	143
Tabla N° 70. Datos para calcular la TIR.....	143
Tabla N° 71. Datos para establecer el Costo beneficio	144
Tabla N° 72. Datos para calcular relación ingresos egresos	144
Tabla N° 73. Punto de equilibrio de cierres de 15 nylon.....	145
Tabla N° 74. Punto de equilibrio de cierres de 45 nylon.....	146
Tabla N° 75. Punto de equilibrio de cierres de 75 nylon.....	147
Tabla N° 76. Punto de equilibrio de cierres de 15 cm plásticos.....	147
Tabla N° 77. Punto de equilibrio de cierres de 45 plásticos	148
Tabla N° 78. Punto de equilibrio de cierres de 75 plásticos	148
Tabla N° 79. Información para el cálculo de recuperación de inversión .	149
Tabla N° 80. Cálculo del periodo de recuperación	149
Tabla N° 81. Impacto Social.....	172
Tabla N° 82. Impacto Económico.....	173
Tabla N° 83. Impacto Ambiental	174
Tabla N° 84. Impacto Ético	175
Tabla N° 85. Impacto Empresarial	177
Tabla N° 86. Impacto General.....	177

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Mapa político cantón Antonio Ante	27
Gráfico N° 2. Mapa de ubicación cantón Antonio Ante.....	27
Gráfico N° 3. Mapa de los límites de Antonio Ante.....	39
Gráfico N° 4. Sexo de los administradores o propietarios	97
Gráfico N° 5. Edad.....	98
Gráfico N° 6. Educación.....	99
Gráfico N° 7. Prende de vestir más demandadas	100
Gráfico N° 8. Proveedor de cierres	101
Gráfico N° 9. Localización de la empresa proveedora de cierres	102
Gráfico N° 10. Cierre que más utiliza	103
Gráfico N° 11. Cantidad de cierres por tamaño.....	105
Gráfico N° 12. Precio de mercado de los cierre	106
Gráfico N° 13. Manera de comercializar	107
Gráfico N° 14. Aceptación de la nueva empresa.....	108
Gráfico N° 15. Forma de comercialización	109

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes diagnósticos

En el norte del Ecuador se encuentra la provincia de Imbabura, así llamada por el volcán que le sirve de cerro tutelar, conocida como la "Provincia de los Lagos" por la cantidad de lagos grandes que se encuentran dentro de la provincia, como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuicocha, Yahuarcocha ("lago de sangre") y Puruhanta en Pimampiro, así como otros menores: laguna San Marcos, lagunas de Piñán, lagos de Mojanda y Laguna Negra entre Sigsipamba y Monte.

Aparte de sus lagos, la provincia tiene muchos otros puntos de interés, por ejemplo los volcanes Imbabura y Cotacachi. La provincia también es conocida por sus contrastes poblacionales es así que la población está marcada por diferentes factores demográficos, además desde siempre ha sido núcleo de artesanías y cultura.

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

Difícil saber quiénes fueron los hombres y mujeres, cómo fue la sociedad que vivió y se desarrolló en la actual Imbabura. El desconocimiento de la escritura, la falta de registros que guardaran la memoria de hechos y protagonistas, impiden descubrirla. Los datos de los primeros cronistas españoles, los estudios arqueológicos y las fuentes etnohistóricas, identifican a Imbabura como el territorio de la Confederación Caranqui-Cayapa-Colorado, una región con un desarrollo histórico común con pautas similares de conducta económica y sociocultural.

Complementaban su economía de subsistencia con labores artesanales y un incipiente comercio.

Estaban estratificados en clases, conocían el telar horizontal, el algodón, la lana, la cabuya y la cerámica; se pulía en piedra, poseían una gran gama de tintes para teñir sus tejidos con colores firmes. También practicaban el comercio de trueque, intercambiando plumas de colores, conchas, hojas de tabaco, maíz, sal, algodón.

Era una provincia muy fértil, se producía trigo, frutas, caña de azúcar; también tenían varias fábricas de paños y otras telas de lana y algodón como lienzos ordinarios, telas llamadas macanas unas lisas, otras adamascadas que hacían del comercio una actividad considerable.

Según el (Ministerio del Interior de Imbabura, 2012:1) El Congreso Grancolombiano reunido en Bogotá creó el 25 de junio de 1824 la provincia de Imbabura con su capital Ibarra, y los cantones Ibarra, Otavalo, Cotacachi y Cayambe. Separados de la Gran Colombia, el nuevo Estado mantuvo la misma división territorial. Imbabura se extendía desde Rumichaca al norte, al río Guayllabamba al sur. El 11 de abril de 1850, se creó el cantón Tulcán. En 1855, Cayambe pasó a formar parte de la provincia de Pichincha con las parroquias, Tabacundo, Cangahua, Tocachi y Malchinguí. En 1861 se estableció, de manera definitiva, el cantón Cotacachi. En 1880 se creó la provincia de Veintimilla, hoy provincia del Carchi, con lo que todo ese territorio se separó de Imbabura. El 12 de febrero de 1938 fue creado el cantón Antonio Ante. El 26 de mayo de 1981 el cantón Pimampiro. El 9 de febrero de 1984 se creó el último cantón: Urcuquí.

En base a la (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas AME, 2011:1) El cantón Antonio Ante está localizado en el centro de la provincia de Imbabura. Está constituido por seis parroquias: Natabuela, San Roque, Chaltura, Andrade Marín, Atuntaqui, e Imbaya, es el cantón más pequeño

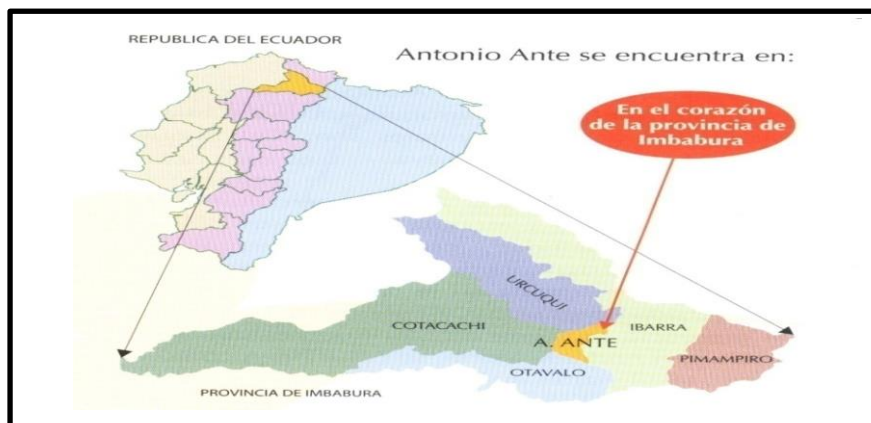
de la provincia de Imbabura, con su vasta y larga llanura se encuentra ubicado en las faldas del volcán Imbabura, goza de un clima agradable, posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se lo considera el granero de Imbabura. Su cabecera cantonal Atuntaqui, limita la norte con el cantón Ibarra al sur con el cantón Otavalo al este con el volcán Imbabura y al oeste con los Cantones Cotacachi, Urcuquí.

Gráfico N° 1. Mapa político cantón Antonio Ante



FUENTE: Plan Cantonal de Antonio Ante

Gráfico N° 2. Mapa de ubicación cantón Antonio Ante



FUENTE: Plan Cantonal de Antonio Ante

(Quiña C., 2013:1) Posee una superficie de 83,10 Km², su población total es 43.518 habitantes según el censo realizado en el año 2010, existe una alta densidad poblacional. La misma es de 524 habitantes por Km². La mayor parte de sus pobladores dominan el idioma español y una minoría en sus alrededores el kichua, de igual forma su población en mayor parte es mestiza, le sigue la indígena y la afro ecuatoriana. De acuerdo a su topografía, se encuentra entre los 2.387m sobre nivel del mar y presenta un clima Templado seco en todos sus alrededores, la temperatura oscila entre los 12 y 32°C.

Cuadro N° 1. Población por sexo cantón Antonio Ante

Sexo	Casos	%
Hombre	21.069	48,41
Mujer	22.449	51,59
Total	43.518	100,00

FUENTE: INEC (Censo 2010)

ELABORADO POR: La autora

Cuadro N° 2. Población por sexo de las parroquias cantón Antonio Ante

ATUNTAQUI		
Sexo	Casos	%
Hombre	11.208	48,11
Mujer	12.091	51,89
Total	23.299	100,00
IMBAYA		
Sexo	Casos	%
Hombre	652	50,98
Mujer	627	49,02
Total	1.279	100,00
SAN FRANCISCO DE NATABUE		
Sexo	Casos	%
Hombre	2.719	48,12
Mujer	2.932	51,88
Total	5.651	100,00
SAN JOSE DE CHALTURA		
Sexo	Casos	%
Hombre	1.503	47,76
Mujer	1.644	52,24
Total	3.147	100,00
SAN ROQUE		
Sexo	Casos	%
Hombre	4.987	49,17
Mujer	5.155	50,83
Total	10.142	100,00
Total Población AA	43.518	100,00

FUENTE: INEC (Censo 2010)

ELABORADO POR: La autora

Atuntaqui es la cabecera cantonal de Antonio Ante ubicada a 103 km al noroeste de Quito. La ciudad de Atuntaqui alberga una gran variedad de atractivos naturales y culturales; habitada por gente trabajadora, amable, creativa y dinámica, heredera de una tradición textil hace más de medio siglo con la fábrica Imbabura por lo que una de sus principales actividades es la industria textil, logrando alcanzar el nivel de desempleo y migración más bajos de todo el país pues acoge entre 2 y 10 trabajadores por cada taller de forma directa y unos 1.000 trabajadores indirectamente, ya que esta industria textil y de confecciones logró dinamizar otros sectores en el cantón como la construcción, comercio, gastronomía y servicios según los datos que maneja el GAD de Antonio Ante.

(Moreta B., 2013:1) La historia de Antonio Ante esta escrita junto a la ex fábrica Imbabura, que fue el centro industrial más importante del país. La fábrica se fundó el 6 de mayo de 1924 y se convirtió en el eje del desarrollo económico de Atuntaqui.

Según la última guía comercial publicada por la Cámara de Comercio antes de su cierre, en el año 2011, existían cerca de 500 empresas textiles entre micro, pequeñas y medianas. Hoy, el 60% de los habitantes de Antonio Ante tienen como modo de sustento la producción textil y de confecciones, lo que ha logrado que Atuntaqui genere empleo para cantones cercanos como Otavalo, Cotacachi e Ibarra, siendo el cantón con menor índice de desempleo en Imbabura (5 por ciento) y uno de los cantones de mayor progreso del país.

Atuntaqui ha tenido un crecimiento acelerado en su actividad comercial con un buen número de almacenes en un perímetro de pocas cuadras lo que hace que prácticamente la ciudad sea un Gran Centro Comercial al cual acuden gran cantidad de turistas, las empresas para cubrir las grandes demandas nacionales e internacionales deben aumentar cada vez más sus niveles de producción.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Atuntaqui para determinar la situación real de la población e implementar el proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar los antecedentes históricos del Cantón Antonio Ante
- Analizar la ubicación geográfica del cantón Antonio Ante.
- Determinar la calidad de vida, el nivel de empleo y desempleo de Antonio Ante
- Establecer la Estructura poblacional de Antonio Ante.
- Determinar las micro, pequeñas y medianas empresas de confección existentes en el Cantón Antonio Ante.

1.3. Variables diagnósticas

Las variables diagnosticas a evaluarse de acuerdo a los objetivos serán las siguientes.

1.3.1. Variables

Histórica

Geográfica

Social

Demográfica

Económica

1.4. Indicadores

1.4.1. Variable: Histórica

Cantonización

Costumbres y tradiciones

Evolución social

Fabrica Imbabura

1.4.2. Variable: Geográfica

Ubicación

Limites

Clima

Superficie

Organización territorial

1.4.2. Variable: Social

Calidad de vida

Nivel de pobreza

Empleo

Desempleo

Esperanza de vida

Servicios básicos

Tipos de vivienda

Nivel Educativo

1.4.3. Variable: Demográfica

Número de habitantes del Cantón por sexo

Número de habitantes de las parroquias del cantón por sexo

Etnia racial

Habitantes en grupo de edades

Crecimiento poblacional

Población Económicamente Activa

1.4.4. Variable: Económico

Clasificación Actividad Primaria del Cantón

Industria textil

Medianas empresas de confección del Cantón

Micro y pequeñas empresas de confección del Cantón

Tasa de oportunidad laborar

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 3. Matriz relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	F. DE INFORMACIÓN	TÉCNICA
Determinar los antecedentes históricos del cantón Antonio Ante.	Histórica	Cantonización Costumbre y tradiciones Evolución social Fabrica Imbabura	Secundaria	Bibliográfica
Analizar la ubicación geográfica del cantón Antonio Ante.	Geográfica	Ubicación Limites Clima Superficie Organización territorial	Secundaria	Bibliográfica
Determinar la calidad de vida y el nivel de desempleo de Antonio Ante	Social	Calidad de vida Nivel de pobreza Empleo Desempleo Esperanza de vida Servicios básicos Tipos de vivienda Nivel Educativo	Secundaria	Bibliográfica
Establecer la Estructura poblacional del Cantón Antonio Ante	Demográfica	Número de habitantes del Cantón por sexo Número de habitantes de las parroquias del cantón por sexo Etnia racial Habitantes en grupo de edades Crecimiento poblacional Población Económicamente Activa	Secundaria	Bibliográfica
Determinar las micro, pequeñas y medianas empresas de confección existentes en el Cantón Antonio Ante.	Económico	Clasificación Actividad Primaria del Cantón Industria textil Medianas empresas de confección del Cantón Micro y pequeñas empresas de confección del Cantón Tasa de oportunidad laborar	Secundaria	Bibliográfica

ELABORADO POR: La autora

1.5.1. Históricos

Reseña histórica y cantonización

Ob.cit. AME (p. 1) Tierra, Cuna de Duchicelas y Caras, escenario de lucha en la que muriera Cacha sucediéndole su hija Pacha. Sus campos multicolores fueron el lugar de verano del Inca o Emperador y su séquito. Las Tolas, Su aparecimiento se remonta a los años 1200 AC; construidas por los Atuntaquis o Tontaquis. Son hacinamientos de tierra con diferente forma y volumen; entre sus funciones diversas estaban las de funerarias individuales y colectivas, adoratorios, ceremoniales y observatorios, Estas se levantan por todo el cantón y nos muestran la historia e importancia de estas tierras, a Pailatola se la declaró "Patrimonio Cultural de la Nación". La más grande de las tolas que es Orozcotola se encuentra alterada porque en su cima está ubicado el cementerio parroquial de Andrade Marín. Puptola, representa lo artístico del pueblo de Atuntaqui en la construcción de tolas.

El Cantón llevaría el nombre de uno de los próceres de la independencia, el Dr. Antonio Ante López de la Flor; permaneciendo como símbolo de honrosas luchas por las grandes causas. La creación de Antonio Ante, y por ende, de la cabecera cantonal denominada Atuntaqui; el 12 de febrero de 1938 el General Alberto Enríquez Gallo, haciendo justicia a este pueblo, rubricó el decreto de cantonización ; según registro oficial 91, posicionándose el primer Concejo Cantonal el 2 de marzo de 1938. Está conformado por las siguientes parroquias; siendo urbanas: Atuntaqui, Andrade Marín; y rurales: San Francisco de Natabuela, San José de Chaltura y San Roque. En 1945 se incorpora como parroquia San Luis de Imbaya.

Atuntaqui, según los historiadores, dicen que para 1567 ya tenía su Iglesia y un religioso franciscano de cura doctrinero; y en 1597 tenía su Alcalde que era don "Juan de León" primera autoridad civil. Al cantón

Antonio Ante, lo identifican como Atuntaqui, nombre de varios significados a través de la historia. Según el padre Juan de Velasco, citado por (Caiza P., 2014): (se compone de dos palabras hatun, (grande) y taqui, (tambor), es decir, “gran tambor”; Jacinto Jijón y Caamaño lo describe como “tierra rica en verdad”; González Suárez lo identifica como “granero grande”; otros lo llaman “lugar de la posada” o “pueblo cerrado fuertemente”). Sin duda, lo que le caracteriza a este cantón es no solo la riqueza de sus tierras, sino también, la calidez y dinamismo de su gente. La historia menciona que son dos grandiosos sucesos los que contribuyeron para el éxito de su cantonización y desarrollo: la instalación de la Fábrica Textil Imbabura y la llegada del Ferrocarril.

Costumbres, Tradiciones

Antonio Ante cantón moderno y emprendedor desde siempre caracterizado por su gente activa, cordial y productiva con una gran historia industrial desde la época de la “Ex-Fábrica Textil Imbabura”. Sin embargo, Antonio Ante no solo es textil ofrecer a sus visitantes múltiples encantos turísticos, los vestigios arqueológicos con el complejo de tolas ubicadas en todo el cantón y la explosión de colores de los hermosos campos y senderos donde se puede realizar infinidad de actividades turísticas.

Las fiestas tradicionales también son una parte representativa del cantón las cuales muestran la diversidad cultural y la familiaridad de las mismas; fiestas como el Inti Raymi; la Semana Santa; el 2 de Noviembre (Día de los Difuntos), la celebración de la fiesta popular de inocentes y fin de año, declarada Patrimonio Cultural del Ecuador, entre otras; son parte importante de la celebraciones en el cantón.

La riqueza cultural del cantón brinda una exquisita gastronomía como las famosas fritadas de Atuntaqui, los cuyes de Chaltura y la gran variedad de dulces típicos como los mojicones, rosquetes, suspiros, panuchas y los deliciosos helados de crema

Cuadro N° 4. Costumbres y tradiciones del Cantón Antonio Ante

Costumbres y Tradiciones	Detalle	Lugar
SANTUARIO SEÑOR DEL SANTO SEPULCRO	Edificación religiosa de dos torres e imponente cúpula, aquí se encuentra el Santo Sepulcro el cual se venera con gran devoción.	Atuntaqui
LOMA PAILA-TOLA	Tola pre-incásica utilizada para hacer ceremonias de purificación y ofrendas a la PACHA MAMA. Declarada Patrimonio Cultural del Ecuador	Todo el cantón
FESTIVIDADES CULTURALES DE FIN DE AÑO	Fiesta declarada PATRIMONIO CULTURAL DE LA NACIÓN desde el 26 de Diciembre al 06 de Enero, en donde se resalta la alegría y humor de la población representando diferentes escenas y eventos. En donde la careta es la principal actriz.	Atuntaqui
MANIFESTACIONES CULTURALES RELIGIOSAS	(Semana Santa, Corpus Cristi, 2 de Noviembre). Eventos de carácter religioso donde se pueden apreciar procesiones, cuadros vivos, entre otros.	todo el cantón
INDUSTRIA TEXTIL	Más de 100 almacenes de confecciones variadas, de alta calidad y precios razonables que están al servicio del turista los 365 días del año	Atuntaqui
GASTRONOMIA	Exquisitos platos y golosinas propios del cantón. 1 Cuyes (Chaltura), 2 Fritadas (Atuntaqui), 3 dulces como: suspiros, panuchas, mojicones y helados de crema (Antonio Ante)	todo el cantón
SANTUARIO NUESTRA SEÑORA DE OURDES	Templo religioso, visitado continuamente por asiduos creyentes, el cuál le invita a renovar su fe	Andrade Marín
FABRICA IMBABURA	Imponente edificación industrial declarada PATRIMONIO CUTURAL DE LA NACIÓN, con más de 80 años de historia representa el origen industrial del cantón	Andrade Marín
FERROCARRIL Y LA ESTACION	Moderna estación del ferrocarril la cual en el pasado era el medio de comunicación y comercio con las ciudades aledañas ahora es un atractivo turístico	Andrade Marín
SENDEROS ECOLOGICOS	Impresionantes caminos para recorrer y conocer la naturaleza del cantón. Existen diversas rutas de diferentes niveles de dificultad y duración adaptadas al gusto y capacidad del turista	Andrade Marín san roque
ARTESANIAS DE CABUYA	Elaboradas a mano y minuciosamente, usted puede adquirir artículos como: carteras, cinturones, bolsos, artículos decorativos.	San Roque
ARTESANIA EN TELARES	Fabricados como lo hacían nuestros antepasados en telar de madera, en estos pequeños talleres se puede observar todo el proceso de fabricación; desde la selección de los materiales, su tinturado y posterior elaboración del tapiz	San Roque
MANIFESTACIONES CULTURALES DEL INTY-RAYMI	Antigua ceremonia religiosa andina en honor al Inti (el dios sol), la cual se realiza cada solsticio de verano	todo el cantón
IGLECIA DE SAN ROQUE	Admirable construcción religiosa, construida en el año de 1939. Es una muestra de la importancia de la religiosidad del cantón	San Roque
HOSPEDAJE COMINITARIO	25 casas y fincas de hospedaje que le brindan una atención de calidad, con todos los servicios y nada mejor que combinado con la naturaleza y la las tradiciones ancestrales de nuestros pueblos.	Todo el cantón

Fuente: GAD de Antonio ante
ELABORADO POR: La autora

Evolución del cantón

Antonio Ante es un pueblo que ha ido desarrollando su identidad en un marco de proceso histórico en el que se destacan importantes etapas, personajes y acontecimientos como referentes de emprendimiento, lucha,

constancia, unidad y progreso hasta los tiempos actuales en los que se ha convertido en una experiencia de desarrollo, Presenta un bajo nivel de desempleo, se mantiene esta tendencia en razón de que se ha ido incrementando el número de microempresas, más de 500 aproximadamente; y muchas han mejorado sus niveles tecnológicos, capacidad de producción y número de trabajadores, siendo motivo de atención en el país y en el mundo fortaleciendo elementos claves de la cultura antañá así como de su economía, ambiente y la calidad de vida de su gente.

Fábrica Imbabura

El martes 6 de mayo de 1924, la historia de Atuntaqui estaba a punto de cambiar, la primera piedra para la construcción de la Fábrica Imbabura fue colocada y desde entonces cerca de 1000 trabajadores emprendieron la obra con una labor diaria de entre 10 a 12 horas durante los seis días de la semana, convirtiéndose en el eje del desarrollo económico de Atuntaqui, sustento primordial de sus habitantes y centro del comercio de hilo y telas de algodón de la mejor calidad en el país y sur de Colombia.

(Posso F., 2015:1) La fábrica empezó a funcionar en 1927 con poco personal procesando el algodón y obteniendo hilo para la elaboración de telas las que se emplean en diferentes productos textiles que tenían gran acogida en el mercado, principalmente: gabardinas, telas para sobrecamas, toallas, cortinas, gasas, bramantes, entre otros.

No olvidemos el aporte histórico de la fábrica cerca de 50 años, fruto del labor de sus habitantes, porque fue una de las pocas industrias que sobrevivió la depresión de los años 30.

Su desaparición marca una “honda crisis” en sus trabajadores y en la población; sin embargo constituye un hito más importante en la historia local.

1.5.2. Geográfica

Ubicación

El cantón Antonio Ante es uno de los síes cantones que integran la provincia de Imbabura, ubicado concretamente en el noroeste, a 10 km de Ibarra, a 9 km de Otavalo, a 94 km de Quito capital ecuatoriana, a 178,70 Km de la frontera con Colombia, a 88,5 Km del nuevo aeropuerto de Quito y a 18 Km de la ciudad del conocimiento del cantón Urcuquí.

Geográficamente se encuentra en el centro de la Hoya de Ibarra, es el cantón más pequeño de la provincia de Imbabura. El notable progreso experimentado por los habitantes de Atuntaqui, desde 1930, por medio del acceso a la diversidad de servicios básicos, infraestructura moderna, vías de comunicación acordes a las necesidades y desarrollo de la actividad industrial le ha valido el reconocimiento a nivel nacional de ciudad productiva, la cual tiene a las empresas como característica principal.

Cuadro N° 5. Ubicación de Parroquias Rurales del Cantón Antonio Ante

PARROQUIA	UBICACIÓN	COORDENADAS
Imbaya	Ubicada a 5 km de la capital provincial y a 9 km de la cabecera cantonal, ubicada en el extremo noroeste del cantón	0° 22' 13,06" de latitud norte y 78°09' 1,09" de longitud oeste.
Chaltura	Ubicada a 3.5 Km de la ciudad de Atuntaqui y a 12 Km de la capital provincial y a 128 Km de la capital ecuatoriana.	0° 21' 19" de latitud norte y 78°11' 32" de longitud oeste.
San Roque	Ubicada a 4.00 km de la capital Cantonal y a 18 km de la capital Provincial.	0° 18' 4,15" de latitud norte y 78°14' 2,37" de longitud oeste.
Natabuela	Ubicada a 2,50 km de la capital provincial y a 174 km de la capital ecuatoriana.	0° 20' 8,86" de latitud norte y 78° 11' 38,54" de longitud oeste.

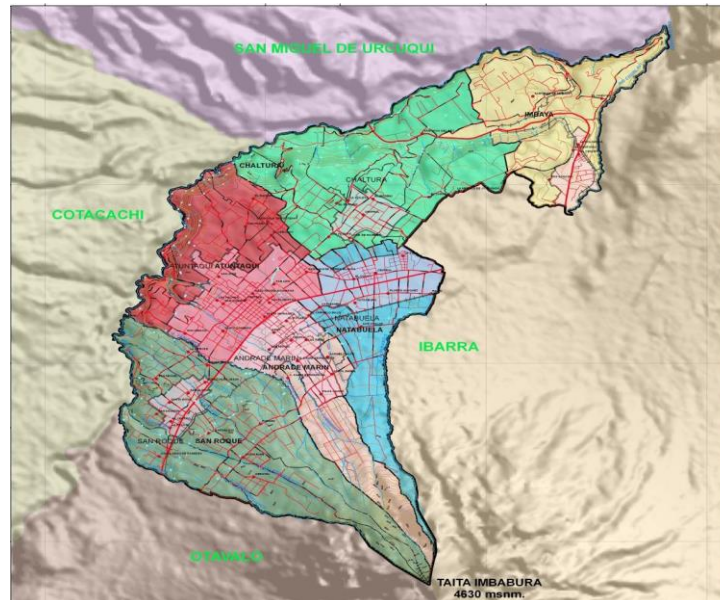
FUENTE: GAD del Cantón Antonio ante

ELABORADO POR: La autora

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

Superficie y límites

Gráfico N° 3. Mapa de los límites de Antonio Ante



Fuente: GAD del Cantón Antonio Ante

El cantón es el de menor extensión territorial con 79 km², que significan el 1.8% de la provincia, y su población representa el 10.5% de Imbabura. Sus límites son los siguientes:

Al Norte: El cantón San Miguel de Urququí e Ibarra

Al Sur: Los cantones de Otavalo

Al Este: El cantón de San Antonio

Al Oeste: El cantón Santa Ana de Cotacachi.

Clima

El Cantón de Antonio Ante cuenta con un clima relativamente templado, que favorece a sus tierras para ser aprovechadas en la agricultura, de allí su diversidad. Su temperatura promedio anual es de 18°C y en sus partes más altas su temperatura oscila entre 0°C - 8°C.

El cantón se encuentra a una altitud entre los 1880 hasta los 4560 metros sobre el nivel del mar; las parroquias rurales se encuentran en los

rangos de 1800 hasta 4560 m.s.n.m., mientras que las parroquias urbanas se encuentran entre 2080 hasta 4080 m.s.n.m.

División política administrativa

El cantón Antonio Ante está compuesto por 6 parroquias entre urbanas y rurales y son:

- Atuntaqui (cabecera cantonal)
- Andrade Marín
- Natabuela
- Chaltura
- San Roque e
- Imbaya

1.5.3. Social

a) Calidad de vida

La calidad de vida se mide en base a algunos aspectos, el más importante es la población no pobre y pobre, este último tiene el porcentaje más alto, evidenciando la desigualdad en la distribución de la riqueza.

