



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA INDÍGENA KAYAMBI EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

AUTORA: Guzmán Garzón Gabriela Alejandra

DIRECTOR: Ing.Com. Mauricio Aragón, C.P.A., M.B.A.

IBARRA, MAYO 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad, tiene como finalidad la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ropa indígena kayambi en el cantón Otavalo, provincia Imbabura, la investigación inicia con el análisis de la situación diagnóstica del entorno de la ciudad de Otavalo se examinó los Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos del sector, para conocer si existe oportunidad de inversión. A través del marco teórico se obtuvo una base científica para realizar los siguientes estudios. El estudio de mercado permitió establecer que si existe una demanda insatisfecha y conocer la oferta existente en el cantón Otavalo, además de las preferencias del consumidor en cuanto al tipo de camisas y centros que más se demandan en el sector, se analizó los precios de la competencia y se midió la aceptabilidad de los clientes siendo esta favorable para la creación de la nueva empresa. En el estudio técnico se analizó toda la infraestructura, el tamaño del proyecto, su localización, la ingeniería del proyecto para determinar el capital de trabajo que necesita el proyecto para iniciar sus actividades. En el estudio financiero se determinó los costos, gastos e ingresos a través de la elaboración de los estados financieros proforma, se analizó la viabilidad del proyecto a través de los evaluadores financieros dando como resultado que es económicamente y financieramente rentable ya que genera utilidad. Posteriormente se diseñó la estructura organizacional detallando así todas actividades, funciones, políticas de la microempresa para obtener mayor eficiencia en su funcionamiento. Seguidamente se analizó los impactos económico, social, cultural, empresarial y ambiental que produce la creación de la microempresa dando como resultado un impacto positivo para la sociedad, finalmente con el estudio realizado se concluye que si es viable la creación de la microempresa.

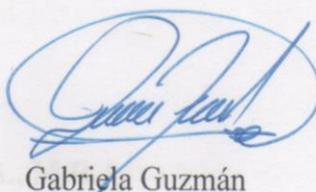
ABSTRACT

This research paper's purpose is the creation of a small business dedicated to the production and marketing of kayambi indigenous clothes in the canton of Otavalo, province of Imbabura. Research begins with the analysis of the diagnostic situation environment the Otavalos' city, and examined the Allies, opponents , opportunities and risks in the sector, for know if there is investment opportunity. Through the theoretical framework we have obtained all the theoretical knowledge that forms the base for the realization of the following studies. Subsequently the market research was carried out, which allowed us to conclude that there is a dissatisfied demand and know the existing supply in the canton of Otavalo. Apart from the consumers' preferences regarding the type of blouses and "centros" which are more requested in the sector, the competition's prices were analysed and the clients' acceptability with the creation of a new company was measured, latter being approving of the project. In the technical study the whole infrastructure, the project's size, it's localization and the project's engineering were analysed to determine the work capital needed by the project to start its activities. In the financial study, the costs, expenses and revenues were determined by the pro forma elaboration of the financial situation. The project's viability was analysed by the financial evaluators, coming to the result that the project is economically and financially profitable as it generates utility. Later the detallano organizational structure was designed so all activities , functions, policies microenterprise for more efficient operation.. Then the economy, social , cultural , business and environmental impacts caused by the creation of microenterprises resulting in a positive impact on society , the study finally concludes the feasibility of creating microenterprises analyzed .

AUTORÍA

Yo, GABRIELA ALEJANDRA GUZMÁN GARZÓN, portadora de la cédula de identidad N° 1004490932, declaro bajo juramento que las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, y el tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA INDÍGENA KAYAMBI EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

Ing.Com. Mauricio Aragón, C.P.A.



Gabriela Guzmán

E.I. 1001600566

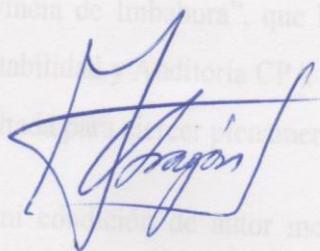
1004490932

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Guzmán Garzón Gabriela Alejandra, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es: "Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa indígena Kayambi en el cantón Otavalo, 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 23 días del mes de julio del 2015.



Ing.Com. Mauricio Aragón, C.P.A., M.B.A.

C.I. 1001600566



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Guzmán Garzón Gabriela Alejandra, con cédula de ciudadanía N° 1004490932, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa indígena Kayambi en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura”, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

NOMBRE:	González Suárez		
DIRECCIÓN:	Gabyalejandra32@hotmail.com		
EMAIL:	Gabyalejandra32@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0986350284

Guzmán Garzón Gabriela Alejandra

1004490932

AUTOR:	Guzmán Garzón Gabriela Alejandra		
FECHA:	2016/04/29		

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO

Ibarra, a los 29 días del mes de Abril de 2016

GRADO POSGRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1004490932		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Guzmán Garzón Gabriela Alejandra		
DIRECCIÓN:	González Suárez		
EMAIL:	Gabyalejandra32@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0986350284

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de ropa indígena Kayambi en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura”
AUTORA:	Guzmán Garzón Gabriela Alejandra
FECHA:	2016/04/29
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR /DIRECTOR:	Ing.Com. Mauricio Aragón, C.P.A., M.B.A.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Guzmán Garzón Gabriela Alejandra, con cédula de ciudadanía N° 1004490932 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

A mi hermana:

Ibarra, a los 29 días del mes de Abril de 2016

Lisbeth Guzmán

LA AUTORA:

Quien siempre fue mi alegría y un apoyo para terminar mi carrera.

A mis padres:

Nombre: Gabriela Guzmán

C.C.: 1004490932

Quienes estuvieron pendientes de mí desde que era niña brindándome amor y comprensión.

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

A mis padres:

Ruffo Guzmán

Marina Garzón

Quienes con su amor, cariño, afecto y comprensión me han brindado todo su apoyo, siendo así el pilar para lograr este objetivo de obtener mi título.

A mi hermana:

Lisbeth Guzmán

Quien siempre fue una alegría y un apoyo para terminar mi carrera.

A mis padrinos:

Elvia Garzón

Byron Simbaña

Quienes estuvieron pendientes de mi desde que era niña brindándome amor y comprensión.

Y a todos que de una u otra manera contribuyeron a este logro personal y profesional.

Gaby

AGRADECIMIENTO

A Dios ya que con él es todo y sin él es nada, por las bendiciones y oportunidades brindadas cada día en mi vida; así mismo mi gratitud a la Universidad Técnica del Norte y a los catedráticos de mi FACAE, ya que me impartieron sus conocimientos teóricos los cuales pondré en práctica en mi vida profesional y los valores impartidos para el desempeño de mi vida diaria.

Gaby

PRESENTACIÓN

Otavalo se caracteriza por ser generador de comercio, y ser una ciudad turística, posee una diversidad de culturas entre ellas la cultura kayambi a quien va dirigido el presente estudio. La población indígena conforma el 57,24% de la población del canton Otavalo.(INEC 2010).

En el cantón Otavalo se desarrollará la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa indígena Kayambi, ya que esta la cultura indígena es más exigente con sus prendas de vestir. Las prendas que se producirán son camisas bordadas en máquina recta, computadora y a mano. Las faldas indígenas que se producirá son centros con greca y bordados.

La investigación comenzó con analizar el entorno en donde se desea crear la microempesa, se estudian todos los factores que determinan si es un lugar extratético. Se realizó el marco de referencia de los conceptos científicos mismos que contribuyen al desarrollo de la investigación, en el estudio de mercado se realizo una investigación de campo por medio de encuestas y entrevistas para determinar la oferta y demanda existente, se elaboro el estudio técnico, donde se determino los procesos de la organización y los recursos necesarios para iniciar las actividades de la misma.

En la evaluación financiera se analizó evaluadores financieros, para medir la rentabilidad del proyecto y asegurar su rentabilidad. Posteriormente se desarrollo la estructura de la organización, creando la misión, visión, políticas que contribuirán a mejorar los procesos y obtener un buen ambiente laboral. Finalmente se analizo los impactos económico, social, cultural, empresarial y ambiental, dando como resultado un impacto positivo, ratificando la viabilidad del proyecto, es decir que el proyecto es rentable.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xix
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxiii
JUSTIFICACIÓN.....	xxv
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	xxvi
OBJETIVO GENERAL.....	xxvi
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xxvi
CAPÍTULO I.....	27
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	27
Antecedentes.....	27
Objetivos del diagnóstico.....	28
General.....	28
Específicos.....	28
Variables - Indicadores.....	29
Matriz de relación diagnóstica.....	30
Desarrollo de variables e indicadores.....	31
Antecedentes históricos.....	31
Antecedentes.....	31
Cultura – Tradiciones.....	31
Factores demográficos.....	32

Ubicación y límites de la región	32
Población.....	33
Etnias.....	34
Población de indígenas Kayambi.....	34
Factores económicos	35
Población Económicamente Activa	35
Principales actividades económicas	36
Comercio.....	37
Turismo	38
Financiamiento.....	38
Factores Sociales.....	39
Tasa de desempleo	39
Índices de pobreza.....	39
Servicios básicos	39
Seguridad	40
Aspectos legales y políticos	41
Requisitos municipales	41
Ley de régimen tributario interno	42
Apoyo del Gobierno.....	42
Matriz de Aliados Oponentes Oportunidades Riesgos	43
Determinación de la oportunidad de inversión	44
CAPÍTULO II.....	45
MARCO TEÓRICO.....	45
Bases teóricas.....	45
Definición de contabilidad.....	45
Definición de empresa	45
Definición de microempresa	46
Características de la microempresa.....	46
Proyecto de factibilidad	47
Camisas	47
Centros	48
Estudio de mercado.....	48
Definición de mercado	48
Definición de Oferta	49

Definición de la demanda	49
Definición de producto	49
Definición de precio.....	50
Definición de comercialización	50
Estudio Técnico	51
Tamaño óptimo de la planta.....	51
Localización del proyecto	52
Macrolocalización.....	52
Microlocalización	52
Proceso de producción	53
Estudio financiero	53
Estado de situación financiera proforma.....	53
Estado de resultados proforma.....	54
Flujo de efectivo	54
Capital de trabajo	55
Evalúadores financieros	55
Valor actual neto	55
Tasa interna de retorno.....	55
Beneficio costo.....	56
Período de recuperación de la inversión	57
Punto de equilibrio.....	57
Estructura organizacional.....	57
Misión de una microempresa	58
Visión de una microempresa.....	58
Valores	59
Organigrama	59
Impacto	60
Análisis del capítulo.....	60
CAPÍTULO III.....	61
ESTUDIO DE MERCADO	61
Presentación	61
El mercado	61
Objetivos del estudio de mercado	61
General.....	61

Específicos	62
Matriz de variables de mercado	63
Indicadores	64
Mecánica Operativa	65
Identificación de la población	65
Identificación de la muestra	66
Técnicas e instrumentos	66
Información primaria.	67
Información secundaria.....	67
Tabulación y análisis de la información	68
Encuesta aplicada a los clientes potenciales de la ropa indígena Kayambi	68
Entrevista dirigida a los productores.....	82
Descripción del producto	87
Análisis de la demanda	88
Demanda real	88
Demanda potencial.....	89
Análisis de la oferta	91
Oferta real	91
Oferta potencial.....	91
Balance oferta y demanda.....	92
El Precio.....	93
Estrategias de mercadeo.....	94
Estrategias de comercialización.....	94
Estrategias de publicidad	94
Estrategias de precio	95
Estrategias de producto	95
Conclusión del estudio.....	95
CAPÍTULO IV.....	97
ESTUDIO TÉCNICO	97
Tamaño del proyecto.....	97
Localización el proyecto	98
Macrolocalización del proyecto.....	98
Microlocalización del proyecto.....	99
Ingeniería del proyecto	100

Infraestructura física	100
Procesos productivos	101
Inversión fija	104
Maquinaria y Equipos	104
Materiales de producción	105
Equipo de computación.....	105
Muebles y enseres	105
Equipo de oficina	106
Resumen de inversión fija.....	106
Inversión diferida	106
Capital de trabajo	107
Materia prima directa	107
Mano de obra directa	107
CIF	108
Sueldos administrativos	108
Resumen de gastos administrativos	108
Sueldos ventas.....	109
Resumen de gastos de ventas.....	109
Resumen de capital de trabajo	109
Inversión total	110
Financiamiento.....	110
Análisis del capítulo.....	110
CAPÍTULO V	111
ESTUDIO FINANCIERO	111
Presupuesto de ingresos	111
Proyección de volumen de producción	111
Proyección de precios	112
Proyección de ingresos	112
Proyección de egresos	113
Costos de producción.....	113
Materia prima proyectada	113
Mano de obra proyectada.....	114
Costos indirectos de fabricación	115
Gastos administrativos	116

Gastos de ventas.....	116
Tabla de amortización.....	117
Depreciación de activos fijos.....	118
Amortización de gastos de constitución.....	118
Cálculo del Impuesto a la Renta.....	118
Estado de Situación Financiera al año cero.....	119
Estado de Resultados Integral proyectado.....	120
Flujo de caja proyectado.....	121
Evaluadores financieros.....	121
Costo de oportunidad.....	121
Valor actual neto (VAN).....	122
Tasa interna de retorno (TIR).....	123
Relación costo beneficio.....	125
Tasa de rendimiento costo beneficio.....	125
Período de recuperación.....	126
Punto de equilibrio.....	127
Análisis del capítulo.....	128
Plan de contingencia para combatir riesgos.....	129
CAPÍTULO VI.....	130
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	130
Nombre de la microempresa.....	130
Logotipo de la microempresa.....	130
Slogan de la empresa.....	131
Misión.....	131
Visión.....	131
Principios.....	131
Valores.....	132
Políticas.....	132
Organigrama estructural.....	133
Niveles administrativos.....	133
Manual de funciones.....	134
Constitución legal.....	138
Tipo de compañía.....	138
Requisitos para constituir una microempresa Unipersonal de Responsabilidad limitada.....	138

Marco legal	138
Aspectos legales de funcionamiento	139
Obtener el RUC.....	139
Patente municipal.....	140
Permiso del cuerpo de bomberos	140
Aspectos fiscales	141
Normativa Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	141
Análisis del capítulo.....	141
CAPÍTULO VII	142
IMPACTOS	142
Impacto económico	142
Impacto socio-cultural	144
Impacto empresarial.....	145
Impacto ambiental.....	147
Impacto general.....	149
CONCLUSIONES	150
RECOMENDACIONES.....	152
BIBLIOGRAFÍA	153
ANEXOS	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables-Indicadores	29
Tabla 2 Matriz de relación diagnóstica	30
Tabla 3 Población por etnias del cantón Otavalo.....	34
Tabla 4 PEA de Otavalo por sexo.....	35
Tabla 5 PEA de Otavalo por sexo (%).....	35
Tabla 6 Matriz AOOD	43
Tabla 7 Matriz de variables de mercado	63
Tabla 8 Variable e indicadores del estudio de mercado	64
Tabla 9 Población proyectada.....	66
Tabla 10 Tecnicas e instrumentos.....	67
Tabla 11 Lugar de compra	68
Tabla 12 Ciudad de adquisición.....	69
Tabla 13 Frecuencia de compra	70
Tabla 14 Preferencia – Tipo de camisas	71
Tabla 15 Preferencia – Tipo de centros	72
Tabla 16 Disposición a pagar por las camisas – Precio.....	73
Tabla 17 Disposición a pagar por los centros - Precio.....	74
Tabla 18 Demanda del producto	75
Tabla 19 Disposición a adquirir las camisas - Anualmente.....	76
Tabla 20 Disposición a adquirir los centros - anualmente.....	77
Tabla 21 Preferencia de los consumidores.....	78
Tabla 22 Dificultad al adquirir ropa indígena Kayambi	79
Tabla 23 Inconformidad del cliente con la oferta existente.....	80
Tabla 24 Aceptación sobre la creación de la microempresa.....	81
Tabla 25 Demanda real producto camisas	89
Tabla 26 Demanda real producto centros	89
Tabla 27 Proyección de la demanda producto camisas	90
Tabla 28 Proyección de la demanda producto centros.....	90
Tabla 29 Oferta real producto camisas	91
Tabla 30 Oferta real producto centros	91
Tabla 31 Proyección de la oferta producto camisas.....	92
Tabla 32 Proyección de la oferta producto centros.....	92

Tabla 33 Demanda insatisfecha camisas.....	92
Tabla 34 Demanda insatisfecha centros.....	93
Tabla 35 Proyección de precios camisa a computadora	93
Tabla 36 Proyección de precios centros.....	94
Tabla 37 Demanda a satisfacer camisas.....	97
Tabla 38 Demanda a satisfacer centros.....	97
Tabla 39 Detalle de maquinaria y equipo para la producción	104
Tabla 40 Detalle de materiales de producción.....	105
Tabla 41 Detalle de equipo de computación.....	105
Tabla 42 Detalle de muebles y enseres	105
Tabla 43 Detalle de equipo de oficina	106
Tabla 44 Inversión fija.....	106
Tabla 45 Gastos de constitución de la microempresa.....	106
Tabla 46 Materia prima directa (camisas)	107
Tabla 47 Materia prima directa (centros).....	107
Tabla 48 Detalle de mano de obra	107
Tabla 49 Detalle de los costos indirectos de fabricación.....	108
Tabla 50 Detalle de los sueldos administrativos.....	108
Tabla 51 Detalle de gastos administrativos	108
Tabla 52 Detalle de sueldos de ventas	109
Tabla 53 Detalle de gastos de ventas	109
Tabla 54 Detalle del capital de trabajo	109
Tabla 55 Detalle de la inversión total del proyecto	110
Tabla 56 Financiamiento.....	110
Tabla 57 Proyección de volumen de producción.....	111
Tabla 58 Precios proyectados	112
Tabla 59 Presupuesto de ingresos	112
Tabla 60 Proyección de MPD camisas	113
Tabla 61 Proyección de MPD centros	114
Tabla 62 Crecimiento de la tasa del sueldo unificado	114
Tabla 63 Proyección de la MOD	115
Tabla 64 Proyección de costos indirectos de fabricación	115
Tabla 65 Proyección de gastos administrativos.....	116
Tabla 66 Proyección de gastos de ventas.....	116

Tabla 67	Tabla de amortización anual	117
Tabla 68	Gastos anuales.....	117
Tabla 69	Depreciación de activos fijos	118
Tabla 70	Amortización de gastos de constitución	118
Tabla 71	Tabla para cálculo del Impuesto a la Renta 2015– Personas Naturales.....	118
Tabla 72	Cálculo del Impuesto a la Renta	119
Tabla 73	Calculo de la tasa de redescuento	121
Tabla 74	Cálculo del VAN	123
Tabla 75	Cálculo del VAN con tasa inferior	123
Tabla 76	Cálculo del VAN con tasa superior	124
Tabla 77	Relación costo beneficio	125
Tabla 78	Flujos netos deflactados acumulados.....	126
Tabla 79	Datos para obtener el punto de equilibrio en dólares.....	127
Tabla 80	Plan de contingencia para la microempresa CONFECIONES KAYAMBI	129
Tabla 81	Manual de funciones de gerencia.....	134
Tabla 82	Manual de funciones del contador	135
Tabla 83	Manual de funciones del vendedor	136
Tabla 84	Manual de funciones de los operarios.....	137
Tabla 85	Tabla de valoración de impactos	142
Tabla 86	Impacto económico.....	142
Tabla 87	Impacto socio-cultural	144
Tabla 88	Impacto empresarial.....	145
Tabla 89	Impacto ambiental.....	147
Tabla 90	Impacto general.....	149

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Ubicación de cantón Otavalo	32
Ilustración 2 Camisa Kayambi.....	47
Ilustración 3 Bordados de colores.....	87
Ilustración 4 Centro con greca	88
Ilustración 5 Mapa de Otavalo	98
Ilustración 6 Mapa de la ubicación del proyecto	99
Ilustración 7 Distribución física de la planta	100
Ilustración 8 Logotipo de la microempresa	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Población ocupada por Rama de Actividad.....	36
Gráfico 2 Establecimientos Económicos por sector	37
Gráfico 3 Captación de dinero	38
Gráfico 4 Servicios Básicos de Otavalo.....	40
Gráfico 5 Requisitos municipales permisos y patentes.....	41
Gráfico 6 Obligaciones tributarias	42
Gráfico 7 Lugar de compra.....	68
Gráfico 8 Ciudad de adquisición.....	69
Gráfico 9 Frecuencia de compra	70
Gráfico 10 Preferencia – Tipo de camisas	71
Gráfico 11 Preferencia – Tipo de centros	72
Gráfico 12 Disposición a pagar por las camisas - Precio.....	73
Gráfico 13 Disposición a pagar por los centros – Precio.....	74
Gráfico 14 Demanda del producto.....	75
Gráfico 15 Disposición a adquirir las camisas – Anualmente	76
Gráfico 16 Disposición a adquirir los centros – anualmente	77
Gráfico 17 Preferencia de los consumidores	78
Gráfico 18 Dificultad al adquirir ropa indígena Kayambi.....	79
Gráfico 19 Inconformidad del cliente con la oferta existente.....	80
Gráfico 20 Aceptación sobre la creación de la microempresa.....	81
Gráfico 21 Proceso recepción de materia prima	101
Gráfico 22 Proceso productivo producto camisas	102
Gráfico 23 Proceso productivo centros con greca	103
Gráfico 24 Proceso de venta de productos.....	104
Gráfico 25 Principios de la microempresa.....	131
Gráfico 26 Valores de la microempresa.....	132
Gráfico 27 Políticas de la microempresa	132
Gráfico 28 Organigrama estructural	133
Gráfico 29 Niveles administrativos	133
Gráfico 30 Requisitos de constitución de una empresa unipersonal.....	138
Gráfico 31 Requisitos para obtener el RUC	139
Gráfico 32 Requisitos para la patente municipal	140

Gráfico 33 Permiso del cuerpo de bomberos	140
Gráfico 34 Aspectos fiscales.....	141
Gráfico 35 Requisitos para obtener la patente de marca.....	141

JUSTIFICACIÓN

El estudio a realizar se fundamenta en la creación de la empresa productora y comercializadora de ropa indígena Kayambi, favorecerá al desarrollo del país con la generación de fuentes de empleo, brindando estabilidad económica y desarrollo económico, ya que genera ingresos contribuyendo con la matriz productiva. En cuanto a la sociedad brinda una mejor calidad de vida para los trabajadores de la microempresa y les incentiva a la creación de nuevos proyectos.

Además se considera que la empresa cubre las necesidades que existen en el sector, como es la insatisfacción del cliente por entrega tardía de las prendas de vestir, precios altos, modelos repetitivos. Conjuntamente se pretende rescatar la cultura Kayambi con los modelos innovadores, incentivando a los jóvenes a vestir su vestimenta típica, promocionando a Otavalo como destino multiétnico y turístico.

El presente estudio contribuirá con el desarrollo académico al ser un marco de referencia en cuanto consultas e investigaciones, proponiendo una guía en cuanto a investigación de proyectos. En el aspecto ambiental el estudio realizado determina que no existe un impacto ambiental negativo, lo cual contribuye con la sociedad a una mejor calidad de vida ya que no existe contaminación al medio ambiente.

Finalmente se ha elegido a Otavalo como sede producción y comercialización porque es una ciudad turística que día a día atrae a turistas y comerciantes provinciales, nacionales e internacionales. También se puede satisfacer las demandas insatisfechas de otras provincias, como las comunidades de Cayambe, provincia Pichincha ya que en día de ferias los indígenas kayambi del norte de Pichincha y sur de Imbabura se concentran en el cantón Otavalo.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Ropa Indígena Kayambi en el cantón Otavalo, provincia Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estructurar un diagnóstico situacional de la ciudad de Otavalo, para determinar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AORR).
- Elaborar el marco teórico y los conceptos científicos de la investigación, a través de fuentes bibliográficas o lincográficas.
- Efectuar el estudio de mercado para establecer la demanda insatisfecha y la oferta existente en el cantón Otavalo.
- Realizar el estudio técnico previo la ejecución del proyecto respecto a la Estructura y Análisis de Inversión.
- Efectuar un Estudio Financiero para determinar el monto óptimo de Inversión y la Rentabilidad del Proyecto.
- Diseñar la Estructura Organizacional del Proyecto en términos Estratégicos y de Organización.
- Analizar los principales impactos que generará el proyecto en los Ámbitos Socioeconómico, Cultural, Empresarial y Ecológico.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

En la provincia de Imbabura se encuentra ubicado el cantón Otavalo, su superficie es de 579km², tiene una población de 104.874 habitantes. (Plan de Ordenamiento Territorial del GAD de Otavalo (PDOT), 2010, pag. 13).

Cabe recalcar que desde tiempos antiguos el cantón es reconocido por ser generador de comercio, sus ventas se producen por los negocios artesanales, que poco a poco por el crecimiento de la población se han visto en la necesidad de ampliarse y de esta manera generar satisfacción al cliente.

Otavalo se caracteriza por ser una ciudad de gran turismo, la cual posee atractivos naturales, pero mucho de este reconocimiento se debe a la diversidad de culturas y etnias que contiene la misma.

La población indígena en Otavalo y sus parroquias conforman 60.032 habitantes del total de la población del cantón. (INEC, 2010)

En el cantón Otavalo se va a desarrollar la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de ropa indígena Kayambi, porque esta cultura indígena es más exigente con sus prendas de vestir originarias desde tiempos remotos, se proveerá a esta población indígena y todo consumidor que desee adquirirlos nuevos modelos innovadores.

La insatisfacción del cliente por la entrega tardía de las prendas de vestir, el trasladarse a otra ciudad por su vestimenta típica, los precios altos, modelos no actualizados han originado una incomodidad de los consumidores, se pondrá en marcha esta empresa, para solucionar estos problemas de demanda y a la vez rescatar la cultura Kayambi.

Ademas no solo podemos cumplir la demanda insatisfecha de las comunidades de Otavalo, si no al momento de ser reconocidos por la calidad y eficiencia en las entregas de las prendas Kayambi, podremos cumplir las demandas insatisfechas de otras provincias como Pichincha con su cantón Cayambe.

Se ha elegido a este cantón como su sede de producción y comercialización porque es una ciudad turística que por su comercio atrae a comerciantes provinciales, nacionales e internacionales lo cual posteriormente serian oportunidades de expansión a otras provincias o realizar exportaciones, además de que la demanda insatisfecha se encuentra en las comunidades de Otavalo.

Este proyecto permitirá que esta actividad sea más eficiente, de mayor calidad y por ende sea más rentable. Así también permitirá trabajar o tener convenios con clientes de otras provincias.

1.2 Objetivos del diagnóstico

1.2.1 General

Estructurar un diagnóstico situacional de la ciudad de Otavalo, para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos (AOOR).

1.2.2 Específicos

- Establecer los antecedentes históricos de Otavalo.

- Estudiar los factores demográficos del área de influencia del proyecto a implantarse
- Conocer los factores económicos del área de influencia del proyecto a implantarse
- Investigar los factores sociales del área de influencia del proyecto a implantarse
- Analizar los aspectos legales y políticos de la ciudad de Otavalo

1.3 Variables - Indicadores

Tabla 1 Variables-Indicadores

Antecedentes históricos	Factores demográficos	Factores económicos	Factores sociales	Aspectos legales y políticos
<ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes • Cultura y tradiciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación y Límites de la Región • Población • Etnias • Población de indígenas Kayambi 	<ul style="list-style-type: none"> • PEA • Principales actividades económicas • Comercio • Turismo • Financiamiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de desempleo • Índices de pobreza • Servicios básicos • Seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos Municipales • Ley de Régimen Tributario Interno • Apoyo del Gobierno

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación Propia
Año: 2015

1.4 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 2 Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	INFORMANTE
Establecer los antecedentes históricos de Otavalo	Antecedentes históricos	<ul style="list-style-type: none"> • Antecedentes • Cultura y tradiciones 	Secundaria	Documental	GAD Otavalo
Estudiar los factores demográficos del área de influencia del proyecto a implantarse	Factores demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación y Límites de la Región • Población • Etnias • Población de indígenas Kayambi 	Secundaria	Documental	GAD Otavalo INEC
Establecer los factores económicos del área de influencia del proyecto a implantarse	Factores económicos	<ul style="list-style-type: none"> • PEA • Principales actividades económicas • Comercio • Turismo • Financiamiento 	Secundaria	Observación Documental	GAD Otavalo
Establecer los factores sociales del área de influencia del proyecto a implantarse	Factores sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Tasa de desempleo • Índices de pobreza • Servicios básicos • Seguridad 	Secundaria	Documental	INEC BCE
Analizar los aspectos legales y políticos de la ciudad de Otavalo	Aspectos legales y políticos	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos Municipales • Ley de Régimen Tributario Interno • Apoyo del Gobierno 	Secundaria	Documental	GAD Otavalo SRI Ecuador Emprende

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

1.5 Desarrollo de variables e indicadores

1.5.1 Antecedentes históricos

1.5.1.1 Antecedentes

Otavalo desde su antigüedad se destacó por ser un lugar estratégico en todo sentido. En el año de 1580 empieza a funcionar el Obraje Mayor de Otavalo y el de Peguche que funcionó desde 1613. Además su ubicación y comercio hicieron que no pase desapercibida y es así que se la elevó a categoría de Villa el 11 de noviembre de 1811, tal es su importancia que fue declarada centro de operaciones militares contra la Nueva Granada. (PDOT, 2010, p.4)

Este fue un lugar muy estratégico ya que en el año de 1823 se utilizaba a Otavalo como centro de operaciones, es esta se realizaban reuniones de las tropas dirigidas por del Libertador Simón Bolívar. Por otra parte el 27 de junio de 1824 fue cantonizada a través de la Ley de División Territorial de Colombia por el Gral. Francisco de Paula Santander. (PDOT, 2010, p.4)

Finalmente al observar que Otavalo era un lugar hermoso, turístico, artesanal y productivo el cual tenía habitantes que destacaban por su sinceridad, inteligencia y pasión, esta fue elevada a la categoría de ciudad el 31 de octubre de 1829 por el Libertador Simón Bolívar. (PDOT, 2010, p.4)

1.5.1.2 Cultura – Tradiciones

La cultura otavaleña se distingue por sus costumbres, ideas, creencias, vestimenta, vivienda, rituales y organización social la cual destaca hasta ser reconocida nacional e internacionalmente. Entre las festividades que se celebran son el Pawkar Raymi en el cual se celebra el afloramiento de las plantas y el San Juan celebrando la fiesta del sol en donde el maíz llega a su madurez, la Fiesta del Yamor en la se articula el aspecto

religioso, interétnico, intercultural para consolidarse como una expresión de la identidad local, en la que se destaca como bebida tradicional la chicha del Yamor. (PDOT, 2010, p.283)

En cuanto a la vestimenta las mujeres Cayambis usan falda plisada y de varios colores, blusas bordadas, walkas y fachalinas coloridas, forma parte de su atuendo también el sombrero de ala pequeña similar al que usan los hombres cayambi. En cuanto al vestido, los hombres Otavalos conservan su tradicional pantalón blanco, poncho de dos caras y sombrero alón. (PDOT, 2010, p.279)

1.5.2 Factores demográficos

1.5.2.1 Ubicación y límites de la región

Ilustración 1 Ubicación de cantón Otavalo



Fuente: Google Mapas
Año: 2015

Otavalo se encuentra localizado en la provincia de Imbabura en la región sierra norte del país. Su superficie total del Cantón es de 579 (km²), la superficie urbana es de 82,10 (Km²) y la superficie rural es de 424,37 (Km²). (PDOT, 2010, p.9)

La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas: 78° 15' 49'' longitud oeste y 0° 13' 43'' latitud norte. (PDOT, 2010, p.9)

El cantón se encuentra limitado: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi. (PDOT, 2010, p.9)

La jurisdicción de Otavalo está conformada por nueve parroquias rurales: San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael de la Laguna, Eugenio Espejo, Quichinche, Miguel Egas Cabezas, Ilumán, Selva Alegre, San Pedro de Pataquí y dos urbanas: San Luis y El Jordán. (PDOT, 2010, p.11)

1.5.2.2 Población

La población del cantón Otavalo es de 104.874 habitantes según datos del INEC censo poblacional 2010, el cual se divide en sector urbano con 39.354 habitantes por otro lado tenemos mayor población en el sector rural con 65.520 habitantes. Es de importancia para el proyecto conocer la población otavaleña donde se va a implantar la microempresa. (INEC, 2010)

1.5.2.3 Etnias

Tabla 3 Población por etnias del cantón Otavalo

ETNIA	TOTAL	TOTAL
INDÍGENA	57,24 %	60.032
AFROECUATORIANO/A	0,99 %	1.041
MONTUBIO/A	0,23 %	242
MESTIZO/A	40,30 %	42.260
BLANCO/A	1,14 %	1.192
OTRO/A	0,10 %	107
Total	100,00 %	104.874

Fuente: INEC censo poblacional 2010

Elaborado por: Autora

Año: 2010

Se analiza las etnias del cantón Otavalo, ya que el proyecto está dirigido a la población indígena Kayambi por lo tanto es de vital importancia conocer el número de indígenas en el área estudiada, es así que el cantón Otavalo cuenta con 60.032 indígenas que representa el 57.24% de la población. (INEC, 2010)

1.5.2.4 Población de indígenas Kayambi

La población indígena Kayambi a nivel nacional es de 33.726, la cual se distribuye en 16.209 hombres y 17.517 mujeres. Así mismo en Imbabura la población indígena Kayambi es 6.410, la cual se divide en 3.079 hombres y 3.331 mujeres. Cabe destacar que se desea no solo dirigirse a los indígenas Kayambis de la ciudad de Otavalo, sino también se puede satisfacer las necesidades de los habitantes de otras ciudades cercanas tales como Cayambe, ya que en Pichincha existen 26.846 indígenas Kayambis de los cuales 12.885 son hombres y 13.963 son mujeres. (INEC, 2010)

1.5.3 Factores económicos

1.5.3.1 Población Económicamente Activa

La Población Económicamente Activa Total de Otavalo es del 52.3% lo cual constituye el 25.2% de la PEA de la provincia de Imbabura. (INEC, 2010)

Tabla 4 PEA de Otavalo por sexo

Indicador	Hombre	Mujer	Total
PEA	24.437	18.116	42.553
PEI	14.110	24.629	38.739
Total	38.547	42.745	81.292

Fuente: INEC censo poblacional 2010

Elaborado por: Autora

Año: 2015

Tabla 5 PEA de Otavalo por sexo (%)

Indicador	Hombre	Mujer	Total
PEA	63,40 %	42,38 %	52,35 %
PEI	36,60 %	57,62 %	47,65 %
Total	100,00 %	100,00 %	100,00 %

Fuente: INEC censo poblacional 2010

Elaborado por: Autora

Año: 2015

Para el desarrollo del proyecto es importante conocer la población económicamente activa de la población otavaleña, pero especialmente de las mujeres ya que el proyecto se enfoca a las mujeres kayambis, entonces podemos visualizar que la mujer aporta considerablemente al PEA con 18.116 mujeres, lo cual es el 42.38% de la población. (INEC, 2010)

1.5.3.2 Principales actividades económicas

Gráfico 1 Población ocupada por Rama de Actividad



Fuente: INEC censo poblacional 2010
Año: 2015

Las principales actividades a las cuales se dedica la población otavaleña es las industrias manufactureras con un 26.6%, seguida por la agricultura y ganadería con 21.2% y comercio al por mayor y menor con 17.2%, es decir el cantón Otavalo es reconocido como un área de producción fabril lo cual ayuda al comercio, ya que brinda publicidad y reconocimiento al sector, favoreciendo a una empresa que se dedique a la producción de ropa, en especial de ropa indígena ya que aportaría de la misma manera al turismo. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SEMPLADES) , 2014, p.2)

1.5.3.3 Comercio

Gráfico 2 Establecimientos Económicos por sector



Fuente: Censo Económico 2010
Elaborado por: SEMPLADES
Año: 2014

De acuerdo a la investigación el 22% de la población de Otavalo se dedica a las actividades comerciales, es así que el Comercio al por mayor y al por menor genera mayor ingreso con un 82.5%, teniendo un personal ocupado de 30.7% y 49.8% de establecimientos. (SEMPLADES, 2014, p.3)