Cuadro Nº 6. Población No Pobre y Pobre

Cantones del Cantón	Población No Pobres	Población Pobres	Total
Atuntaqui	354	1.656	2.010
Imbaya	136	1.140	1 276
San Francisco De Natabuela	2.798	2.842	5.640
San José De Chaltura	1.194	1.901	3.095
San Roque	2.575	7.500	10.075
Total	7.057	15.039	22.096

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: La Autora

Se puede evidenciar que los más altos niveles de pobreza se encuentran en las parroquias rurales del cantón, esto debido a que la gente aún está dedicada a trabajar las tierras y cuyos ingresos obtenidos son mínimos permitiéndoles el acceso a un nivel de vida bajo.

b) Empleo y subempleo

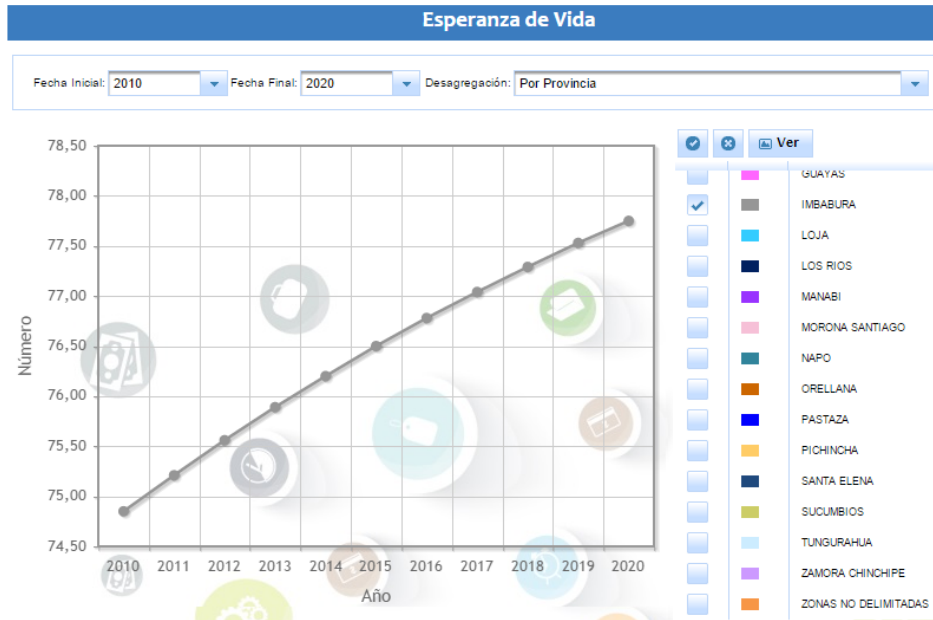
Al referirnos al empleo y subempleo dentro de la ciudad de Atuntaqui se puede decir en forma general que es una de las ciudades a nivel nacional que más controlado tiene este problema social debido a la gran cantidad de industrias textiles que posee, en la cual se alberga a la mayoría de la población económicamente activa y población en edad de trabajar.

La tasa de desocupación que dentro de Atuntaqui se maneja para la realización de proyectos está por debajo del 2.5% una de las tasas más bajas a nivel nacional, debido a la existencias de las industrias que la ciudad actualmente posee.

La demanda de mano de obra que por el desarrollo industrial ha tenido Atuntaqui en los últimos años es muy elevada, la gran mayoría de su población actualmente cuenta con una diversidad de fuentes de empleo, especialmente en las mujeres quienes por sus habilidades en la rama de confección tienen una gran posibilidad y diversidad de fuentes de empleo; en los últimos años la industria textil se ha visto en la necesidad de contratar gente de los cantones vecinos en vista de la escasez de mano de obra dentro del cantón. Otra de las estrategias que los empresarios han tomado es la creación de industrias fuera de la ciudad. El GAD cantonal creyente en la equidad de género y conocedores de las capacidades de sus habitantes, no han descartado la posibilidad de introducir en el área de confección al género masculino.

c) Esperanza de vida de la provincia de Imbabura

Cuadro N° 7. Esperanza de Vida provincia de Imbabura



FUENTE: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
ELABORADO POR: La autora

La esperanza de vida de los imbabureños es de 76,50 años, son datos lógicos y coinciden con el mejoramiento en los últimos 8 años de la administración del Gobierno Actual dirigido por el Presidente Rafael Correa.

d) Servicios básicos

Según el censo realizado en el año 2010, Antonio Ante cuenta con todos los servicios básicos, cada una de las Parroquias del Cantón tiene estos servicios, en los cuadros siguientes se indica con detalle cada uno de ellos:

- Abastecimiento de agua

El abastecimiento de agua para el cantón Antonio Ante en su mayoría; es decir el 85,08% es abastecida de la red pública, la parroquia con mayor cobertura de agua potable es Atuntaqui con 93.10%; sin embargo los que

no poseen este servicio son aquellas viviendas muy alejadas del Cantón como Imbaya y San Roque con 22,22% y 86,31% de cobertura respectivamente.

Cuadro N° 8. Abastecimiento de agua

Parroquias	De red publica	De pozo	De rio vertiente acequia o canal	De carro repartidor	Otro(Agua lluvia / albarrada)	Total
ATUNTAQUI-ANDRADE MARIN	5.523	75	230	21	83	5.932
IMBAYA	70	38	203	1	3	315
NATABUELA	1.315	12	80	6	18	1.431
CHALTURA	713	12	81	0	20	826
SAN ROQUE	1.625	40	572	11	116	2.364
Total	9.246	177	1.166	39	240	10.868
Total %	85,08	1,63	10,73	0,36	2,21	100,00

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

- Eliminación de aguas servidas

En el Cantón Antonio Ante, su mayoría eliminan las aguas servidas por medio del alcantarillado público, con una cobertura de 79,43 % esto demuestra que el Cantón cuenta con un servicio indispensable para tener un buen vivir.

Cuadro N° 9. Eliminación de aguas servidas

Parroquias	Conectado a red pública de alcantarillado	Conectado a pozo séptico	Conectado a pozo ciego	Con descarga directa al mar, rio, lago o quebrada	Letrina	No tiene	Total
ATUNTAQUI-ANDRADE MARIN	5.156	269	183	51	20	253	5.932
IMBAYA	193	78	18	7	1	18	315
NATABUELA	1.227	68	55	4	5	72	1.431
CHALTURA	520	177	59	7	3	60	826
SAN ROQUE	1.536	162	135	55	146	330	2.364
Total	8.632	754	450	124	175	733	10.868
Total %	79,43	6,94	4,14	1,14	1,61	6,74	100

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

- Recolección de basura

La recolección de la basura se lo hace por medio del carro recolector en todas la Parroquias del Cantón; en cierto sectores no ingresa dicho carro, esto es porque son lugares un poco alejados de la población, pero esto es un porcentaje muy pequeño que con el paso del tiempo se solucionará.

Cuadro N° 10. Recolección de basura

Parroquias	Por carro recolector	La arrojan en terreno baldío o quebrada	La quemam	La entierran	La arrojan a rio acequia o canal	De otra forma	Total
ATUNTAQUI-ANDRADE MARIN	5.481	201	182	45	13	10	5.932
IMBAYA	250	9	23	15	1	17	315
NATABUELA	1.253	93	60	11	3	11	1.431
CHALTURA	712	48	38	24	3	1	826
SAN ROQUE	2.001	151	132	40	26	14	2.364
Total	9.697	502	435	135	46	53	10.868
Total %	89,23	4,62	4,00	1,24	0,42	0,49	100,00

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

- Servicio eléctrico

Como podemos observar en el siguiente cuadro la energía eléctrica es abastecida por medio de la red de la empresa pública de electricidad con una cobertura del 97,78% a nivel cantonal; sin embargo podemos notar que hay personas que no tienen 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.

Cuadro N° 11. Servicio eléctrico

Parroquias	Red de empresa eléctrica de servicio publico	Panel Solar	Generador de luz (Planta eléctrica)	Otros	No tiene	Total
ATUNTAQUI-ANDRADE MARIN	5.841	1	5	18	67	5.932
IMBAYA	310	0	0	3	2	315
NATABUELA	1.401	0	1	0	29	1.431
CHALTURA	813	0	0	0	13	826
SAN ROQUE	2.262	0	0	1	101	2.364
Total	10.627	1	6	22	212	10.868
Total %	97,78	0,01	0,06	0,20	1,95	100,00

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

- Servicio telefónico convencional

En el cuadro mostrado posteriormente nos indica que el 66,99% de toda la población encuestada no tiene servicio telefónico convencional, esto conlleva a tener otro tipo de forma de comunicación como es el celular, que hoy en día se hace cada vez más necesario.

Cuadro N° 12. Servicio telefónico convencional

Parroquias	Si	No	Total
Atuntaqui/Andrade Marín	2.508	3.567	6.075
Imbaya	119	201	320
Natabuela	383	1.068	1.451
Chaltura	279	551	830
San Roque	364	2.027	2.391
Total	3.653	7.414	11.067
Total%	33,01	66,99	100,00

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

- Disponibilidad de internet

Es lamentable que en pleno siglo XXI todavía la mayoría de la población es decir el 92,4%, no tenga servicio de internet, esto significa que estamos todavía en el subdesarrollo. Hoy en día el uso del internet es indispensable, para de esta manera estar acorde a los avances tecnológicos y por ende la salida de un país subdesarrollado.

Cuadro N° 13. Disponibilidad de internet

Disponibilidad de internet	Casos	Porcentaje
Si	841	7,6
No	10.226	92,4
Total	11.067	100,0

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

a) Tipos de vivienda

En el Cantón Antonio Ante hay 10.868 viviendas, de las cuales el 50,3% es urbana ubicadas principalmente en las parroquias de Atuntaqui y Andrade Marín, y el 49,7% es rural ubicadas en las parroquias de Imbaya, Natabuela, Chaltura, San Roque; esto nos indica que el Cantón está conformado casi de manera igualitaria tanto sus viviendas en el área urbana y rural.

Cuadro N° 14. Tipos de vivienda

Parroquias	Área	Casa / Villa	Departament o en casa o edificio	Cuartos en casa de inquilinato	Mediagua	Rancho	Covacha	Choza	Otra vivienda particular	Total
Atuntaqui/Andrade Marín	Urbana	4.591	310	282	274	1		1	7	5.471
	Rural	418			41			2		461
Imbaya	Rural	243	4	14	52		1	1		315
Natabuela	Rural	1.240	30	33	118	2	3	1	4	1.431
Chaltura	Rural	721	13	17	73			2		826
San Roque	Rural	2.004	41	35	278		1	3	1	2.363
Total por Áreas	Urbana	4.591	310	282	274	1	0	1	7	5.471
	Rural	4.626	88	99	562	2	5	9	5	5.397
Total general		9.217	398	381	836	3	5	10	12	10.868

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

b) Nivel educativo

El nivel educativo en el cantón Antonio Ante es bastante bajo, en su mayor porcentaje, es decir el 63% tienen instrucción primaria y secundaria, el 15,9% educación básica y bachillerato. Con estos datos se puede concluir que en el cantón no existe un porcentaje alto de instrucción superior, al contrario la mayoría de la población tiene solo instrucción primaria.

Es indispensable analizar que tan solo el 11,3% tiene instrucción superior, esto significa que se debe incentivar más a los jóvenes del cantón para que estudien y obtengan un título profesional.

Cuadro N° 15. Nivel educativo

Nivel de instrucción	Urbano	Rural	Total	%
Ninguno	628	1.630	2.258	5,8
Centro de Alfabetización/(EBA)	43	151	194	0,5
Preescolar	216	259	475	1,2
Primario	7.595	8.736	16.331	41,6
Secundario	4.783	3.609	8.392	21,4
Educación Básica	1.314	2.594	3.908	10,0
Bachillerato-Educación Media	1.283	1.035	2.318	5,9
Ciclo Pos bachillerato	166	143	309	0,8
Superior	2.999	1.436	4.435	11,3
Postgrado	125	52	177	0,5
Se ignora	156	309	465	1,2
Total	19.308	19.954	39.262	100,0

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: La autora

1.5.4. Demografía

Número de habitantes del cantón por sexo

Cuadro N° 16. Población del cantón Antonio Ante por sexo

Sexo	Población
Hombre	21.069
Mujer	22.449
Total	43.518

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010

Elaborado por: La autora

La mayor cantidad de habitantes del cantón son las mujeres, con el 51,59%, y el restante son hombres, de los cuales los escogerá en base a su actitud y aptitud para que formen parte de la nueva empresa.

Número de habitantes de las parroquias del cantón por sexo

La parroquia con mayor cantidad de habitantes es Atuntaqui con un total de 23.299, en segundo lugar está San Roque con 10.142, le sigue Natabuela con 5.651, la penúltima es Chaltura con 3.147 y la que tiene menor cantidad de habitantes es Imbaya con solo 1.279.

La mayor concentración de población está en Atuntaqui, donde se desarrolla la mayor cantidad de empresas y microempresas textiles, allí se realizara la investigación.

Cuadro N° 17. Habitantes por parroquias

ATUNTAQUI		
Sexo	Casos	%
Hombre	11.208	48,11
Mujer	12.091	51,89
Total	23.299	100,00
IMBAYA		
Sexo	Casos	%
Hombre	652	50,98
Mujer	627	49,02
Total	1.279	100,00
SAN FRANCISCO DE NATABUELA		
Sexo	Casos	%
Hombre	2.719	48,12
Mujer	2.932	51,88
Total	5.651	100,00
SAN JOSÉ DE CHALTURA		
Sexo	Casos	%
Hombre	1.503	47,76
Mujer	1.644	52,24
Total	3.147	100,00
SAN ROQUE		
Sexo	Casos	%
Hombre	4.987	49,17
Mujer	5.155	50,83
Total	10.142	100,00
Total Población AA	43.518	100,00

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: La autora

Etnia racial

El siguiente gráfico nos indica que el 77,6% de la población total del cantón Antonio Ante, se considera como mestizo, seguidamente por el 17,8% es indígena, siendo estas dos variables las más sobresalientes. Se puede evidenciar que la mayor cantidad de población indígena se encuentra asentada en la parroquia de San Roque con un total de 5.173 habitantes.

Cuadro N° 18. Etnia racial

Descripción	Indígena	Afro ecuatoriano	Montubio/a	Mestizo/a	Blanco/a	Otro/a	Total
Atuntaqui/Andrade Marín	1.061	457	69	21.002	695	15	23.299
Imbaya	18	62	3	1.160	35	1	1.279
Natabuela	1.341	117	14	4.027	147	5	5.651
Chaltura	161	57	1	2.792	132	4	3.147
San Roque	5.173	75	10	4.784	98	2	10.142
Total	7.754	768	97	33.765	1.107	27	43.518

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010

Elaborado por: La autora

Habitantes por grupo de edades

El grupo de edad más representativo es el de 0 a 25 años de edad con el 50%, seguido por el grupo de 25 a 60 años de edad con el 38,91% siendo este último el rango donde se ubica la mayor cantidad de población económicamente activa, por su nivel de agilidad optimismo y superación.

Cuadro N° 19. Habitantes por grupo de edades

Grupos de edades	Urbano	Rural	Total	%
De 0 a 25	10.047	11.711	21.758	50,00
De 25 a 60	8.778	8.153	16.931	38,91
Más de 60	2.461	2.368	4.829	11,10
Total	21.286	22.232	43.518	100,00

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010

Elaborado por: La autora

a) Tasa de crecimiento poblacional

La tasa de crecimiento de la población del Cantón Antonio Ante manejada por el Gobierno Autónomo Descentralizado dentro de su PDOT del es del 1,26%, la cual se utilizó en la proyección de la población hasta el 2014.

Cuadro N° 20. Proyección de la población de Antonio Ante

Año	Proyección
2010	43.518
2011	44.066
2012	44.622
2013	45.184
2014	45.753

Fuente: GAD Antonio Ante

Elaborado por: La autora

$$Pf = Pa (1 + i)^n$$

$$Pf = 43518 (1 + 0,0126)^1$$

$$Pf = 43518 (1,0126)^1$$

$$Pf = 43518 \times 1,0126$$

$$Pf = 44066$$

b) Población Económicamente Activa e Inactiva

El cuadro que a continuación se indica, se identifica la población económicamente activa y la población económicamente inactiva tanto de hombres como de mujeres del cantón, dividido por Parroquias:

Cuadro N° 21. Población Económicamente Activa e Inactiva

Cantón Antonio Ante	Parroquia	Sexo	PEA	PEI	Total
Cantón Antonio Ante	Atuntaqui/Andrade Marín	Hombre	6.011	2.887	8.898
		Mujer	4.853	4.926	9.779
		Total	10.864	7.813	18.677
	Imbaya	Hombre	373	146	519
		Mujer	182	316	498
		Total	555	462	1.017
	Natabuela	Hombre	1.507	650	2.157
		Mujer	1.029	1.330	2.359
		Total	2.536	1.980	4.516
Chaltura	Hombre	789	423	1.212	
	Mujer	542	799	1.341	
	Total	1.331	1.222	2.553	
San Roque	Hombre	2.300	1.485	3.785	
	Mujer	1.388	2.637	4.025	
	Total	3.688	4.122	7.810	
Total	Hombre	10.980	5.591	16.571	
	Mujer	7.994	10.008	18.002	
	Total	18.974	15.599	34.573	

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010
Elaborado por: La autora

La población económicamente activa se encuentra en el 54,9%, es la población que tiene la capacidad mental y física de poder trabajar en actividades productivas y ayuda a que el Cantón progrese, es decir son las personas que de alguna u otra forma generan progreso económico al cantón, puede ser mediante un trabajo en relación de dependencia o por su propia microempresa o empresa grande.

1.5.5. Económico

a) Clasificación por actividades del cantón

La Población empleada del cantón Antonio ante, cuenta con una diversificación de actividades productivas:

Cuadro N° 22. Clasificación por actividades en Antonio Ante

Rama de actividad	Casos	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3038	16
Explotación de minas y canteras	26	0
Industrias manufactureras	5322	28
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	26	0
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	28	0
Construcción	1510	8
Comercio al por mayor y menor	2682	14
Transporte y almacenamiento	798	4
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	521	3
Información y comunicación	142	1
Actividades financieras y de seguros	124	1
Actividades inmobiliarias	9	0
Actividades profesionales, científicas y técnicas	196	1
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	280	1
Administración pública y defensa	623	3
Enseñanza	743	4
Actividades de la atención de la salud humana	408	2
Artes, entretenimiento y recreación	76	0
Otras actividades de servicios	258	1
Actividades de los hogares como empleadores	542	3
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	5	0
No declarado	1170	6
Trabajador nuevo	471	2
Total	18998	100

FUENTE: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

ELABORADO POR: La autora

Como ya mencionamos Antonio Ante tiene como mayor fuente de ingresos la industria manufacturera con un 28%, seguida por la agricultura, ganadería silvicultura y pesca con un 16% y comercio al por mayor y menor el 14%. Estas tres actividades son las que más predominan e incentivan al desarrollo del Cantón.

En el centro urbano de la ciudad se confecciona y comercializa una variada producción de tejidos, ropa en algodón, ropa deportiva, ropa interior, trajes de baño, entre otros a precios bajos, excelente calidad y novedosos diseños, por lo que Atuntaqui ha convertido a la actividad textil en una de sus principales fuentes de ingresos económicos, que conjuntamente con el permanente flujo de turistas ha logrado aprovechar las oportunidades del mercado en beneficio de la comunidad en general.

b) Micro, pequeñas y medianas empresas

La cámara de comercio de Antonio Ante se cerró por motivos de logística, por lo que se procedió a buscar la información de otras fuentes acerca de las empresas de producción de prendas de vestir, lo cual se presenta a continuación.

Cuadro N° 23. Pequeñas y Medianas Empresas de Atuntaqui

Numero	Nombre	Actividad
1	Gabytex	Sacos, calentadores, uniformes
2	Maricela	Calentadores, camisetas, bolsos
3	Mishell	Calentadores, ropa deportiva
4	Artica	Sacos polar
5	Panàn	Camisetas, uniformes deportivos
6	Marifer	Sacos
7	Conga	Ropa deportiva
8	Anitex	Ropa deportiva, casual, pijamas
9	Angel baby	Ropa d niño
10	Santè	Ropa casual
11	Carmitex	Camisetas, chompas, calentadores
12	Tavy sport	Ropa deportiva
13	Lorens	Piyamas chompas
14	Càrlex	Ropa casual, deportiva
15	Kàrman	Ropa casual chompas sacos
16	María Gracia	Chompas camisetas ternos deportivos

17	Pelati	Ropa casual
18	Solange	Ropa casual
19	A tu moda	Ropa deportiva
20	La època	Ropa deportiva
21	Mega modas	Ropa polar
22	Winter	Calentadores
23	Telcot	Punto camisetas ternos deportivos
24	Sioop	Calentadores camisetas camisa
25	Sol te viste	Ropa casual y deportiva
26	Statutex	Sacos
27	Efectos	Chompas deportivas
28	Bonboo	Calentadores
29	Ternuritas	Ropa de bebe
30	Zamtex	Chompas deportivas
31	Confecciones elizabeth	Calentadores
32	Moda activa	Calentadores
33	Quinto elemento	Calentadores
34	Katty deportivo	Ropa deportiva casual
35	Elan	Calentadores
36	Didier	Ropa deportiva casual
37	Amy fashion	Calentadores
38	Kosite	Calentadores
39	Monitos	Ropa deportiva casual
40	Diana carolina	Sacos
41	Novedades israel	Ropa deportiva casual
42	Creaciones gortex	Calentadores
43	Bebecitos	Ropa de bb monitos
44	Comercial textil	Ropa deportiva sacos de lana
45	Limatex	Sacos de todo tipo
46	Dlui	Sacos lana
47	Tentation store	Pijamas
48	Arena	Pijama ropa de bebe
49	Santex for sport	Sacos
50	Expo textil	Sacos calentadores
51	Pera	Sacos blusas
52	Monny	Sacos
53	Chichos	Ropa de niños
54	Cizot sport wear	Ropa deportiva
55	Pasa	Calentadores
56	Sitexa	Ropa deportiva casual
57	Tesutti	Sacos de lana niño casual
58	Creaciones marlon	Ropa deportiva
59	Baby kids	Ropa de niños
60	Samicsport	Uniformes deportivos calentadores
61	Visuti	Ropa casual y deportiva
62	Tejidos mony	Sacos
63	Kevintex	Ropa deportiva
64	Manolos confecciones	Ropa casual deportiva sacos

65	Womactive	Calentadores
66	Malga confecciones	Ropa deportiva casual
67	Eltex	Sacos
68	Active	Ropa deportiva
69	Objetos creacion textil	Ropa casual
70	Dreams collection	Sacos
71	Karens creaciones	Sacos
72	Anabel coleccion	Ropa deportiva
73	Diter	Calentadores chompas
74	Tu moda	Calentadores
75	Paulos	Sacos
76	Asiel	Calentadores
77	Artica	Sacos
78	Tejidos pamela	Calentadores
79	Karytex	Ropa casual
80	Creaciones melis	Calentadores
81	Pink	Ropa casual
82	Stefy	Sacos
83	Rossys	Mochilas accesorios
84	Protexil	Sacos
85	Carlex	Sacos
86	Sarahi	Sacos
87	D cache	Ropa deportiva
88	Rarens	Ropa deportiva
89	Bebeland	Ropa de bebe
90	Confecciones any printex	Interior pillamas polar
91	Conffel	Ropa casual
92	Paola	Ropa casual
93	Fashion boutique	Ropa casual
94	Caballeros	Ropa formal
95	Miniños	Ropa de bebe
96	Jolene	Ropa casual, deportiva
97	Excellent	Ropa casual deportiva
98	Mikas	Sacos
99	Mcriss	Ropa casual
100	Mega store	Ropa casual y deportiva
101	Maiger	Sacos
102	Karlitex	Sacos ropa casual
103	D_nys	Sacos
104	Rossy	Sacos
105	Confecciones patricia	Ropa deportiva y casual
106	Lorena	Sacos
107	12 25	Ropa deportiva
108	Zero	Ropa casual y deportiva
109	Creaciones jiretex	Ropa casual sacos
110	Tejidos y confecciones gretti	Sacos calentadores
111	Aby cris	Ropa deportiva
112	Maomfine	Carteras

113	Tejidos anahi	Sacos
114	Creaciones sharian	Ropa deportiva
115	Nidia	Ropa interior pijamas
116	Jyn	Ropa casual y deportiva
117	Strellit	
118	Creaciones fashel	Sacos ropa deportiva y casual
119	Pequeños gigantes	Ropa infantil
120	Futuritos	Ropa deportiva
121	Creaciones emperatriz	Abrigos chompas pijamas
122	Captos	Ropa casual y deportiva
123	La marca	Ropa deportiva
124	Line si7	Ropa deportiva
125	Tejidos markos	Sacos
126	Mi piel latina	Sacos ropa casual y deportiva

FUENTE: Observación directa

ELABORADO POR: La autora

Cuadro N° 24. Microempresas

PEQUEÑAS EMPRESAS DE ATUNTAQUI	
NUMERO	ACTIVIDAD
396	CREACION DE ROPA DEPORTIVA, POLAR

FUENTE: Observación directa

ELABORADO POR: La autora

Antes de cerrar la cámara de comercio se hizo la entrevista aplicada al encargado de la misma y explicó que el desarrollo del Cantón se genera por los ingresos textiles por las ventas de las prendas de alta calidad, que hace que el cliente propio o ajeno al Cantón se sienta satisfecho por ello resaltó que es importante que siendo una Ciudad de moda e industrial debe tener a mano las Materias primas donde se incluye a los cierres.

La municipalidad de Antonio Ante para la elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal solicitó apoyo a organismos nacionales e internacionales tales como CARE, PNUD, MICIP, ONUDI, CEPAL, CCF, UNION EUROPEA entre otros; los cuales capacitaron primordialmente a instituciones como la cámara de Comercio sobre temas de planificación y desarrollo local. Además el Gobierno Municipal se ha encargado de brindar a los confeccionistas o artesanos textiles las herramientas necesarias para una participación más activa.

- Tasa de participación laboral

Al relacionar la PEA con la población total del cantón se puede obtener la tasa bruta de participación laboral donde se observa que Antonio Ante en el censo del 2010 tiene una tasa bruta de 43,60%, ligeramente superior a las tasas de la provincia y país. Los hombres presentan tasas más altas que las mujeres en todos los casos, la que menor tasa posee es la parroquia de San Roque con 36,36%. La comparación entre el censo 2001 y censo 2010 evidencia que los mayores incrementos de esta tasa se presentan en San Francisco de Natabuela y Atuntaqui-Andrade Marín, y la menor en San Roque.

Cuadro Nº 25. Tasa de participación laboral

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL	2010	2001
PARROQUIA / SEXO	TASA BRUTA DE PARTICIPACIÓN LABORAL %	TASA BRUTA PARTICIPACIÓN LABORAL %
ATUNTAQUI - ANDRADE MARIN		
URBANO	46,85	41,83
Hombres	53,40	53,07
Mujeres	40,80	31,39
ATUNTANQUI - ANDRADE MARÍN		
RURAL	44,31	40,80
Hombres	56,05	59,04
Mujeres	32,91	24,00
PARROQUIA ATUNTAQUI - ANDRADE MARÍN		
	46,63	41,76
Hombres	53,63	53,51
Mujeres	40,14	30,84
CANTÓN URBANO		
	46,85	41,83
Hombres	53,40	53,07
Mujeres	40,80	31,39
IMBAYA		
	43,39	38,20
Hombres	57,21	58,63
Mujeres	29,03	18,91
SAN FRANCISCO DE NATABUELA		
	44,88	39,44
Hombres	55,42	54,07
Mujeres	35,10	25,71
SAN JOSÉ DE CHALTURA		
	42,29	37,78
Hombres	52,50	53,44
Mujeres	32,97	22,96
SAN ROQUE		
	36,36	35,82
Hombres	46,12	48,86
Mujeres	26,93	23,22
CANTÓN RURAL		
	40,49	37,51
Hombres	50,91	52,17
Mujeres	30,56	23,57
CANTÓN		
	43,60	39,64
Hombres	52,11	52,61
Mujeres	35,61	27,45
PROVINCIA		
	42,37	38,31
Hombres	51,76	52,25
Mujeres	33,48	25,03
PAÍS		
	42,07	37,59
Hombres	53,64	52,84
Mujeres	30,70	22,64

FUENTE: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

ELABORADO: La autora

1.6. Matriz AOOD (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos)

1.6.1. Aliados

- La ubicación estratégica de la ciudad, se presta para desarrollar toda actividad productiva.
- La publicidad que promueve el GAD del cantón conjuntamente con los productores textiles para atraer al turista en el transcurso de todo el año.
- La creación de microempresas textiles que se dedican a la compra de diversos insumos para la confección.
- Proyectos entre el GAD y organismos que ayudan al fortalecimiento de la asociatividad mediante convenios.
- Accesibilidad a servicios básicos, vialidad y transporte con mayor porcentaje en la zona urbana.
- Las instituciones financieras buscan financiar el emprendimiento de negocios para así contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad.

1.6.2. Oponentes

- Las nuevas salvaguardias arancelarias que afectan la importación de ciertos productos en nuestro caso la importación de la maquinaria.
- Creación de nuevos almacenes dedicados a la venta de cierres en el cantón.

1.6.3. Oportunidades

- La ubicación geográfica de Atuntaqui es excelente ya que se encuentra en el centro de Imbabura siendo un paso de ingreso para visitantes, contribuyendo con las actividades textiles, gastronómicas, turísticas e industriales del cantón.

- La organización de Ferias textiles que constituyen un factor de dinamización de la economía a nivel cantonal.
- La existencia de pocos locales que comercializan cierres en el cantón Antonio Ante.
- La inexistencia de fábricas que produzcan cierres

1.6.4. Riesgos

- No contar con la materia prima necesaria para cubrir la producción de cierres.
- La iliquidez en el mercado que afecte a los sectores productivos en especial a las microempresas textiles del cantón.

1.7. Determinación de la oportunidad del diagnóstico

Se ha definido la Ubicación Geográfica, los distintos grupos humanos se interrelacionan con el medio ambiente, sus paisaje, la industria textil y las parroquias urbanas y rurales donde están las diversas actividades del cantón Antonio Ante, siendo aquí donde la población obtiene su fuente de trabajo permitiéndole una mejor calidad de vida.

En aspectos socio - económicos Antonio Ante busca ser competitivo, siendo su principal fuente de empleo la producción textil y comercialización de las prendas así como la expansión del turismo considerando a la antigua fábrica Imbabura como atractivo turístico ya que es considerado Patrimonio Cultural, por ello la Municipalidad trabaja con asociaciones afines buscando el posicionamiento nacional e internacional, para ello proponen estrategias que promuevan la creación de microempresas afines a la Industria textil.

Con todos los antecedentes en la parte comercial y textil se considera que si Atuntaqui hoy en día es una ciudad de industria y moda se propone que la materia prima e insumos de confección se adquiera en la misma

ciudad, por lo que el GAD municipal promueve la iniciativa de crear fábricas productoras de materia prima dentro de las cuales está los cierres que son utilizados por las fábricas y pequeños negocios artesanales.

La gran mayoría de empresarios compran este insumo en otras ciudades e inclusive importan de otros países porque Atuntaqui no cuenta con empresas que se dediquen a la fabricación de este insumo, existiendo únicamente pocos locales distribuidores que no cubren la gran demanda lo que genera un gran problema para las fábricas de la ciudad provocando un retardo en la producción. Las empresas que venden la materia prima para las fábricas que confeccionan las prendas de vestir son las siguientes:

Cuadro N° 26. Empresas que venden materia prima en la C. de Atuntaqui

Empresas afiliadas a la cámara de comercio de Atuntaqui- hilos y telas	Tipo de actividad
	INDUSTRIA DEDICADA A LA VENTA DE TELAS
	EMPRESA DEDICADA A VENDER HILOS DE BORDAR Y CONFECCIÓN
	ALMACEN DE VENTA DE LANAS
	DEDICADO A VENTA DE TELAS EN ALGODÓN Y LICRA
	ALMACEN DE VENTA DE HILOS Y LANA DE COSTURA
<u>NORTESTIL.S.A</u> Venta al por mayor menor telas importadas	TELAS DE ALGODÓN Y CIERRES
<u>NovateX</u> Lo mejor en calidad	TELAS POLIESTER Y ACRILICAS
<u>I PAST PRINT</u>	TELAS EN LICRA
<u>BASAR MIRIAM</u> Toda clase de artículos para la confección	CIERRES, BOTONES, CINTAS, HILOS
<u>Comercial Vallejos</u>	BOTONES, HILOS Y CIERRES
Importadora de cierres e hilos SANTY En todas las medidas variedades y colores	HILOS Y CIERRES
DISTRIBUIDORA D´ MAURI Materiales para la confección	HILOS, AGUJAS, CIERRES, BOTONES, ELASTICOS

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: La autora

En el cuadro anterior se puede observar que son pocas las empresas que se dedican a la comercialización de cierres siendo una gran oportunidad para la creación de este proyecto.

Luego de haber realizado el diagnóstico situacional se determinó que las condiciones históricas, geográficas, de servicios básicos e infraestructura, demográficas, de producción textil, comercial y turística del cantón Antonio Ante prestan el entorno idóneo para la implementación de una empresa productora y comercializadora de cierres en ciudad de Atuntaqui.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La Empresa

2.1.1. Definición de empresa

Para (Parking M., 2014:44) es: “Una empresa es una unidad económica que contrata factores de producción y los organiza para producir y vender bienes y servicios.”

(Hernández S. y Polido A., 2011:22), señala que: ...“es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción socialmente útil de acuerdo con las exigencias del bien común.”.

Mediante lo citado anteriormente se puede decir que estos dos autores tienen ideas semejantes, ya que ellos expresan que una empresa es una unidad económica que reúnen esfuerzos y recursos económicos, humanos, tecnológicos, para poder llevar en marcha las actividades económicas, teniendo como propósito el surgimiento de la misma.

2.1.2. Tipos de empresa

Se clasifica de la siguiente manera:

La clasificación de empresas más difundida es la siguiente:

a) Por su tamaño

Número de empleados y ventas netas anuales, para establecer el tamaño que tiene cada empresa.

Cuadro N° 27. Tamaño por ventas o número de empleados

Tamaño	Número de empleados	Ventas netas anuales
Micro	1 a 15 empleados	Hasta \$900000
Pequeña	16 a 100 empleados	Hasta \$9000000
Mediana	101 a 250 empleados	Hasta \$20000000
Grande	Más de 250 empleados	Más de \$ 200000000

Fuente: Fundamentos de gestión empresarial

b) Por su giro

El giro es ya sea industrial, comercial, o de servicios.

Las empresas industriales se dedican tanto a la extracción y transformación de recursos naturales (renovables o no).

Las empresas comerciales se dedican a la compraventa de productos terminados, y sus canales de distribución son los mercados mayoristas, minoristas o detallistas, así como los comisionistas.

Las empresas de servicios ofrecen productos intangibles, y sus fines pueden ser o no lucrativos.

c) Por el origen de su capital y recursos

Por el origen y propiedad de sus recursos, las empresas son públicas, privadas transnacionales o mixtas.

- Las empresas públicas son aquellas cuyo capital proviene del estado y su propósito es satisfacer las necesidades que no cubre la iniciativa privada.
- Las empresas privadas se distinguen porque su capital proviene de inversionistas particulares.
- Las transnacionales son empresas, ya sea privadas o públicas, cuyo capital proviene del extranjero y tienen presencia en muchos países.
- Las empresas mixtas trabajan con capital del estado y la iniciativa privada.

d) Por sus sectores económicos

Silvestre Méndez, destacado autor de temas económico-administrativo, divide los sectores en las ramas que muestra la siguiente figura:

Ilustración N° 1. Sectores de la economía



Fuente: Fundamentos de gestión empresarial
Ibid. p. 26

Con lo mencionado anteriormente podemos clasificar a las empresas desde diferentes puntos de vista: por su tamaño tomando en cuenta el número de empleados y las ventas netas anuales, por su giro siendo estas industriales comerciales o de servicios, por el origen del capital como son públicas privadas y mixtas y por sus sectores económicos.

2.1.3. Importancia de la empresa en la economía

(Sarmiento R., 2010:4), Señala que:

Toda empresa antes de iniciar sus operaciones, deberá en primer lugar planificar para así acogerse a las normas legales establecidas en nuestra propia legislación, con la finalidad de funcionar legalmente, ya que de esta manera, además tendrá derecho a ciertos beneficios de protección estatal; según el caso, tales como: incentivos de orden crediticio, arancelario y tributario entre otros.

Una empresa es sustancial por cuanto es formada por un grupo de personas que se dedican a realizar actividades específicas con el fin de tener ingresos que les permita satisfacer sus necesidades, por tal motivo la empresa es importante ya que ayuda a reducir los índices de desocupación y desempleo en un país.

2.2. La Producción

2.2.1. Definición de producción

(Pearson A., 2014:259), establece que: “podemos definir la producción como el proceso mediante el cual se transforman materias primas en un buen servicio, con un valor agregado mayor.”

En el campo de la economía, la producción está definida como la creación y el procesamiento de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La

producción constituye uno de los procesos económicos más importantes y es el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza.

2.3. La Comercialización

2.3.1. Definición de Comercialización

(Baca G., 2013:64), define a la comercialización así: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”

Comercialización significa dinamizar una actividad desde el momento que se pone en marcha con la idea de negocio, hasta el momento que los consumidores adquieren el producto. Por tanto la comercialización significa vender la imagen de la empresa a través de bienes servicios.

2.3.2. Canales de Comercialización o distribución

Manifiesta que:

Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detiene esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratara de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista. Ibid (p. 65)

2.3.3. Canales para productos de consumo popular

- a) Productores-consumidores
- b).Productores-minoristas-consumidores
- c).Productores-mayoristas-minoristas-consumidores
- d).Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores

2.3.4. Canales para productos industriales

Producto-usuario industrial

Productor distribuidor industrial-usuario industrial

Productor-agente-distribuidor-usuario industrial.

2.4. El Cliente

2.4.1. Definición de Cliente

(James R. Evans William m., 2015:100) “El concepto de “cliente” puede significar muchas cosas diferentes. La mayoría de los empleados piensan que los “cliente” son aquellas personas que finalmente compran y usan los productos de una compañía.

El cliente es la persona que hace uso de sus recursos económicos para apoderarse de un bien o servicio que sea de su agrado por motivo de gusto o necesidad.

2.4.2. Los Cierres

Ilustración N° 2. Tipos de cierres



Fuente: (www.google.com, 2015:1)

a) Definición de cierres

Consiste en dos cintas sobre las cuales se montan en filas a lo largo del borde de cada una, elementos individuales de engranaje y un mecanismo movable llamado deslizador que abarca las dos filas de dientes, que cuando se mueve en una dirección hace que los elementos de una cinta se engranen con los de la otra cinta y que cuando se mueve en la dirección opuesta hace que los elementos se separen.

Cierre consiste en dos tiras flexibles, generalmente metálicas o de plástico de diferentes tamaños provistas de dientes que se traban o se destraban según el sentido en que se desliza una corredera, son utilizados para diferentes prendas de vestir.

a) Cadena

Ensamble formado por los distintos elementos de engranaje de las dos tiras.

Anchura de la cadena

Distancia entre los extremos de los hombros de los elementos engranados (espiral continuo); o distancia entre los extremos de las patas de los elementos engranados (elementos individuales).

Espesor de la cadena

Distancia entre el frente y la parte posterior de la cadena.

b) Caja

Elemento permanente sujeto al pin retenedor en el extremo inferior de a tira. Tiene una abertura formada para ajustar el pin separador. Para cerrar se pasa dicho pin a través del deslizador y luego se inserta en la abertura. Así la caja mantiene las dos tiras alineadas para el engranaje.

c) Cinta

Banda de material textil a lo largo de la cual se sujetarán el cordón y los dientes o elementos de monofilamento continuo.

Extremo de la cinta

Cinta que se encuentra después de los topes en ambos extremos de las tiras.

Anchura expuesta de la cinta

Parte de la cinta que se encuentra después de los hombros (espiral continua) o patas (Elementos individuales).

d) Cordón

En el cierre de elementos separados es la sección aumentada, o el borde interno de cada una de las cintas, en lo cual se fijan los dientes.

En el cierre de monofilamento continuo, es la sección colocada en el interior del espiral continuo.

e) Deslizador

Dispositivo que abre el cierre cuando se opera en una dirección y lo cierra cuando se opera en sentido contrario.

f) Tipos de Deslizador

Deslizador con freno automático.- el provisto de una acción fijadora automática en la cadena, que permanece fijo en cualquier posición.

Deslizador con freno semiautomático.- el provisto de una acción fijadora semiautomática en la cadena, que solamente actúa en las dos posiciones de la paleta paralelas al deslizador.

Deslizador con freno de pin.- aquel que incorpora un pin saliente de la paleta a través de la ventana del cuerpo del deslizador para bloquear los dientes por los hombros cuando la paleta está abajo en posición paralela al deslizador.

Deslizador libre.- aquel que no presenta ningún bloqueo.

Las partes principales del cuerpo del deslizador son las siguientes:

- Nariz.- parte del cuerpo del deslizador en la cual se conecta la paleta.
- Labios.- bordes del cuerpo de los deslizadores formados para contener la cadena.
- Boca.- Abertura inferior del cuerpo del deslizador que recibe la cadena. El ancho de la boca se define como la distancia inferior entre los labios del deslizador en el punto donde se apoyan los hombros o patas de los dientes.
- Gargantas.- las dos aberturas superiores que reciben las tiras.
- Cuello.- parte cuneiforme entre las gargantas

- Ventana.- abertura a través de la cual penetran los frenos de la paleta.

g) Dientes (Elementos de engranaje)

En forma general son elementos fijados a lo largo del cordón de cada tira, los cuales son engranados o desengranados por el movimiento del deslizador.

- Para cierres de elementos individuales los dientes son elementos separados, diseñados para el engranaje y fijados a lo largo del cordón de la cinta.
- De igual forma que el anterior para los cierres de monofilamento continuo, los dientes son elementos formados en espiral.

Las partes principales son las siguientes:

- Bolsillo.- cavidad que recibe la cabeza del diente metálico correspondiente de la otra tira para efectuar el engranaje.
- Cabeza del diente metálico.- parte del diente que se engrana en el bolsillo.
- Cabeza del diente de monofilamento continuo.- formación predeterminada formada en la sección transversal de los monofilamentos, en el punto donde estos se engranan.
- Hombro.- superficie de apoyo del diente por el cual la cadena es contenida en los labios del deslizador.
- Hombro de elementos individuales.- superficies ubicadas a lado y lado de la cabeza del elemento (dientes).
- Patas.- partes del diente que se ajustan en el cordón.
- Altura.- distancia tomada desde la parte superior de la cabeza hasta la parte inferior de las patas.

h) Hilos de fijación

Hilo que asegura los monofilamentos continuos en el cordón de la cinta.

i) Paleta

Elemento conectado al deslizador y con el cual se opera este.

Las partes principales son las siguientes:

- Orificio.- abertura al final de la paleta
- Soportes.- dos pivotes en la base que lo ajustan en la nariz
- Palanca metálica.- porción o porciones de la paleta que se extienden a través de la ventana o ventanas del deslizador para efectuar la acción de fijación, en los deslizadoros de palanca mecánica.
- Alfiler de palanca mecánica.- saliente de la paleta que se extiende a través de la ventana del deslizador y se ajusta entre los dientes adyacentes de la cadena cuando el deslizador de fijación mecánica está en posición de cerrado.

j) Pin separable

Elemento parecido a un tubo, sujeto en la parte inferior del cordón de una tira.

k) Tira

Lado de la cadena constituido por la cinta, el cordón y los dientes.

l) Topes

Elementos colocados en los extremos superior e inferior de la cadena o de la tira, que evitan que el deslizador se salga de la cadena.

De acuerdo con la posición existen diferentes tipos de topes:

- Topes superiores.- elementos colocados entre los dientes o inmediatamente encima de ellos, en unión ambas tiras, que evitan que el deslizador se salga de la cadena.
- Tope superior en puente.- elemento fijado, colocado inmediatamente encima de la cadena, el cual mantiene sujetos los extremos de las dos tiras, evitando que el deslizador se salga de la cadena.
- Tope inferior.- elemento fijo colocado en ambas tiras, inmediatamente debajo o sobre la cadena, el cual mantiene juntos los extremos de las dos tiras, evitando que el deslizador se salga de la cadena.
- Tope de seguridad.- elemento fijo sujeto en la parte superior o cerca de ella, en la tira que contiene el pin separable. Este elemento limita la carrera del deslizador en el extremo abierto de la cadena bajo operaciones normales de cerrado. El deslizador puede avanzar hasta el tope superior cuando se le imprime una fuerza adicional. Son utilizados en cierres de apertura rápida o de seguridad.

a) Clasificación de los cierres

De acuerdo con los elementos de engranaje los cierres de cremallera se clasifican así:

- Cierres de elementos individuales.- aquellos que consisten en dos hileras de elementos de engranaje separados, llamados dientes, cada una sujeta a los bordes opuestos de las dos cintas. Este tipo de cierres puede ser troqueado (metálico) o inyectado (plástico o metálico).
- Cierres de monofilamento continuo.- aquel que consiste en dos engranajes continuos de elementos de monofilamentos, cosidos a los bordes opuestos de dos cintas (asimétricas).

De acuerdo con el tipo de tope inferior, los cierres se clasifican así:

- Cierre de cremallera fijo.- es aquel que está compuesto de dos tiras que están permanentemente sujetas a la parte inferior del cierre.
- Cierre de cremallera separada.- aquel que está ajustado con componentes especiales en el extremo inferior de la cadena del cierre, que permite la unión y la desunión completa de las dos tiras.

2.5. Estudio de mercado

(Nassir S., 2009:64). Menciona: “El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”. Pág. 54

El estudio de mercado se refiere al análisis de la información recolectada a través de la encuesta, entrevista, entre otras, esta información tiene que ver con, gustos y preferencias de los consumidores, precios de la competencia, demanda, oferta, etc. El estudio de mercado ayuda a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

2.5.1. Mercado

(Gregory N., 2015:66) “Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un bien o servicio particular. Los compradores son el grupo que determina la demanda del producto y los vendedores son el grupo que determina la oferta de dicho producto.”

El mercados es el lugar donde se encuentran vendedores y compradores de productos los cuales tienen un valor para la transacción económica, el mercado está manejado por la oferta y la demanda para la determinación del valor económico de las mercancías, cuando existe mucha oferta de productos y poca demanda del mismo el precio baja y cuando existe poca oferta de productos y mayor demanda de consumidores el precio alza.

La concepción de mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos de alza y baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar. Aparece así la delimitación de un mercado de productos, un mercado regional, o un mercado local.

a) Oferta

“Cantidad de un bien que los vendedores puedan y quieran vender.” Ibid. p. 73

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer los bienes o servicios similares a la del proyecto que se desea implementar. La oferta puede ser analizada desde el punto de vista histórico, actual, futuro; al igual que la demanda se puede utilizar los mismos métodos de proyección.

b) Demanda

“Cantidad de un bien que los compradores están dispuestos y tienen la capacidad de comprar.” Ibid. p. 67

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar un producto o servicio para satisfacer sus necesidades. La demanda puede ser considerada en relación a su probabilidad y al tipo de consumidores. En relación al tiempo a la demanda puede ser histórica, actual y futura.

c) Producto

(Paolo J. Gómez V., 2009:68), Afirma “El producto es todo aquello que la empresa o que la organización elabora o fábrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores.”

(Munch L., 2010:229). Menciona: “El producto es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, tales como: Presentación, empaque, diseño, contenido, e intangibles como: marca, imagen, ciclo de vida y prestigio”.

El producto es aquel que oferta las empresas de cualquier tipo sean industriales, comerciales o servicios, las mismas siempre persiguen el propósito de satisfacer las necesidades del consumidor y cumplir con las expectativas del mercado.

d) Precio

(Stanton, William, Michael J., Walker, J., 2008:77). Afirma: “Es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad(es un atributo con el potencial para satisfacer necesidades o deseos) que se necesitan para adquirir un producto”

El precio de un producto o servicio está relacionado directamente con las ventas, ya que el valor monetario expresado en dinero es el precio de cualquier producto o servicio.

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en un mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial I en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos.

e) Plaza

En la página web (espanol.answers.yahoo.com, 2015), establece que:

Define dónde comercializar el producto (bien o servicio) que se ofrece. Considera el manejo efectivo de los canales logísticos y de venta, para lograr que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Los canales de distribución hacen llegar el producto hasta el comprador potencial.

La plaza es el lugar donde se ofertan los productos sean estos bienes o servicios para que sean consumidos por los clientes en condiciones adecuadas y justas.

f) Promoción

Los autores (Stanton J., Etzel J., Walker B., 2008:506).Citan: “Como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”.

La promoción es conocida como una estrategia comercial que se utiliza para vender el producto, la misma que permite a través de su promoción persuadir ante el consumidor su preferencia de compra.

2.6. Estudio Técnico

(Arévalo, A., 2012:57), **Proyectos de Inversión**, manifiesta:

El estudio técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad en operación, esto es: la tecnología, magnitud de los costos de inversión, los costos y gastos de producción, y todo ello en función de un programa de producción.

El estudio técnico responde a los interrogantes básicos: cuánto, dónde, cómo, y con que producirá la empresa que se propone poner en marcha. Se busca diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles, como son: análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto, análisis y determinación de la localización óptima del proyecto, ingeniería del proyecto.

2.6.1. Tamaño del Proyecto

Córdoba P. Marcial, (2010) p. 211. Señala que: “El tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento”.

2.6.2 Localización del proyecto

Determinar el lugar donde el proyecto lograra la máxima utilidad o el mínimo costo. Por ello la decisión de donde ubicar el proyecto debe obedecer no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso de preferencias emocionales; tomando en cuenta los siguientes factores: medios y costos de transporte, disponibilidad y costos de mano de obra, cercanía de las fuentes de abasto, cercanía de mercado, factores ambientales y climáticos, topografía de suelos, disponibilidad de agua, luz y otros suministros, comunicaciones, entre otros. Ibid. p. 222

La localización del proyecto se refiere a la selección adecuada de la ubicación estratégica del proyecto, tomando en cuenta los factores como: medios y costos de transporte, disponibilidad y costos de mano de obra, cercanía de las fuentes de abasto, cercanía de mercado, factores ambientales y climáticos, entre otros; lo que permitirá reducir costos y por ende maximizar las ganancias de la empresa.

a) Macro localización

(Spencer M., 2010:286). “También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.”

La macrolocalización toma en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la

demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto.

b) Micro localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. Ibid, p. 287.

La microlocalización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa .Se debe indicar la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara.

2.6.2. Ingeniería del proyecto

Para los autores (Sapag, CH. Nassir,, 2009:144).Manifiesta: “Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”.

La ingeniería de proyecto se refiere a la combinación adecuada de los recursos materiales, humanos y tecnológicos disponibles en la empresa para la fabricación del producto o prestación del servicio en las cantidades definidas por el productor.

2.7. Estudio Financiero

La evaluación económica describe los métodos actuales devaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no

toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra su aplicación práctica. Out.cit p. 2.

El estudio financiero es el análisis que se realiza con el fin de determinar la inversión final del proyecto y la utilidad o pérdida que tendrá la implementación del mismo, a través de indicadores financieros pertinentes.

2.7.1. Ingresos

“Cantidad pagada por los compradores y recibida por los vendedores de un bien. Esta cantidad es el precio de un bien multiplicado por la cantidad vendida de bienes.” Out.cit p. 94.

No debe utilizarse como sinónimo de entradas en efectivo, ya que éstas se refieren exclusivamente al dinero en efectivo o su equivalente que se recibe en una empresa sin que se afecten sus resultados.

2.7.2. Egresos

(Miranda J., 2006:192), afirma: “Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias”.

Consecuentemente los egresos en una empresa se reflejan en la salida de dinero para poder solventar los gastos que se efectúen en una empresa.

a) Costos

“Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad).” Out.cit p. 171.

El Costo es lo que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas.

- Materia Prima

- ✓ Materia Prima Directa

(Calleja F., 2013:79) “De los tres elementos del costo, el más fácil de identificar, el más tangible, es la materia prima o material directo. Casi en cualquier ejemplo de un bien producido, podemos identificar sus principales materias primas, aun cuando no seamos expertos.”

Los materiales que se identifican claramente en un artículo terminado toman el nombre de materiales directos o materia prima directa, y tienen la particularidad de ser fácilmente medibles en la cantidad que forman parte del artículo terminado

- ✓ Materia Prima Indirecta

(Chiliquinga M., 2007:9), Señala que “La materia prima indirecta puede o no formar parte del producto terminado, son de difícil cuantificación por dos razones fundamentales, tiempo y costo”.

Son todos los materiales sujetos a transformación que no se puede identificar o cuantificar plenamente en los productos terminados y se acumulan dentro de los cargos indirectos, pueden o no formar parte del producto.

- Mano de Obra

El segundo elemento, la mano de obra, en realidad también es bastante fácil de imaginar. Si nos detenemos a pensar en ciertos productos, podemos suponer como fueron fabricados o, tal vez, hemos estado en una planta industrial y lo hemos observado directamente: una línea de producción en la que diversos obreros con funciones muy específicas van tomando la materia prima en sus manos o la colocan en sus máquinas y la transforman hasta lograr el producto terminado. Ob.cit. p. 13.

Mano de obra directa: son los salarios que se pagan a las personas que participan directamente en la transformación de la materia prima en producto terminado y que se puede identificar o cuantificar plenamente con el mismo se denomina como mano de obra directa

Mano de obra indirecta: son los sueldos y salarios que se pagan al personal de apoyo a la producción y que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con la elaboración de partidas específicas de productos, se clasifican como mano de obra indirecta

- Costos Generales de Fabricación

Todos los costos de producción diferente de los materiales directos y de la mano de obra directa se agrupan a esta categoría. En una empresa manufacturera también se conoce como gasto o cargos de fabricación dicha categoría contiene una gran variedad de aspectos. Ibid. p. 14.

Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo.

- b) Gastos

Define que: “el gasto son los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar (Costo de distribución)”. Out.cit. p. 9.

Se denomina gasto a la partida contable (de dinero) que cierta y directamente disminuye el beneficio, o en su defecto, aumenta la pérdida de los bolsillos, en el caso que esa partida de dinero haya salido de la cuenta personal de un individuo o bien de una empresa o compañía

- Gastos de Administración

Son, como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no solo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarías, así como los gastos generales de oficina. Out.cit. p. 174.

Se refieren básicamente a los sueldos del personal que tendrá a su cargo la empresa, los gastos de oficina, trámites legales y en general todos aquellos gastos referentes a la administración general. Tales como prestaciones, depreciaciones administrativas, amortización de diferidos, seguros, impuestos.

Dichos gastos necesariamente se los realiza en toda empresa productiva.

- Gastos Financieros

“Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo.” Out.cit. p. 174.

Son los Gastos incurridos por la empresa en la obtención de recursos financieros y que están representados por los intereses y primas sobre pagarés, bonos, etc. emitidos por la empresa.

- Gastos de Ventas

Gastos incurridos en actividades como la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; el estudio de la estratificación del mercado; las cuotas y los porcentajes de parificación de la competencia en el mercado; la adecuación de la publicidad que realiza la empresa; las tendencias de las ventas etc. Out.cit. p. 64

Son los costos que paga una empresa cuando se encuentra haciendo promoción o ventas a domicilio de su producto. Los gastos de venta se realizan al comercializar el producto. Esto también incluye los gastos de promoción o parte de la publicidad, en fin son todos los gastos q se incluyen el ventas o parte de la comercialización de los productos.

- Depreciaciones

“El termino depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero el primero solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian.” Ibid. p. 64

La depreciación, consiste en reconocer de una manera racional y ordenada el valor de los bienes a lo largo de su vida útil estimada con anterioridad con el fin de obtener los recursos necesarios para la reposición de los bienes, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva del ente público.

- Amortizaciones

“La amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles, ya que el termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.” Ibid. p. 175

2.7.3. Estados Financieros

(Sarmiento R., 2008:245). Define: “Los Estados Financieros son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el propósito de conocer la real situación económica financiera de la empresa”.

Los Estados Financieros son aquellos informes que se realizan al finalizar un período económico financiero, en los que se resumen las operaciones realizadas dentro de ese período.

a) Estado de situación financiera

“El Balance General o Estado de Situación Financiera es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico, según el caso”.

Ibid p. 246.

El balance general, por lo tanto, es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha. Gracias a este documento, el empresario accede a información vital sobre su negocio, como la disponibilidad de dinero y el estado de sus deudas.

b) Estado de Resultados

(Gitman J., 2009:141), afirma: “El balance de Resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico.”