Por otro lado la manufactura genera un ingreso de 3.4% con un personal ocupado de 19% y el número de establecimientos abarca el 16.1%. Además las actividades profesionales, científicas y técnicas generan un ingreso de 3.4% con un personal ocupado de 6.8% y un 2.3% en número de establecimientos. (SEMPLADE, 2014, p.3)

“De acuerdo al censo económico 2010 en el Cantón Otavalo se encuentran aproximadamente 604 locales destinados a la manufactura, 1875 de comercio en general y 1282 relacionados con servicios varios.” (PDOT, 2010, p.294)

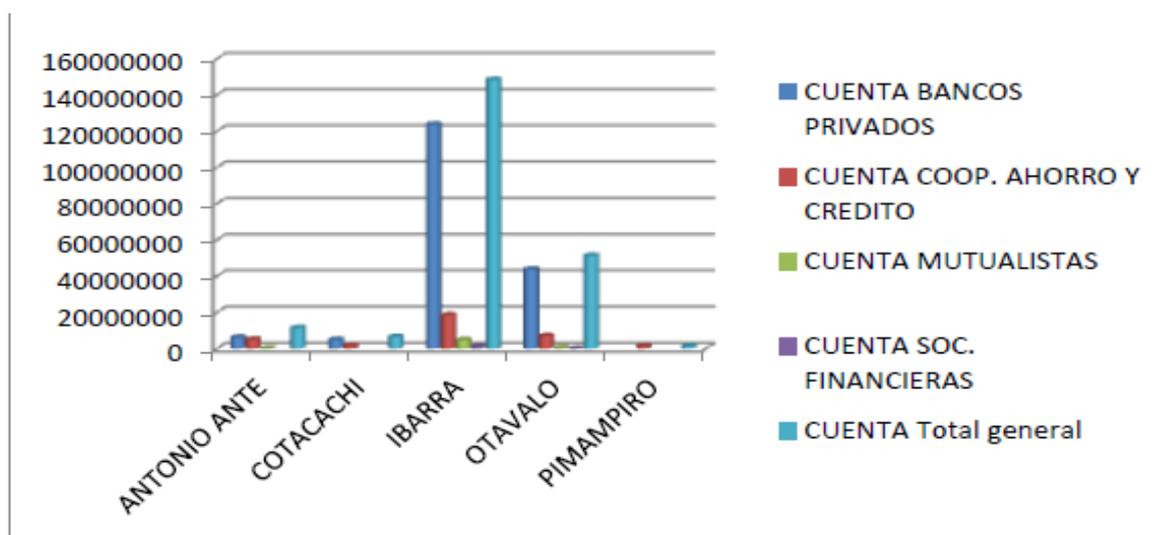
“Otavalo es el segundo cantón a nivel de la provincia donde se concentra la actividad comercial, manufacturera y de servicios.” (PDOT, 2010, p.294)

1.5.3.4 Turismo

Otavalo recibe anualmente un promedio de 250.000 visitantes, la mayoría son extranjeros (67%), y un importante grupo son turistas nacionales (33%). El total de visitantes estimados que llegan por mes son 18.000, lo que significa que durante una semana llegan aproximadamente 4.500 personas que apoyan la dinamización de la economía local y regional, promueve vitalidad, actividad social y hace más atractivos a los lugares. Promueve una imagen que puede ser una herramienta poderosa para atraer a la inversión. (PDOT, 2010, p.301)

1.5.3.5 Financiamiento

Gráfico 3 Captación de dinero



Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros
Elaborado por: GAD Otavalo
Año: 2011

La actividad financiera en la provincia de Imbabura es de gran magnitud es así que en Otavalo se concentra con 51.284.246 dólares. (PDOT, 2010, p.305)

Al ser Otavalo el segundo Cantón en desarrollar actividades comerciales, de servicios y de manufactura, la captación de los capitales esta en proporción a este movimiento

económico, de hecho el sector financiero oferta varias opciones de captación dentro del cantón como son Bancos Privados, Públicos, Mutualistas, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Aseguradoras. (PDOT, 2010, p.305)

1.5.4 Factores Sociales

1.5.4.1 Tasa de desempleo

De acuerdo con datos del Banco Central del Ecuador, la tasa de desempleo a nivel nacional es de 4.84% a marzo del 2015. (Banco Central del Ecuador (BCE), 2015)

La población comprendida entre 14 a 65 años es de 7.302.964 y el 4,84% (353463 personas) esta sin empleo. (Salazar, García García, Macías Leiva, Pérez Avellaneda, & Tomsich, 2015)

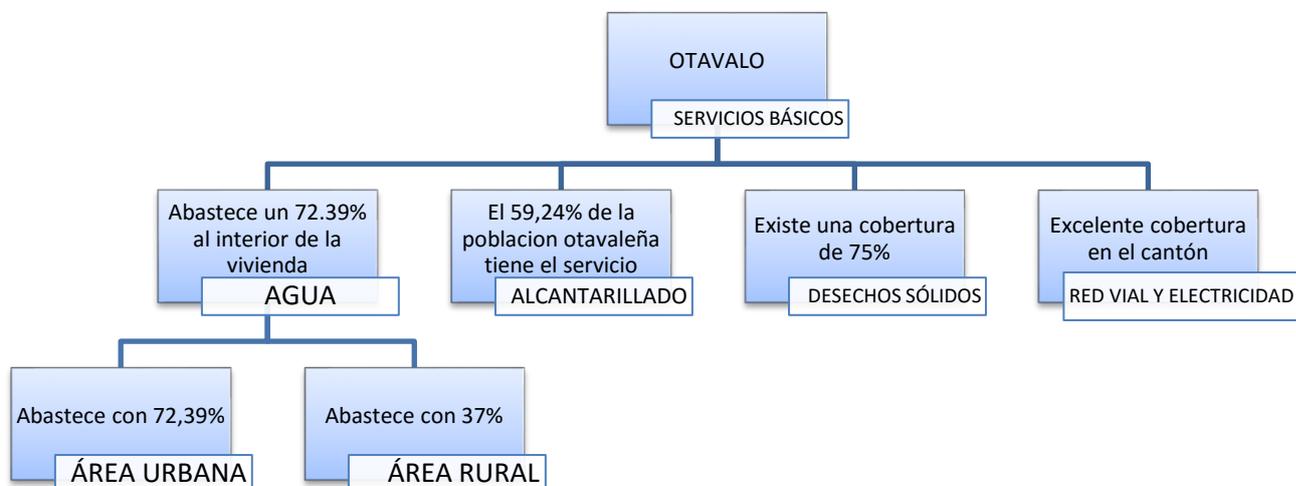
1.5.4.2 Índices de pobreza

La pobreza en el cantón Otavalo por las Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) está en un 32.8% con respecto a la provincia de Imbabura, y exactamente el 67.4% de la población otavaleña esta pobreza con 70.685 de personas. (SEMPLADES, 2014, p.4)

1.5.4.3 Servicios básicos

Otavalo es un cantón que ha ido surgiendo a gran escala es así que cuenta con todos los servicios básicos lo cual es fundamental para el desarrollo de la micro empresa a implantarse, ya que reduce costos y llega ser un oportunidad de crecimiento.

Gráfico 4 Servicios Básicos de Otavalo



Elaborado por: La Autora
Fuente: PDOT del GAD de Otavalo
Año: 2015

1.5.4.4 Seguridad

La seguridad en el cantón Otavalo no representa ningún tipo de peligro ya que cuenta con dos establecimientos de seguridad, cabe destacar que la cultura de la población otavaleña ha fomentado el respeto y el compromiso por mantenerse como una ciudad segura.

El cantón cuenta con dos cuarteles de bomberos con 17 operativos y dos personas en el área de administración un cuartel está dentro de la ciudad y el otro en el lago San Pablo.

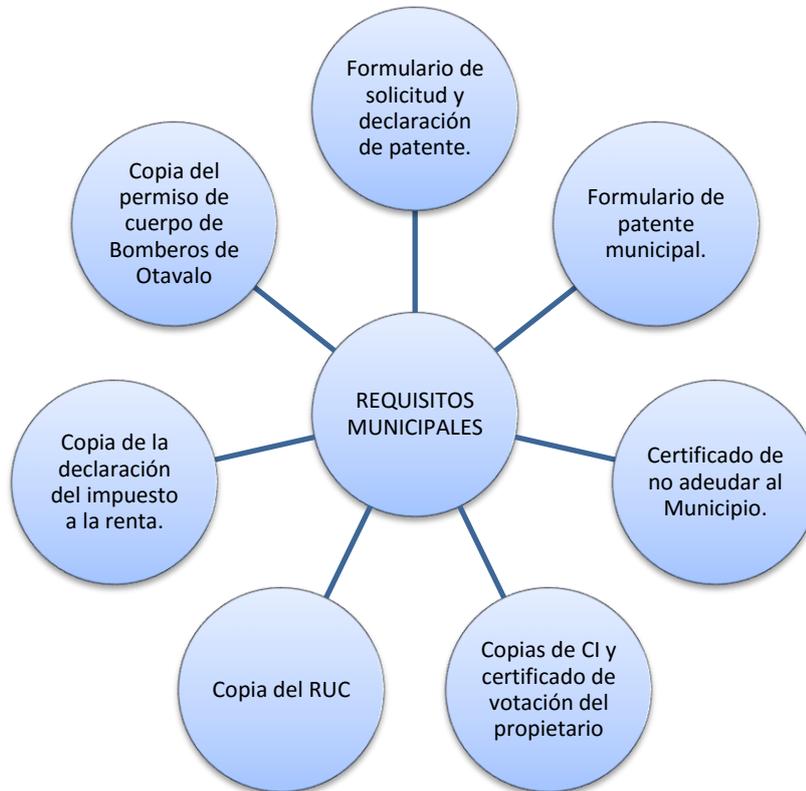
(PDOT, 2010, p.110)

Según la normativa en Otavalo debería existir 1.5 efectivos policiales por cada 1000 Hab, Otavalo con 52.753 Hab., se debe considerar un número no inferior a 52 policías a nivel urbano y 104 efectivos policiales para los 104.874 Hab. que tiene el cantón. (PDOT, 2010, p.112)

1.5.5 Aspectos legales y políticos

1.5.5.1 Requisitos municipales

Gráfico 5 Requisitos municipales permisos y patentes



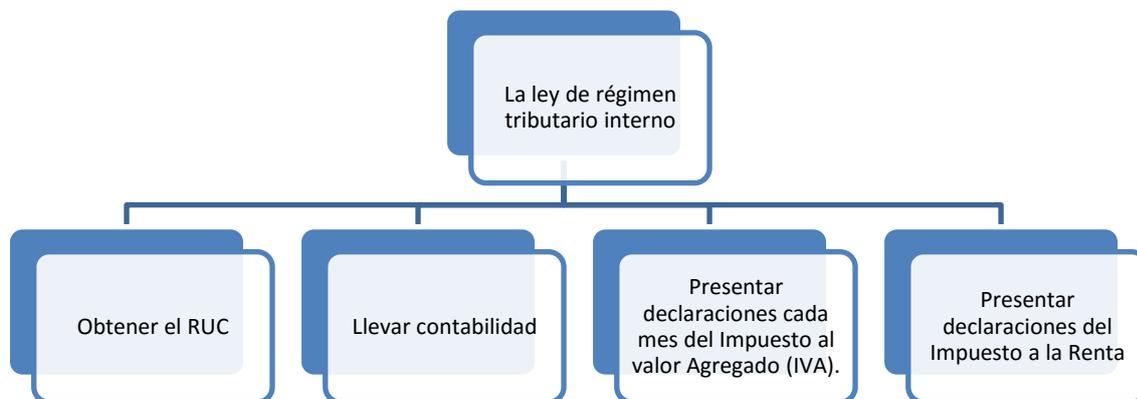
Elaborado por: La Autora
Fuente: PDOT del GAD de Otavalo
Año: 2015

Artesanos productores, comerciantes nacionales y extranjeros adicional a los requisitos anteriores deben presentar:

Certificado de afiliación a un gremio artesanal legalmente reconocido e inscrito en la Unidad Artesanal del Gobierno Municipal de Otavalo.

1.5.5.2 Ley de régimen tributario interno

Gráfico 6 Obligaciones tributarias



Elaborado por: La Autora
Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)
Año: 2015

1.5.5.3 Apoyo del Gobierno

Al gobierno apoya a la creación de nuevas empresas en especial si son industriales y artesanales, es así que el organismo encargado de esta responsabilidad es el MIPRO el cual impulsa el desarrollo de la industria, además incentiva la inversión e innovación, ya que estos proyectos generan empleo.

1.6 Matriz de Aliados Oponentes Oportunidades Riesgos

Tabla 6 Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación estratégica ya que es reconocida como un área de comercio. • Vías de acceso en buen estado para entrar en la ciudad • Lugar turístico por lo cual atrae más comerciantes y turistas. • Límites del área son estratégicos ya que se encuentra entre Pichincha e Ibarra. • No existen productores en Otavalo • Otavalo cuenta con todos los servicios básicos • Seguridad del área estudiada 	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de otros proveedores. • Pobreza del área estudiada. • Desconfianza por un nuevo proveedor. • Poca tecnología
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • La materia prima para elaborar el producto es de fácil acceso. • Conocimiento acerca de la producción de la vestimenta Kayambi • Apoyo por parte del gobierno. • Ser distribuidor directo a los consumidores • Estrategias de precio • Financiamiento por parte de entidades financieras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores ya establecidos en el mercado • Tasas de interés altas • Mayor capacidad de producción de la competencia de otras ciudades • Costos elevados

Fuente: Propia
 Elaborado por: La Autora
 Año: 2015

1.7 Determinación de la oportunidad de inversión

Luego de realizado el análisis del diagnóstico situacional de la ciudad de Otavalo se identifica la oportunidad de inversión.

La ubicación es estratégica ya que es un área turística y comercial, además que cuenta con seguridad y todos los servicios básicos, no obstante tiene apoyo el gobierno a través de la MIPRO lo cual contribuye a la fácil creación de la micro empresa.

Además no existe una microempresa dedicada a la producción de ropa indígena Kayambi con diseños exclusivos en la ciudad de Otavalo.

Se concluye que la implementación de una microempresa productora y comercializadora de ropa indígena Kayambi en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura es una excelente alternativa de inversión.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Bases teóricas

2.1.1 Definición de contabilidad

Bravo (2011) Dice:

Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se ejecutan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable. (p. 1).

Se concluye que contabilidad es un sistema de registro y control de las operaciones que se realizan en una organización, lo cual nos permite presentar la información económica y financiera de la empresa a las partes interesadas en un determinado periodo.

2.1.2 Definición de empresa

Zapata (2011) Afirma: “Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y-o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general”. (p.5)

Bravo (2011) Manifiesta: “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se realiza a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad.”(p. 3).

Se define a la empresa como un conjunto de recursos económicos y talento humano que juntos producen bienes y servicios, para satisfacer necesidades de la sociedad con el objetivo de obtener una rentabilidad. Cabe destacar que la rentabilidad de una empresa se beneficia el empresario, y sus stakeholders.

2.1.3 Definición de microempresa

Lexus (2013) Dice: “Es aquella con un fuerza laboral no mayor de 20 trabajadores vende servicios o productos directamente al público. Entre ellas están los restaurantes, las bodegas, los talleres, las panaderías y otros.”(p. 19).

De acuerdo a la definición se concluye que una microempresa es una organización creada por personas naturales o jurídicas emprendedoras que de acuerdo a sus conocimientos se dedican a producir bienes y servicios, con el objetivo de obtener un margen de utilidad, cabe destacar que su capital, así mismo como su talento humano y recursos son menores que los de una empresa.

2.1.4 Características de la microempresa

Cantos (2006) Manifiesta:

Las características que mantiene una microempresa son las siguientes son: actividades de autoempleo, máximo de 10 colaboradores, con un capital de trabajo de hasta 100000 USD que no incluya muebles y vehículos que sean herramientas de trabajo y sus actividades registradas en una organización gremial Microempresarial.(Pág. 18)

Como podemos observar la microempresa por lo general es de tipo familiar, y su crecimiento se debe a que los propietarios realizan la reinversión de las utilidades, además que

su personal no es capacitado ya que se dedican a actividades comerciales, prestación de servicios y un pequeño porcentaje a la industria.

2.1.5 Proyecto de factibilidad

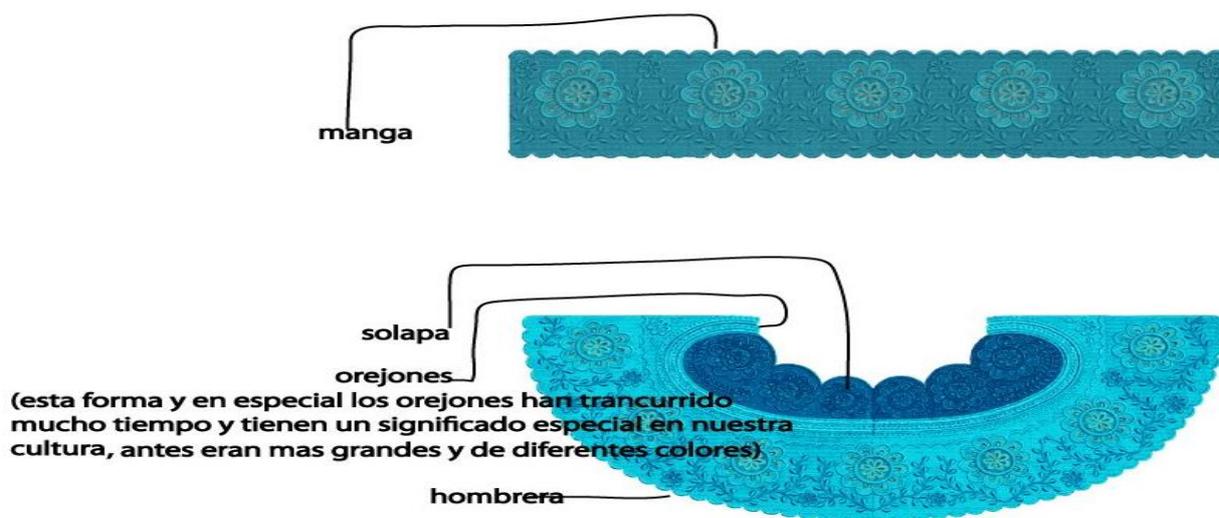
Baca (2013) Dice: “Estudio final que contiene la información del anteproyecto más los canales de comercialización para el producto, contratos de venta, actualización de las cotizaciones de la inversión y presenta planos arquitectónicos.”(p.4).