Contrastando las definiciones de estos autores podemos decir que el estado de resultados es una estructura financiera donde se resume ingresos, egresos como también se determina la utilidad o pérdida en un periodo económico dado. El balance de resultados muestra en forma clara las utilidades o pérdidas de los ejercicios económicos de las empresas.

c) Flujo de Caja

“El Flujo de Caja es aquel estado que registra las entradas y salidas de efectivo y sus equivalentes”. Out.cit. p. 252.

Ofrece al empresario la posibilidad de conocer los resultados de las actividades de la empresa en un periodo determinado y poder inferir las razones de los cambios en la situación financiera, constituyendo en una importante ayuda en la administración del efectivo, el control del capital, y en la utilización eficiente de los recursos.

2.7.4. Indicadores de Evaluación Financiera

a) Valor Actual Neto

Según (Fontaine R., 2008:88) Manifiesta: “Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero.” Pág.100

Su fórmula de cálculo es:

$$VAN = II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

Cuando se utiliza el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios son los siguientes:

- Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

Si el valor presente neto es mayor que cero, la empresa ganará un rendimiento mayor y su costo de capital. Tal acción debe mejorar el valor de mercado de la empresa y, por lo tanto, La riqueza de sus propietarios.

b) Tasa Interna de Retorno

(Sapag, CH. Nassir,, 2009:144). Manifiesta que: “Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.”

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por periodo con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual y su fórmula es la siguiente:

$$\text{TIR} = \text{Tasa inferior} + (\text{Tasa superior} - \text{Tasa inferior}) \left[\frac{\text{VAN TI}}{\text{VAN TI} - \text{VATS}} \right]$$

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor del mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

c) Costo Beneficio

Una forma alternativa de evaluar económicamente un proyecto, es mediante el método costo-beneficio, el cual consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener. Out.cit. p. 212.

La Relación Beneficio/Costo matemáticamente es igual a la sumatoria del valor presente de los ingresos actualizados a una tasa de interés dividido para la inversión inicial del proyecto actualizado a la misma tasa. El Beneficio/Costo es un indicador financiero de importancia ya que identifica los beneficios del proyecto en relación a la inversión inicial que requiere el mismo, para su aprobación deberá ser positivo.

d) Periodo de Recuperación de la Inversión

(Aching C., 2009:197). Expone: “Permite calcular la cuota inferior o mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”.

Criterios de decisión:

Cuando se utiliza el periodo de recuperación para tomar decisiones de aceptación o rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si el periodo de recuperación es menor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- Si el periodo de recuperación es mayor que el periodo de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

e) Punto de Equilibrio

“Nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.” Out.cit. p. 179

Este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas en el caso del punto de equilibrio en dólares, el costo total como el precio de venta unitario y costo variable unitario para el punto de equilibrio en unidades.

2.8. Estudio organizacional

2.8.1. Misión

(Hernández S. y Polido A., 2011:22, pág. 24)

La definición y comprensión del quehacer de la empresa en el mercado es una “conceptualización” a manera de abstracción profunda y clara. La misión es el punto de partida para la estrategia, la organización y su alineamiento, pues la empresa, como ya dijimos, actúa como sistema productivo encadenado, cuya expresión más sencilla es la relación proveedor- procesador (empresa) clientes.

La misión es la razón de ser de la empresa.

2.8.2. Visión

(Hernández S. y Polido A., 2011:22, pág. 177) “Conjunto de ideas rectoras y mapa de rutas del futuro de la organización, de la dirección que lleva, de la posición que pretende ocupar y de las capacidades gerenciales que requiere.”

La visión expresa las intenciones que la empresa desea alcanzar en los próximos años a través del cumplimiento de objetivos que se hayan planteado para el alcance de la meta principal

2.8.3. Valores

(Calleja F., 2013:79) “El punto vital que da vida al organismo administrativo donde se desenvuelve el acto o la acción. Es la misión de la institución o empresa.”

La empresa debe estar guiado por valores, para que las actividades sean encaminados en un buen servicio para los clientes.

2.8.4. Principios

Los principios son guías universales de una ciencia, arte o técnica que fundamentan y recomiendan acciones que por lo regular, al observarlos cuando se aplican, dan resultados homogéneos. Se basan en la experiencia humana y en la investigación. Ibid. p. 173.

Los principios de respeto entre los trabajadores, las autoridades y los clientes.

2.8.5. Políticas

“Guías generales de la acción gerencial para lograr la estrategia; son establecidas por la alta dirección”. Ibid. p. 179.

Las políticas son lineamientos que las empresas deben seguir para obtener los objetivos planteados.

2.8.6. Estructura organizacional

En la página Web (Enciclopedia Financiera, 2015), define así: “Es un concepto fundamentalmente jerárquico de subordinación dentro de las entidades que colaboran y contribuyen a servir a un objetivo común.”

La estructura organizacional es el conjunto de tareas que buscan cumplir metas de la organización, para lo cual coordina acciones y aprovecha los recursos existentes en la empresa.

2.8.7. Funciones

(Guías Empresariales, 2015)

Un organigrama representa en forma gráfica las principales funciones y líneas de autoridad de una empresa en un momento dado. Existen diversos criterios para fijar el nombre con que se designan las gráficas en las que se representa la estructura de un organismo social.

Las funciones tienen que estar bien especificadas, por parte de los administradores, para que no existan inconvenientes en las actividades productivas.

2.9. Estudio de impactos

(CEPAL, 2009), define que: “El impacto está compuesto por los efectos a mediano y largo plazo que tiene un proyecto o programa para la población objetivo y para el entorno, sean estos efectos o consecuencias deseadas (planificadas) o sean no deseadas.”

Los impactos se deben realizar en todo proyecto, para ver cómo influye en el entorno.

2.9.1. Impacto económico

(Universidad San Martín de Porres, 2005): 219 “Se mide el sector interno como el sector externo de la economía, permitiéndonos visualizar el aporte del mismo al Producto Interno Bruto del país.”

Se debe establecer el nivel de impacto en la localidad que se va a instalar la empresa, como es la ciudad de Ibarra.

2.9.2. Impacto Social

(www.mapunet.org, 2015) “El cambio neto que se da en la sociedad como resultado de la presencia y las actividades de éste.”

La sociedad tendrá un grado de satisfacción, por la implementación de la empresa, por medio de los impuestos que generara la venta.

2.9.3. Ambiental

(Ruiz J., 2006) p. 208. “Es aquel que se usa para hacer referencia a todos aquellos informes, estudios, investigaciones y pruebas que se realicen en determinado ambiente ante los resultados que una transformación en el medio ambiente puede generar.”

El impacto que más influye es el ambiental, para saber qué grado de influencia tiene al medio ambiente.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

Se proporciona información relevante sobre las condiciones de mercado en el cantón Antonio ante, con el fin de determinar cuál es el comportamiento de los dueños o administradores respecto a la empresa de producción de cierres que se plantea ofertar, la demanda, demanda a satisfacer, precios, entre otros aspectos, con el fin de determinar la viabilidad de la creación de la nueva unidad productiva.

3.2. Objetivos

3.2.1. General

Efectuar un estudio de mercado actual en el sector textil que permita la segmentación de la demanda insatisfecha, precio, canales de distribución, publicidad y así determinar las oportunidades latentes de la empresa.

3.2.2. Específicos

- Establecer la demanda de los cierres más utilizados en el mercado.
- Realizar un análisis de la oferta.
- Establecer la demanda por satisfacer, a la cual se podrá vender el producto.
- Investigar sobre el precio de mercado de los distintos cierres.
- Establecer el tipo de comercialización de los productos a producir por la nueva empresa.
- Establecer el tipo de publicidad que se va a utilizar para dar a conocer los diferentes tipos de cierres.

3.3. Productos

El producto que más se consume en el mercado local son los cierres de plástico y nylon utilizados para todo tipo de prenda de vestir como: cremallera de los pantalones, chompas deportivas, entre otros.

Ilustración N° 3. Cierre de Nylon



FUENTE: <http://www.robot.ec/robot/index.php?pag=PAG0000006>

Ilustración N° 4 Cierre de Plástico



FUENTE: <http://www.robot.ec/robot/index.php?pag=PAG0000006>

3.4. Segmentación de mercado

Se consideró los datos de los dueños o administradores de las micro, pequeñas y medianas empresas del cantón Antonio Ante, ya que la venta

de los cierres estará dirigido a desplazar a productos que vienen de otras provincias y hasta del exterior; básicamente los productos estarán encaminados a satisfacer a la producción textil con un componente importante en las prendas de vestir que utilizan mujeres y hombres, para lo cual se hizo una ficha de observación en donde se establecieron los locales que confeccionan prendas de vestir:

Tabla N° 1. Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de Atuntaqui según Tipo de Producción

ACTIVIDAD	NÚMERO
Medianas empresas que producen diversas prendas de vestir	126
Micro y pequeñas empresas que producen ropa deportiva, polar	396
TOTAL	522

Fuente: Observación y FIAPA

Elaborado por: La Autora

3.4.1. Cálculo de la muestra

Fórmula de cálculo

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

En donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

δ = Varianza de población, con el valor constante de 0,25

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza, su valor constante es de 95% (dos colas) equivalente a 1,96

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

e = nivel de error (5%. Para población finita hasta 1000, 3% para población infinita más de mil)

Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{522 \cdot 1,96^2 \cdot 0,5^2}{0,05^2(522 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5^2}$$

$$n = \frac{501,33}{2,836}$$

$$n = 221,54 \cong 222$$

3.5. Presentación de la información

3.5.1. Información Primaria

La información primaria fue recopilada de la siguiente manera:

Encuesta: La encuesta fue aplicada a los propietarios de las empresas textiles de Antonio Ante que ocupan cierres en su producción. Ver cuadro N° 1.

Observación: Esta técnica se aplicó para determinar el nombre y número de empresas textiles que cuentan con un almacén en el centro de la ciudad de Atuntaqui.

3.5.2. Información Secundaria

La información secundaria a utilizar para la elaboración de este proyecto fue recopilada de: El GAD del cantón Antonio Ante, Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, internet, libros especializados, y demás.

3.5.3. Presentación de resultados de las encuestas aplicadas a las empresas productoras que utilizan cierres en las prendas de vestir. Ver cuadro N° 1.

Datos básicos

Sexo

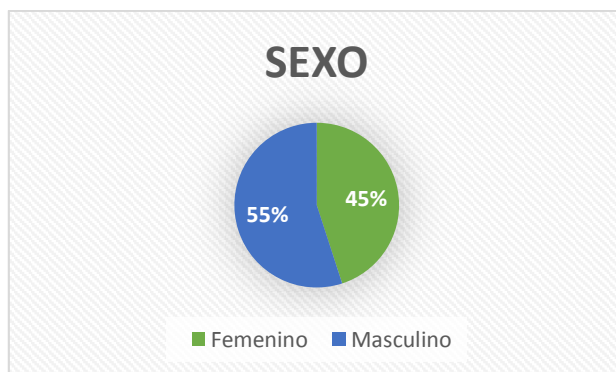
Tabla N° 2. Sexo de los administradores o propietarios

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Femenino	100	45,05%
Masculino	122	54,95%
Total	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4. Sexo de los administradores o propietarios



Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Análisis.

La mayor cantidad de propietarios o administradores son hombres, pero importante porcentaje está dirigido por mujeres, lo que indica que esta actividad tiene una tendencia definida a equidad de género.

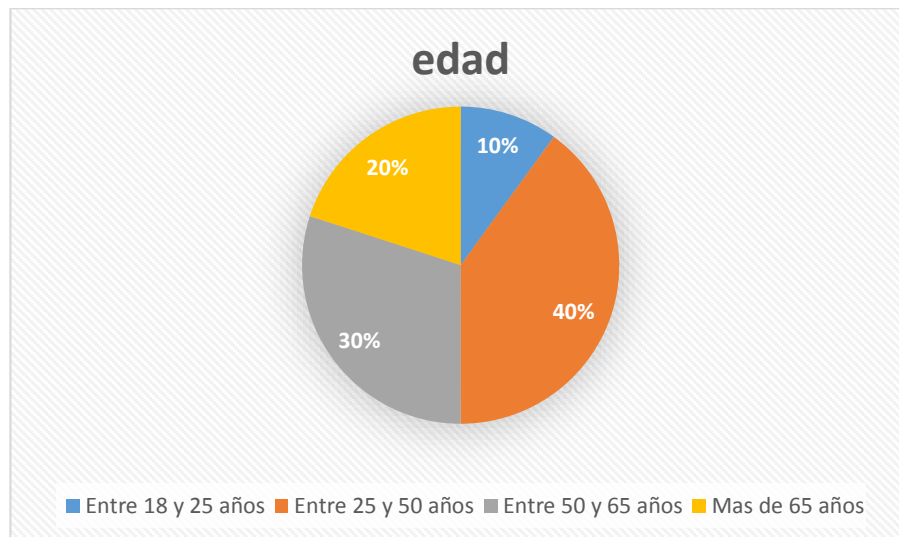
Edad

Tabla N° 3. Edad

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Entre 18 y 25 años	22	10,00%
Entre 25 y 50 años	89	40,00%
Entre 50 y 65 años	67	30,00%
Más de 65 años	44	20,00%
Total	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5. Edad



Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis

Las edades comprendidas entre los 25 y 50 años son las que están llevando las riendas de las unidades productivas en la elaboración de prendas de vestir, la cuales tienen las capacidades físicas e intelectuales óptimas para poder conducir este tipo de actividad que ocupa un tiempo considerable en la industria textil.

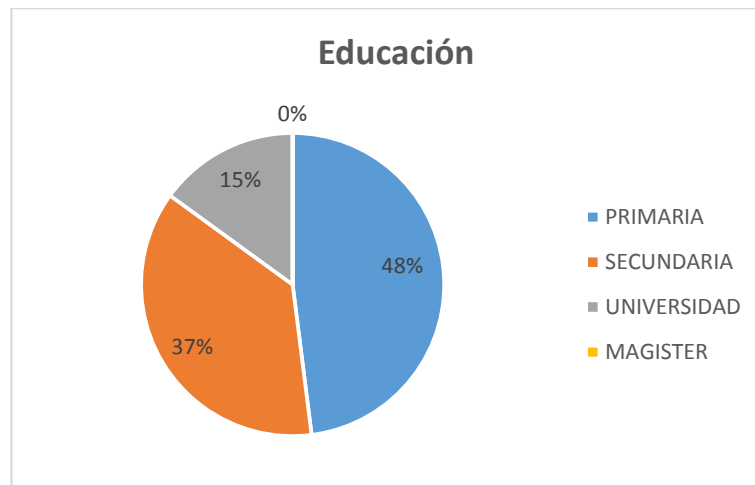
Educación

Tabla N° 4. Educación

Detalle	Cantidad	Porcentaje
PRIMARIA	107	48,00%
SECUNDARIA	82	37,00%
UNIVERSIDAD	33	15,00%
MAGISTER	0	0,00%
Total	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6. Educación



Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis

El ochenta y cinco por ciento de los encuestados tiene la educación primaria y secundaria, evidenciando que son emprendedores de sus negocios y a pesar de no tener una formación profesional pudieron observar y tomar la oportunidad de poner su propia empresa en la actividad textil.

Cuestionario

1. ¿Qué prendas de vestir vende en su local que tenga cierres?

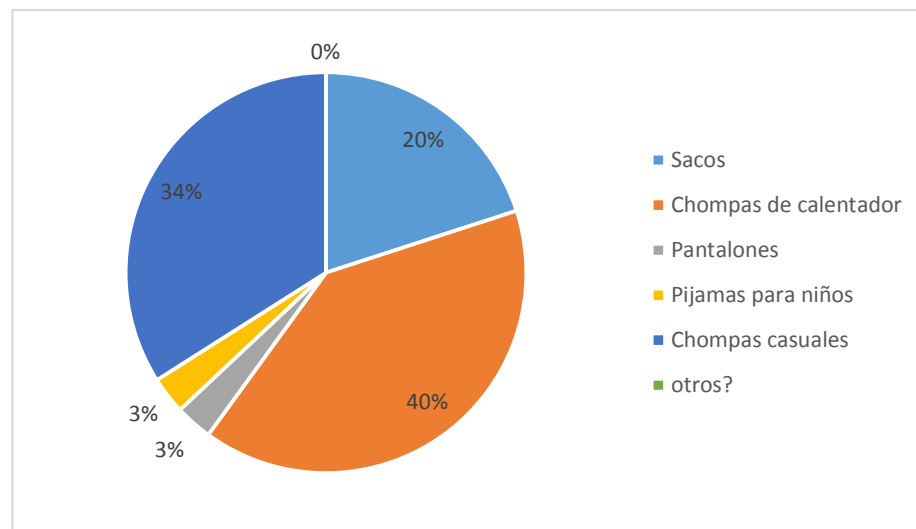
Tabla N° 5. Prende de vestir más demandadas

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Sacos	44	20,00%
Chompas de calentador	89	40,00%
Pantalones	7	3,00%
Pijamas para niños	7	3,00%
Chompas casuales	75	34,00%
Otros?	0	0,00%
Total	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7. Prende de vestir más demandadas



Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Análisis

Las empresas en lo que más ocupan los cierres son en las chompas de los calentadores y chompas casuales con el 74% de demanda total, tienen una longitud de 75 cm siendo los tipos de cierres que más utilizan los potenciales consumidores.

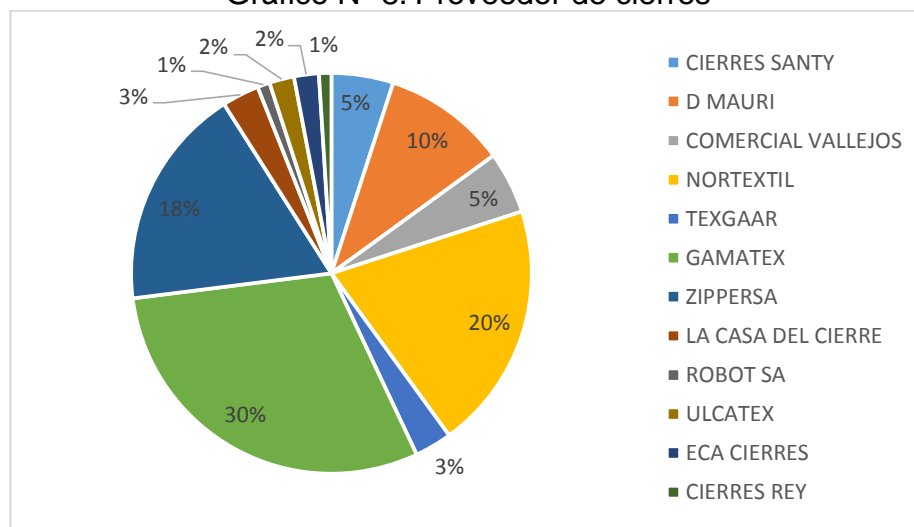
2. ¿Qué empresa le provee de cierres?

Tabla N° 6. Proveedor de cierres

Detalle	Cantidad	Porcentaje
CIERRES SANTY	11	5,00%
D MAURI	22	10,00%
COMERCIAL VALLEJOS	11	5,00%
NORTEXTIL	44	20,00%
TEXGAAR	7	3,00%
GAMATEX	67	30,00%
ZIPPERSA	40	18,00%
LA CASA DEL CIERRE	7	3,00%
ROBOT SA	2	1,00%
ULCATEX	4	2,00%
ECA CIERRES	4	2,00%
CIERRES REY	2	1,00%
TOTAL	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8. Proveedor de cierres



Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis

No existe competencia directa, ya que solo hay empresas que comercializan y la líder del mercado es la empresa GAMATEX, la que se considera que pone el precio de mercado, la calidad y la buena atención en la confección de cierres en la industria textil.

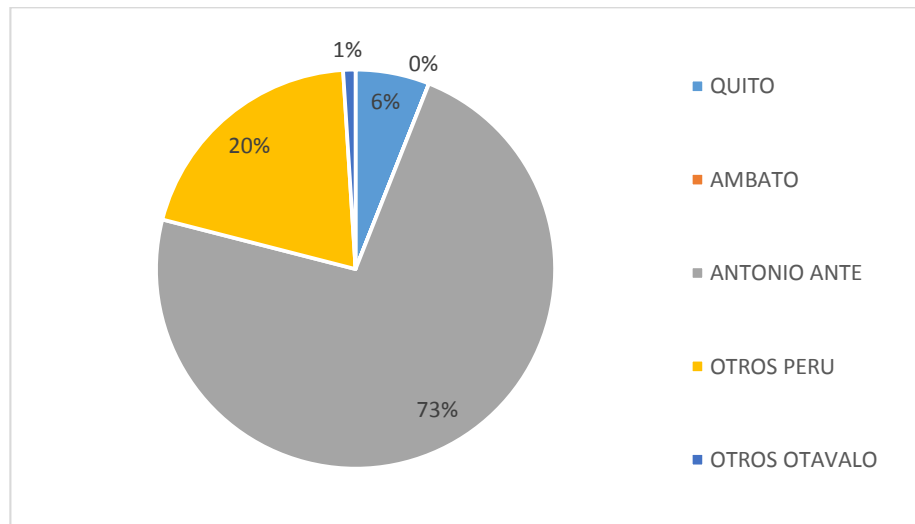
3. ¿De dónde es la empresa proveedora de cierres?

Tabla N° 7. Localización de la empresa proveedora de cierres

Detalle	Cantidad	Porcentaje
QUITO	13	6,00%
AMBATO	0	0,00%
ANTONIO ANTE	162	73,00%
OTROS PERU	44	20,00%
OTROS OTAVALO	2	1,00%
Total	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9. Localización de la empresa proveedora de cierres



Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis

En donde se concentra la mayor cantidad de productores de cierres es en el cantón Antonio Ante, lo que significa que la competencia se la realizará localmente, por ende se debe establecer una estrategia de mercado acorde a las necesidades de los potenciales clientes de la nueva unidad productiva, siendo un bien suplementario.

4. ¿Qué tipo de cierre utiliza más?

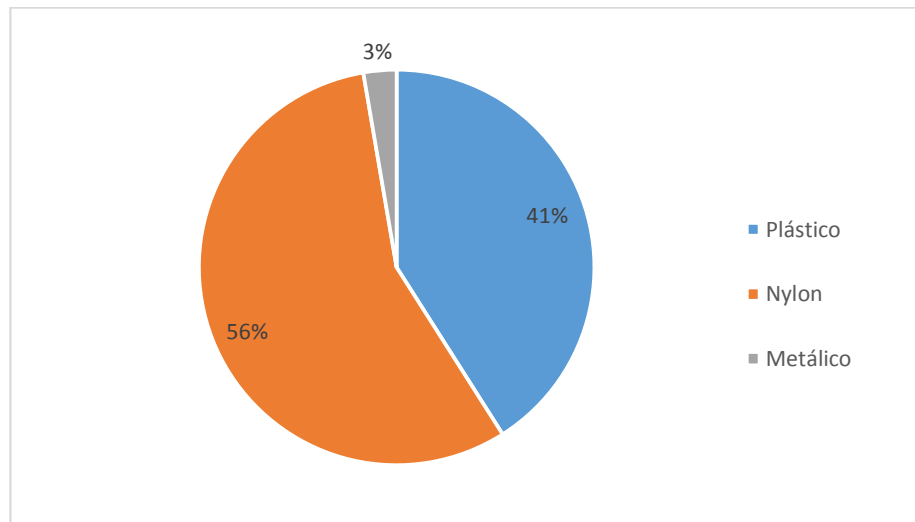
Tabla N° 8. Cierre que más utiliza

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Plástico	91	40,99%
Nylon	125	56,31%
Metálico	6	2,70%
Total	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10. Cierre que más utiliza



Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Análisis

El producto que más utilizan es el nylon, en segundo lugar está el plástico, por ende la nueva empresa producirá cierres de plástico y de nylon en base a las necesidades de las empresas textiles.

5. ¿Qué cantidad de cierres necesita mensualmente

Tabla N° 9. Cantidad de cierres por tamaño

material	Plástico			Nylon			Metal			Total
medida	Q	encuestados	Total	Q		total	Q		Total	
15	100	2	200	100	2	200	100	2	200	600
		0	0		0	0		0	0	0
Total		2	200		2	200		2	200	600
45	100	62	6200	100	18	1800	100	0	0	8000
	200	49	9800	200	73	14600	200	0	0	24400
	300	20	6000	300	29	8700	300	2	600	15300
	400	18	7200	400	7	2800	400	0	0	10000
	500	11	5500	500	18	9000	500	0	0	14500
	600	4	2400	600	2	1200	600	0	0	3600
	700	0	0	700	2	1400	700	0	0	1400
	800	2	1600	800	2	1600	800	0	0	3200
	900	0	0	900	2	1800	900	0	0	1800
	1000	0	0	1000	4	4000	1000	0	0	4000
	1500	2	3000	1500	0	0	1500	0	0	3000
1800	0	0	1800	0	0	1800	0	0	0	
Total(mes)		168	41700		157	46900		2	600	89200
75	100	53	5300	100	29	2900	100	0	0	8200
	200	53	10600	200	53	10600	200	4	800	22000
	300	24	7200	300	27	8100	300	0	0	15300
	400	16	6400	400	13	5200	400	2	800	12400
	500	20	10000	500	24	12000	500	0	0	22000
	600	9	5400	600	16	9600	600	0	0	15000
	700	0	0	700	4	2800	700	0	0	2800
	800	0	0	800	2	1600	800	0	0	1600
	900	2	1800	900	4	3600	900	0	0	5400
	1000	4	4000	1000	9	9000	1000	0	0	13000
	1500	0	0	1500	4	6000	1500	0	0	6000
	2000	2	4000	2000	4	8000	2000	0	0	12000
	3000	0	0	3000	2	6000	3000	0	0	6000
	4000	2	8000	4000	0	0	4000	0	0	8000
5000	0	0	5000	2	10000	5000	0	0	10000	
Total(mes)		185	62700		193	95400		6	1600	159700
más de 75	100	7	700	100	4	400	100	4	400	1500
	200	2	400	200	4	800		0	0	1200
	500	4	2000	500	2	1000	500	0	0	3000
	600	0	0	600	0	0		0	0	0
	800	4	3200	800	0	0	800	0	0	3200
	1000	4	4000	1000	4	4000	1000	0	0	8000
	1500	0	0	1500	2	3000	1500	0	0	3000
	2000	0	0	2000	2	4000	2000	2	4000	8000
2500	0	0	2500	0	0	2500	0	0	0	
Total(mes)		21	10300		18	13200		6	4400	27900
Total(mes)		376	114900		370	155700		16	6800	277400

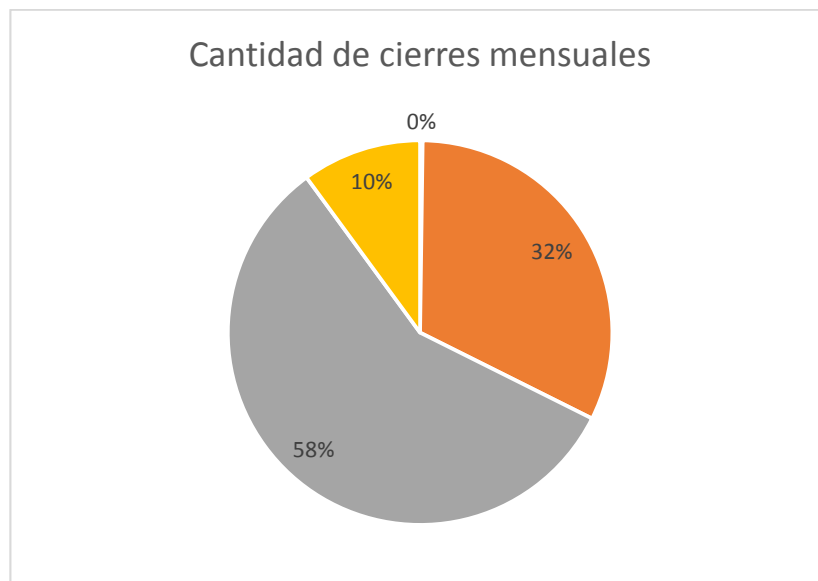
Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 10. Cantidad de cierres por tamaño

Detalle	Cantidad	Porcentajes
15 cm	600	0,22%
45 cm	89200	32,16%
75 cm	159700	57,57%
Más de 75 cm	27900	10,06%
Total	277400	100,00%
Muestra	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 11. Cantidad de cierres por tamaño



Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis.

Por medio de la contabilización de los datos obtenidos se pudo establecer que las industria de la moda necesita aproximadamente 277400 cierres, de los cuales se debe producir los cierres entre los tamaños de 45 y 75 cm.

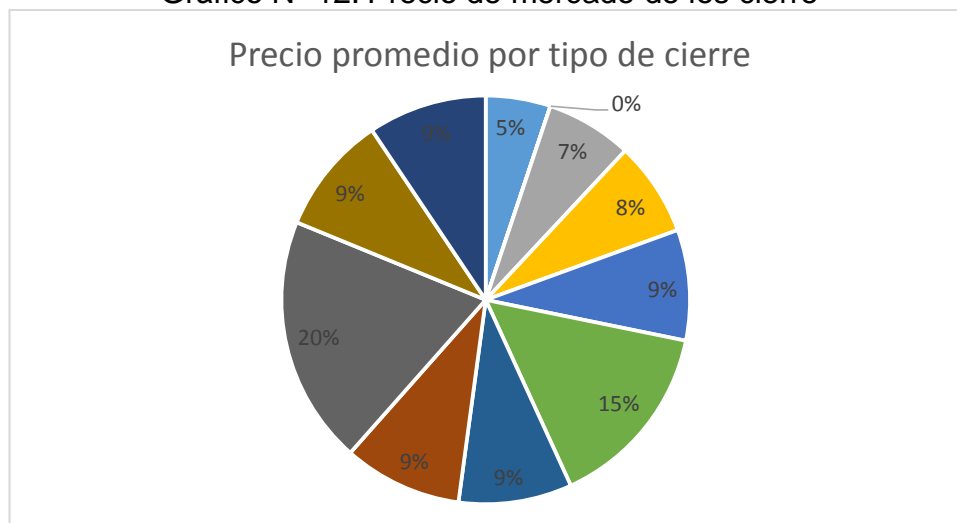
6. ¿A qué precio compra cada tipo de cierres según sus medidas al por mayor?

Tabla N° 11. Precio de mercado de los cierre

Plástico 15 cm	0,12
Nylon 15 cm	0,13
Metal 15 cm	0,16
Plástico 45 cm	0,18
Nylon 45 cm	0,21
Metal 45 cm	0,35
Plástico 75 cm	0,21
Nylon 75 cm	0,22
Metal 75 cm	0,46
Plástico más de 75 cm	0,22
Nylon más de 75 cm	0,22
Metal más de 75 cm	0,48

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 12. Precio de mercado de los cierre



Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis.

Los precio que se debe tomar en cuenta son los de Plástico de 15cm a 0,12 centavos; Nylon de 15cm a 0,13 centavos; Plástico de 45 cm a 0,18 centavos; Nylon de 45 cm a 0,21 centavos y Plástico de 75 cm a 0,21 centavos; Nylon de 75 cm a 0,22 centavos de dólar.

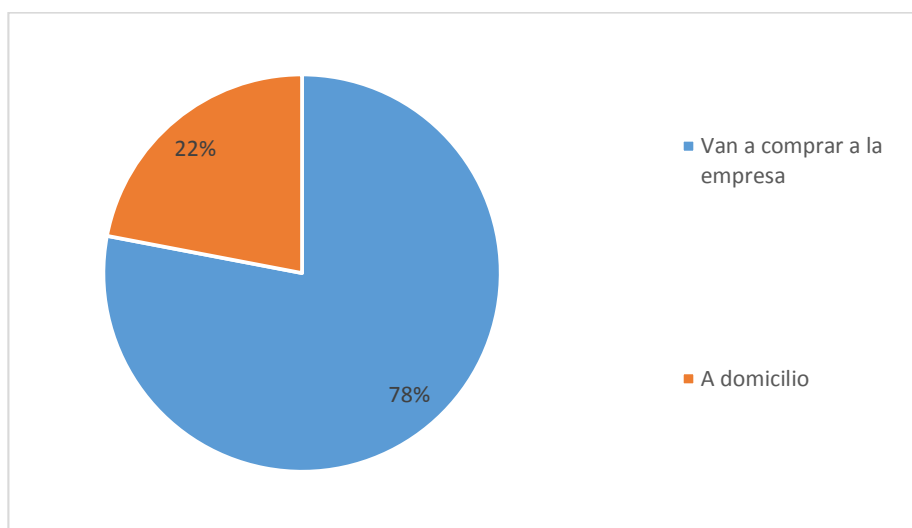
7. ¿Los cierres de qué manera lo entregan?

Tabla N° 12. Manera de comercializar

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Van a comprar a la empresa	173	78,00%
A domicilio	49	22,00%
Total	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 13. Manera de comercializar



Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis.

Los potenciales consumidores se acercan a las empresas a solicitar los cierres, evidenciando que la oficina de comercialización se la debe realizar en el mismo lugar de producción de los cierres.

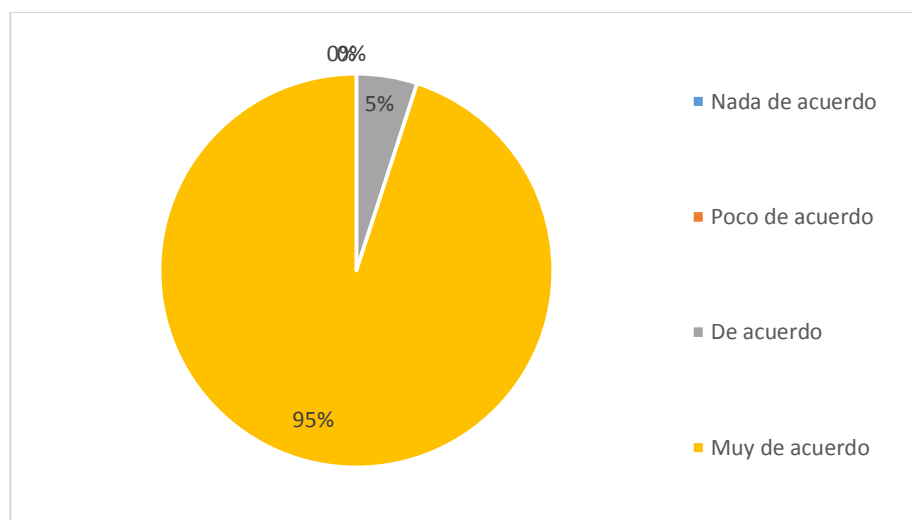
8. ¿Estaría de acuerdo en que exista otra empresa que produzca cierres en Antonio Ante?

Tabla N° 13. Aceptación de la nueva empresa

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nada de acuerdo	0	0,00%
Poco de acuerdo	0	0,00%
De acuerdo	11	5,00%
Muy de acuerdo	211	95,00%
Total	222	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 14. Aceptación de la nueva empresa



Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Análisis.

La mayoría de empresas textiles están de acuerdo en que se instale una nueva unidad productiva de cierres en el cantón Antonio Ante, pero tratando de producir un buen producto, a precios competitivos, con una atención progresivamente mejorada y con promociones para atraer más clientes y premiando a los clientes más antiguos.

9. ¿De qué manera necesita que se comercialice los cierres?

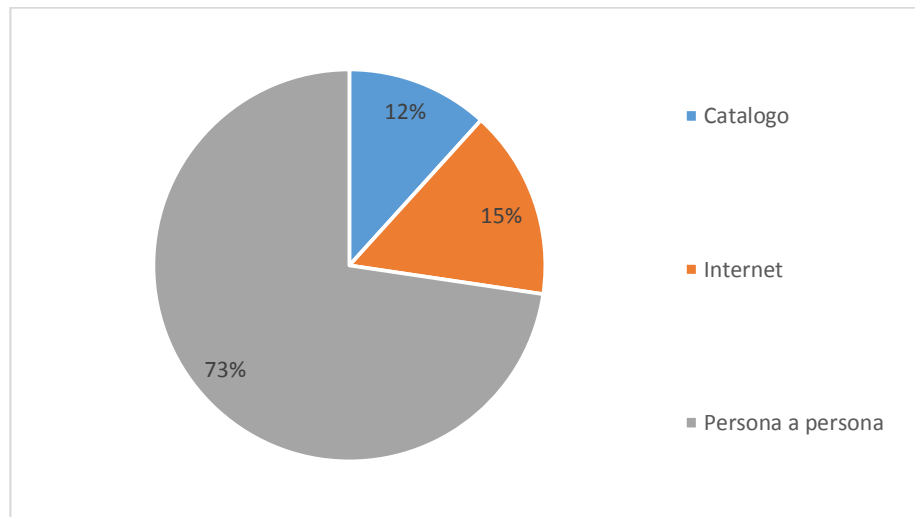
Tabla N° 14. Forma de comercialización

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Catalogo	33,3	11,72%
Internet	44,4	15,63%
Persona a persona	206,46	72,66%
Total	284,16	100,00%

Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 15. Forma de comercialización



Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Análisis.

Los potenciales clientes necesitan que se comercialice de manera personalizada, con el fin de dar a conocer el portafolio de productos que se producen en la empresa a instalar.

3.6. Mercado

3.6.1. Demanda

La determinación de la demanda se realizó en base de la información primaria obtenida por la aplicación de la encuesta de los propietarios de las unidades productivas de producción textil, si su crecimiento es del (1,98% anual), según el cálculo realizado.

Tabla N° 15. Demanda actual

Empresas	%	Potenciales clientes	Producto	%	Cientes por tipo	Demanda total anual
522	95,05%	496	Plástico	40,99%	203	7.439.345
			Nylon	56,31%	279	

Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Luego de aplicar la encuesta, se procede a realizar un análisis inductivo, si existen una demanda de 277.400 por parte de las 222 unidades productivas encuestadas se estima que cada una necesitaría 1250 aproximadamente, por lo tanto, este dato se multiplica para los 496 que son los potenciales clientes, lo cual significa que se necesita una demanda de 7'439.345 cierres por año.

3.6.1.1. Demanda proyectada

Para el cálculo de la proyección de la demanda se debió calcular los datos históricos de la población del ecuador del año 2010 hasta el año 2014 y por medio de la fórmula se encontró la tasa de crecimiento poblacional, la cual es de 1,98% anual, se presenta a continuación:

Tabla N° 16. Datos históricos de la población ecuatoriana

Año	Población
2010	15.001.072
2011	15.246.481
2012	15.4922.64
2013	15.731.878
2014	16.225.032
Tasa de crecimiento	1,98%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)
Elaborado por: La Autora

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{\text{Último dato Histórico}}{\text{Primer dato histórico}}} - 1$$

$$i = \sqrt[5-1]{\frac{16225032}{15001072}} - 1$$

$$i = 0,0198 \times 100 = 1,98\%$$

Se obtuvo por medio de la tasa de crecimiento a nivel nacional, con el fin de poder calcular la proyección de la demanda de los cierres que necesitan las empresas del cantón.

Tabla N° 17. Proyección de la demanda

Años	Demanda
2014	7.439.345
2015	7.586.658
2016	7.736.889
2017	7.890.094
2018	8.046.333
2019	8.205.665

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

3.6.2. Oferta

En la provincia de Imbabura no existe producción de cremalleras, solo existen empresas comercializadora, para proveer a las industrias textiles, es decir que la oferta es cero.

3.7. Demanda insatisfecha

Tabla N° 18. Demanda insatisfecha

Años	Oferta	Demanda	D. a Satisfacer
2014	0	7.439.345	-7.439.345
2015	0	7.586.658	-7.586.658
2016	0	7.736.889	-7.736.889
2017	0	7.890.094	-7.890.094
2018	0	8.046.333	-8.046.333
2019	0	8.205.665	-8.205.665

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

Al no tener oferta del producto la demanda total se convierte en demanda por satisfacer.

3.8. Demanda a captar

Tabla N° 19. Demanda a captar

Años	D. a Satisfacer	%	Demanda a captar
Año Base	7.439.345	20,06%	1.492.333
2015	7.586.658		1.521.884
2016	7.736.889		1.552.020
2017	7.890.094		1.582.753
2018	8.046.333		1.614.094
2019	8.205.665		1.646.056

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

La demanda a captar se lo estableció por medio del cálculo de la demanda insatisfecha y se estima que se va a captar aproximadamente el 20,06% de la demanda insatisfecha distribuido en tamaños y tipo de material.

Este porcentaje se estableció considerando la capacidad de producción de la maquinaria del proyecto.

3.8.1. Cierres de tipo Nylon

Tabla N° 20. Tamaño del cierres tipo Nylon

Años	Demanda a Captar	%	Nylon	15 cm	45 cm	75 cm
				0,24%	35,75%	64,01%
Año Base	1.492.333	56,31%	840277	2.021	300.412	537.845
2.015	1.521.884		856916	2.061	306.361	548.495
2.016	1.552.020		873885	2.102	312.427	559356
2.017	1.582.753		891.190	2.143	318.614	570.433
2.018	1.614.094		908.837	2.186	324.923	581.728
2.019	1.646.056		926.834	2.229	331.357	593.248

Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La autora

En base a la información de las encuestas (ver tablas N° 8 y 10), la cantidad de nylon que necesita es de 56,31% distribuido en los diferentes porcentajes en referencia al tamaño.

3.8.2. Cierres de tipo plástico

Tabla N° 21. Tamaño de cierres tipo plástico

Años	Demanda a Captar	%	Plástico	15 cm	45 cm	75 cm
				0,24%	35,75%	64,01%
Año Base	1.492.333	40,99%	611.722	1.471	218.700	391.551
2.015	1.521.884		623.835	1.500	223.030	399.305
2.016	1.552.020		636.188	1.530	227.447	407.212
2.017	1.582.753		648.786	1.560	231.951	415.275
2.018	1.614.094		661.633	1.591	236.544	423.498
2.019	1.646.056		674.735	1.623	241.228	431.884

Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La Autora

Lo mismo sucedió con el plástico, acotando que los clientes necesitan el 40,99%, distribuido en los mismos porcentajes que en Nylon.

3.9. Plan de comercialización

Para el cálculo del precio se utilizó la tasa de inflación promedio, es de 3,85%, los precio de mercado se obtuvieron por medio de la encuesta que se aplica a los dueños y propietarios de las empresas textiles a los cuales se les resto un centavo por motivo de competitividad.

Tabla N° 22. Precio de los cierres

Cierres de nylon	15cm	45cm	75cm
Precio sacado de las encuestas	0,13	0,21	0,22
Precio utilizado por la empresa	0,12	0,20	0,21
Cierres de plástico	15cm	45cm	75cm
Precio sacado de las encuestas	0,12	0,18	0,21
Precio utilizado por la empresa	0,11	0,17	0,20

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

3.9.1. Producto a ofertar

Los productos que se van a producir en la nueva empresa son los cierres de nylon y de plástico con los tamaños más solicitados por los potenciales compradores, es decir de 15, 45 y 75 cm de cada tipo y grosor #5.

3.9.2. Precios

a) Precio Nylon de 15, 45 y 75 cm

Tabla N° 23. Datos históricos de la inflación

Año	D. Históricos
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
Inflación	3,85%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 24. Precio Nylon de 15, 45 y 75 cm

Años	Precio Nylon 15	Precio Nylon 45	Precio Nylon 75
Año Base	0,12	0,20	0,21
2015	0,12	0,21	0,22
2016	0,13	0,22	0,23
2017	0,13	0,22	0,24
2018	0,14	0,23	0,24
2019	0,14	0,24	0,25

Fuente: Encuesta a los propietarios
Elaborado por: La Autora

$$Pf = Pa (1 + i)^n$$

$$Pf = 0,12 (1 + 0,0385)^5$$

$$Pf = 0,12 (1,0385)^5$$

$$Pf = 0,14 \text{ Centavos}$$

b) Precio Plástico de 15, 45 y 75 cm

Tabla N° 25. Precio Plástico de 15, 45 y 75 cm

Años	Precio Plástico 15	Precio Plástico 45	Precio Plástico 75
Año Base	0,11	0,17	0,20
2015	0,11	0,18	0,21
2016	0,12	0,18	0,22
2017	0,12	0,19	0,22
2018	0,13	0,20	0,23
2019	0,13	0,21	0,24

Fuente: Encuesta a los propietarios

Elaborado por: La autora

3.9.3. Calidad y diferenciación

Se impulsará la producción con la menor cantidad de errores posibles y manejables estadísticamente hablando, para que cada cliente sepa y divulgue el producto de la empresa para reemplazar a la oferta existente, con una diferenciación en la atención y amabilidad que se va atender.

3.9.4. Publicidad y promoción

La publicidad se la difundirá en los medios más conocidos en la localidad como son: la radio, panfletos, dando a conocer las promociones que se realizarán a cada cliente.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

La producción de cierres es de 6100 cierres diarios para lo cual se ocupará el 47% de la capacidad instalada.

4.2. Localización del proyecto

4.2.1. Macrolocalización

Ilustración N° 5. Mapa de la república del Ecuador



Fuente: www.google.com

Ilustración N° 6. Mapa de la provincia de Imbabura



Fuente: GAD de Antonio Ante

La unidad productiva se encontrara ubicada en la zona 1 de la república del Ecuador, específicamente en la provincia de Imbabura.

4.2.2. Microlocalización

Ilustración N° 7. Cantón Antonio Ante



Fuente. <http://lomejordeatuntaqui.blogspot.com/>

A través del análisis de ponderación se determinó que el mejor lugar para la ubicación de la empresa es el Barrio San José con una valoración del 8,81%, el cual cuenta con vías de comunicación en perfectas condiciones y todos los servicios básicos, lo que facilita las actividades relacionadas con la empresa.

Tabla N° 26. Análisis de ponderación para la microlocalización

FACTORES	Peso	San Luis		San José		Sto. Domingo	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
Servicios básicos	30%	8	2,4	9	2,7	8	2,4
Infraestructura	31%	7	2,17	9	2,79	8	2,48
Disponibilidad de mano de obra	12%	9	1,08	9	1,08	9	1,08
Cercanía a insumos	8%	8	0,64	9	0,72	7	0,56
Medios de transporte	10%	9	0,9	8	0,8	8	0,8
Ambiente	9%	8	0,72	8	0,72	9	0,81
Total	100%		7,91		8,81		8,13

Elaborado por: La Autora

Ilustración N° 8. Foto satelital del lugar que va instalarse la empresa



Fuente: (www.google.com.ec/maps, 2015)

Ilustración N° 9. Foto lateral del terreno

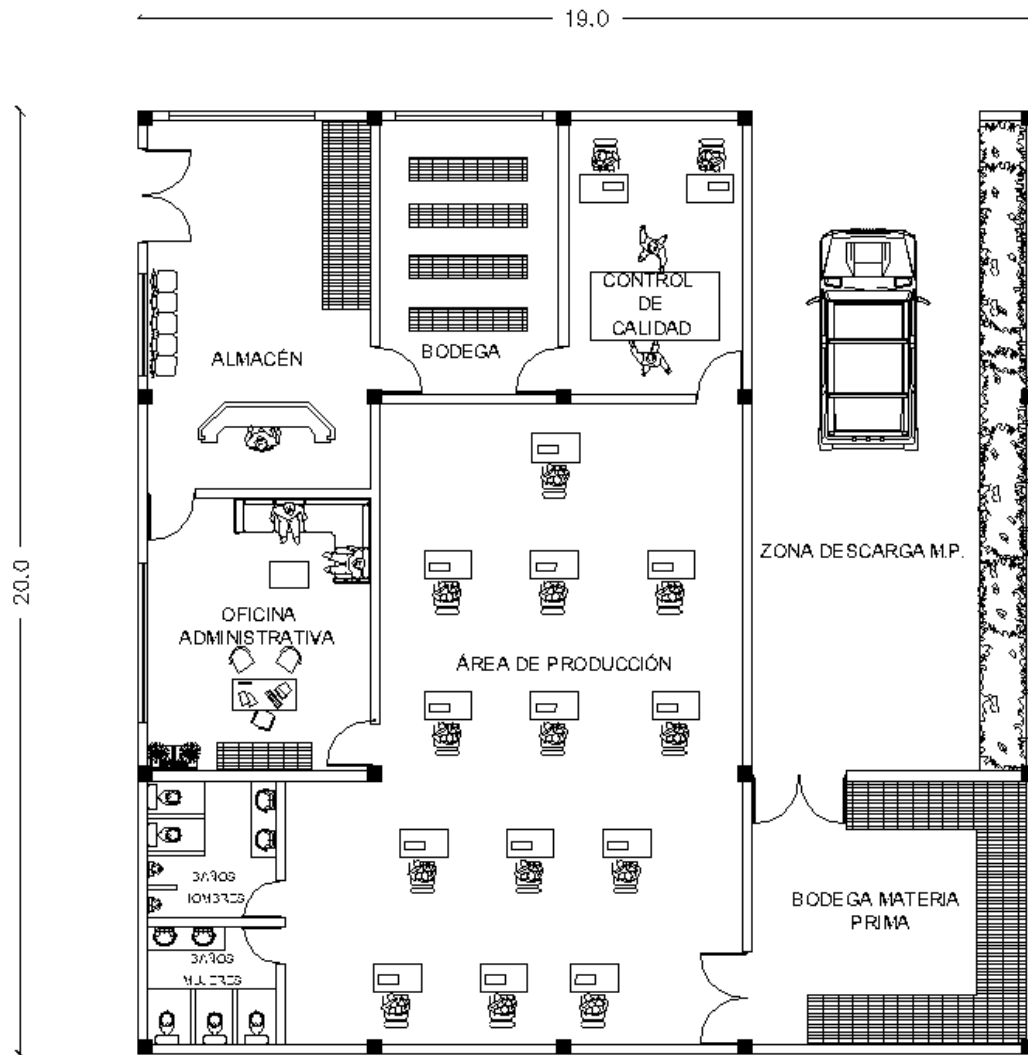


Elaborado por: La autora

4.3. Ingeniería del proyecto

4.3.1. Obra civil

Ilustración N° 10. Plano de la edificación

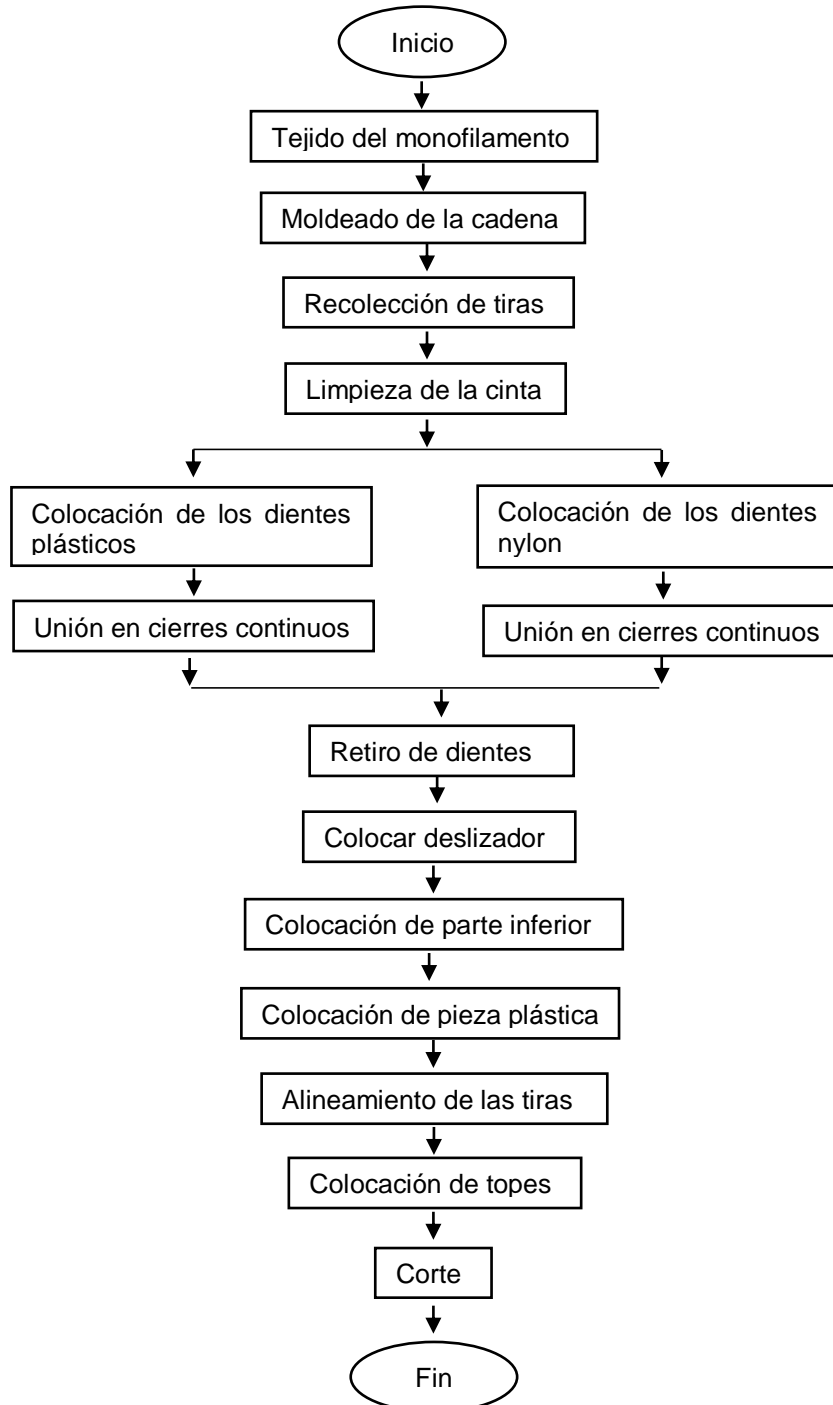


Fuente: Estudiante de Arquitectura Julián Bolaños

4.3.2. Procesos

a) Flujograma de procesos

Ilustración N° 11. Flujograma de procesos



Elaborado por: La autora

- Para fabricar una cremallera se empieza por tejer docenas de hilos de Nylon para fabricar la tira de tela que forma la base de la cremallera y sostiene a los dientes.
- Esa máquina busca los fragmentos metálicos de las pequeñas agujas de la tejedora dentro de la tela, si la cinta está libre de restos metálicos se la traslada a una maquina vaporizador que enrosca la tira alrededor de un tambor calentado al vapor que acomoda firmemente los hilos para que la tira no pierda a forma.
- Esas largas tiras se recogen en contenedores que cuelgan del techo en unas barras para poder cargarlas luego en el detector de metales.
- Luego se enrosca en una bobina gigante y se coloca en una lavadora para que este lo suficientemente limpia para cocerla en la ropa.
- La cinta de estar perfectamente plana para colocar los dientes de otra forma no se alinearán adecuadamente y la cremallera no funcionara.
- Una maquina pasa ambas partes de la cinta a través de un deslizador temporario similar al que se colocara en el extremo de la cremallera terminada y cierra ambas tiras en una sola cremallera continua.
- La larga tira unida pasa a través de una maquina estampadora que retira alrededor de 1 docena de dientes en intervalos de 15, 45 y 75 cm a lo largo de toda la tira para dejar libre unos 2cm $\frac{1}{2}$ de cinta en donde se colocara el deslizador y los otros elementos de la cremallera para terminar los cierres.
- Una vez eliminados dichos dientes se coloca una pieza de plástico rígido en el espacio libre para evitar que el nylon se deshilache en el momento en que se corta la tira principal en cremalleras individuales al final del ensamblado.
- Luego se abre un orificio en el porche de plástico para poder agregar el resto de las partes.
- Se coloca las piezas de la parte inferior de la cremallera.
- Una maquina alinea ambas tiras de dientes con las llanuras del deslizador para que pueda moverse.
- Una vez colocado se coloca los topes de bronce en los extremos superiores de cada fila de dientes los topes son más gruesos que los dientes para que el deslizador no pueda pasar por encima de ellos y salirse de la cremallera.
- Finalmente se corta la larga tira en cremalleras más pequeñas dependiendo la medida que se desea.

Tabla N° 27. Coeficientes técnicos para la producción

Coeficientes técnicos	Hilo de Nylon	Plástico	Monofilamento	Hilo de coser en Nylon	Cintas de Zing	Plástico para sellar
Cierres de 15 cm en Nylon	0,00963		0,04128	39	0,02475	0,00194
Cierres de 45 cm en Nylon	0,02890		0,12385	117	0,00074	0,00194
Cierres de 70 cm en Nylon	0,04817		0,20642	195	0,12375	0,00194
Cierres de 15 cm en Plástico		0,03885	0,04128	39	0,02475	0,00194
Cierres de 45 cm en Plástico		0,11655	0,12385	117	0,00074	0,00194
Cierres de 70 cm en Plástico		0,19425	0,20642	195	0,12375	0,00194

Fuente: Robot S.A.