De acuerdo a la definición se concluye que un proyecto un plan en el cual se define si el proyecto es viable para ponerlo en marcha, de acuerdo a estudios se recopila información sobre los insumos, capital, que se requiere para ponerlo en marcha y si los mismos generan una rentabilidad.

2.1.5 Camisas

CODENPE (2015) Comenta: Blusas bordadas de colores con figuras inspiradas en la naturaleza, se constituyen por la hombrera y las mangas.

Ilustración 2 Camisa Kayambi



2.1.7 Centros

CODENPE (2015) Indica: “Anaco plisado muy finamente de diferentes colores que combina con el bordado de las blusas.”

Conocidos como anacos en el idioma kichwa, es una falda con un plisado fino, de colores, en los filos de la falda se realiza un bordado de colores o se cose una greca la cual es un encaje o cinta de colores.

2.2 Estudio de mercado

Baca (2013) Dice: “Investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.”(p.5)

El estudio de mercado es de suma importancia ya que sin él no se puede realizar los demás estudios de un proyecto, en este estudio se determina la oferta y la demanda, ya que se demuestra si existe o no la capacidad de venta del producto. Cabe destacar que este estudio se debe hacer con la mayor precisión ya que es la base de la toma de decisión de invertir o no en el proyecto. Es decir si existe demanda para el producto que se desea producir.

2.2.1 Definición de mercado

Baca (2013) Manifiesta: “Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”(p.24)

El mercado se define por el lugar donde se realiza la compra y venta de bienes y servicios, cabe destacar que no especialmente debe ser un lugar físico, ya que con el desarrollo de la tecnología se lo puede ser de manera virtual por internet. En el mercado también se definen los precios y estos son de acuerdo al comportamiento de la oferta y la demanda.

2.2.2 Definición de Oferta

Araujo Arévalo (2012) Manifiesta:

La oferta es el importe del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, o sea, es la cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyan la competencia están vendiendo en el mercado en estudio. La determinación de la oferta es importante para el proyecto, porque, en función del dominio y control actual del mercado existente en poder de los competidores, el proyecto podar aprobarse y con ello tener la oportunidad de participar con éxito o no en el mercado elegido. (Pág. 23)

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que pueden estar disponibles en el mercado, es decir la cantidad de productos que pueden producir los ofertantes para satisfacer las necesidades de la demanda.

2.2.3 Definición de la demanda

Baca (2013) Dice: “Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”(p.28)

Se analiza la demanda para conocer los factores que influyen en la compra de un producto, es decir la cantidad que estarían dispuestos a comprar, y de esta manera conocer la posibilidad de aceptación del producto en el mercado. Además de conocer si existe demanda insatisfecha.

2.2.4 Definición de producto

Araujo Arévalo (2012) Define:

La identificación del producto o servicio implica una descripción lo más detallada posible. Debe incluir su naturaleza, forma, unidad de medida, colores, magnitudes y demás características y propiedades que permitan mayor conocimiento del producto, de manera que se tenga una idea clara la cual es el producto objeto de estudio, sin que esto implique incluir información excesiva, así como también la identificación del producto debe contener información que permita conocer su antigüedad y competitividad en el mercado. (P. 27)

El producto es un bien que satisface necesidades de la sociedad, cabe destacar que un producto es ofrecido en el mercado a un valor determinado.

2.2.5 Definición de precio

Baca (2013) Expone: “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”(p.61)

Se define al precio como cantidad a la que se compra un bien o un servicio, es decir el valor que están dispuestos a pagar para satisfacer las necesidades. Cabe destacar que el precio se define en el mercado, por el comportamiento de la oferta y la demanda y demás factores económicos como la inflación.

2.2.6 Definición de comercialización

Baca (2013) Concluye: “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”(p.62)

La comercialización son las estrategias de hacer llegar un producto a su cliente, cabe destacar que en el estudio solo se determina si se puede vender o no el producto, pero la

comercialización brinda las herramientas de cómo se debe vender, ya que de nada sirve tener un producto de calidad, sino sabe cómo llegar a los clientes.

2.3 Estudio Técnico

Araujo Arévalo (2012) Define:

El estudio técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad de operación, esto es: la tecnología, magnitud de los costos de inversión, los costos y gastos de producción, todo ello en función de un programa de producción. (p.57)

Meza (2013) Indica: “Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto.”(p.23)

En el estudio técnico se desea conocer si es posible o no el producir un producto determinado, es decir identificar todo lo que necesitamos para poner en marcha el proyecto, todos los insumos, materiales, activos, para definir el tamaño del proyecto, y que porcentaje de la demanda se va a satisfacer.

2.3.1 Tamaño óptimo de la planta

Baca (2013) Indica: “Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando se opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.”(p.100)

El tamaño óptimo de la planta es la capacidad de producción de un producto en un determinado tiempo, es decir cuántas unidades voy a producir con los recursos que tengo. Conocer los patrimonios para el óptimo funcionamiento de la microempresa.

2.3.2 Localización del proyecto

Baca (2013) Concluye: “Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social).”(p.110)

Es el lugar donde se va a ubicar el proyecto, pero se debe identificar factores que ayuden a obtener mayor rentabilidad a la compañía, cabe destacar que también debe ayudar a que se minimicen los costos y gastos. Se debe realizar un estudio para determinar la localización porque esta influye mucho en la rentabilidad de la microempresa.

2.3.3 Macrolocalización

Araujo Arévalo (2012) Manifiesta:

La selección del área, región o ciudad donde se ubicara el proyecto se conoce como estudio de Macrolocalización. Para una planta industrial, los factores de estudio Macrolocalización que inciden con mayor frecuencia son:

- Proximidad al mercado de consumo
- Proximidad al mercado de materias primas (p.65)

La macrolocalización es la zona geográfica donde se va a instalar el proyecto, pero desde un entorno más amplio.

2.3.4 Microlocalización

Flórez (2010) Concluye: “Una vez que se ha sido escogida la región donde se puede localizar el proyecto (macrolocalización), se comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad).”(p.52)

La microlocalización del proyecto es el lugar en donde se situara el proyecto, desde un entorno más específico como la ciudad, parroquia, barrio y dirección, cabe destacar que la microlocalización del proyecto se la realiza después de haber identificado la macrolocalización, con el fin de posibilitar la generación de más ingresos y utilidad.

2.3.5 Proceso de producción

Baca (2013) Define: “Procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo.”(p.112)

Un proceso de producción son los pasos a seguir para la fabricación de un bien, cabe destacar que los procesos deben ser flexibles, por otro lado al determinar un proceso se lo debe escoger a través de una investigación ya que mediante este se determina lo que se necesita para llevar a cabo el proceso (insumos, talento humano, materiales, entre otros).

2.4 Estudio financiero

Araujo Arévalo (2012) Dice: “Uno de los componentes más importantes de todo proyecto de inversión es el estudio financiero; sin este análisis, la estructura del proyecto no tendría bases ni fundamentos económicos para su implantación”. (p.100)

El estudio financiero se realiza para conocer si el proyecto es viable, es decir si es rentable en el tiempo, es una evaluación económica y financiera de la inversión que se desea realizar en proyecto.

2.4.1 Estado de situación financiera proforma

Araujo Arévalo (2012) Define:

El balance general proforma contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir, los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado, se presentan los pasivos esperados de la empresa, es decir, las obligaciones financieras que adquirirán los socios del proyecto, y finalmente el capital contable que constituye el patrimonio neto de la empresa. (Pág. 112)

El estado de situación financiera brinda la información financiera con la que inicia el proyecto es decir todos los activos, pasivos y patrimonio que posee la compañía.

2.4.2 Estado de resultados proforma

Baca (2013) Concluye:

Es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar.(p.182)

El estado de resultados nos muestra la situación económica del proyecto es decir incluyen todas las partidas de ingresos, costos y gastos, para así conocer si habrá utilidad o ganancias en el proyecto.

2.4.3 Flujo de efectivo

Sapag Chaín & Sapag Chaín (2008) Afirma: “El flujo de efectivo constituye uno de los elementos más importantes dl estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre los resultados que se determinen en la información básica.” (p.291)

Nos informa sobre el ingreso y salida de recursos que tiene el proyecto tanto en todas las actividades de operación, inversión y financiamiento, el objetivo es la toma de decisiones en base a este estado financiero.

2.4.4 Capital de trabajo

Baca (2013) Menciona: “Es la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante.”(p.177)

Flórez (2010) Concluye: “Corresponde al conjunto de recursos necesarios para la operación normal de una empresa en un momento determinado. Se define como la diferencia entre activos corriente y pasivos corrientes.”(p.80)

El capital de trabajo está conformado por los recursos necesarios para iniciar las actividades, el cual está compuesto por la inversión variable que son los insumos o materiales, materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros.

2.4.5 Evaluadores financieros

2.4.6 Valor actual neto

Baca (2013) Manifiesta: “Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento tiempo cero.”(p.208)

El valor actual neto no es más que un evaluador financiero que nos permite conocer si es viable invertir en un proyecto, con una metodología de restar de los flujos descontados la inversión inicial.

2.4.7 Tasa interna de retorno

Cordova (2011) Define:

Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida útil. Se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VPN del proyecto sea igual a cero. (p.242)

Mora (2010) Concluye:

La tasa interna de rendimiento o tasa interna de retorno de la inversión (TIR) es un indicador financiero que se utiliza en la evaluación de proyectos para considerar su factibilidad en un proyecto; en otras palabras, evaluar si un proyecto de inversión es o no rentable, cualquiera que sea. Se obtiene calculando el valor actual neto de la inversión y su posible recuperación en el largo plazo, con diferentes alternativas de tasa de interés. (p.269)

Después de analizar las definiciones se puede concluir que la tasa interna de retorno es un evaluador financiero que iguala el VAN a cero, ya que muestra la tasa de rentabilidad de un proyecto igualando el total de los flujos deflactados a la inversión inicial.

2.4.8 Beneficio costo

Cordova (2011) Menciona:

La razón de beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto". (p.240)

El objetivo del evaluador beneficio costo es comparar todos los costos y gastos contra los ingresos a obtener en el proyecto, cabe recalcar que los valores tanto de costos e ingresos

deben ser deflactados con la tasa de redescuento. Además se analiza el traer a valor presente la inversión inicial y compararla con los costos que necesitamos para ejecutar el proyecto.

2.4.9 Período de recuperación de la inversión

Sapag (2011) Expone: “El periodo de recuperación de la inversión (PRI) es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado”. (p.306)

El periodo de recuperación es conocer en qué tiempo ya sea en periodos o años se recuperara la inversión inicial total del proyecto. Este evaluador se obtiene a través de los flujos de efectivo proyectados. Cabe destacar que para una mayor precisión se debe calcular con los flujos de efectivo deflactados con la tasa de redescuento.

2.4.10 Punto de equilibrio

Flórez (2010) Indica: “Este instrumento de análisis sirve para identificar en los periodos proyectados, cual es el volumen de ventas necesarias para que el plan de negocio no pierda ni gane dinero.”(p.129)

De acuerdo a la definición el punto de equilibrio es el nivel de producción o el número de artículos producidos y vendidos los cuales deben generar un ingreso que de iguales a los costos, para que no exista ni perdida ni ganancia.

2.5 Estructura organizacional

Koontz & Weihrich (2004) Dice: “Es la forma en que están ordenadas las unidades que compone una unidad administrativa y la relación que guardan entre si sus unidades internas”. (p.96)

Se define como la parte administrativa del proyecto ya que comprende todas las políticas, normas y procedimientos los cuales son una guía o parámetros para dirigir a la microempresa a su objetivo primordial. Cabe destacar que se define que hay que hacer en la organización y como realizarlo.

2.5.1 Misión de una microempresa

(Monteros, 2005) Manifiesta:

La Microempresa tiene como misión producir, comercializar o intermediar bienes y/o servicios y promover el desarrollo integral para la satisfacción de necesidades de la colectividad, con calidad y eficiencia y, con accesibilidad a todos los sectores sociales, en la pretensión de convertirse en el eje de desarrollo económico del país y el mejoramiento continuo en actividades empresariales como elemento integrador de la comunidad en general de la organización.

Se define a la misión de una microempresa como la razón de ser de la misma, es decir para que es creada, cual su función primordial, a que se dedica. En fin el objetivo madre de la organización.

2.5.2 Visión de una microempresa

(Monteros, 2005) Define:

La visión de la microempresa consiste en lograr el proceso de integración permanente entre la empresa y la sociedad, obteniéndose el perfeccionamiento empresarial y técnico, además tendrá la permanente búsqueda de elementos adicionales al producto para satisfacer al cliente con calidad, eficiencia, pero logrando rentabilidad, posicionamiento

en los mercados activos de la sociedad con miras a integrar el proceso de cambio y el fortalecimiento de la identidad nacional.

En la visión de la microempresa se define como lo que desea alcanzar la organización en un futuro, la aspiración a la que quiere llegar en un determinado tiempo.

2.5.3 Valores

Segade (2007) Expresa: “Estos son pautas de conducta que rigen dentro de una organización, y cuya utilidad es guiar el comportamiento de sus miembros.”(p.37)

Los valores rigen el comportamiento de las personas, en una organización la manera de actuar de forma ética de los trabajadores.

2.5.4 Organigrama

(Cordova Padilla, 2011) Afirma:

Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. (p.169)

Un organigrama es un gráfico en el cual se detalla los diferentes departamentos de la organización, la relación que existe entre ellos y el personal que ocupara dichos puestos de trabajo. El organigrama es de suma importancia ya que nos permite hacer un análisis de la estructura de la organización, ya que podemos observar la relación entre los puestos de organización y la función que realizan y evitar cualquier tipo de inconveniente.

2.6 Impacto

Bello (2009) Expone: “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.”

El impacto es el resultado de los factores que inciden en un proyecto, pueden ser positivos o negativos, los mismos deben ser evaluados y en el caso de ser negativos, observar la manera de contrarrestarlos.

2.7 Análisis del capítulo

La investigación y análisis del marco teórico fue de mucha importancia para el estudio de factibilidad, porque las bases científicas estudiadas ayudan al estudio con información, como una herramienta para realizar los próximos capítulos.

Al estudiar las definiciones teóricas se muestra claramente que no son solo conceptos, sino la base de lo que se desea hacer en la investigación, porque teóricamente es la solución al problema planteado, ya que esta inmerso todo lo que se va a realizar posteriormente para solucionar el problema. Además nos sirve para interpretar los acontecimientos datos y resultados que se obtengan en el proceso de estudio.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Presentación

Al realizar el diagnóstico situacional, se pudo evidenciar que la ciudad de Otavalo es un gran sector turístico y comercial por lo cual es un lugar idóneo para emprender actividades económicas, esto se debe al gran reconocimiento textil que existe en esta zona, posteriormente realiza el estudio de mercado como una herramienta para obtener información que nos permitirá determinar la oferta y demanda existentes en esta zona.

Cabe destacar que el objetivo de este estudio de mercado es establecer la demanda insatisfecha, para asegurar la viabilidad de proyecto de producir ropa indígena Kayambi.

Así mismo se podrá establecer cuáles son las necesidades y situaciones del mercado, lo cual es esencial ya que asegura un buen posicionamiento del producto en el mercado y de esta manera orientar el estudio de una manera segura hacia el éxito.

3.2 El mercado

De acuerdo a la investigación el mercado al que va dirigido este proyecto es a la población femenina indígena Kayambi de Otavalo y sus parroquias, por lo cual se desea conocer las exigencias de esta población de acuerdo al producto así mismo a la competencia.

3.3 Objetivos del estudio de mercado

3.3.1 General

Establecer la demanda insatisfecha y la oferta existente en el cantón Otavalo.

3.3.2 Específicos

3.3.2.1 Determinar el lugar de compra, la cantidad de la demanda y la demanda insatisfecha.

3.3.2.2 Conocer la oferta de ropa indígena Kayambi y su rentabilidad dentro del área investigada.

3.3.2.3 Identificar las características del producto y conocer la materia prima utilizada para producir los productos.

3.3.2.4 Definir el precio del producto que se va a producir.

3.3.2.5 Estudiar los gustos y preferencias de consumidores de las prendas de vestir Kayambi.

3.3.2.6 Analizar el grado de aceptación de crear una empresa productora y comercializadora de ropa indígena Kayambi.

3.4 Matriz de variables de mercado

Tabla 7 Matriz de variables de mercado

OBJETIVOS	VARIABLES A DIAGNOSTICARSE	INDICADORES DE LAS VARIABLES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICAS	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Determinar el lugar de compra, la cantidad de la demanda y la demanda insatisfecha.	Lugar de compra	Locales - Ciudades Frecuencia de compra Cantidad de adquisición	Primaria	Encuesta	Población indígena Kayambi
Conocer la oferta de ropa indígena Kayambi y su rentabilidad dentro del área investigada.	Oferta	Tiempo en la actividad Volumen de ventas Precio - Clientes Porcentaje de Rentabilidad	Primaria	Entrevista	Productores
Definir las características del producto y conocer la materia prima utilizada para producir los productos.	Modelos	Tipos de modelos Materia prima	Primaria	Entrevista	Productores
Definir el precio del producto que se va a producir.	Precio del producto	Valor en dólares camisas y centros	Primaria	Encuesta	Población indígena Kayambi
Determinar los gustos y preferencias de consumidores de las prendas de vestir Kayambi.	Preferencias de los consumidores	Tamaños Tipo de Camisas y centros	Primaria	Encuesta	Población indígena Kayambi
Conocer el grado de aceptación de crear una empresa productora y comercializadora de ropa indígena Kayambi	Aceptación	Nivel de aceptación	Primaria	Encuesta	Población indígena Kayambi

Fuente: Propia
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

3.4.1 Indicadores

Tabla 8 Variable e indicadores del estudio de mercado

VARIABLES	INDICADORES
➤ Lugar de compra	<ul style="list-style-type: none"> ○ Locales ○ Ciudades
➤ Demanda	<ul style="list-style-type: none"> ○ Frecuencia de compra ○ Cantidad de adquisición camisas ○ Cantidad de adquisición centros
➤ Demanda insatisfecha	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de dificultades ○ Porcentaje de Inconformidad
➤ Oferta	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tiempo en la actividad ○ Volumen de ventas ○ Precio ○ Clientes
➤ Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ○ Porcentaje de Rentabilidad sobre ventas
➤ Modelos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de modelos
➤ Materia prima	<ul style="list-style-type: none"> ○ Telas ○ Encajes ○ Cintas ○ Hilos
➤ Precio del producto	<ul style="list-style-type: none"> ○ Valor en dólares camisas ○ Valor en dólares centros
➤ Preferencias de los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tamaños ○ Modelos ○ Colores ○ Calidad ○ Diversidad ○ Precio
➤ Tipo productos	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tipo de camisas ○ Tipo de centros
➤ Aceptación	<ul style="list-style-type: none"> ○ Nivel de aceptación

Elaborado por: La Autora
 Fuente: Tabla N° 7
 Año: 2015

3.5 Mecánica Operativa

3.5.1 Identificación de la población

Para el presente proyecto la población son las mujeres indígenas Kayambis de la provincia Imbabura, cantón Otavalo y sus comunidades y la provincia de Pichincha, cantón Cayambe.