Elaborado por: La autora

4.4. Presupuesto técnico

4.4.1. Activos fijos

a) Terreno

Tabla N° 28. Costo en el terreno

Detalle	m2	P / U	Inversión Total
Área de Terreno	380	65,79	25.000,00

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: La autora

El precio se estableció por medio de una consulta al Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante, por medio del avalúo catastral.

b) Infraestructura

Tabla N° 29. Edificación o infraestructura

Detalle	m2	P / U	Inversión Total
Edificio	380	190,00	72.200,00

Fuente: Arq. Patricio Cárdenas

Elaborado por: La autora

El profesional de la construcción manifestó que el acabado será con materiales promedio, y distribuido de manera tal que llene las expectativas de los trabajadores y los consumidores de los diversos productos.

c) Maquinaria

Tabla N° 30. Maquinaria necesaria

Detalle	Cantidad	P / U	Desaduanización	Inversión Total
Máquina para fabricar monofilamento	3	8.000,00	400,00	24.400,00
Máquina bobinadora	1	2.000,00	100,00	2.100,00
Máquina detectora de metales	1	3.000,00	150,00	3.150,00
Máquina de secado y planchado.	1	1.000,00	50,00	1.050,00
Máquina formadora de dientes plásticos	1	4.000,00	200,00	4.200,00
Máquina eliminadora de dientes.	1	4.000,00	200,00	4.200,00
Máquina de auto formación cierre nylon.	1	4.500,00	225,00	4.725,00
Máquina de coser.	1	5.000,00	250,00	5.250,00
Máquina de inyección de dientes de plástico.	1	7.000,00	350,00	7.350,00
Máquina fijadora del bloqueador superior y base	1	1.250,00	62,50	1.312,50
Máquina de moldeado de los deslizadores.	1	3.500,00	175,00	3.675,00
Máquina de ensamble de los deslizadores.	1	2.100,00	105,00	2.205,00
Máquina de inyección de plástico en la cinta	1	7.000,00	350,00	7.350,00
Máquina cortadora.	1	2.250,00	112,50	2.362,50
Total maquinaria				73.330,00

Fuente: Alibaba S.A.

Elaborado por: La autora

La máquinas que se van a comprar son semiautomáticas, por lo tanto solo se necesita de 3 trabajadores para que las manejen, en función del proceso que se debe realizar, procurando especializarlos en sus respectivas máquinas.

d) Equipos de inspección y prueba

Tabla N° 31. Equipos de inspección y prueba

Detalle	Cantidad	P / U	Inversión Total
Probador de tirada o jalado.	1	1.580,00	1.580,00
Probador del tiempo de vida de las cremalleras.	1	1.500,00	1.500,00
Total de equipos de inspección y pruebas			3.080,00

Fuente: Alibaba S.A.

Elaborado por: La autora

Para estos dispositivos se deben turnar el personal de ventas, para evaluar y cerciorarse que el producto se encuentra en óptimas condiciones y no existan reclamos por parte de los consumidores finales.

e) Equipo de oficina

Tabla N° 32. Equipos de oficina

Detalle	Cantidad	P / U	Inversión Total
Mesas de reuniones	1	276,79	276,79
Sillas para reuniones	10	38,39	383,90
Sillones de espera	2	174,11	348,22
Escritorio gerencial	1	473,21	473,21
Escritorio contabilidad	1	241,07	241,07
Silla gerencia	1	133,93	133,93
Silla de contabilidad	1	79,46	79,46
Archivador	2	191,96	383,92
Total por equipo de oficina			2.320,50

Fuente: Empresa Mobiliario "Línea Nueva"

Elaborado por: La autora

El equipo de oficina se comprará el necesario para poder brindar un servicio a los clientes internos y externos, procurando articular los procesos administrativos de mejor manera.

f) Equipo de cómputo

Tabla N° 33. Equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	P / U	Inversión Total
Computadoras	2	758,99	1.517,98
Impresora multifunción con sistema de tinta continua	1	351,70	351,70
Impresora epon matricial USB y Paralelo	1	227,73	227,73
Total equipo tecnológico			2.097,41

Fuente: World Computers

Elaborado por: La Autora

El equipo de cómputo es uno de las herramientas que no debe faltar en cualquier empresa, sea este pequeña, mediana o grande, pero en este tipo de empresa se necesita con mayor razón los dispositivos tecnológicos.

g) Resumen de los activos fijos

Tabla N° 34. Resumen de los activos fijos

Detalle	Inversión Total
Terreno	25.000,00
Edificio	72.200,00
Maquinaria	73.330,00
Equipos de inspección y prueba	3.080,00
Equipo de oficina	2.320,50
Equipo tecnológico	2.097,41
Total activos fijos	178.027,91

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Para poder adquirir todos los activos es indispensable tener una cantidad de dinero que asciende a 178.027,91 dólares.

4.4.2. Inversión diferida

Tabla N° 35. Inversión diferida

Detalle	Cantidad	P / U	Inversión Total
Gasto de constitución	1	650,00	650,00
Gasto de diseños y obras civiles	380	3,00	1.140,00
Estudio de factibilidad	1	450,00	450,00
Total de inversión diferida			2.240,00

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Para realizar los trámites de constitución se contratará a un abogado que sea experto en legalizar empresas.

4.4.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo se necesita para poner en la inversión, para cubrir los costos y gastos de los tres primeros meses.

Tabla N° 36. Capital de trabajo

Detalle	Mensual	Trimestral
Costo de producción	12.006,48	36.019,43
Gasto administrativos	2.364,07	7.092,21
Gasto de ventas	1.784,55	5.353,64
Gastos financieros	903,37	2.710,11
Total capital de trabajo	17.058,46	51.175,39

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

4.4.4. Resumen del presupuesto técnico

Tabla N° 37. Resumen de presupuesto técnico

Detalle	Inversión
Activos Fijos	178.027,91
Inversión diferida	2.240,00
Capital de Trabajo	51.175,39
Total de la inversión	231.443,30

Elaborado por: La Autora

El presupuesto técnico del proyecto es de 231.443,30 dólares.

4.5. Financiamiento de la inversión del proyecto

Tabla N° 38. Financiamiento del proyecto

Detalle	Monto	%
Capital propio	111.443,30	48,15%
Capital financiado	120.000,00	51,85%
Total inversión financiada	231.443,30	100,00%

Elaborado por: La Autora

Se financiará por medio de la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés de 9,75%.

4.6. Requerimiento del talento humano

Tabla N° 39. Talento humano

Talento humano	Cantidad	Salario
Gerente	1	600,00
Contador/a	1	400,00
Secretaria/o	1	360,00
Vendedores	3	360,00
Conserje	1	352,00
Operarios	3	352,00

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Ingresos

Tabla N° 40. Ingresos proyectados

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Venta de cierres Nylon 15 cm	2.061	2.102	2.143	2.186	2.229
Precio	0,12	0,13	0,13	0,14	0,14
Subtotal cierres	256,82	272,00	288,07	305,10	323,13
Venta de cierres Nylon 45	306.361	312.427	318.614	324.923	331.357
Precio	0,21	0,22	0,22	0,23	0,24
Subtotal cierres	63.633,53	67394,60	71377,96	75596,76	80064,91
Venta de cierres Nylon 75	548.495	559.356	570.433	581.728	593.248
Precio	0,21	0,22	0,22	0,23	0,24
Subtotal cierres	113.926,85	120660,50	127792,15	135345,31	143344,91
Venta de cierres plásticos 15	1.500	1.530	1.560	1.591	1.623
Precio	0,11	0,12	0,12	0,13	0,13
Subtotal cierres	171,38	181,51	192,24	203,60	215,64
Venta de cierres Plástico 45	223.030	227.447	231.951	236.544	241.228
Precio	0,18	0,18	0,19	0,20	0,21
Subtotal cierres	39.376,42914	41703,78	44168,68	46779,27	49544,16
Venta de cierre Plástico 75	399.305	407.212	415.275	423.498	431.884
Precio	0,21	0,22	0,22	0,23	0,24
Subtotal cierres	82938,74615	87840,85	93032,69	98531,39	104355,09
Total de ingresos	300303,76	318053,23	336851,78	356761,43	377847,84

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Los ingresos se calcularon por medio de la cantidad demandada que necesitan los potenciales clientes en tamaños de cierre de: 15, 45 y 75 cm de tipo nylon y plástico, en base a la encuesta aplicada.

5.2. Egresos

5.2.1. Costos de producción

a) Materia prima e insumos

b) Materia prima

Tabla N° 41. Materia prima

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Hilo de nylon para dientes Kg	353	360	367	374	382
Precio	25,96	26,96	28,00	29,08	30,20
Subtotal	9.162,97	9.704,55	10.278,14	10.885,63	11.529,02
Plástico para dientes Kg	1036	1057	1078	1099	1121
Precio	10,39	10,79	11,20	11,63	12,08
Subtotal	10761,08	11397,11	12070,74	12784,18	13539,79
Monofilamento de poliéster	2614	2665	2718	2772	2827
Precio	36,35	37,75	39,20	40,72	42,28
Subtotal	95.001,68	100.616,76	106.563,72	112.862,17	119.532,90
Total en materia prima	104.164,65	110.321,30	116.841,85	123.747,80	131.061,92

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: La autora

Cálculo del material de Nylon:

Nylon Kg	0,06	100	Metros cierres
Nylon Kg	X	538872	Cierres N. de 15, 45 y 75
346		360	367

$$X = \frac{0,06 \times 538872}{100} = 353 \text{ kilogramos para el año base}$$

Cálculo del Plástico:

Gramos	1000	1	Kg
Plastico gramos	2,59	0,00259	Kg por Cierre

$$X = \frac{1000 \times 0,00259}{1} = 2,59$$

Kg 0,00259 1 Cierres de P. de 15, 45 y 75 cm
 Kg X 392299 Cierres de P. de 15, 45 y 75 cm

$$X = \frac{0,00259 \times 392299}{1} = 1.036$$

Cálculo del monofilamento:

Monofil Kg 0,28 100 Cien metros
 Monofil Kgs X 931171 Cierres N y P de 15, 45 y 75

$$X = \frac{0,28 \times 931171}{100} = 2.613,61 \text{ Kilogramos de monofilamento en kilogramos}$$

c) Insumos

Tabla N° 42. Insumos

Detalle	Año Base	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Hilo de coser el Nylon	484	494	504	514	524	534
Precio del material	3,00	3,12	3,24	3,36	3,49	3,62
Subtotal	1452,63	1538,48	1629,42	1725,72	1827,72	1935,75
Cintas de Zinc	2396	2443	2492	2541	2591	2643
Precio del material	4,00	4,15	4,31	4,48	4,65	4,83
Subtotal	9583,20	10149,61	10749,50	11384,85	12057,76	12770,43
Plástico para sellar	188	191	195	199	203	207
Precio del material	10,00	10,39	10,79	11,20	11,63	12,08
Subtotal	1875,82	1986,69	2104,11	2228,47	2360,19	2499,69
Fundas plásticas	581	592	604	616	628	641
Precio del material	1,50	1,56	1,62	1,68	1,74	1,81
Subtotal	871,20	922,69	977,23	1034,99	1096,16	1160,95
Total de la materia prima	13782,84	14597,47	15460,26	16374,04	17341,83	18366,82

Elaborado por: La autora

Cálculo de hilo para coser:

Metros de hilo de 45 cm 2,6 1 Cierre 1 m
 Metros de hilo de 45 cm X 931171 Cierres total

$$X = \frac{2,6 \times 931171}{1} = 2'468.986 \text{ metros de hilo}$$

$$i = \sqrt[n-1]{\frac{\text{Último dato histórico}}{\text{Primer dato histórico}}} - 1$$

$$i = \sqrt[6-1]{\frac{352}{240}} - 1$$

$$i = \sqrt[5]{1,46} - 1$$

$$i = 1,0796 - 1$$

$$i = 0,0796 \times 100 = 7,96$$

Tabla N° 44. Salario mensual de los operarios

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Operarios	3	3	3	3	3
Salario mensual	380,02	410,28	442,94	478,20	516,27
Mensual de M.O.D.	1.140,07	1.230,83	1.328,81	1.434,59	1.548,80

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora

$$M = C (1 + i)^n$$

M = Salario futuro

C = Salario actual

$$Sf = Sa (1 + i)^n$$

$$Sf = 352 (1 + 0,0796)^n$$

$$Sf = 352 (1,0796)^n$$

$$Sf = 352 \times 1,0796$$

$$Sf = 380,02$$

Tabla N° 45. Salario anual de la mano de obra directa

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Meses del año	12	12	12	12	12
Mensual de M.O.D.	1.140,07	1.230,83	1.328,81	1.434,59	1.548,80
Costo Salario Anual	13.680,80	14.769,91	15.945,72	17.215,13	18.585,60

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La autora

Tabla N° 46. Costo de mano de obra directa

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Salario Básico Anual	13.680,80	14.769,91	15.945,72	17.215,13	18.585,60
Aporte Patronal 12,15%	1.662,22	1.794,54	1.937,40	2.091,64	2.258,15
Fondos de reserva 8,33%		1.230,33	1.328,28	1.434,02	1.548,18
Décimo tercer sueldo	1.140,07	1.230,83	1.328,81	1.434,59	1.548,80
Décimo cuarto sueldo	1.140,07	1.230,83	1.328,81	1.434,59	1.548,80
Costo total mano de obra directa	17.623,15	20.256,43	21.869,02	23.609,98	25.489,53

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

c) Costos indirectos de fabricación

Tabla N° 47. Costos indirectos de fabricación

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Energía en Kw / h	11293,34	11293,34	11293,34	11293,34	11293,34
Precio por Kh / h	0,60	0,62	0,64	0,67	0,70
Total de energía eléctrica	6747,81	7007,87	7277,96	7558,45	7849,75
Agua potable	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
Precio por metro cúbico	12,30	12,77	13,26	13,77	14,30
Total de agua	799,26	830,06	862,05	895,28	929,78
Teléfono convencional	1400,00	1400,00	1400,00	1400,00	1400,00
Precio por cada minuto	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Total de llamadas telefónicas	145,40	151,00	156,82	162,86	169,14
Total de CIF	7692,47	7988,94	8296,83	8616,59	8948,67

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

a) Resumen de los costos de producción

Tabla N° 48. Resumen de los costos de producción

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Materia prima	104.164,65	110.321,30	116.841,85	123.747,80	131.061,92
Insumos	14.597,47	15.460,26	16.374,04	17.341,83	18.366,82
Mano de Obra	17.623,15	20.256,43	21.869,02	23.609,98	25.489,53
Costos indirectos de fabricación	7.692,47	7.988,94	8.296,83	8.616,59	8.948,67
Total resumen de costos	144.077,74	154.026,93	163.381,74	173.316,19	183.866,94

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

5.2.2. Gastos administrativos

a) Gasto del personal administrativo

Se calculó con la misma tasa de crecimiento del salario, ver tabla N°41.

Tabla N° 49. Salario mensual del personal administrativo

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Gerente	1	1	1	1	1
Salario mensual	647,77	699,33	755,01	815,11	880,00
Subtotal	647,77	699,33	755,01	815,11	880,00
Contador/a	1	1	1	1	1
Salario mensual	431,84	466,22	503,34	543,41	586,67
Subtotal	431,84	466,22	503,34	543,41	586,67
Secretaria/o	1	1	1	1	1
Salario mensual	388,66	419,60	453,00	489,07	528,00
Subtotal	388,66	419,60	453,00	489,07	528,00
Conserje	1	1	1	1	1
Salario mensual	380,02	410,28	442,94	478,20	516,27
Subtotal	380,02	410,28	442,94	478,20	516,27
Mensual Personal Administrativo	1.848,29	1.995,43	2.154,28	2.325,78	2.510,93

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

Tabla N° 50. Salario anual del personal administrativo

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Meses del año	12	12	12	12	12
Mensual del personal administrativo	1.848,29	1.995,43	2.154,28	2.325,78	2.510,93
Gasto salarial anual	22.179,48	23.945,15	25.851,39	27.909,38	30.131,20

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

Tabla N° 51. Gasto del personal administrativo

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Salario anual	22.179,48	23.945,15	25.851,39	27.909,38	30.131,20
Aporte Patronal 12,15%	2.694,81	2.909,34	3.140,94	3.390,99	3.660,94
Fondos de reserva 8,33%		242,35	261,64	282,47	304,96
Décimo tercer sueldo	1.848,29	1.995,43	2.154,28	2.325,78	2.510,93
Décimo cuarto sueldo	1.520,09	1.641,10	1.771,75	1.912,79	2.065,07
Gasto total de personal administrativo	28.242,66	30.733,36	33.180,00	35.821,41	38.673,10

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

a) Suministros de oficina

Tabla N° 52. Suministros de oficina

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Resma de Papel	10	10	10	10	10
Precio	3,74	3,88	4,03	4,19	4,35
Subtotal	37,39	38,83	40,32	41,88	43,49
Tinta para sistema continuo	6	6	6	6	6
Precio	4,41	4,58	4,76	4,94	5,13
Subtotal	26,48	27,50	28,56	29,66	30,81
Equipo de papelería	1	1	1	1	1
Precio	62,31	64,71	67,21	69,80	72,49
Subtotal	62,31	64,71	67,21	69,80	72,49
Total suministros oficina	126,18	131,05	136,10	141,34	146,79

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

b) Resumen de gastos administrativos

Tabla N° 53. Resumen de gastos administrativos

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Gasto total de personal administrativo	28.242,66	30.733,36	33.180,00	35.821,41	38.673,10
Total suministros oficina	126,18	131,05	136,10	141,34	146,79
Total gastos administrativos	28.368,84	30.864,41	33.316,10	35.962,75	38.819,89

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

5.2.3. Gastos de ventas

a) Gasto del personal de ventas

Tabla N° 54. Gasto mensual del personal de ventas

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Vendedores	3	3	3	3	3
Salario mensual	388,66	419,60	453,00	489,07	528,00
Mensual personal de ventas	1.165,98	1.258,80	1.359,01	1.467,20	1.584,00

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

Tabla N° 55. Gasto anual del personal de ventas

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Meses del año	12	12	12	12	12
Mensual personal de ventas	1.165,98	1.258,80	1.359,01	1.467,20	1.584,00
Gasto salarial anual	13.991,73	15.105,59	16.308,12	17.606,38	19.008,00

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

Tabla N° 56. Gasto total del personal de ventas

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Salario anual	13.991,73	15.105,59	16.308,12	17.606,38	19.008,00
Aporte Patronal 12,15%	1.699,99	1.835,33	1.981,44	2.139,18	2.309,47
Fondos de reserva 8,33%		1.258,30	1.358,47	1.466,61	1.583,37
Décimo tercer sueldo	1.165,98	1.258,80	1.359,01	1.467,20	1.584,00
Décimo cuarto sueldo	1.140,07	1.230,83	1.328,81	1.434,59	1.548,80
Gasto total del personal de ventas	17.997,76	20.688,83	22.335,84	24.113,96	26.033,64

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

b) Gasto de publicidad

Tabla N° 57. Gasto de Publicidad

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Spots radiales	12	12	12	12	12
Precio por cada spot	254,44	264,25	274,43	285,01	295,99
Subtotal	3.053,31	3.170,98	3.293,19	3.420,11	3.551,92
Panfletos	1000	1000	1000	1000	1000
Precio por cada panfleto	0,36	0,38	0,39	0,41	0,42
Subtotal	363,49	377,50	392,05	407,16	422,85
Total por publicidad	3.416,80	3.548,48	3.685,24	3.827,27	3.974,77

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

c) Resumen de los gastos de ventas

Tabla N° 58. Resumen del gasto de ventas

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Gasto total del personal de ventas	17.997,76	20.688,83	22.335,84	24.113,96	26.033,64
Total por publicidad	3.416,80	3.548,48	3.685,24	3.827,27	3.974,77
Total por gastos de ventas	21.414,56	24.237,31	26.021,08	27.941,23	30.008,41

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La autora

5.3. Amortización del financiamiento

Interés	9,75%
Plazo	5
Crédito	120000,00

Tabla N° 59. Tabla de amortización

PERÍODO	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO
Año 2015	-	-	-	\$ 120.000,00
Año 2016	\$ 30.418,91	\$ 19.578,49	\$ 10.840,42	\$ 100.421,51
Año 2017	\$ 30.418,91	\$ 21.575,05	\$ 8.843,86	\$ 78.846,47
Año 2018	\$ 30.418,91	\$ 23.775,21	\$ 6.643,70	\$ 55.071,26
Año 2019	\$ 30.418,91	\$ 26.199,74	\$ 4.219,17	\$ 28.871,52
Año 2020	\$ 30.418,91	\$ 28.871,52	\$ 1.547,39	\$ 0,00

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 60. Tabla de amortización mensual

Nº Pagos	Pago Interés	Pago Capital	Saldo	Cuota
1	975,00	1.559,91	118.440,09	2.534,91
2	962,33	1.572,58	116.867,51	2.534,91
3	949,55	1.585,36	115.282,15	2.534,91
4	936,67	1.598,24	113.683,90	2.534,91
5	923,68	1.611,23	112.072,68	2.534,91
6	910,59	1.624,32	110.448,36	2.534,91
7	897,39	1.637,52	108.810,84	2.534,91
8	884,09	1.650,82	107.160,02	2.534,91
9	870,68	1.664,23	105.495,79	2.534,91
10	857,15	1.677,76	103.818,03	2.534,91
11	843,52	1.691,39	102.126,64	2.534,91
12	829,78	1.705,13	100.421,51	2.534,91
13	815,92	1.718,98	98.702,53	2.534,91
14	801,96	1.732,95	96.969,58	2.534,91
15	787,88	1.747,03	95.222,55	2.534,91
16	773,68	1.761,23	93.461,32	2.534,91
17	759,37	1.775,54	91.685,78	2.534,91
18	744,95	1.789,96	89.895,82	2.534,91
19	730,40	1.804,51	88.091,32	2.534,91
20	715,74	1.819,17	86.272,15	2.534,91
21	700,96	1.833,95	84.438,20	2.534,91
22	686,06	1.848,85	82.589,35	2.534,91
23	671,04	1.863,87	80.725,48	2.534,91
24	655,89	1.879,01	78.846,47	2.534,91
25	640,63	1.894,28	76.952,18	2.534,91
26	625,24	1.909,67	75.042,51	2.534,91
27	609,72	1.925,19	73.117,32	2.534,91
28	594,08	1.940,83	71.176,49	2.534,91
29	578,31	1.956,60	69.219,89	2.534,91
30	562,41	1.972,50	67.247,39	2.534,91
31	546,39	1.988,52	65.258,87	2.534,91
32	530,23	2.004,68	63.254,19	2.534,91
33	513,94	2.020,97	61.233,22	2.534,91

34	497,52	2.037,39	59.195,83	2.534,91
35	480,97	2.053,94	57.141,89	2.534,91
36	464,28	2.070,63	55.071,26	2.534,91
37	447,45	2.087,46	52.983,80	2.534,91
38	430,49	2.104,42	50.879,39	2.534,91
39	413,40	2.121,51	48.757,87	2.534,91
40	396,16	2.138,75	46.619,12	2.534,91
41	378,78	2.156,13	44.462,99	2.534,91
42	361,26	2.173,65	42.289,34	2.534,91
43	343,60	2.191,31	40.098,03	2.534,91
44	325,80	2.209,11	37.888,92	2.534,91
45	307,85	2.227,06	35.661,86	2.534,91
46	289,75	2.245,16	33.416,70	2.534,91
47	271,51	2.263,40	31.153,31	2.534,91
48	253,12	2.281,79	28.871,52	2.534,91
49	234,58	2.300,33	26.571,19	2.534,91
50	215,89	2.319,02	24.252,17	2.534,91
51	197,05	2.337,86	21.914,31	2.534,91
52	178,05	2.356,86	19.557,45	2.534,91
53	158,90	2.376,00	17.181,45	2.534,91
54	139,60	2.395,31	14.786,14	2.534,91
55	120,14	2.414,77	12.371,37	2.534,91
56	100,52	2.434,39	9.936,98	2.534,91
57	80,74	2.454,17	7.482,80	2.534,91
58	60,80	2.474,11	5.008,69	2.534,91
59	40,70	2.494,21	2.514,48	2.534,91
60	20,43	2.514,48	0,00	2.534,91

Fuente: Estudio económico financiero
Elaborado por: La Autora

5.4. Depreciaciones

Tabla N° 61. Depreciaciones

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
1. Edificación	3.249,00	3.249,00	3.249,00	3.249,00	3.249,00
2. Maquinaria	6.599,70	6.599,70	6.599,70	6.599,70	6.599,70
3. Equipos de inspección y prueba	277,20	277,20	277,20	277,20	277,20
4. Equipos de oficina	696,15	696,15	696,15	779,78	779,78
5. Equipo tecnológico	10.822,05	10.822,05	10.822,05	10.905,68	10.905,68
Total Depreciaciones	21.644,10	21.644,10	21.644,10	21.811,36	21.811,36

Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: La Autora

5.5. Resumen de egresos

Tabla N° 62. Resumen de egresos

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Materia prima	104.164,65	110.321,30	116.841,85	123.747,80	131.061,92
Insumos	14.597,47	15.460,26	16.374,04	17.341,83	18.366,82
Mano de Obra	17.623,15	20.256,43	21.869,02	23.609,98	25.489,53
Costos indirectos de fabricación	7.692,47	7.988,94	8.296,83	8.616,59	8.948,67
Total resumen de costos	144.077,74	154.026,93	163.381,74	173.316,19	183.866,94

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.6. Estado de resultados

Tabla N° 63. Estado de resultados

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
INGRESOS	300.303,76	318.053,23	336.851,78	356.761,43	377.847,84
EGRESOS					
(-) COSTOS DIRECTOS DE OPERACIÓN	144.077,74	154.026,93	163.381,74	173.316,19	183.866,94
(=) UTILIDAD BRUTA	156.226,02	164.026,29	173.470,05	183.445,24	193.980,90
(-) OTROS GASTOS					
Gasto Administrativo	28.368,84	30.864,41	33.316,10	35.962,75	38.819,89
Gasto de Ventas	21.414,56	24.237,31	26.021,08	27.941,23	30.008,41
Gasto Financiero	10.840,42	8.843,86	6.643,70	4.219,17	1.547,39
Gasto Depreciación	21.644,10	21.644,10	21.644,10	21.811,36	21.811,36
TOTAL EGRESOS	82.267,93	85.589,69	87.624,98	89.934,51	92.187,05
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	73.958,09	78.436,61	85.845,07	93.510,73	101.793,85
(-) 15% Participación de Trabajadores	11.093,71	11.765,49	12.876,76	14.026,61	15.269,08
(=) UTILIDAD ANTES DE IR	62.864,38	66.671,12	72.968,31	79.484,12	86.524,77
(-) 22% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) GANANCIA O PÉRDIDA	62.864,38	66.671,12	72.968,31	79.484,12	86.524,77

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.6.1. Flujo de caja

Tabla N° 64. Flujo de caja

Detalle	Año 0	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Capital Propio	111.443,30					
Crédito	120.000,00					
Utilidad Operacional		62.864,38	66.671,12	72.968,31	79.484,12	86.524,77
(+) Depreciaciones		21.644,10	21.644,10	21.644,10	21.811,36	21.811,36
(+) Recuperación de Venta de Activos					232,05	
(-) Reversión Activo Fijo					2.599,27	
(-) 15% de Trabajadores		11.093,71	11.765,49	12.876,76	14.026,61	15.269,08
(-) 22% Impuesto a la Renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Recuperación Venta de Activos						99.020,21
(+) Recuperación del Capital de Trabajo						51.175,39
TOTAL INVERSIÓN	231.443,30					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	231.443,30	73.414,76	76.549,72	81.735,65	84.901,65	243.262,65

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.7. Estado de situación financiera

Tabla N° 65. Estado de situación financiera

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
Bancos	51175,39	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	51175,39	PASIVOS A LARGO PLAZO	
		Documentos por Pagar (Crédito)	120000,00
		TOTAL PASIVOS A LARGO PLAZO	120000,00
ACTIVOS FIJOS			
Terreno	25000		
Edificio	72200		
Maquinaria	73330		
Equipos de inspección y prueba	3080		
Equipo de oficina	2320,5		
Equipo tecnológico	2097,4128		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	178027,91	TOTAL PASIVOS	120000,00
OTROS ACTIVOS		PATRIMONIO	
ACTIVOS INTANGIBLES		Capital Social	111443,30
INVERSIÓN DIFERIDA	2240,00		
TOTAL OTROS ACTIVOS	2240,00	TOTAL PATRIMONIO	111443,30
TOTAL ACTIVOS	231443,30	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	231443,30

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.8. Estudio financiero

5.8.1. Costo de oportunidad

Tabla N° 66. Costo de oportunidad

Factores de la inversión	Estructura	Composición %	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Capital propio	111443,30	48,15%	4,53%	2,18%
Capital financiado	120000,00	51,85%	9,75%	5,06%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	231443,30	100,00%		7,24%

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Costo de Oportunidad=CK=	7,24%
Riesgo País=RP=	5,64
Costo de Oportunidad en tasa	0,0724
Riesgo País en tasa	0,0564
i=	0,1328

$$i = 13,2846$$

$$i = (1 + CK)(1 + Rp)$$

CK = Costo de Oportunidad

Rp = Riesgo país

i = Tasa

$$i = (1 + 0,0724)(1 + 0,0564)$$

$$i = 0,1328 \times 100 = 13,28\%$$

El 13,28% representa un parámetro para la tasa interna de retorno, la cual no debe ser menor, para que el proyecto sea factible.