En Imbabura la población indígena de mujeres Kayambi es de 3331 y en Pichincha es de 13963, dando así una población total de 17294 mujeres Kayambis. (INEC, 2010)

Pero solo el 40% de la población Kayambi tiene la edad entre 21 a 55 años, lo cual da 6918 ($17294 \times 40\% = 6918$) mujeres Kayambis en el año 2010. (INEC, 2010)

Es así que se realiza la proyección de la población y de esta manera conocer el número de mujeres indígenas kayambi para el año 2015.

$$Pt = PO (1+i)^n$$

Pt= Población proyectada

PO= Población actual

i= Tasa de crecimiento

n= número de periodos

La tasa de crecimiento se la obtuvo realizando un promedio entre la tasa de la provincia de Imbabura 1,63% y la provincia de Pichincha 2,26%, dando así 1,985%.

$$Pt = 6918(1+0,01985)^5 = 7632$$

Tabla 9 Población proyectada

POBLACIÓN PROYECTADA	
Año 2010	6918
Año 2011	7055
Año 2012	7195
Año 2013	7338
Año 2014	7483
Año 2015	7632

Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

3.5.2 Identificación de la muestra

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

n = Muestra

N = Población

Z = Nivel de confianza

σ = Desviación estándar

e = Error muestral

$$n = \frac{7632 * 1.96^2 * 0.5^2}{0.05^2(7632 - 1) + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n = 366$$

3.5.3 Técnicas e instrumentos

Se aplicó diferentes técnicas para la obtención de la información, de acuerdo al tipo de información.

Tabla 10 Técnicas e instrumentos

INFORMACIÓN PRIMARIA	INFORMACIÓN SECUNDARIA
<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas • Encuestas • Observación directa 	<ul style="list-style-type: none"> • Revistas • Folletos • Periódicos • Libros • Tesis • Artículos de páginas web

Elaborada por: La Autora
Fuente: Propia
Año: 2015

3.5.4 Información primaria.

Las encuestas se las realizó a la muestra obtenida de la población de mujeres indígenas Kayambis, con la finalidad de obtener información acerca de las exigencias del producto y posible demanda.

Las entrevistas se las aplico a productores y comerciantes de ropa indígena Kayambi, así mismo se realizó técnica de observación directa en el área de producción y comercialización de los mismos, para conocer a la competencia y características del producto y de esta manera establecer un precio al producto.

3.5.5 Información secundaria

La información recopilada en fuentes secundarias, es decir en libros, revistas, folletos, tesis, proyectos y páginas web, fue de suma importancia para desarrollar este capítulo ya que es el sustento teórico para la creación de la empresa productora y comercializadora de ropa indígena Kayambi.

3.6 Tabulación y análisis de la información

3.6.1 Encuesta aplicada a los clientes potenciales de la ropa indígena Kayambi

P1. ¿En qué lugar compra usted su vestimenta Kayambi?

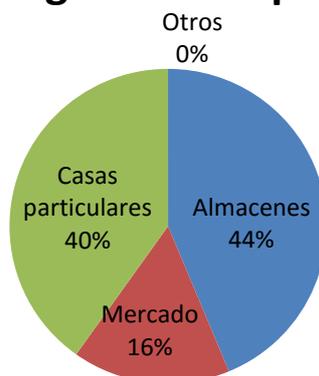
Tabla 11 Lugar de compra

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes	160	43,72
Mercado	59	16,12
Casas particulares	147	40,16
Otros	0	0
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 215

Gráfico 7 Lugar de compra

Lugar de Compra



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 215

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas se aprecia que el 44% de las mujeres indígenas Kayambis compran su vestimenta en almacenes, un 40% compran en casas particulares, el 16% adquieren en el mercado y un 0% en otros lugares. Por tanto se observa que el consumidor tiene más preferencia en realizar sus compras en los almacenes, directamente a los productores.

P2. ¿Dónde adquiere su vestimenta Kayambi?

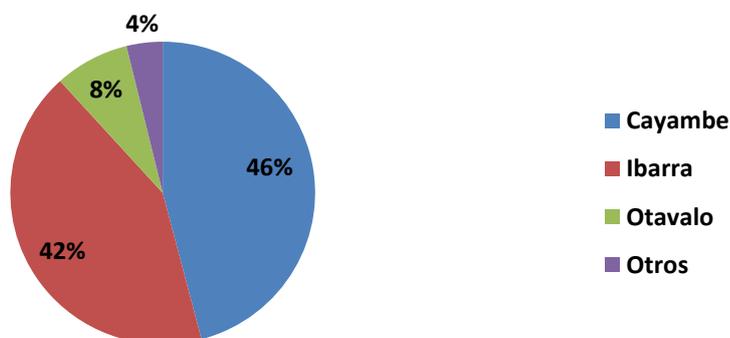
Tabla 12 Ciudad de adquisición

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cayambe	168	45,90
Ibarra	155	42,35
Otavaló	29	7,92
Otros	14	3,83
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 215

Gráfico 8 Ciudad de adquisición

Ciudad de Asquisición



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 215

Análisis:

Se observa que la población indígena Kayambi de la ciudad de Otavaló se dirige a otros cantones y provincias para adquirir su vestimenta, ya que el 46% compran su vestimenta en Cayambe, el 42% compran en la ciudad de Ibarra, tan solo el 8% compra en casas particulares en Otavaló y el 4% en otras ciudades.

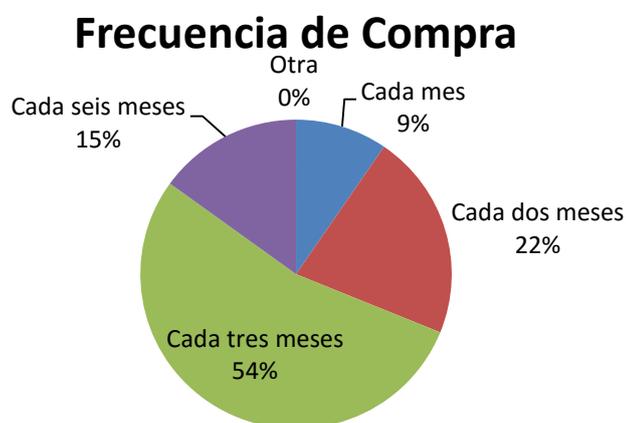
P3. ¿Cuál es la frecuencia de compra de ropa Kayambi?

Tabla 13 Frecuencia de compra

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada mes	35	9,56
Cada dos meses	79	21,58
Cada tres meses	197	53,83
Cada seis meses	55	15,03
Otra	0	0
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 215

Gráfico 9 Frecuencia de compra



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 215

Análisis:

De la población estudiada el 54% compra su vestimenta completa cada tres meses, por otro lado el 22% cada dos meses, el 15% cada seis meses, el 9% cada mes y el 0% en otra frecuencia. Por lo tanto se concluye que la mayoría de población indígena Kayambi adquiere en gran cantidad su vestimenta tradicional.

P4. ¿Qué tipo de ropa indígena Kayambi prefiere comprar?

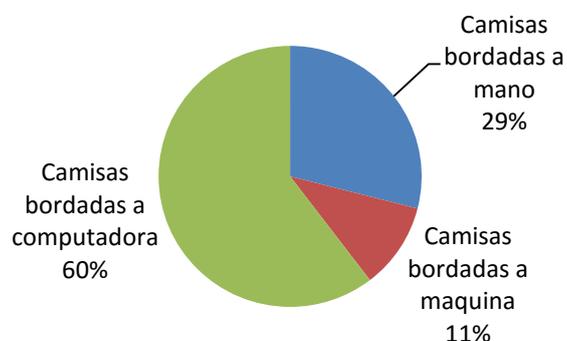
Tabla 14 Preferencia – Tipo de camisas

CAMISAS		
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Camisas bordadas a mano	106	28,96
Camisas bordadas a maquina	39	10,66
Camisas bordadas a computadora	221	60,38
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 215

Gráfico 10 Preferencia – Tipo de camisas

Preferencia- Tipo de camisas



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 215

Análisis:

En la preferencia que tienen las mujeres indígenas Kayambi sobre el tipo de camisa, supieron manifestar que utilizan los tres modelos, sin embargo el 60% compra camisas a computadora el 29% compra camisas bordadas a mano y el 11% compran camisas bordadas a máquina.

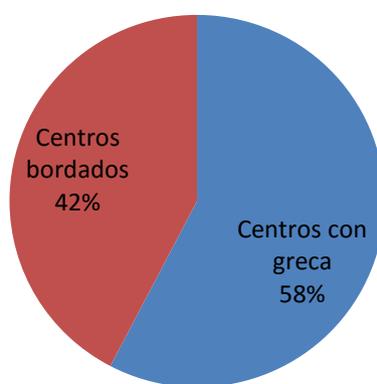
Tabla 15 Preferencia – Tipo de centros

CENTROS		
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centros con greca	211	57,65
Centros bordados	155	42,35
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 11 Preferencia – Tipo de centros

Preferencia- Tipo de centros



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos el 58% de las mujeres indígenas Kayambis desean comprar centros con greca, por otro lado el 42% desean centros bordados. Cabe destacar los dos tipos de centros son muy comercializados.

P5. ¿Cuál es el precio promedio que pagaría por la ropa indígena Kayambi?

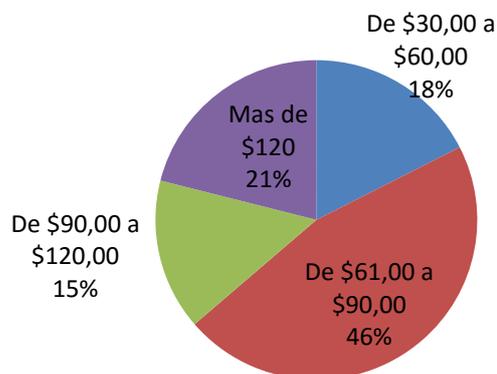
Tabla 16 Disposición a pagar por las camisas – Precio

CAMISAS		
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$30,00 a \$60,00	64	17,49
De \$61,00 a \$90,00	169	46,17
De \$90,00 a \$120,00	56	15,30
Más de \$120	77	21,04
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 12 Disposición a pagar por las camisas - Precio

Disposición a pagar por las camisas - Precio



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

De acuerdo a las encuestas se observa que el 46% de las mujeres indígenas Kayambis compran o están dispuestas a pagar de \$61,00 a \$90,00 en cuanto a camisas, en cambio el 21% gasta aproximadamente pagarían más de \$120,00 esto se debe a camisas que son elaboradas a mano, además el 18% compran camisas en un precio de \$30,00 a \$60,00 siendo estas un poco más económicas, por otro lado el 15% desean comprar camisas de \$90,00 a \$120,00.

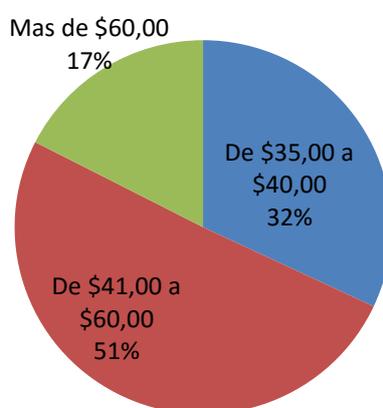
Tabla 17 Disposición a pagar por los centros - Precio

CENTROS		
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$35,00 a \$40,00	117	31,97
De \$41,00 a \$60,00	185	50,55
Más de \$60,00	64	17,49
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 13 Disposición a pagar por los centros – Precio

Disposición a pagar por los centros - Precio



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

El 51% de las mujeres indígenas Kayambis están dispuestas a pagar de \$41,00 a \$60,00 por un centro, en cambio el 32% gastaría de \$35,00 a \$40,00 lo cual es más económico, y el 17% pagaría más de \$60,00.

P6. ¿Compraría usted nuestro producto elaborado en el cantón Otavalo?

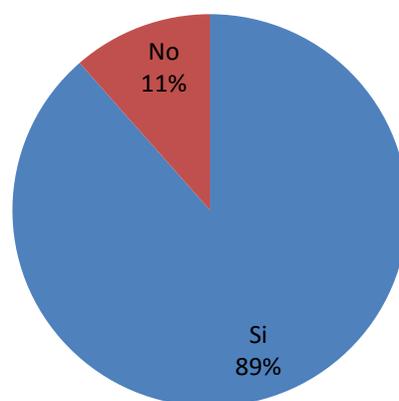
Tabla 18 Demanda del producto

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	324	88,52
No	42	11,48
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 14 Demanda del producto

Demanda del Producto



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

De los datos obtenidos se observa que el 89% de la población si compraría el producto elaborado en el micro empresa a implantarse dentro del cantón Otavalo, es decir exista una excelente demanda, por otro lado el 11% de la población no compraría ya que tiene definido sus proveedores.

P7. ¿Cuántas unidades de camisas y centros estarían dispuestas a comprar anualmente?

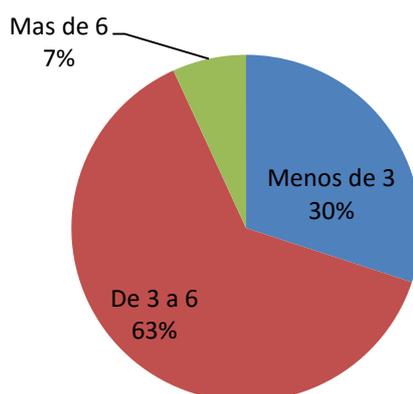
Tabla 19 Disposición a adquirir las camisas - Anualmente

CAMISAS		
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 3	110	30,05
De 3 a 6	231	63,11
Más de 6	25	6,83
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 15 Disposición a adquirir las camisas – Anualmente

**Disposición a adquirir las camisas -
Anualmente**



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

Observamos que si existe demanda ya que el 63% de las mujeres indígenas Kayambis adquieren de 3 a 6 camisas, en cambio el 30 % compraría menos de 3 camisas en el año y el 7% compraría más de 6 camisas en el año.

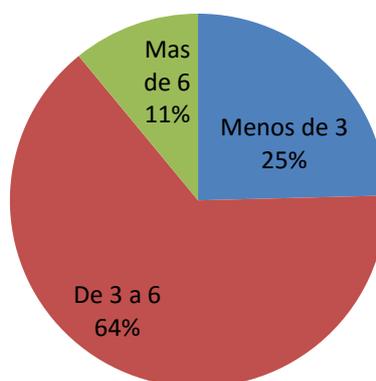
Tabla 20 Disposición a adquirir los centros - anualmente

CENTROS		
OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 3	90	24,59
De 3 a 6	236	64,48
Más de 6	40	10,93
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 16 Disposición a adquirir los centros – anualmente

Disposición a adquirir los centros - Anualmente



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

Anualmente las mujeres indígenas en un 64% adquirirían de 3 a 6 centros, en cambio el 25% menos de 3 centros y el 11% más de 6 centros, cabe destacar que si existe demanda ya que existe un gran porcentaje que compraría entre 3 y 6 centros por año.

P8 ¿Cuál es el detalle primordial en el momento que usted está realizando la compra de ropa indígena kayambi?

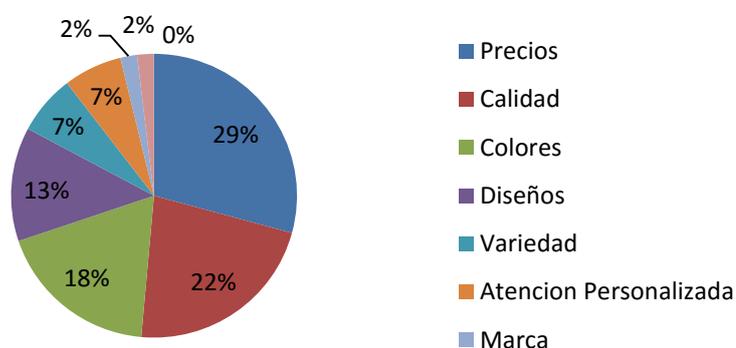
Tabla 21 Preferencia de los consumidores

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precios	216	29,23
Calidad	164	22,19
Colores	136	18,40
Diseños	96	12,99
Variedad	50	6,77
Atención Personalizada	49	6,63
Marca	14	1,89
Entrega a domicilio	14	1,89
Otros:	0	0,00
TOTAL	739	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 17 Preferencia de los consumidores

Preferencia de los consumidores



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos el 29% de mujeres indígenas Kayambis se basan en el precio para comprar su vestimenta, el 22% en calidad del producto, el 18% colores, el 13% en los diseños, el 7% en variedad del producto, el 7% la atención personalizada, el 2% en marca, el 2% en entrega a domicilio y un 0% en otros, cabe puntualizar que el consumidor se basa en el precio y los colores para realizar la compra.

P9. ¿Escoja la dificultad que usted tiene para adquirir ropa indígena Kayambi para su uso en la ciudad de Otavalo?

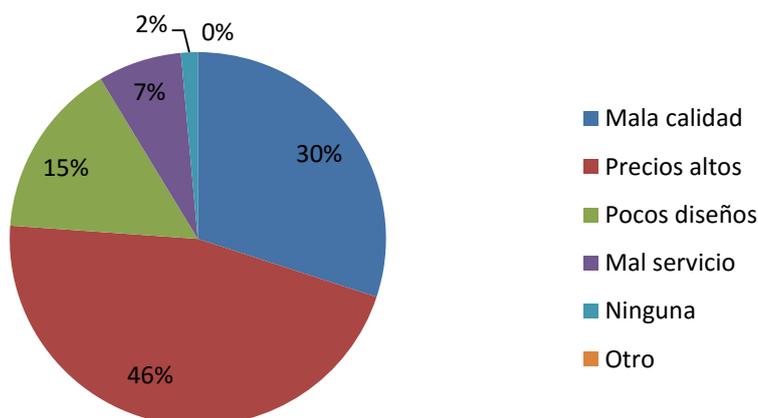
Tabla 22 Dificultad al adquirir ropa indígena Kayambi

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mala calidad	146	30,04
Precios altos	224	46,09
Pocos diseños	74	15,23
Mal servicio	35	7,20
Ninguna	7	1,44
Otro	0	0,00
TOTAL	486	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 18 Dificultad al adquirir ropa indígena Kayambi

Dificultad al adquirir la ropa indígena Kayambi



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

Se determina una demanda insatisfecha ya que el 46% de mujeres indígenas Kayambis tienen dificultad con los precios altos, el 30% la mala calidad, el 15% los pocos diseños, el 7% mal servicio, el 2% ninguna dificultad y el 0% otro.

P10. En la siguiente escala, señale su grado de satisfacción al utilizar la ropa indígena Kayambi existente actualmente en el mercado:

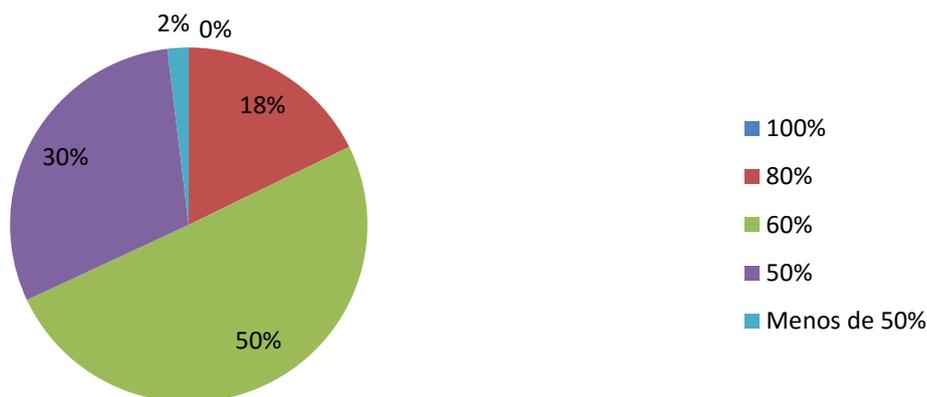
Tabla 23 Inconformidad del cliente con la oferta existente

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100%	0	0
80%	65	17,76
60%	184	50,27
50%	110	30,05
Menos de 50%	7	1,91
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 19 Inconformidad del cliente con la oferta existente

Inconformidad del cliente con la oferta existente



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

Se determina que el 50% de las mujeres indígenas Kayambis tienen un grado de satisfacción con la oferta existente de 60%, el 30% tiene una satisfacción del 50%, el 18% tiene una satisfacción del 80%, el 2% una satisfacción menos de 50% y 0% en satisfacción del 100%.

Por lo cual se observa que no existe mucha satisfacción por parte de los consumidores.

P11. ¿Le gustaría que exista un nuevo centro de oferta de topa indígena Kayambi en el cantón Otavalo?

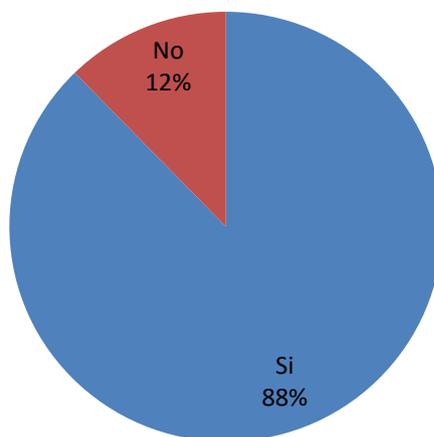
Tabla 24 Aceptación sobre la creación de la microempresa

OPCIONES DE RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	321	88
No	45	12
TOTAL	366	100

Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Gráfico 20 Aceptación sobre la creación de la microempresa

Aceptación sobre la creación de la Microempresa



Fuente: Encuestas 2015
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Análisis:

De los datos obtenidos se observa que la microempresa productora y comercializadora de topa indígena Kayambi si tendría aceptación ya que el 88% de las mujeres indígenas Kayambis si les gustaría que se cree esta empresa, por otro lado no hubo aceptación por el 12% de la población indígena Kayambi.

3.6.2 Entrevista dirigida a los productores

El número total de productores es de 30, los cuales se encuentran distribuidos en la ciudad de Ibarra donde existen 11 locales en el mercado amazonas, en la ciudad de Cayambe existen 12 productores y en las comunidades de Otavalo 7 productores.

Lugar: Las entrevistas se las realizo en la ciudad de Otavalo y Cayambe.

Cayambe: Elba Pijal, María Susana Lita

Otavalo: María Chicaiza De la Cruz, Susana Inuca

RESULTADOS: Señora Elba Pijal

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
Por necesidad económica
2. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a esta actividad?
Llevo 12 años
3. ¿A qué se debe el éxito de si negocio?
Calidad de la mano de obra
4. ¿Cuántas camisas fabrica diariamente y de qué tipo?
Una camisa diaria, dependiendo de los pedidos, yo fabrico camisas a mano y a computadora.
5. ¿Cuántos centros fabrica diariamente y de qué tipo?
A veces 8 depende de la demanda, aveces 5.
6. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar las camisas?
Tela, hilo, encajes.
7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar los centros?
Tela, greca, hilo pinto de cocer y barredera
8. ¿De qué manera hace la adquisición de la materia prima?
En una distribuidora en Quito, se llama Etiketex.
9. ¿Cuánto tiempo utiliza en elaborar los productos?
Una camisa un dia, en cambio un centro tres horas.

10. ¿Qué tipo de camisas vende con mayor frecuencia?
Camisa a computadora.
11. ¿Qué tipo de centros vende con mayor frecuencia?
Los centros con greca, aunque bordados a computadora también vendo.
12. ¿Cómo define los precios de las camisas y los centros?
De acuerdo a lo que cueste la producción, la camisa a computadora la vendo a \$75,00, camisa a mano \$125,00 y el centro de greca a \$40,00.
13. ¿Quiénes son sus principales clientes?
Los indígenas del campo de la ciudad de Cayambe
14. ¿En una semana cuantos visitantes promedio tiene su local?
Unas 50 personas al día, a la semana pues 300.
15. ¿Cuál es la rentabilidad que usted tiene de acuerdo a sus ventas?
Es buena si no, no hiciera el negocio, si tengo ganancias.

RESULTADOS: Señora María Susana Lita

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
La verdad a mi me gusta la artesanía y confeccion, en realidad porque me gusto.
2. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a esta actividad?
Llevo dedicada 20 años.
3. ¿A qué se debe el éxito de si negocio?
He tenido fracasos, como todo negocio, pero mi éxito lo debo a la perseverancia para alcanzar mis metas y por ende también el materialismo, porque un negocio es para tener dinero.
4. ¿Cuántas camisas fabrica diariamente y de qué tipo?
Una camisa diaria en maquina industrial.
5. ¿Cuántos centros fabrica diariamente y de qué tipo?
Ocho centros depende de los pedidos, aveces piden mas de greca y otros bordados, pero se fabrica casi igual.
6. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar las camisas?
En las camisas hilo de seda, tela Ronald para los dibujos, tela dacron para el cuerpo y encaje batista bordada.

7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar los centros?
Tela indulana o paño acrílico, barredera greca e hilo.
8. ¿De qué manera hace la adquisición de la materia prima?
En una fabrica en Quito, queda por el sector Manozca, no recuerdo el nombre.
9. ¿Cuánto tiempo utiliza en elaborar los productos?
Camisa a maquina industrial 8 horas y centros 4 horas, depende de los adornos del centro.
10. ¿Qué tipo de camisas vende con mayor frecuencia?
Las camisas Kayambis a maquina industrial, algunas a mano.
11. ¿Qué tipo de centros vende con mayor frecuencia?
Vendo de todo pero mas los centros con greca.
12. ¿Cómo define los precios de las camisas y los centros?
Por los materiales, la mano de obra, la luz, agua, arriendo y la ganancia.
13. ¿Quiénes son sus principales clientes?
Los kayambis, pero también compran mestizos para bailar como trajes e incluso turistas.
14. ¿En una semana cuantos visitantes promedio tiene su local?
Ma o menos unos 50 al dia.
15. ¿Cuál es la rentabilidad que usted tiene de acuerdo a sus ventas?
Si es buena, en especial en temporadas de fiestas da mas ganas de trabajar hay mas producción.

RESULTADOS: María Chicaiza De la Cruz

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
Me gusto hacer las camisas y compre una maquina, me fue bien y compre mas cosas para mi negocio.
2. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a esta actividad?
Trabajo desde que tenia 15 años, ya tengo 67 años.
3. ¿A qué se debe el éxito de si negocio?
A que fuimos los primeros en realizar las prendas y pues la calidad.
4. ¿Cuántas camisas fabrica diariamente y de qué tipo?
En una camisa un dia a computadora.

5. ¿Cuántos centros fabrica diariamente y de qué tipo?
Unos doce centros diarios de lo que me pidan, con greca o bordado.
6. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar las camisas?
Tela Ronald, tela dacron, hilo de colores
7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar los centros?
Hilo pinto, tela indulana, greca, barredera
8. ¿De qué manera hace la adquisición de la materia prima?
Compro en Quito, en la manozca, es una fabrica que queda por el Inca.
9. ¿Cuánto tiempo utiliza en elaborar los productos?
Una camisa a mano depende de la agilidad, puede ser quince días hasta un mes, la camisa a computadora unas ocho horas, en cuanto a los centros dos horas.
10. ¿Qué tipo de camisas vende con mayor frecuencia?
Yo vendo toda clase de camisa a mano o bordada a maquina.
11. ¿Qué tipo de centros vende con mayor frecuencia?
Pues de todo con greca o bordados.
12. ¿Cómo define los precios de las camisas y los centros?
Los centros hay de todo precio de \$40,00, \$50,00, hasta \$65,00 y las camisas pues desde \$75,00 y estos precios son por la materia prima y el trabajo.
13. ¿Quiénes son sus principales clientes?
Yo he vendido a todos, personas indígenas, mestizos y extranjeros.
14. ¿En una semana cuantos visitantes promedio tiene su local?
Antes mas de 150, ahora unos 80.
15. ¿Cuál es la rentabilidad que usted tiene de acuerdo a sus ventas?
Es buena la rentabilidad gano como un 30% de cada producto.

RESULTADOS: Señora Susana Inuca

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
Mis abulas realizaban estas camisas artesanalmente y me decidi a realizar el negocio y por economía también.
2. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a esta actividad?
Desde 1997, unos 18 años.

3. ¿A qué se debe el éxito de su negocio?
A la calidad de mis prendas.
4. ¿Cuántas camisas fabrica diariamente y de qué tipo?
Cuatro camisas de máquina al día y una al mes de mano.
5. ¿Cuántos centros fabrica diariamente y de qué tipo?
Cinco centros de greca en el día y unos cinco bordados.
6. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar las camisas?
En las camisas a computadora utilizo tela dacron para bordados cada metro cuesta \$2,00, el rollo de 12m. cuesta \$24,00 y utilizo medio metro, popelina inglesa para el cuerpo cuesta cada metro \$2,50 y el rollo cuesta \$30,00, se utiliza metro y medio. En el hilo para el cuerpo el tubo cuesta \$4,90, se utiliza 2500m. y cada tubo lleva 5000m. y en el hilo para las combinaciones se utiliza 100m.
El hilo pinto blanco cuesta \$2,50 el tubo y se utiliza 35m, viene igual 5000m en el tubo. El encaje cuesta \$72,00 el rollo de 12m. se utiliza medio metro para cada camisa.
7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar los centros?
Se utiliza tela paño acrílico 2m. en cada centro, cada metro cuesta \$4,00, el rollo de 12m. cuesta \$48,00.
En la barredera se utiliza 4,5m. y cuesta \$0,23 cada metro, el rollo de barrera cuesta \$45,00 y viene 200m.
La greca utilizamos 4,5m. el rollo cuesta \$50,00 y viene 50m. en cada rollo.
El hilo de coser cuesta un tubo de 5000m a \$2,50 y se utiliza 250m.
8. ¿De qué manera hace la adquisición de la materia prima?
La dirección es Manozca y Diez de Agosto, en la fábrica Etiketex
9. ¿Cuánto tiempo utiliza en elaborar los productos?
Camisa 8 horas y en centros 2 horas
10. ¿Qué tipo de camisas vende con mayor frecuencia?
A computadora unas quince.
11. ¿Qué tipo de centros vende con mayor frecuencia?
Vendo quince centros la mayoría de greca.
12. ¿Cómo define los precios de las camisas y los centros?
Por la mano de obra y la materia prima.
13. ¿Quiénes son sus principales clientes?
Comunidades de San Pablo

14. ¿En una semana cuantos visitantes promedio tiene su local?

Mas de 30 personas al día.

15. ¿Cuál es la rentabilidad que usted tiene de acuerdo a sus ventas?

Si es muy bueno.

3.7 Descripción del producto

Camisas bordadas.- Esta prenda está realizada en tela dacrón, con diseño computalizado, las figuras se las borda con diferentes colores, inspiradas en la naturaleza tales como son las flores, hojas, frutos entre otros.

Ilustración 3 Bordados de colores



Fuente: Señora Susana Inuca
Año: 2015

La materia prima utilizada es tela dacrón chino color blanco, tela popelina inglesa, hilos poliéster, encaje, hilo pinto blanco.

Centros con greca.- Las faldas indígenas Kayambis son llamadas como centros, la cual consiste en una falda larga plisada con tela de un solo color. La materia prima que se utiliza es tela paño acrílico, barredera, grecas, hilo pinto de color.

Ilustración 4 Centro con greca



Fuente: Señora Elba Pijal
Año: 2015

Centros bordados.- centro bordado se caracteriza por los fillos bordados que tiene la falda, los bordados son de colores con figuras de la naturaleza como flores, plantas, frutos, este bordado reemplaza a la greca; es una falda plisada larga. La materia prima el tela paño acrílico, hilos poliéster, barredera, hilo pinto de colores.

3.8 Análisis de la demanda

Después de haber realizado el estudio de mercado se determina que si existe demanda del producto, y una aceptación de comprar nuestro producto del 89%. Por lo cual se realiza el análisis de la demanda real.

3.8.1 Demanda real

La demanda global es de 7632 mujeres kayambis y el 30% que es 2294 mujeres compran un promedio de 2 camisas, es decir ($2294 \times 2 = 4588$ camisas); el 63% de mujeres que es 4817 compra un promedio de 5 camisas al año, es decir ($4817 \times 5 = 24085$ camisas); y el 7%

de mujeres compran un promedio de 521 al año, es decir ($521 \times 7 = 3649$ camisas), dando un total de 32321 camisas al año.

Tabla 25 Demanda real producto camisas

PRODUCTO	CONSUMIDORES	DECISIÓN DE COMPRA %	DECISIÓN DE COMPRA EN N° DE CONSUMIDORES	CONSUMO PROMEDIO AL AÑO	CONSUMO TOTAL PROMEDIO ANUAL DE UNIDADES
Camisas	7632	30	2294	2	4588
		63	4817	5	24085
		7	521	7	3649
TOTAL		100	7632		32321

Fuente: Tabla N° 18 Estudio de Mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2015

La demanda global es de 7632 mujeres kayambis y el 25% que es 1877 mujeres compran un promedio de 2 centros, es decir ($1877 \times 2 = 3753$ centros); el 64% de mujeres que es 4921 compra un promedio de 5 centros al año, es decir ($4921 \times 5 = 24606$ centros); y el 11% de mujeres compran un promedio de 834 centros al año, es decir ($834 \times 7 = 5839$ centros), dando un total de 34198 centros al año.

Tabla 26 Demanda real producto centros

PRODUCTO	CONSUMIDORES	DECISIÓN DE COMPRA %	DECISIÓN DE COMPRA EN N° DE CONSUMIDORES	CONSUMO PROMEDIO AL AÑO	CONSUMO TOTAL PROMEDIO ANUAL DE UNIDADES
Centros	7632	25	1877	2	3753
		64	4921	5	24606
		11	834	7	5839
		100,00	7632		34198

Fuente: Tabla N° 19 Estudio de Mercado
Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.8.2 Demanda potencial

Para la proyección de la demanda se utilizó el cálculo de la fórmula: $P_t = P_0 (1+i)^n$

Simbología:

P_t = Demanda Proyectada

Po= Demanda Actual

1 = Valor constante

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

La tasa de crecimiento se la obtuvo realizando un promedio entre la tasa de la provincia de Imbabura 1,63% y la provincia de Pichincha 2,26%, dando así 1,985%.

$$Pt= 32321(1+0,01985)^1= 32963$$

Tabla 27 Proyección de la demanda producto camisas

PROYECCION DE LA DEMANDA	
CAMISAS	
AÑO	POBLACION
2015	32321
2016	32963
2017	33617
2018	34284
2019	34965
2020	35659

Fuente: Tabla N° 24
Elaborado por: La autora
Año: 2015

Tabla 28 Proyección de la demanda producto centros

PROYECCION DE LA DEMANDA	
CENTROS	
AÑO	POBLACION
2015	34198
2016	34877
2017	35569
2018	36275
2019	36995
2020	37730

Fuente: Tabla N° 25
Elaborado por: La autora
Año: 2015

3.9 Análisis de la oferta

Se observa que existe una buena competencia, es así que se determinó los puntos de venta para realizar las entrevistas y conocer el promedio semanal de camisas y centros que se venden, el número de unidades que se comercializan cada año y de esta manera determinar la oferta potencial.