5.8.2. Valor Actual Neto VAN

Tabla N° 67. Información para calcular el VAN

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (13,27%)	Flujos Netos Actualizados
0	-\$ 231.443,30		
1	\$ 73.414,76	1,1328	\$ 64.805,58
2	\$ 76.549,72	1,2833	\$ 59.648,79
3	\$ 81.735,65	1,4538	\$ 56.220,99
4	\$ 84.901,65	1,6470	\$ 51.550,41
5	\$ 243.262,65	1,8658	\$ 130.382,84
ΣFNA			\$ 362.608,61

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

$$VAN = \Sigma FNA - Inversión$$

$$VAN = \$ 362.608,61 - \$ 231.443,30$$

$$VAN = \$ 131.165,31$$

El valor actual neto es mayor a cero, ya que al invertir \$ 231.443,30 trayendo a tiempo presente de los 5 años proyectados se tendrá \$ 131.165,31.

5.8.3. Tasa Interna de Retorno

Tabla N° 68. Tasa VAN Inferior

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (13,27%)	Flujos Netos Actualizados
0	-\$ 231.443,30		
1	\$ 73.414,76	1,133	\$ 64.805,58
2	\$ 76.549,72	1,283	\$ 59.648,79
3	\$ 81.735,65	1,454	\$ 56.220,99
4	\$ 84.901,65	1,647	\$ 51.550,41
5	\$ 243.262,65	1,866	\$ 130.382,84
ΣFNA			\$ 362.608,61
VAN TASA INFERIOR			\$ 131.165,31

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 69. Tasa VAN Superior

Años	Flujos Netos	Tasa de Redescuento (30,50%)	Flujos Netos Actualizados
0	-231.443,30		
1	73.414,76	1,31	56.256,52
2	76.549,72	1,70	44.949,27
3	81.735,65	2,22	36.777,31
4	84.901,65	2,90	29.273,46
5	243.262,65	3,78	64.272,16
ΣFNA			231.528,72
VAN TASA SUPERIOR			-85,42

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 70. Datos para calcular la TIR

Tasa Inferior	0,1328
Tasa Superior	0,305
VAN Tasa Inferior	\$ 131.165,31
VAN Tasa Superior	-\$ 85,42
TIR	30,49%

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

$$TIR = Tasa\ inferior + (Tasa\ superior - Tasa\ inferior) \left[\frac{VAN\ TI}{VAN\ TI - VAN\ TS} \right]$$

$$TIR = 0,1328 + (0,305 - 0,1328) \left[\frac{\$ 131.165,31}{\$ 131.165,31 - (-\$ 85,42)} \right]$$

$$TIR = 0,3049 \times 100 = 30,49$$

La TIR es del 30,49 al ser mayor que la tasa del costo de oportunidad, se reafirma la factibilidad del proyecto.

5.8.4. Costo beneficio

Tabla N° 71. Datos para establecer el Costo beneficio

Σ FNA	\$ 362.608,61
INVERSIÓN	\$ 231.443,30
Beneficio – Costo	1,57

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\Sigma \text{FNE Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\$ 362.608,61}{\$ 231.443,30}$$

$$\text{Costo Beneficio} = 1,57$$

Por cada dólar invertido el beneficio es de 1,57, por ende es rentable la empresa.

5.8.5. Relación ingresos egresos

Tabla N° 72. Datos para calcular relación ingresos egresos

AÑOS	Ingresos	Egresos	Tasa de Crecimiento	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
Año 2015	\$ 300.303,76	\$ 226.345,67	1,1328	\$ 265.087,81	\$ 199.802,62
Año 2016	\$ 318.053,23	\$ 239.616,62	1,2833	\$ 247.832,24	\$ 186.713,16
Año 2017	\$ 336.851,78	\$ 251.006,71	1,4538	\$ 231.699,90	\$ 172.652,29
Año 2018	\$ 356.761,43	\$ 263.250,70	1,6470	\$ 216.617,68	\$ 159.840,03
Año 2019	\$ 377.847,84	\$ 276.053,99	1,8658	\$ 202.517,21	\$ 147.958,20
Σ Ingresos y Egresos Actualizados				\$ 1.163.754,85	\$ 866.966,29

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

$$\text{Ingresos Egresos} = \frac{\Sigma \text{Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Ingresos Egresos} = \frac{\$ 1.163.754,85}{\$ 866.966,29}$$

$$\text{Ingresos Egresos} = \$1,34$$

Por cada dólar en costos y gastos se tendrá ingresos de 1,34 dólares.

5.8.6. Punto de equilibrio

Tabla N° 73. Punto de equilibrio de cierres de 15 nylon

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
INGRESOS					
Ventas	\$ 256,82	\$ 272,00	\$ 288,07	\$ 305,10	\$ 323,13
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	\$ 24,26	\$ 26,39	\$ 28,49	\$ 30,76	\$ 33,20
Gasto de Ventas	\$ 18,31	\$ 20,73	\$ 22,25	\$ 23,90	\$ 25,66
Gasto Financiero	\$ 9,27	\$ 7,56	\$ 5,68	\$ 3,61	\$ 1,32
Gasto Depreciación	\$ 18,51	\$ 18,51	\$ 18,51	\$ 18,65	\$ 18,65
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 70,35	\$ 73,20	\$ 74,94	\$ 76,91	\$ 78,84
COSTOS VARIALES					
Mano de Obra	\$ 15,07	\$ 17,32	\$ 18,70	\$ 20,19	\$ 21,80
Materia prima e insumos	\$ 3.734,30	\$ 4.292,28	\$ 4.633,98	\$ 5.002,89	\$ 5.401,16
Costos indirectos de fabricación	\$ 6.685,73	\$ 7.684,72	\$ 8.296,49	\$ 8.956,97	\$ 9.670,02
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 10.435,10	\$ 11.994,33	\$ 12.949,18	\$ 13.980,04	\$ 15.092,97
PUNTO DE EQUILIBRIO (Dólares)	-\$ 1,78	-\$ 1,70	-\$ 1,70	-\$ 1,72	-\$ 1,72
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	0	0	0	0	0

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 74. Punto de equilibrio de cierres de 45 nylon

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
INGRESOS					
Ventas	\$ 63.633,53	\$ 67.394,60	\$ 71.377,96	\$ 75.596,76	\$ 80.064,91
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	\$ 6.011,28	\$ 6.540,08	\$ 7.059,59	\$ 7.620,41	\$ 8.225,83
Gasto de Ventas	\$ 4.537,69	\$ 5.135,82	\$ 5.513,79	\$ 5.920,67	\$ 6.358,70
Gasto Financiero	\$ 2.297,06	\$ 1.873,99	\$ 1.407,78	\$ 894,03	\$ 327,89
Gasto Depreciación	\$ 4.586,32	\$ 4.586,32	\$ 4.586,32	\$ 4.621,77	\$ 4.621,77
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 17.432,35	\$ 18.136,22	\$ 18.567,49	\$ 19.056,87	\$ 19.534,18
COSTOS VARIABLES					
Mano de Obra	\$ 3.734,30	\$ 4.292,28	\$ 4.633,98	\$ 5.002,89	\$ 5.401,16
Materia prima e insumos	\$ 25.165,36	\$ 26.652,76	\$ 28.228,08	\$ 29.896,50	\$ 31.663,53
Costos indirectos de fabricación	\$ 1.630,01	\$ 1.692,83	\$ 1.758,08	\$ 1.825,83	\$ 1.896,20
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 30.529,67	\$ 32.637,88	\$ 34.620,14	\$ 36.725,22	\$ 38.960,89
PUNTO DE EQUILIBRIO (Dólares)	\$ 33.509,14	\$ 35.166,82	\$ 36.055,17	\$ 37.061,51	\$ 38.049,87
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	161.328	163.026	160.941	159.294	157.473

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Punto de equilibrio en dólares

$$PE\$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \left(\frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}} \right)}$$

$$PE\$ = \frac{\$ 17.432,35}{1 - \left(\frac{\$ 30.529,67}{\$ 63.633,53} \right)}$$

$$PE\$ = \$ 33.509,14$$

Punto de equilibrio en unidades

$$PE U = \frac{PE\$}{\text{Ventas}}$$

$$PE U = \frac{\$ 33.509,14}{0,21}$$

$$PE U = 161.328$$

Tabla N° 75. Punto de equilibrio de cierres de 75 nylon

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
INGRESOS					
Ventas	\$ 113.926,85	\$ 120.660,50	\$ 127.792,15	\$ 135.345,31	\$ 143.344,91
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	\$ 10.762,35	\$ 11.709,09	\$ 12.639,20	\$ 13.643,26	\$ 14.727,18
Gasto de Ventas	\$ 8.124,09	\$ 9.194,96	\$ 9.871,67	\$ 10.600,12	\$ 11.384,35
Gasto Financiero	\$ 4.112,55	\$ 3.355,11	\$ 2.520,43	\$ 1.600,64	\$ 587,04
Gasto Depreciación	\$ 8.211,17	\$ 8.211,17	\$ 8.211,17	\$ 8.274,62	\$ 8.274,62
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 31.210,15	\$ 32.470,33	\$ 33.242,47	\$ 34.118,64	\$ 34.973,19
COSTOS VARIABLES					
Mano de Obra	\$ 6.685,73	\$ 7.684,72	\$ 8.296,49	\$ 8.956,97	\$ 9.670,02
Materia prima e insumos	\$ 45.055,03	\$ 47.718,01	\$ 50.538,38	\$ 53.525,46	\$ 56.689,09
Costos indirectos de fabricación	\$ 2.918,31	\$ 3.030,78	\$ 3.147,59	\$ 3.268,89	\$ 3.394,88
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 54.659,07	\$ 58.433,51	\$ 61.982,46	\$ 65.751,32	\$ 69.753,98
PUNTO DE EQUILIBRIO (Dólares)	\$ 59.993,37	\$ 62.961,21	\$ 64.551,69	\$ 66.353,40	\$ 68.122,91
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	288.835	291.875	288.143	285.194	281.934

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 76. Punto de equilibrio de cierres de 15 cm plásticos

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
INGRESOS					
Ventas	\$ 171,38	\$ 181,51	\$ 192,24	\$ 203,60	\$ 215,64
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	\$ 16,19	\$ 17,61	\$ 19,01	\$ 20,52	\$ 22,15
Gasto de Ventas	\$ 12,22	\$ 13,83	\$ 14,85	\$ 15,95	\$ 17,13
Gasto Financiero	\$ 6,19	\$ 5,05	\$ 3,79	\$ 2,41	\$ 0,88
Gasto Depreciación	\$ 12,35	\$ 12,35	\$ 12,35	\$ 12,45	\$ 12,45
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 46,95	\$ 48,85	\$ 50,01	\$ 51,33	\$ 52,61
COSTOS VARIABLES					
Mano de Obra	\$ 10,06	\$ 11,56	\$ 12,48	\$ 13,47	\$ 14,55
Materia prima e insumos	\$ 67,78	\$ 71,78	\$ 76,03	\$ 80,52	\$ 85,28
Costos indirectos de fabricación	\$ 4,39	\$ 4,56	\$ 4,73	\$ 4,92	\$ 5,11
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 82,22	\$ 87,90	\$ 93,24	\$ 98,91	\$ 104,93
PUNTO DE EQUILIBRIO (Dólares)	\$ 90,25	\$ 94,71	\$ 97,11	\$ 99,82	\$ 102,48
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	790	798	788	780	771

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 77. Punto de equilibrio de cierres de 45 plásticos

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
INGRESOS					
Ventas	\$ 39.376,43	\$ 41.703,78	\$ 44.168,68	\$ 46.779,27	\$ 49.544,16
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	\$ 3.719,78	\$ 4.047,00	\$ 4.368,47	\$ 4.715,51	\$ 5.090,14
Gasto de Ventas	\$ 2.807,92	\$ 3.178,05	\$ 3.411,94	\$ 3.663,71	\$ 3.934,76
Gasto Financiero	\$ 1.421,42	\$ 1.159,63	\$ 871,14	\$ 553,23	\$ 202,90
Gasto Depreciación	\$ 2.838,02	\$ 2.838,02	\$ 2.838,02	\$ 2.859,95	\$ 2.859,95
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 10.787,14	\$ 11.222,69	\$ 11.489,56	\$ 11.792,39	\$ 12.087,75
COSTOS VARIABLES					
Mano de Obra	\$ 2.310,78	\$ 2.656,06	\$ 2.867,51	\$ 3.095,79	\$ 3.342,24
Materia prima e insumos	\$ 15.572,33	\$ 16.492,73	\$ 17.467,53	\$ 18.499,95	\$ 19.593,39
Costos indirectos de fabricación	\$ 1.008,65	\$ 1.047,53	\$ 1.087,90	\$ 1.129,82	\$ 1.173,37
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 18.891,76	\$ 20.196,32	\$ 21.422,94	\$ 22.725,57	\$ 24.109,00
PUNTO DE EQUILIBRIO (Dólares)	\$ 20.735,45	\$ 21.761,23	\$ 22.310,94	\$ 22.933,66	\$ 23.545,26
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	117.447	118.683	117.165	115.966	114.641

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 78. Punto de equilibrio de cierres de 75 plásticos

Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
INGRESOS					
Ventas	\$ 82.938,75	\$ 87.840,85	\$ 93.032,69	\$ 98.531,39	\$ 104.355,09
COSTOS FIJOS					
Gasto Administrativo	\$ 7.834,99	\$ 8.524,22	\$ 9.201,33	\$ 9.932,29	\$ 10.721,39
Gasto de Ventas	\$ 5.914,33	\$ 6.693,93	\$ 7.186,58	\$ 7.716,89	\$ 8.287,81
Gasto Financiero	\$ 2.993,94	\$ 2.442,52	\$ 1.834,88	\$ 1.165,26	\$ 427,36
Gasto Depreciación	\$ 5.977,73	\$ 5.977,73	\$ 5.977,73	\$ 6.023,92	\$ 6.023,92
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 22.720,99	\$ 23.638,40	\$ 24.200,52	\$ 24.838,37	\$ 25.460,48
COSTOS VARIABLES					
Mano de Obra	\$ 4.867,21	\$ 5.594,48	\$ 6.039,85	\$ 6.520,67	\$ 7.039,77
Materia prima e insumos	\$ 32.800,06	\$ 34.738,71	\$ 36.791,94	\$ 38.966,53	\$ 41.269,65
Costos indirectos de fabricación	\$ 2.124,53	\$ 2.206,41	\$ 2.291,44	\$ 2.379,75	\$ 2.471,47
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 39.791,80	\$ 42.539,60	\$ 45.123,23	\$ 47.866,96	\$ 50.780,90
PUNTO DE EQUILIBRIO (Dólares)	\$ 43.675,18	\$ 45.835,76	\$ 46.993,63	\$ 48.305,27	\$ 49.593,48
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	210.272	212.485	209.768	207.621	205.248

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

5.8.7. Periodo de recuperación

Tabla N° 79. Información para el cálculo de recuperación de inversión

Año	Flujos de Efectivo Actualizados	Flujos Netos Acumulados
Año 2015	\$ 64.805,58	
Año 2016	\$ 59.648,79	\$ 124.454,37
Año 2017	\$ 56.220,99	\$ 180.675,36
Año 2018	\$ 51.550,41	\$ 232.225,77
Año 2019	\$ 130.382,84	\$ 362.608,61

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 80. Cálculo del periodo de recuperación

\$ 180.675,36		Σ 3 año	
\$ 231.443,30		Inversión	
		\$ 50.767,94	
\$ 130.382,84	12	10865,24	al mes
\$ 50.767,94	10865,24	4,673	4 Meses
0,673	30	20,175	20 Días

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: La Autora

La inversión se recuperará en 3 años, 4 meses y 20 días.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. La empresa

La empresa es una unidad económico y social, misma que está integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, cuyo objetivo es la obtención de utilidades a través de la producción y comercialización de bienes y servicios; y para la presente empresa productora de cierres, mismo que es uno de los principales insumos necesarios para la confección, se considerara la siguiente estructura organizacional, satisfaciendo de esta manera las necesidades y la demanda del consumidor.

6.1.1. Nombre o Razón social

La Empresa que se constituirá se denominará “CKcierres S.A.” llamada así por las iniciales del nombre de mi hija y de mi nombre y estará ubicada en la Ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura.

6.1.2. Logotipo

Ilustración N° 12. Logotipo de la empresa



Elaborado por: La Autora

6.1.3. Base Legal

Para la creación de esta empresa se necesita un marco legal, con el fin de obtener todos los papeles en regla y el funcionamiento jurídicamente establecido, y se los obtiene en las dependencias locales y nacionales respectivos como: Gobierno autónomo Descentralizado del Cantón Antonio Ante, Servicio de Rentas Internas, Instituto Ecuatoriano de Seguridad social, Registro Mercantil, entre otras.

6.1.4. Tipo de empresa

Del análisis realizado a las diferentes clases de compañías, se determina que, la que más se ajusta a los requerimientos y finalidades de la empresa que se formará es la “Sociedad Anónima”. Siendo La sociedad anónima una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones.

6.1.5. Base legal

La compañía anónima es la forma de sociedad más usada en el Ecuador y sus principales requisitos son los siguientes.

Requisitos para la formación de una Sociedad Anónima:

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

SRI. Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales).
- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente.
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial.
- Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador.
- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado.

Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

IESS.- Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado
- Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:

PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LOCALES COMERCIALES USO DE SUELO

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

PATENTES MUNICIPALES

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Antonio Ante, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

TASA DE HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Antonio Ante.

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
2. Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio

9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

CERTIFICADO DE SEGURIDAD DEL B. CUERPO DE BOMBEROS

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado,

Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y

Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

- IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual
- IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual
- RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC
- IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

<http://www.creatuempresa.org/es->

[ES/PasoApasso/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SA&](http://www.creatuempresa.org/es-ES/PasoApasso/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SA&)

6.2. Base filosófica

6.2.1. Misión

CKcierres S.A. es una empresa industrial dedicada a la fabricación de cierres de nylon y poliéster, con los más altos estándares de calidad a través de la utilización de tecnología de punta y con el talento humano más capacitado, enfocados a la satisfacción de nuestros clientes y guiados por nuestros objetivos empresariales para alcanzar buenos niveles de rentabilidad y un mejoramiento continuo.

6.2.2. Visión

CKcierres S.A en los próximos 5 años se posicionara en el mercado como una de las empresas productoras de cierres más importantes a nivel zonal con altos niveles de ventas que nos motive a la ampliación de nuestra planta productora y a la fabricación de nuevas líneas de cierres.

6.2.3. Principios

Trabajo en Equipo: Buscamos la colaboración y sumamos esfuerzos para que con el aporte de todos se multipliquen los logros, las actividades deben desarrollarse de forma coordinada y la responsabilidad compartida entre todos dejando de lado los logros individuales por logros en equipo.

Mejoramiento continuo: esto nos permite determinar las debilidades y las fortalezas de la empresa para posteriormente contribuir a mejorar las debilidades y a consolidar las fortalezas.

Calidad: la calidad es un aspecto fundamental dentro de nuestra empresa, empleada en el proceso productivo para obtener un excelente producto, así como también en el área de comercialización a través de la atención al cliente.

Rentabilidad: Buscamos obtener resultados económicos para seguir creciendo y desarrollándonos

Flexibilidad: está sujeta a adaptarse a los cambios que vaya experimentando a lo largo del tiempo el mercado.

Agilidad: los productos deben ser realizados en su justo tiempo en cuanto a su producción, distribución y entrega.

Sostenibilidad: desarrollar un proceso de producción que respete el medio ambiente y los recursos naturales.

Eficiencia: Utilizar de forma adecuada los medios y recursos con los cuales se cuenta, para alcanzar las metas y objetivos programados por la empresa optimizando el uso de los recursos y el tiempo disponibles.

Persona: Vemos a nuestros trabajadores como personas y no como instrumentos.

6.2.4. Valores

Ética y honestidad: Realizamos cada una de las operaciones con transparencia y rectitud, buscando armonía en las relaciones interpersonales, laborales y comerciales.

Respeto: Valoramos a cada persona y entendemos sus diferencias sociales, culturales, religiosas y de pensamiento.

Responsabilidad: Cumplimos a tiempo nuestros deberes y desarrollamos el trabajo con dedicación acorde a nuestro compromiso con la empresa.

Confianza: Ofrecemos un producto confiable con precios justos y razonables para mantener e incrementar la participación en el mercado.

Lealtad: trabajar en equipo, demostrando compromiso y respeto a los valores de la organización, somos recíprocos con la confianza depositada en cada uno de nosotros.

Liderazgo: ser personas comprometidas en dar ejemplo, influyendo positivamente en el trabajo de los demás, generando un trabajo de equipo que produce resultados exitosos.

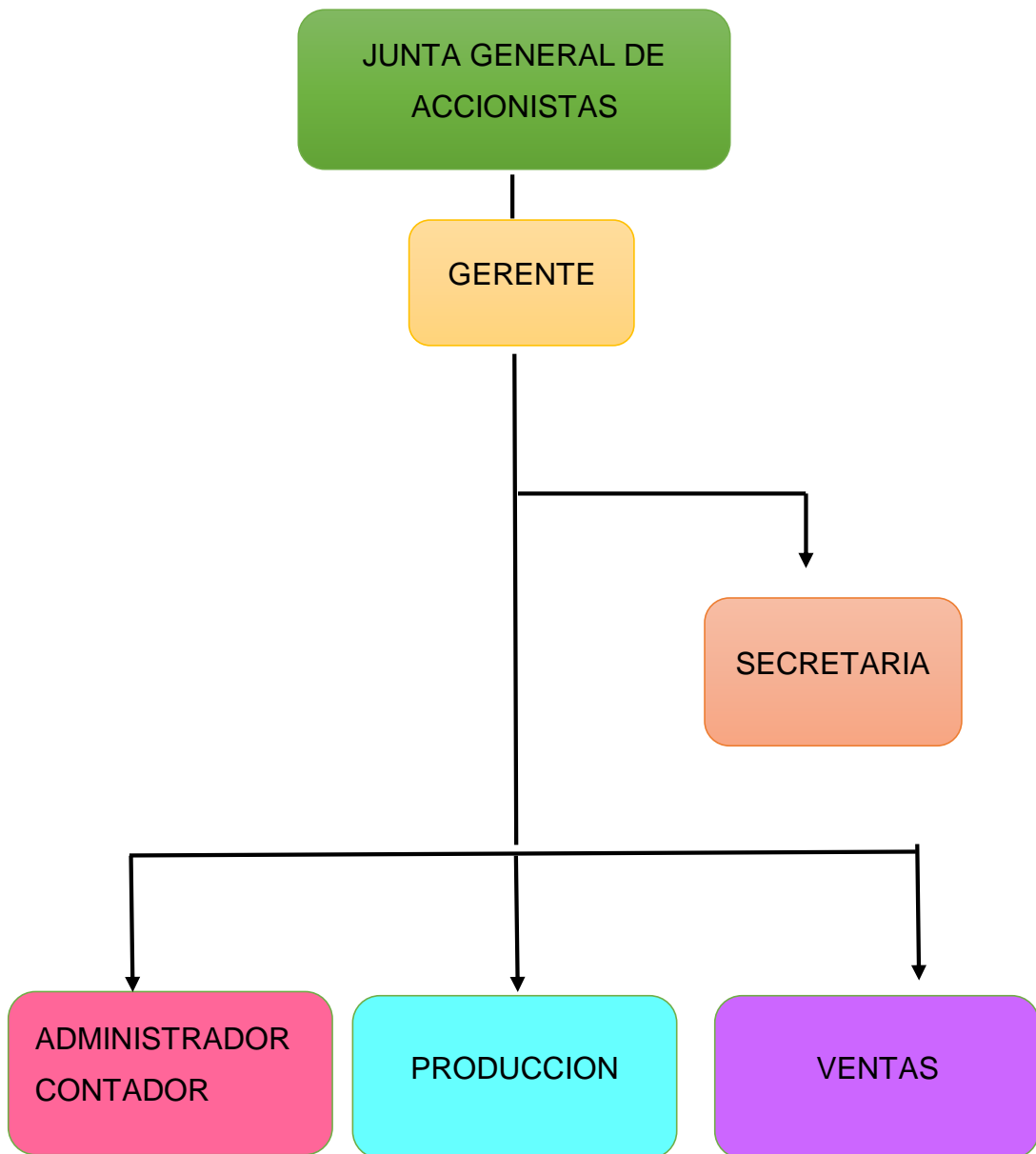
Puntualidad: se debe cumplir con los horarios establecidos por la empresa, logrando ser más eficientes.

Compromiso: capacidad de generar vínculos que entre todos los que integran la empresa para seguir el mismo camino y alcanzar los objetivos planteados.

6.2.5. Estructura Orgánica

6.2.5.1. Organigrama estructural

Ilustración N° 13. Organigrama Estructura



Elaborado por: La autora

6.3. Manual de Funciones

6.3.1. Asamblea general de accionistas

Cuadro N° 28. Funciones de la junta general de accionistas

CARGO
Junta General de Accionistas
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Determinar las directrices y lineamientos, para un correcto funcionamiento de la empresa.• Aumentar o reducir el capital social de la empresa• Emitir obligaciones.• Liquidar o dar de baja la sociedad.• Plantear objetivos a corto y largo plazo para que la empresa se desarrolle y siga creciendo.• Tomar las mejores decisiones para el manejo idóneo de la empresa• Seleccionar al gerente acorde a sus conocimientos, habilidades y experiencia.

Elaborado por: La autora

6.3.2. Gerente

Cuadro N° 29. Funciones del gerente

CARGO Gerente
PERFIL <ul style="list-style-type: none">• Facilidad de comunicación• Responsable con funciones designadas• Capacidad de liderazgo• Trabajo en equipo• Empatía• Toma de decisiones acertadas• Dar solución ágil a los problemas de la empresa• Imparcial en conflictos y problemas organizacionales
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Compartir con sus colaboradores los objetivos y prioridades de su departamento y de la organización.• Planificar, organizar, dirigir y controlar todos los aspectos de la empresa, así como de la toma de decisiones y solución de conflictos.• Coordinar las actividades el resto de departamentos• Utilizar el consenso para llegar a acuerdos con sus colaboradores.• Se preocupa por mejorar continuamente la comunicación.• Buscar medios para que los colaboradores se comprometan de manera voluntaria, con el logro de los objetivos de la organización.• Analizar y evaluar, conjuntamente con sus colaboradores, los logros alcanzados, las causas de las desviaciones y las posibles medidas correctivas.• Facilitar el trabajo de sus colaboradores y, más que ejercer control, prestar el apoyo necesario para que puedan realizar eficientemente sus tareas.• Delegar, tanto las funciones como el poder para tomar decisiones, dando suficiente autonomía de acción a sus colaboradores.• Cuando se presentan conflictos, los afronta para resolverlos no para buscar culpables.• Considerar los errores, propios y ajenos, como una oportunidad para aprender y mejorar.• Firmar y autorizar la emisión de cheques para pago de empleados y proveedores.• Facilitar la adquisición de materiales, bienes mueble, equipos necesarios para el desarrollo del negocio.• Verificar la exactitud de roles, nómina y planillas de sueldos y solicitar sus reformas en caso de haber errores.
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS <ul style="list-style-type: none">• Título de tercer nivel en Administración de Empresas, Contabilidad y Auditoría, Economía o carreras afines.• Experiencia en manejo adecuado del personal• Capacidad para dirigir y controlar la empresa• Edad mínima 24 años.

Elaborado por: La autora

6.3.3. Secretario/a

Cuadro N° 30. Funciones de la secretaria

CARGO
SECRETARIA
PERFIL <ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad y cumplimiento de sus actividades• Demostrar buen trato• Saber trabajar en equipo• Capacidad de trabajar bajo presión• Buena presencia y excelente atención al cliente• Confidencialidad de la información que se maneja en su trabajo diario
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Ofrecer un trato cordial, amable y respetuoso al cliente.• Efectuar los pagos correspondientes al personal que labora en la organización.• Organizar y actualizar con claridad los inventarios de todos los bienes muebles e inmuebles de la empresa.• Poseer información básica sobre los productos y precios que oferta la Empresa.• Facturar los productos a los clientes.• Adquisición de suministros de oficina con autorización de gerencia.• Manejar el fondo de caja chica y su respectiva reposición mensual.
REQUISITOS <ul style="list-style-type: none">• Título de secretaria.• Tener experiencia de un año mínimo en cargos similares.• Conocimientos básicos de contabilidad.• Conocimientos de idiomas.

Elaborado por: La autora

6.3.4. Contador general

Cuadro N° 31. Funciones de la contadora general

CARGO Contador General
PERFIL <ul style="list-style-type: none">• Ética moral y profesional• Honesto con sus actividades• Responsable en sus funciones• Compromiso con la empresa
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Llevar la Contabilidad de la empresa.• Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para la empresa.• Realizar las declaraciones y pagos correspondientes, así como todo lo que tenga que ver con el Servicio de Rentas Internas.• Formular los roles de pagos y realizar el pago al personal.• Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.• Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.• Notificar al Gerente sobre la disponibilidad de caja.• Llevar un registro de control de caja-bancos.• Elaborar las planillas de aportes al Seguro Social y cancelarlas oportunamente.
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS <ul style="list-style-type: none">• Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría• Experiencia mínima de 2 años en manejo de sistemas contables• Capacidad para trabajar bajo presión• Edad mínima 24 años

Elaborado por: La autora

6.3.5. Vendedores

Cuadro N° 32. Funciones de los Vendedores

CARGO
Vendedor
PERFIL <ul style="list-style-type: none">• Facilidad de comunicación• Responsable con sus actividades• Capacitación en conocimientos de mercado• Honesto• Dinámico• Proactivo• Experiencia• Disponibilidad de tiempo• Referencias laborales
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Atender a los clientes que acudan a la empresa ya sea por información o por adquirir los cierres de la calidad que fabricamos• Recibir y entregar cheques, dinero en efectivo, depósitos bancarios, y otros documentos de valor por el pago de nuestro producto• Atender con eficiencia a los clientes• Conocer todo sobre la pequeña empresa• Emitir facturas por el monto de compras dentro de la empresa.• Registrar directamente los movimientos de entrada y salida de dinero.• Suministrar a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja.• Chequear que los montos de los recibos de ingreso por caja y depósitos bancarios coincidan.• Llevar el registro y control de los movimientos de caja.• Dominio pleno de mercado• Habilidad para mejorar las estrategias de ventas
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS <ul style="list-style-type: none">• Profesional en carreras afines a la mercadotecnia• Experiencia en ventas y trato al cliente• Responsable y ético en sus funciones• Edad mínima 24 años

Elaborado por: La autora

6.3.6. Obreros de producción

Cuadro N° 33. Funciones de los Obreros

CARGO Obreros de Producción
PERFIL <ul style="list-style-type: none">• Honesto• Responsable con funciones designadas• Dinámico• Trabajo en equipo• Ético• Trabajo bajo presión
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none">• Recibir materia prima de los proveedores, cargar y almacenar en bodega• Verificar que la materia prima recibida sea la correcta y la necesaria para todas las ordenes de producción• Manejar la maquinaria correctamente• Estar pendiente del funcionamiento de la maquinaria• Elaboración de los cierres de nylon y poliéster• Cumplir con las órdenes y tiempo de producción establecidas por la empresa.• Limpieza de cada una de las áreas pertenecientes a la producción.• Lograr la efectividad en las actividades realizadas en la producción.
REQUERIMIENTOS MÍNIMOS <ul style="list-style-type: none">• Edad mínima 23 años• Experiencia no indispensable• Manejo de Maquinaria• Con capacidad para trabajar en equipo.

Elaborado por: La autora

6.4. Estrategias empresariales

- Alcanzar la efectividad a través de la reducción de tiempo y costos en las diversas etapas de producción de los cierres, convirtiendo a la empresa en más productiva y sobre todo más rentable.
- Cubrir las necesidades de la industria textil de Antonio Ante con un producto de calidad que cumpla con las expectativas de los clientes.
- Elaborar cierres de nylon y poliéster, en un nivel productivo apropiado para cumplir los requerimientos del mercado textil de Antonio ante.
- Cubrir las necesidades propias de la empresa en cuanto a la adquisición de materia prima; que nos permita la producción de los cierres.
- Realizar capacitaciones al personal de cómo se debe brindar un buen servicio al cliente y la metodología de ventas, que permita incrementar el nivel de ingresos y el nivel de rentabilidad de la pequeña empresa.

6.5. Estrategias metodológicas de posicionamiento

- Posicionar los productos de la empresa en el mercado actual mediante la utilización de una política estratégica de marketing.
- Abrir nuevos mercados a mediano plazo mediante la garantía del eslogan impulsado por nuestro gobierno actual “HECHO EN ECUADOR”.
- Realizar campañas publicitarias en los diferentes medios de comunicación dentro de la Ciudad con el fin de que se conozca que ya existe en Antonio Ante la primera fábrica de cierres de alta calidad.

6.6. Estrategias operativas

- Capacitar continuamente al personal que opera la maquinaria para disminuir retrasos, productos de mala calidad y alcanzar eficiencia en los procesos productivos.
- Incentivar y motivar a nuestro talento humano para lograr el empoderamiento de la empresa.

6.7. Estrategias financieras

- Mantener la fidelidad de los clientes al establecer líneas de crédito y descuentos especiales por compras de los cierres en cantidades superiores a los montos determinados por la misma empresa.
- Establecer un precio competitivo de los cierres en relación a las empresas comercializadoras ya establecidas en Antonio Ante para en un corto plazo desplazarlas.
- Llevar un registro diario de las transacciones realizadas con el fin de poder evidenciar el desarrollo y crecimiento de la empresa.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1. Impacto Social

Una sociedad beneficiada por la puesta en marcha de una empresa siempre es un factor positivo, por lo tanto se pretende alcanzar dicho impacto con la generación de fuentes de empleo, el mejoramiento de la calidad de vida, contribución con el desarrollo local a través de la generación de impuestos, aportará en el crecimiento de la producción textil.

Generación de fuentes de empleo.- la puesta en marcha de este proyecto dará como resultado la contratación de mano de obra local, lo q beneficiara a la disminución del desempleo.

Mejor de la calidad de vida.- este impacto es positivo debido a que al generar empleos aumentan los ingresos de las familias lo que les permite mejorar su estilo de vida.

Contribución al desarrollo local.- por medio de la declaración de impuesto se contribuye a la creación de más obras sociales que benefician a toda la ciudadanía.

Crecimiento de la producción textil.- las fábricas textiles existentes en Antonio Ante aumentaran su producción debido a que uno de los principales insumos como son los cierres los tendrán a disposición de manera rápida eliminando el desabastecimiento.

Tabla N° 81. Impacto Social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de fuentes de empleo						X	
Mejor calidad de vida						X	
Contribución al desarrollo local						X	
Crecimiento de la producción textil						X	
TOTAL						8	

Elaborado por: La autora

$$E = 8$$

E

$$\text{IMPACTO SOCIAL} = \frac{\text{E}}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO SOCIAL} = 8 / 4 = 2 \quad \text{Impacto Medio Positivo}$$

7.2. Impacto Económico

Con relación al impacto económico se lo podrá determinar en función mejoramiento del ingreso per cápita de los habitantes del cantón, incremento en el acceso a los insumos textiles cierres, dinamización de la economía, acrecentamiento de las oportunidades de negocio y del crecimiento de los ingresos de la economía total de Antonio Ante.

Aumento del ingreso Per-cápita.- este es un indicador que refleja bienestar a un país mismo q es la distribución del PIB entre el número de habitantes, al incrementar el valor monetario de la producción de bienes como son los cierres de demanda final de un país estamos incrementamos también el ingreso per-cápita

Incremento en el acceso a los insumos cierres.- como el totalidad de las empresas que venden cierres en Antonio Ante son únicamente

comercializadoras no se tiene a disposición la cantidad requerida por las fábricas textiles, por lo que este proyecto y su puesta en marcha eliminaría este problema de oferta, evitando retrasos en la producción de las prendas de vestir.

Dinamización de la economía.- Con la venta de los cierres se contribuye a la dinamización de la economía volviéndola más productiva.

Incremento de las oportunidades de negocio.- el lugar estratégico donde se ubicara la empresa “CKcierres”, se dará la oportunidad de poner pequeños negocios en marcha ya que esta zona se volverá muy transitada.

Tabla N° 82. Impacto Económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Aumento del ingreso Per-cápita						X	
Incremento en el acceso de insumos de cierres							X
Dinamización de la economía						X	
Incremento de las oportunidades de negocio						X	
TOTAL						6	3

Elaborado por: La autora

$$E = 9$$

E

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = \frac{\text{Indicadores}}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO ECONÓMICO} = 9 / 4 = 2,25 \quad 2 \quad \text{Impacto Medio Positivo}$$

7.3. Impacto Ambiental

Un medio ambiente menos contaminado es un factor anhelado el cual se pretende alcanzar mediante la de la utilización de tecnología limpia, la aplicación de estándares de calidad que disminuyan la contaminación y por la mejora en el manejo de los residuos que genera la producción de cierres.

Utilización de tecnología limpia.- la tecnología utilizada en los proceso de producción es tecnología de punta lo q evitara en gran proporción la contaminación ambiental.

Aplicación de estándares de calidad.- esta es una estrategia que permitirá la reducción de desechos al tener niveles mínimos de error en cada proceso productivo.

Manejo de residuos.- los residuos que nos queden en los procesos productivos serán reutilizados.

Tabla N° 83. Impacto Ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Utilización de tecnología limpia						X	
Aplicación de estándares de calidad						X	
Manejo de residuos							X
TOTAL						4	3

Elaborado por: La autora

$$E = 7$$

E

$$\text{IMPACTO AMBIENTAL} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

Indicadores

$$\text{IMPACTO AMBIENTAL} = 7 / 3 = 2.33 \quad \text{Impacto Medio Positivo}$$

7.4. Impacto Ético

Una empresa comprometida con la sociedad y la nación siempre genera riqueza, confianza y beneficio colectivo por lo tanto se pretende generar un impacto ético determinado por el índice de satisfacción en el reconocimiento de costos de elaboración y comercialización de cierres, la responsabilidad ambiental de la empresa, el compromiso empresarial, el respeto laboral y la justicia salarial.

Responsabilidad ambiental.- la empresa tiene una gran responsabilidad con el medio ambiente ya que se ocupa de los residuos y desechos.

Compromiso empresarial.- todos y cada uno de los que conforman la empresa tienen un compromiso con ella puesto que se debe trabajar en conjunto para el cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Respeto laboral.- el ambiente laboral dentro la empresa permite a los empleados desarrollarse adecuadamente y volverse efectivos en el cumplimiento de sus actividades.

Justicia salarial.- la mano de obra tanto directa como indirecta que labore dentro de la empresa recibe un salario justo de acuerdo a las actividades y funciones que desempeña y que estén acorde a lo establecido en la ley.

Tabla N° 84. Impacto Ético

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Responsabilidad ambiental							X
Compromiso empresarial							X
Respeto laboral							X
Justicia salarial						X	
TOTAL						2	9

Elaborado por: La autora

$$E = 11$$

$$\text{IMPACTO ETICO} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{IMPACTO ETICO} = 11 / 4 = 2,75 \quad 3 \text{ Impacto Alto Positivo}$$

7.5. Impacto Empresarial

El impacto empresarial que se generara a través de la creación de esta nueva empresa será medido por la calidad de su gestión empresarial, los contratos efectuados, el incremento de las ventas y la expansión del mercado y la empresa.

Gestión empresarial.- los directores institucionales, consultores, productores, gerentes, entre otros, y accionistas guiados por sus decisiones y acciones buscarán mejorar la productividad y la competitividad de la empresa.

Incremento de ventas.- las ventas aumentaran para la empresa a través de la correcta aplicación de las estrategias de marketing.

Expansión del mercado.- el marketing y nuestro producto de calidad nos impulsa a ser más conocidos en el mercado captando gran parte de este.

Expansión de la empresa.- las metas logradas y las utilidades obtenidas nos motivan para ampliar la empresa, contratar más mano de obra, comprar más tecnología, y así aumentar nuestros niveles de producción.

Tabla N° 85. Impacto Empresarial

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Gestión empresarial							X
Incremento de ventas						X	
Expansión de mercado						X	
Expansión de la empresa						X	
TOTAL						6	3

Elaborado por: La autora

$$E = 9$$

E

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = \frac{\dots}{\dots}$$

Indicadores

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = 9 / 4 = 2,25 \quad 2 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

7.6. Impacto general

Tabla N° 86. Impacto General

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Impacto Social						X		2
Impacto Económico						X		2
Impacto Ambiental						X		2
Impacto Ético							X	3
Impacto Empresarial						X		2
Total						8	3	11

Elaborado por: La autora

$$E = 11$$

E

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = \frac{\dots}{\dots}$$

Indicadores

$$\text{IMPACTO EMPRESARIAL} = 11 / 5 = 2,2 \quad 2 \text{ Impacto Medio Positivo.}$$

Conclusiones

Por medio del diagnóstico se pudo concluir que Atuntaqui cuenta con todos los servicios necesarios para la implementación de este proyecto, el desarrollo de la ubicación geográfica es la óptima, ya que es un polo de desarrollo industrial y las empresas productoras que necesitan de componentes nacionales, por medio del cambio de la matriz productiva.

Las fuentes bibliográficas ayudaron a tener la conceptualización necesaria para dar sustento a este estudio, permitiendo conocer los términos fundamentales sobre la fabricación de cierres.

En el desarrollo del estudio de mercado se pudo conocer que no cuenta con una empresa productora de cierres por lo que el 95% de la población meta está dispuesta a comprar el producto, además se identificó que el 41% de los encuestados utiliza cierres de plástico y el 56% cierres de nylon y se conoció el tamaño de cierres que necesitan para elaborar prendas de vestir.

El estudio técnico ayudó a determinar la ubicación estratégica del proyecto, la inversión que se debe hacer, dividida en tres componentes inversión fija, gastos constitución y capital de trabajo, dando como resultado un monto total de 210.867,06 dólares, para poder financiar se debe acceder a un crédito de 120.000 dólares correspondiente al 56,91%.

Por medio de la investigación se encontró con los costos, gastos, depresiones, gastos financiero y una pequeña rentabilidad, lo cual dio como resultado los siguientes indicadores: VAN del 131.165,31, TIR 30,49, C/B 1,57, relación ingresos egresos 1,34 y el periodo de recuperación de 3 años, 4 meses y 20 días.

La empresa industrial CK Cierres, va ser una sociedad anónima, la organización productiva va estar guiada por medio de un nivel jerárquico, cargos establecidos y funciones, orientada por estrategias empresariales y metodología de posicionamiento.

El impacto general de este proyecto determinó un aspecto medio positivo en la creación del proyecto en el Cantón Antonio Ante, pero al momento de la inversión y el funcionamiento se debe minimizar los impactos negativos al máximo, pero manteniendo o mejorando los impactos positivos.

Recomendaciones

Se recomienda a los GADs municipales, que cuenten con base de datos actualizada y real de todos los aspectos que les competen, para que las investigaciones estén más apegadas a la realidad, buscando una disminución de los errores que se puede incurrir.

Se solicita a los encargados de establecer las leyes se extienda los límites de las publicaciones, de las fuentes bibliográficas que se necesitan para realizar investigaciones.

Se recomienda la creación de más empresas que ayuden a producir una prenda de vestir con componentes 100% nacional, tratando de disminuir las importaciones y utilizar los recursos que tenemos en el país.

Se necesita políticas para producir tecnología acorde a las necesidades de las empresas industriales actuales, tratando de impulsar el cambio de la matriz productiva.

Se recomienda que el talento humano este continuamente capacitado, se de la apertura a estudiar carreras que mejore la productividad de la empresa, para mejorar la calidad de los productos desarrollados y diversificar el portafolio de productos.

Es necesario incentivar la creación de nuevas empresas, por medio de la eficiencia en los trámites de legalización a través de un control ex post, ya que el control actual es ex ante y limita la inversión.

Al momento de la puesta en marcha se debe encontrar impactos negativos, que genere la empresa, para tratar de mitigarlos, mejorando continuamente este proceso, lo cual es obligación de todos las personas que trabajen en la unidad productiva.

Bibliografía

- Aching C. (2009:197). *Guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia*,. Edición electrónica gratuita.
- Arévalo, A. (2012:57). *Proyectos de Inversión*. s/c: Trillas.
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas AME. (2011:1). *Canton Antonio Ante*. Obtenido de <http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/institucion/objetivos-estrategicos/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/283-canton-antonio-ante>
- Baca G. (2013:64). *Evaluación de Proyectos*. Mc Graw HILL.
- Caiza P. (2014). *Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.kiwanis.org.ec/Club%20Atuntaqui>
- Calleja F. (2013:79). *Costos, Segunda Edición*. México: Pearson.
- CEPAL. (2009). *Evaluación de Impactos*. Santiago. Obtenido de http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto_rbbcproy.pdf
- Chiliquinga M. (2007:9).
- Córdoba M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. s/c: Eco Ediciones.
- Diario del Norte. (01 de Junio de 2013). Imbabura por cantones. págs. 3-4.
- Enciclopedia Financiera. (29 de enero de 2015). Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>
- espanol.answers.yahoo.com. (29 de Enero de 2015). Obtenido de <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090513124111AAxs3kl>
- Fontaine R. (2008). *Evaluación Social de Proyectos*. Pearson.
- Fontaine R. (2008:88). *Evaluación Social de Proyectos*. Pearson.
- Gitman J. (2009:141). *Principios de Administración financiera*. México: Pearson Educación.

- Gregory N. (2015:66). *Macroeconomía; visión para américa latina*. Cengage Learning.
- Guías Empresariales. (29 de Enero de 2015). Obtenido de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=1&sg=4>
- Hernández S. y Polido A. (2011:22). *Fundamentos de Gestión Empresarial*. México: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Recuperado el 5 de Marzo de 2015, de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1.-Web_Manufactura+y+Miner%C3%ADa+Series+96_2010%20(1).pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). Recuperado el 5 de Marzo de 2015, de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=DIEE2012&MAIN=WebServerMain.inl>
- James R. Evans William m. (2015:100). *Administración y control de calidad*. México: Lindsay; Cengage Learning.
- Ministerio del Interior de Imbabura. (2012:1). *Reseña Histórica*. Obtenido de <http://gobnacionimbabura.gob.ec/?p=1359>
- Miranda J. (2006:192). *Gestión de proyectos, identificación , formulación financiera, evaluación: económica, social y ambiental*. Aventure.
- Moreta B. (2013:1). *La historia de la exfabrica Imbabura*, . Obtenido de <http://elnorte.ec/imbabura/antonio-ante/2772-la-historia-de-la-exfabrica-imbabura-en-documental.html>
- Munch L. (2010:229). *Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo*. México: Prentice Hall Pearson.
- Nassir S. (2009:64). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Primera Edición*. México: Pearson Prentice Hall.
- Paolo J. Gómez V. (2009:68). *Administre sus Recursos Humanos*. s/c: PALAO EDITORES SAC.
- Parking M. (2014:44). *Economía*. México: Pearson.
- Pearson A. (2014:259). *Introducción a la Economía*. México.

Posso F. (2015:1). *Historia*. Obtenido de http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php?option=com_content&view=article&id=92:historia&catid=17:canton&Itemid=243

Quiña C. (03 de Abril de 2013:1). *Guía Imbabura*. Obtenido de <http://www.guiaimbabura.com/index.php/atuntaqui/datosatuntaqui>

Ruiz J. (29 de Enero de 2006). *El sector no lucrativo en España. Una visión reciente*. España. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/medio-ambiente/estudiosimpactoambiental.php#ixzz3QEHTef4K>

Sapag, CH. Nassir,. (2009:144). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. México México S.A. de C.V: Pearson.

Sarmiento R. (2010:4). *Contabilidad de costos*. México: Andinos.

Spencer M. (2010:286). *Economía contemporánea*. España.

Stanton J., Etzel J., Walker B. (2008:506). *Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español*. México, D. F.: McGraw-Hill Interamericana.

Stanton, William, Michael J., Walker, J. (2008:77). *Fundamentos de Marketing*. México, D. F.: Mcgraw Hill Interamericana.

Universidad San Martín de Porres. (2005). *El impacto económico de la cultura de Perú*. Colombia: Universidad san MArtín de Porres. Obtenido de http://www.pwc.es/es_ES/es/sector-publico/assets/brochure-estudios-impacto-economico.pdf

www.google.com. (29 de Enero de 2015:1). Obtenido de <http://www.google.com>

www.google.com.ec/maps. (5 de Febrero de 2015). Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/@0.3387457,-78.2245419,349m/data=!3m1!1e3>

www.mapunet.org. (29 de Enero de 2015). Obtenido de http://www.mapunet.org/documentos/mapuches/Evaluacion_impacto_de_proyectos_sociales.pdf

Anexos

Anexo 1. Encuesta dirigida a los dueños o administradores

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Encuesta dirigida a los dueños o administradores de las pequeñas y grandes empresas productoras de prendas de vestir, cantón Antonio Ante.

Objetivo: Realizar el estudio de mercado para la producción y comercialización de cierres en Antonio Ante.

Instrucciones: Se recomienda leer bien cada pregunta, entender y contestar con la mayor sinceridad posible, necesita poner una X en la o las respuestas que crea conveniente.

Datos básicos

- | | | |
|-----------|--------------------|-----|
| Sexo: | Femenino | () |
| | Masculino | () |
| Edad: | Entre 18 y 25 años | () |
| | Entre 25 y 50 años | () |
| | Entre 50 y 65 años | () |
| | Más de 65 años | () |
| Profesión | Primaria | () |
| | Secundaria | () |
| | Universitario | () |
| | Magister | () |

Cuestionario:

1. ¿Qué prendas de vestir vende en su local que tenga cierres?

- | | |
|-------------------------|-----|
| Sacos | () |
| Chompas de Calentadores | () |
| Pantalones | () |
| Piyamas para niños/as | () |
| Chompas casuales | () |
| Otros | () |

¿Cuál/es son? _____

2. ¿Qué empresa le provee de cierres?

3. ¿De dónde es la empresa proveedora de cierres?

- | | |
|--------------|------------------|
| Quito | () |
| Ambato | () |
| Antonio Ante | () |
| Otros | () ¿Cuál) _____ |

4. ¿Qué tipo de cierre utiliza más?

Plástico ()

Nailon ()

Metálico ()

5. ¿Qué cantidad de cierres necesita mensualmente

Medida	Cantidad
15 cm	
45 cm	
75 cm	
Más de 75 cm	

6. ¿A qué precio compra cada tipo de cierres según sus medidas al por mayor?

Medida	Precio (Plástico)	Precio Nylon	Precio Metálico
15			
45			
75			
Más de 75			

7. Los cierres de qué manera lo entregan:

Van a comprar a la empresa () A domicilio ()

8. ¿Estaría de acuerdo en que exista una empresa que produzca cierres en Antonio Ante?

Nada de Acuerdo ()

Poco de acuerdo ()

De acuerdo ()

Muy de acuerdo ()

9. ¿De qué manera necesita que se comercialice los cierres?

Catálogo ()

Por internet ()

Persona a persona ()

Gracias por su colaboración

Anexo 2. Entrevista dirigida al Director del Ministerio de Industrias y Productividad

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Entrevista dirigida al Director del Ministerio de Industrias y Productividad.

Objetivo: Realizar el estudio de mercado para la producción y comercialización de cierres en Antonio Ante.

Cuestionario

1. ¿Cómo ve prospectivamente la industria textil del cantón Antonio Ante?
2. ¿Los materiales que necesita la industria textilera se produce en el Ecuador?
3. ¿Los materiales para producir cierres son nacionales o importados?
4. ¿Existen política para comprar bienes de capital extranjero?
5. Estaría de acuerdo que se instale una empresa en la elaboración de cierres en el ecuador.

Gracias por su colaboración

Anexo 3. Proforma del equipo de cómputo



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente

Razón Social para Emisión de Retención: **NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES**

RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resolución N°466 - NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Señores : Sra. Karina Tamba
Teléfono :
Dirección : IBARRA
Fecha de Envío : 03 de Febrero del 2015

Contacto: Srta. Tanya Armas Cel. 0994 039 492

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
2	Computadoras	677.67	1,355.36
	Case ATX con fuente 750w		
	Board Gigabyte - 4ta Gen.		
	Procesador Intel Core i5 4460 3.2 Ghz - 4ta Gen.		
	Disco duro 1 TB SATA Western Digital 7200RPM		
	Memoria RAM 4 GB		
	Lector Multi Card 3.5" Interno		
	Monitor 20" LED L.G.		
	Teclado, Mouse Optico y Parlantes		
	Licencia Original Windows 8.1 de 64bits		
1	Impresora Epson LX-350 Matricial - USB y Paralelo	203.33	203.33
1	Multifuncion Epson L555 con sistema de tinta continuo original	314.02	314.02
	Impresora, Scanner, Copiadora y Fax		
	Subtotal		1,872.71
	IVA 12%		224.73
	Total		2,097.43

Firma Autorizada
WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente
Firma Autorizada

La Garantía y Confianza es lo más importante...

Importante: Si necesita mayor información y asesoramiento no dude en llamarnos

ESTAMOS A SU SERVICIO



26 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA

Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte

Teléfonos: 2608-010 / 2 640-333 / 2950-008 / 2 640-444 Telefax 2 643_036

Anexo 4. Proforma del equipo de oficina



PROFORMA
N°02828

RUC:1091734547001

Ibarra, 02 DE FEBRERO de 2015

Cliente: **KARINA TAMBA**

Dirección: **IBARRA**

RUC :

Telf.: **0993677235**

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	GERENCIA Nacional Tamaño 1.70*0.70cm elaborada en melamínico con (1) Auxiliar tipo credenza, con puertas y cajones		473,21
1	ESTACIÓN de Trabajo en "L" tamaño 1.40*1.70cm con cajonera triple.		241,07
1	Sillón presidente c/brazos base Croamda 5 puntas Cuerina Negra		133,93
1	Silla Operativa Focus con brazos, tapiz cuerina negra		79,46
1	Archivador Metálico 4 gavetas con seguridad color negro		191,96
1	Mesa de Reuniones tamaño 2.10*.105 para 10 personas		276,79
10	Silla visita "Ergo" sin brazos estructura metálica tapiz en cuerina	38,39	383,90
2	Sillones Espera "Graffiti" c/brazos. Tri-personal estructura metálica tapiz cuerina negra.	174,11	348,22
Tiempo de Entrega: 15 Dias Laborables		Subtotal	2.128,54
Forma de Pago: 60% al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: Quince días		IVA 12%	255,42
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	2.383,96

Entregué Conforme

Irene Játiva

Telf: 062 953400 Fax 062 611107

Dir. Pedro Moncayo 7-13 y Olmedo Esq.

Lineanuevamobiliario@gmail.com

Recibí Conforme