3.9.1 Oferta real

Tabla 29 Oferta real producto camisas

PRODUCTO	PUNTOS DE VENTA	UNIDADES POR SEMANA	PROMEDIO SEMANTAL	PROMEDIO ANUAL
Camisas	30	12	360	18720

Fuente: Entrevista a los productores

Elaborado por: La Autora

Año: 2015

Se determina que existen 30 puntos de venta y que semanalmente venden un promedio de 12 camisas, es así que $30 \times 12 = 360$ camisas a la semana, ahora 360×52 semanas = 18720 camisas que se ofertan anualmente.

Tabla 30 Oferta real producto centros

PRODUCTO	PUNTOS DE VENTA	UNIDADES POR SEMANA	PROMEDIO SEMANTAL	PROMEDIO ANUAL
Centros	30	14	420	21840

Fuente: Entrevista a los productores

Elaborado por: La Autora

Año: 2015

De acuerdo al producto centros se observa que los mismos 30 productores venden un promedio de 14 centros a la semana, dando $30 \times 14 = 420$ centros semanales y 420×52 semanas da un total de 21840 centros anuales vendidos.

3.9.2 Oferta potencial

Para la proyección de la oferta se utilizó la fórmula: $P_t = P_0 (1+i)^n$.

$P_t = 18720(1+0,01985)^1 = 19092$ camisas ofertadas en el primer año.

Tabla 31 Proyección de la oferta producto camisas

CAMISAS	
AÑO	UNIDADES
2015	18720
2016	19092
2017	19471
2018	19857
2019	20251
2020	20653

Fuente: Tabla N° 28
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Tabla 32 Proyección de la oferta producto centros

CENTROS	
AÑO	UNIDADES
2015	21840
2016	22274
2017	22716
2018	23167
2019	23626
2020	24095

Fuente: Tabla N° 29
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

3.10 Balance oferta y demanda

Tabla 33 Demanda insatisfecha camisas

BALANCE CAMISAS			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	32321	18720	13601
2016	32963	19092	13871
2017	33617	19471	14147
2018	34284	19857	14427
2019	34965	20251	14714
2020	35659	20653	15006

Fuente: Tabla N° 26 y 30
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Tabla 34 Demanda insatisfecha centros

BALANCE CENTROS			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	34198	21840	12358
2016	34877	22274	12603
2017	35569	22716	12853
2018	36275	23167	13109
2019	36995	23626	13369
2020	37730	24095	13634

Fuente: Tabla N° 27 y 31
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Como podemos apreciar existe una demanda insatisfecha tanto en camisas como en centros, dando como resultado un mercado al que se podrá ofertar los productos del proyecto a implantarse.

3.11 El Precio

Para realizar la proyección de los precios se utilizó la información de la entrevista, de acuerdo al precio de venta al que ofrecen los productores, en camisas 50,00 USD, centros 35,00 USD y se proyectó con la tasa de inflación de acuerdo al Banco Central del Ecuador es de 4.55% del último trimestre enero-marzo 2015. Se aplica la fórmula $P_t = 50,00(1+0,0455)^1 = 52,28$ USD

Tabla 35 Proyección de precios camisa a computadora

CAMISAS COMPUTADORA	
AÑO	PRECIO
2015	50,00 USD
2016	52,28 USD
2017	54,65 USD
2018	57,14 USD
2019	59,74 USD
2020	62,46 USD

Fuente: Entrevista a los productores
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Tabla 36 Proyección de precios centros

CENTROS CON GRECA	
AÑO	PRECIO
2015	35,00 USD
2016	36,59 USD
2017	38,26 USD
2018	40,00 USD
2019	41,82 USD
2020	43,72 USD

Fuente: Entrevista a los productores
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

3.12 Estrategias de mercadeo

3.12.1 Estrategias de comercialización

El sistema de comercialización de la microempresa se la realizara de manera directa, es decir no se utilizará intermediarios, se venderá el producto directamente a los consumidores a través de un local comercial.

3.12.2 Estrategias de publicidad

- Se realizara la publicidad en las redes sociales, es decir por la web, ya que el internet es el medio de publicidad de hoy en día, y se debe estar a la vanguardia de la tecnología, en estas páginas web se dará a conocer el nombre de la microempresa, slogan, productos, descuentos entre otros.
- La microempresa contara con un logotipo y slogan que identifiquen a la microempresa, es decir la diferencien de las demás.
- Se realizara la publicidad por medios de comunicación como es la radio.
- Se participará en ferias donde exponen diferentes productores, por este medio la microempresa podrá exponer la calidad y variedad de los productos de acuerdo a la materia prima y diseños.

3.12.3 Estrategias de precio

El precio es muy importante al momento de comercializar un producto ya que le consumidor siempre busca un precio más económico, es por eso que se ofertará los productos debajo del precio de venta de la competencia de acuerdo al análisis de costos de cada producto.

El precio de venta de la camisa bordada a computadora es de 75.00 USD y el precio del centro con greca es de 40.00 USD, objetivo es vender a un precio menor.

3.12.4 Estrategias de producto

- Calidad de las materias primas y mano de obra, para obtener un producto de calidad.
- Diversidad de modelos de las camisas de acuerdo a los colores, diseño, tamaños.

3.13 Conclusión del estudio

- De acuerdo al estudio de mercado se determinó que la mayoría de las mujeres indígenas compran sus prendas en almacenes y el mercado, no obstante no podemos descartar que un 40,16% en casas particulares las cuales no se encuentran registradas, son negocios de subsistencia es decir familiares.
- De acuerdo a las entrevistas realizadas se determina que existe demanda insatisfecha de 13601 en camisas y 12358 en centros, ya que los productores no tiene la suficiente capacidad instalada por lo cual no pueden abastecer con toda la demanda.
- Se investigó el número de ofertantes de este tipo de ropa indígena, los cuales son 30 ofertantes y se determinó que no tienen suficiente capacidad para abastecer, además los productos son muy comercializados y por ende se obtiene una buena rentabilidad de los mismos.

- Este estudio de mercado nos permite reconocer los clientes potenciales las cuales son las mujeres kayambis de 21 a 55 años y cuáles son los productos que más se comercializan de acuerdo a las preferencias de los clientes dando así como resultado la preferencia por las camisas a computadora y los centros con greca.
- El precio de la ropa indígena se determina de acuerdo a los costos, es decir la materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación y la utilidad, el precio de las camisas es de 60,00 USD y los centros 35,00 USD.
- Finalmente se determinó una gran aceptación del 88% de los clientes en comprar el producto ropa indígena kayambi que se ofertara en la ciudad de Otavalo.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se determina por la capacidad de instalada, es decir la maquinaria y equipo, ya que por el factor económico solo se puede financiar 5 máquinas computalizadas las cuales bordan una camisa en 7 horas y 1 maquina planchadora que se demora 1 hora 30 minutos dando así 5 centros diarios, es así que desea cubrir la demanda en un 10% de la demanda insatisfecha tanto en camisas como en centros, dando así 1360 camisas anuales a producir y 1236 centros a producir.

Tabla 37 Demanda a satisfacer camisas

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA UNIDADES	PORCENTAJE A SATISFACER	DEMANDA A SATISFACER
2015	13601	10%	1360

Elaborado por: La Autora
Año: 2015

Tabla 38 Demanda a satisfacer centros

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA UNIDADES	PORCENTAJE A SATISFACER	DEMANDA A SATISFACER
2015	12358	10%	1236

Elaborado por: La Autora
Año: 2015

4.2 Localización el proyecto

4.2.1 Macrolocalización del proyecto

Este proyecto estará ubicado en la República del Ecuador, provincia Imbabura, cantón Otavalo a 110 kilómetros de la capital Quito y 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra y cuenta con una superficie de 579km² y su altitud es de 2.565 metros sobre el nivel del mar.

El idioma en este cantón es el castellano y el kichwa, la moneda que rige es el dólar americano USD.

Ilustración 5 Mapa de Otavalo

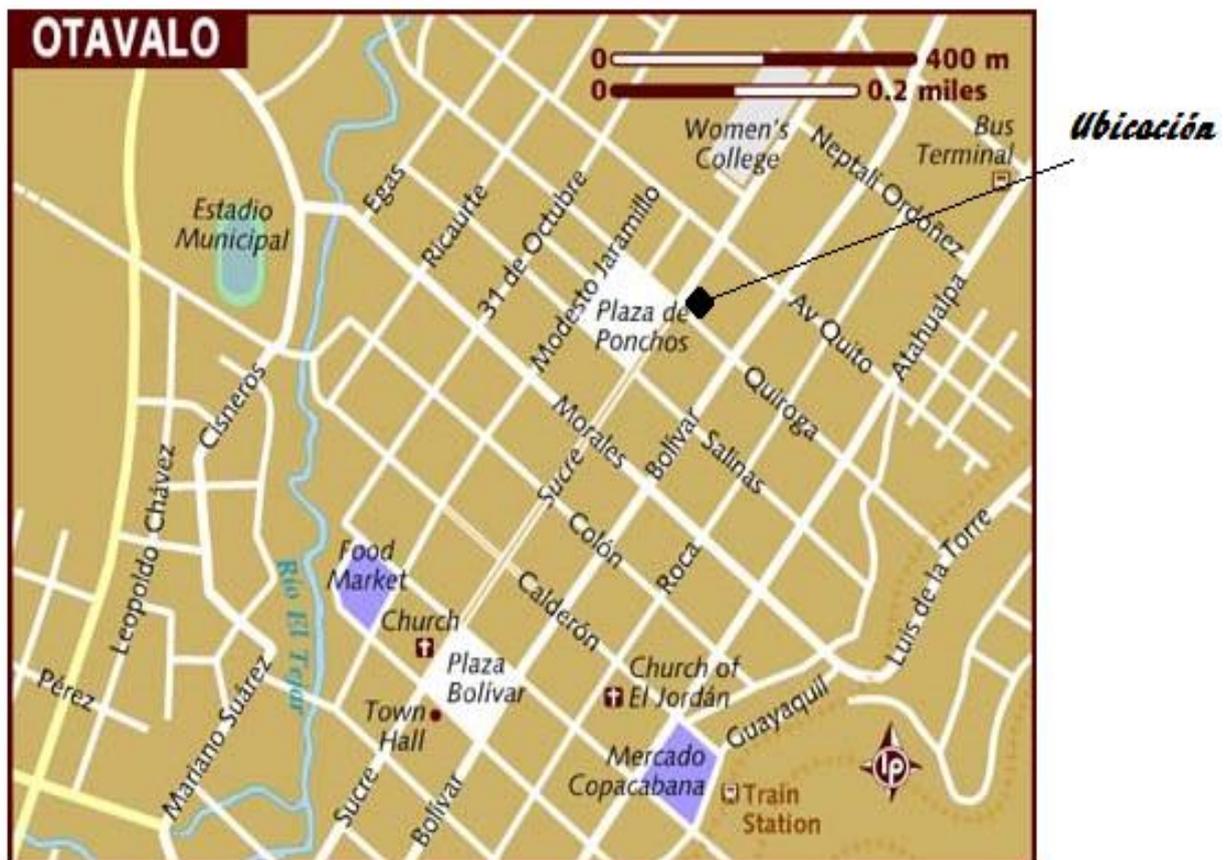


4.2.2 Microlocalización del proyecto

El proyecto se ubicara en la ciudad de Otavalo, Parroquia El Jordán, Barrio Centenario en las calles Sucre y Quiroga esquina. Se eligió este sitio ya que existe afluencia de turistas nacionales y extranjeros, además existe la visita de muchos comerciantes.

Por otro lado este sitio es muy comercial con respecto a artesanías y la industria textil, las vías de acceso son óptimas y cuenta con todos los servicios básicos para emprender una microempresa.

Ilustración 6 Mapa de la ubicación del proyecto

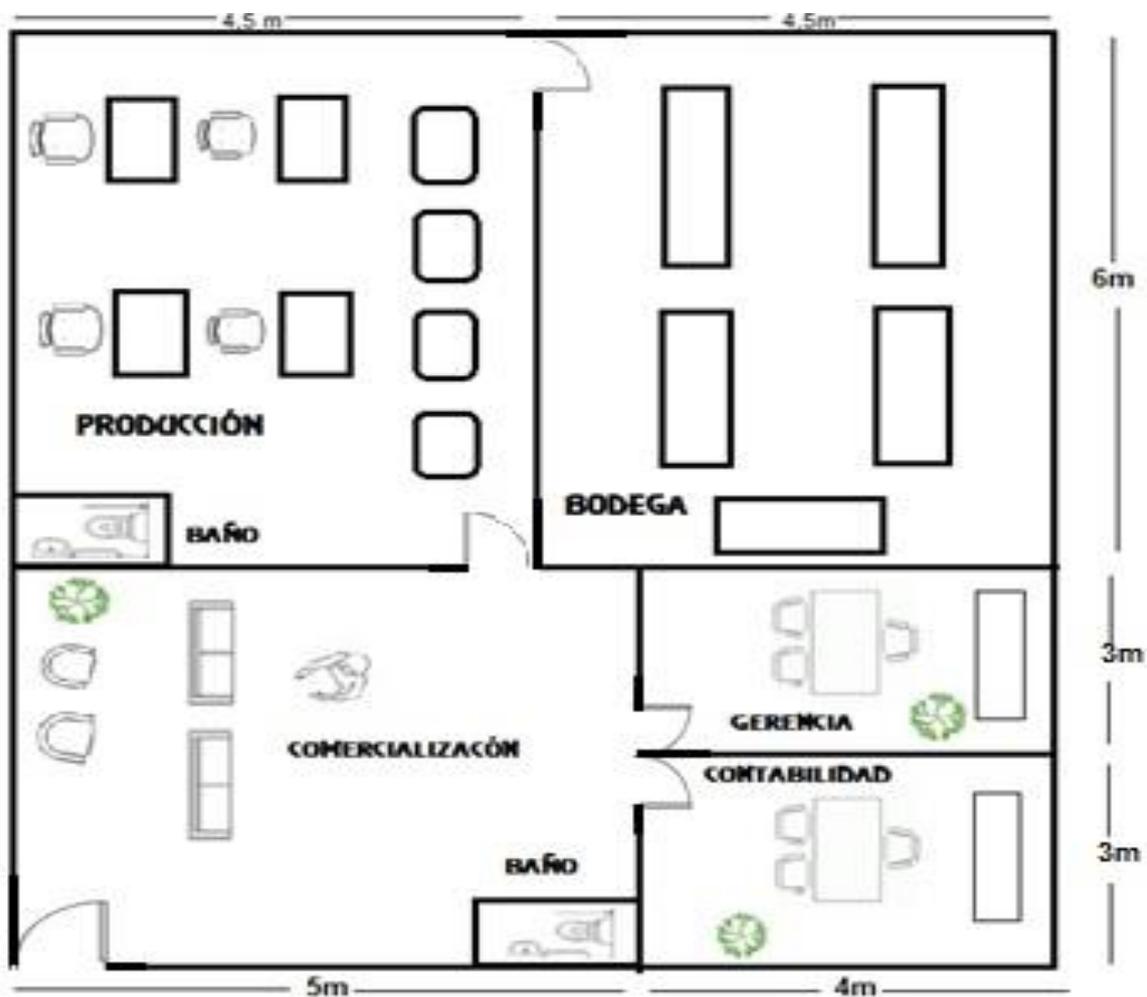


4.3 Ingeniería del proyecto

Es esta etapa del proyecto se definirá los recursos necesarios para poner en marcha el proyecto, es decir se diseñara la planta, se determinara la maquinaria, equipos, materiales, mano de obra para la instalación y funcionamiento óptimo de la planta.

4.3.1 Infraestructura física

Ilustración 7 Distribución física de la planta



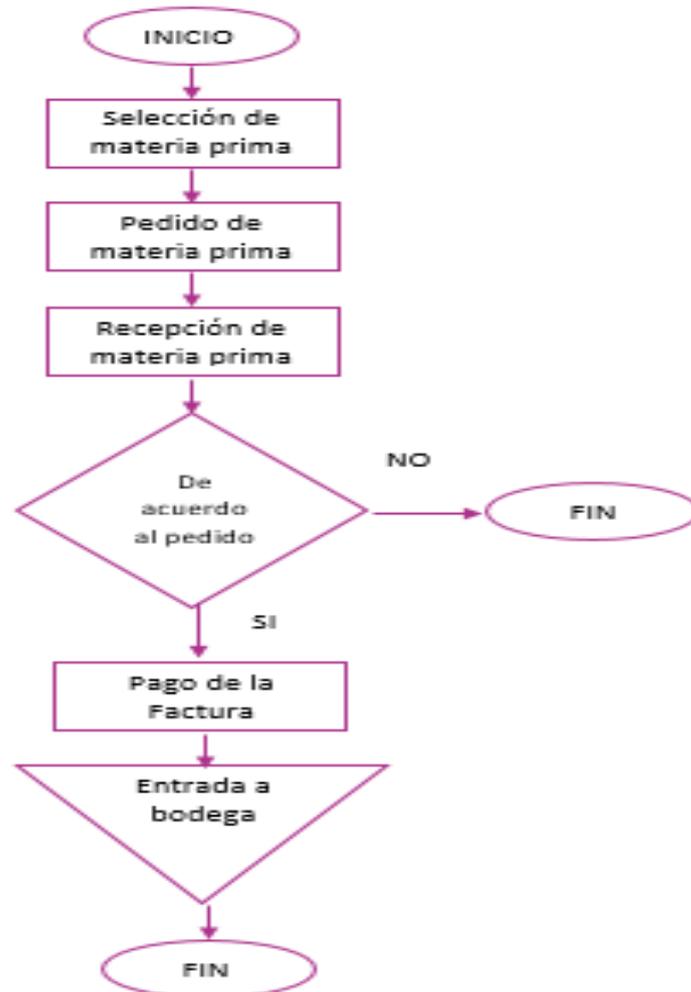
Elaborado: La Autora
Fuente: La Autora
Año: 2015

La distribución de la planta se la realiza en las áreas de producción con 27m², bodega con 27m², en el área administrativa – gerencia cuenta con 12m², contabilidad con 12m² y ventas

con el área de comercialización de 30m², dando así un total de 108m². El arriendo del local es de 400,00 USD.

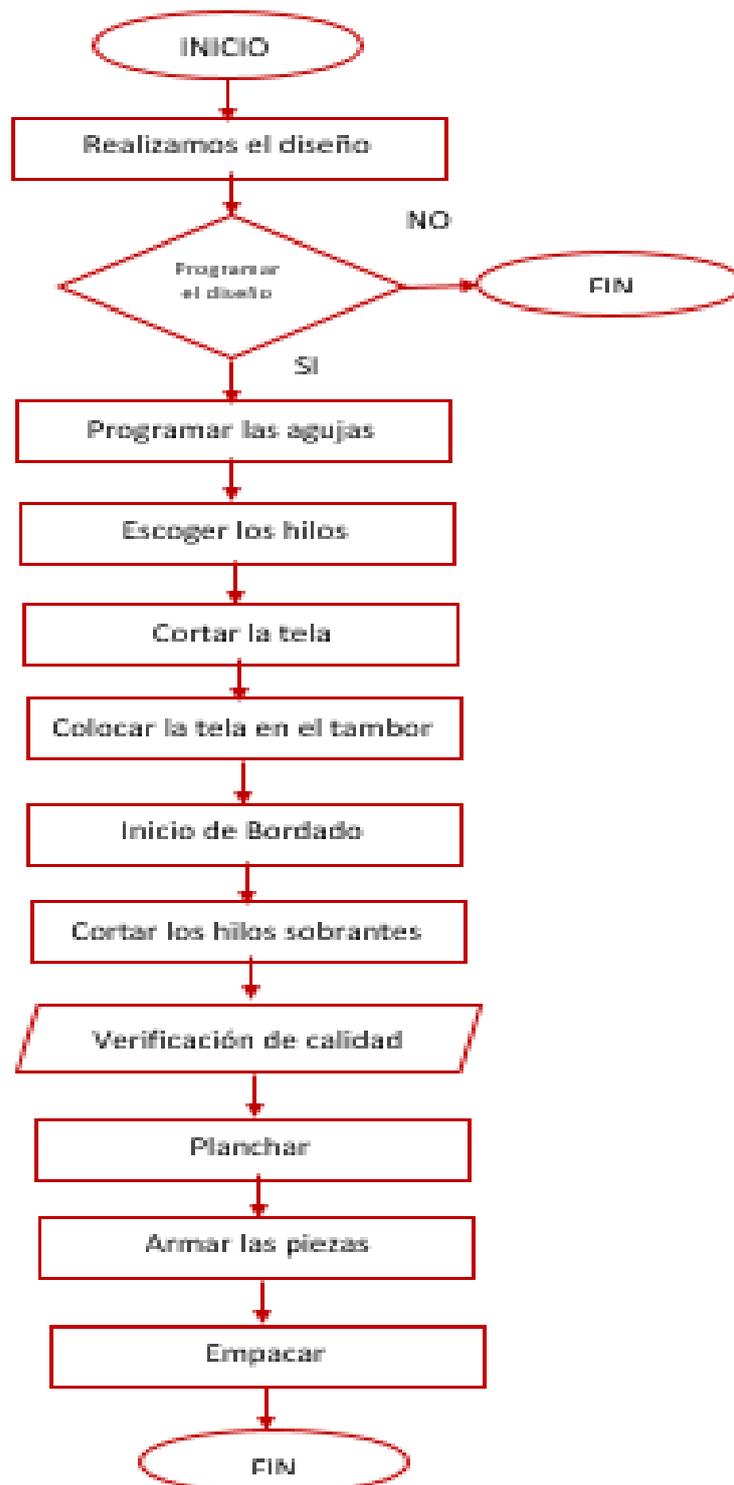
4.3.2 Procesos productivos

Gráfico 21 Proceso recepción de materia prima



Elaborado por: La Autora
Fuente: Propia
Año: 2015

Gráfico 22 Proceso productivo producto camisas



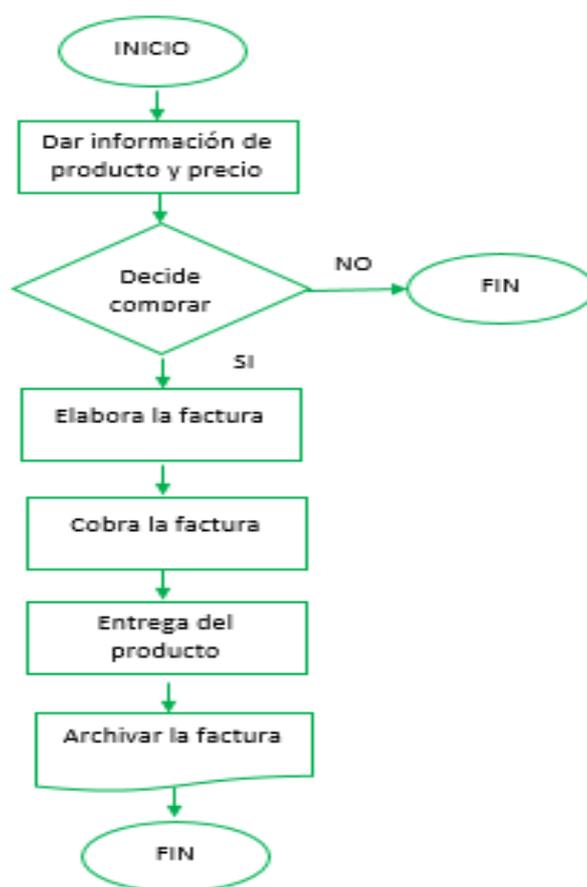
Elaborado por: La Autora
Fuente: Propia
Año: 2015

Gráfico 23 Proceso productivo centros con greca



Elaborado por: La Autora
Fuente: Propia
Año: 2015

Gráfico 24 Proceso de venta de productos



Elaborado por: La Autora
 Fuente: Propia
 Año: 2015

4.3.3 Inversión fija

4.3.3.1 Maquinaria y Equipos

Tabla 39 Detalle de maquinaria y equipo para la producción

DETALLE	CANTIDAD	PREC. UNIT	PREC. TOTAL
Máquina bordadoras	5,00	7800,00	39000,00
Máquina recta	2,00	490,00	980,00
Máquina planchadora	1,00	950,00	950,00
Planchas	2,00	60,00	120,00
TOTAL			41050,00

Fuente: Investigación con varios proveedores
 Elaborado por: La Autora

4.3.3.2 Materiales de producción

Tabla 40 Detalle de materiales de producción

DETALLE	CANTIDAD	PREC. UNIT	PREC. TOTAL
Tijeras	4,00	10,00	40,00
Cintas metricas	4,00	1,00	4,00
Caja de Tizas	4,00	1,00	4,00
TOTAL			48,00

Fuente: Investigación con varios proveedores
Elaborado por: La Autora

4.3.3.3 Equipo de computación

Tabla 41 Detalle de equipo de computación

DETALLE	CANTIDAD	PREC. UNIT	PREC. TOTAL
Laptops	2,00	700,00	1400,00
Impresora	1,00	80,00	80,00
TOTAL			1480,00

Fuente: Investigación con varios proveedores
Elaborado por: La Autora

4.3.3.4 Muebles y enseres

Tabla 42 Detalle de muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	PREC. UNIT	PREC. TOTAL
Escritorios	2,00	200,00	400,00
Sillas giratorias	3,00	65,00	195,00
Sillas de espera	4,00	35,00	140,00
Archivadores madera	2,00	70,00	140,00
Sillas de trabajo	4,00	35,00	140,00
Mesas de trabajo	2,00	60,00	120,00
Perchas de madera para bodega	4,00	100,00	400,00
Anaqueles con 6 cajoneras	1,00	70,00	70,00
Vitrinas metálicas	2,00	70,00	140,00
Plancha para estantería de ropa	2,00	90,00	180,00
TOTAL			1925,00

Fuente: Investigación con varios proveedores
Elaborado por: La Aut

4.3.3.5 Equipo de oficina

Tabla 43 Detalle de equipo de oficina

DETALLE	CANTIDAD	PREC. UNIT	PREC. TOTAL
Teléfono	2	50,00	100,00
Calculadora	2	10,00	20,00
TOTAL			120,00

Fuente: Investigación con varios proveedores
Elaborado por: La Autora

4.3.3.6 Resumen de inversión fija

Tabla 44 Inversión fija

INVERSIÓN FIJA	
Maquinaria y equipo	41.050,00
Materiales de producción	48,00
Muebles y enseres	1.925,00
Equipo de computación	1.480,00
Equipo de oficina	120,00
	44.623,00

Fuente: Tabla N° 38, N° 39, N° 40, N°41, N° 42, N°43
Elaborado por: La Autora

4.3.4 Inversión diferida

Tabla 45 Gastos de constitución de la microempresa

Detalle	Costo Unitario	Costo Total
Patente municipal	150,00	150,00
Permiso Bomberos	50,00	50,00
Permiso de funcionamiento	80,00	80,00
Permiso Ambiental	20,00	20,00
Aspectos legales	20,00	20,00
Propiedad intelectual	208,00	208,00
TOTAL		528,00

Fuente: Investigación en el GAD de Otavalo
Elaborado por: La Autora

4.3.5 Capital de trabajo

4.3.5.1 Materia prima directa

Tabla 46 Materia prima directa (camisas)

COSTO DE PRODUCCIÓN DE CAMISAS BORDADAS					UNID.	UNID.	UNID.
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANT	PRECIO	COSTO UNID.	MENSUA L	TRIMESTRAL	ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA					113	340	1360
Tela Dacrón	centímetros	50	0,02	1,00	113,33	340,00	1.360,00
Tela Popelina Inglesa	metros	1,5	2,50	3,75	425,00	1.275,00	5.100,00
Hilo de seda	metros	2500	0,00098	2,45	277,67	833,00	3.332,00
Hilo de seda combinaciones	metros	100	0,00098	0,10	11,11	33,32	133,28
Hilo pinto blanco	metros	35	0,0005	0,02	1,98	5,95	23,80
Encaje	centímetros	50	0,06	3,00	340,00	1.020,00	4.080,00
TOTAL				10,32	1.169,09	3.507,27	14.029,08

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

Tabla 47 Materia prima directa (centros)

COSTO DE PRODUCCIÓN DE CENTROS					UNIDADES	UNIDADES	UNIDADES
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO	COSTO UNIDAD	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA					103,00	309,00	1236,00
Tela paño acrílico	metros	2,00	4,00	8,00	824,00	2472,00	9888,00
Barredera	metros	4,50	0,23	1,01	104,29	312,86	1251,45
Greca	metros	4,50	1,00	4,50	463,50	1390,50	5562,00
Hilo	metros	250,00	0,00	0,13	12,88	38,63	154,50
TOTAL				13,64	1404,66	4213,99	16855,95
TOTAL MATERIA PRIMA				23,95	2573,75	7721,26	30885,03

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

4.3.5.2 Mano de obra directa

Tabla 48 Detalle de mano de obra

PERIODO	N°	SUELDO POR PERSONA	SUELDO TOTAL	DÉCIMO CUARTO SUELDO	DÉCIMO TERCER SUELDO	IESS PATRONAL+ IECE+CECAP	FONDOS DE RESERVA	TOTAL REMUNERACIÓN
MENSUAL	4	354,00	1416,00	118,00	118,00	172,04	117,95	1942,00
TRIMESTRAL	4	354,00	4248,00	354,00	354,00	516,13	353,86	5825,99
ANUAL	4	354,00	16992,00	1416,00	1416,00	2064,53	1415,43	23303,96

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

4.3.5.3 CIF

Tabla 49 Detalle de los costos indirectos de fabricación

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Energía	70,00	210,00	840,00
Agua	10,00	30,00	120,00
Teléfono	15,00	45,00	180,00
Materiales de Oficina	10,00	30,00	120,00
Mantenimiento de maquinaria	100,00	300,00	1200,00
TOTAL	205,00	615,00	2460,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

4.3.5.4 Sueldos administrativos

Tabla 50 Detalle de los sueldos administrativos

CARGO	PERIODO	N°	SUELDO POR PERSONA	DÉCIMO CUARTO SUELDO	DÉCIMO TERCER SUELDO	IESS PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	TOTAL SUELDO
Gerente	MENSUAL	1	500,00	41,67	41,67	60,75	41,65	685,73
Contador	MENSUAL	1	450,00	37,50	37,50	54,68	37,49	617,16
TOTAL			950,00	79,17	79,17	115,43	79,14	1302,89
Gerente	TRIMESTRAL	1	1500,00	125,00	125,00	182,25	124,95	2057,20
Contador	TRIMESTRAL	1	1350,00	112,50	112,50	164,03	112,46	1851,48
TOTAL			2850,00	237,50	237,50	346,28	237,41	3908,68
Gerente	ANUAL	1	6000,00	500,00	500,00	729,00	499,80	8228,80
Contador	ANUAL	1	5400,00	450,00	450,00	656,10	449,82	7405,92
TOTAL			11400,00	950,00	950,00	1385,10	949,62	15634,72

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

4.3.5.5 Resumen de gastos administrativos

Tabla 51 Detalle de gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Gastos sueldos	1302,89	3908,68	15634,72
Gasto Arriendo	400,00	1200,00	4800,00
TOTAL	1702,89	5108,68	20434,72

Fuente: Tabla N°48

Elaborado por: La Autora

4.3.5.6 Sueldos ventas

Tabla 52 Detalle de sueldos de ventas

CARGO	PERIODO	N°	SUELDO POR PERSONA	DÉCIMO CUARTO SUELDO	DÉCIMO TERCER SUELDO	IESS PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	TOTAL
Vendedor	MENSUAL	1	354,00	29,50	29,50	43,01	29,49	485,50
Vendedor	TRIMESTRAL	1	1062,00	88,50	88,50	129,03	88,46	1456,50
Vendedor	ANUAL	1	4248,00	354,00	354,00	516,13	353,86	5825,99

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

4.3.5.7 Resumen de gastos de ventas

Tabla 53 Detalle de gastos de ventas

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL	VALOR ANUAL
Gastos sueldos	485,50	1.456,50	5.825,99
Gasto Publicidad	200,00	600,00	2.400,00
TOTAL	685,50	2.056,50	8.225,99

Fuente: Tabla N° 50
Elaborado por: La Autora

4.3.5.8 Resumen de capital de trabajo

Tabla 54 Detalle del capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES	
DESCRIPCIÓN	VALOR
Materia prima directa	7.721,26
Mano de obra directa	5.825,99
Cif	615,00
Gastos administrativos	5.108,68
Gastos ventas	2.056,50
Gasto financiero	868,05
TOTAL	22.195,47

Fuente: Tablas N° 45, N° 46, N°47, N° 48, N°50, N°52
Elaborado por: La Autora

4.3.6 Inversión total

Tabla 55 Detalle de la inversión total del proyecto

DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversión fija	44.623,00
Inversión diferida	528,00
Capital de Trabajo	22.195,47
TOTAL	67.346,47

Fuente: Tabla N° 43, N° 44, N°53
Elaborado por: La Autora

4.3.7 Financiamiento

Tabla 56 Financiamiento

DESCRIPCIÓN	%	VALOR
Propia	49,51	33.346,47
Financiada	50,49	34.000,00
TOTAL	100%	67.346,47

Fuente: Tabla N° 54
Elaborado por: La Autora

4.3.8 Análisis del capítulo

En el estudio técnico se obtuvo el monto de la inversión total que se necesita para iniciar las actividades en la microempresa, además se determinó el proceso para elaborar los productos y posteriormente determinar todos los insumos necesarios, materia prima y herramientas. Se procedió a estructurar los costos y capital de trabajo.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Presupuesto de ingresos

5.1.1 Proyección de volumen de producción

Las ventas de camisas en el año 2015 fue de 1360 obtenida del estudio técnico tabla N° 35, se realiza la proyección con la fórmula $Vent\text{as proyectadas} = V_0(a+i)^n$

V_0 = Ventas actuales

a = valor constante, por lo general es 1

i = la tasa de crecimiento, para la proyección se estimó el 5% por cada año.

n = número de periodos para el cual se desea conocer

$V_0 = 1360(1+0,05)^1 = 1428$ camisas.

De la misma manera se procede con la proyección del volumen de producción de centros, dando así: $V_0 = 1236(1+0,05)^1 = 1298$ camisas.

Tabla 57 Proyección de volumen de producción

AÑO	VOLUMEN CAMISAS	VOLUMEN CENTROS
2016	1428	1298
2017	1499	1363
2018	1574	1431
2019	1653	1502
2020	1736	1577

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

5.1.2 Proyección de precios

Para el cálculo de los precios se utilizó una tasa de crecimiento de 4,55% que corresponde a la inflación, obtenida del Banco Central del Ecuador, tanto para las camisas como para los centros.

Tabla 58 Precios proyectados

AÑO	PRECIO CAMISAS	PRECIO CENTROS
2016	52,28	36,59
2017	54,65	38,26
2018	57,14	40,00
2019	59,74	41,82
2020	62,46	43,72

Fuente: Tabla N° 33 y Tabla N° 34
Elaborado por: La Autora

5.1.3 Proyección de ingresos

Tabla 59 Presupuesto de ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
N					
CAMISAS					
PRECIO DE VENTA	52,28	54,65	57,14	59,74	62,46
VOLUMEN	1428	1499	1574	1653	1736
TOTAL	74.648,70	81.947,48	89.959,89	98.755,72	108.411,56
CENTROS					
PRECIO DE VENTA	36,59	38,26	40,00	41,82	43,72
VOLUMEN	1298	1363	1431	1502	1577
TOTAL	47.489,75	52.133,06	57.230,37	62.826,07	68.968,88
TOTAL INGRESOS	122.138,45	134.080,53	147.190,26	161.581,78	177.380,44

Fuente: Tabla N° 56, N°57
Elaborado por: La Autora

5.2 Proyección de egresos

5.2.1 Costos de producción

5.2.1.1 Materia prima proyectada

Tabla 60 Proyección de MPD camisas

COSTO DE PRODUCCIÓN DE BLUSAS BORDADAS									
MATERIA PRIMA DIRECTA									
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANT.	PRECIO	COST. UNIT. 2015	COST. UNIT. 2016	COST. UNIT. 2017	COST. UNIT. 2015	COST. UNIT. 2015	COST. UNIT. 2015
Tela Dacrón	centímetros	50	0,02	1,00	1,05	1,09	1,14	1,19	1,25
Tela Popelina	metros	1,5	2,50	3,75	3,92	4,10	4,29	4,48	4,68
Inglesa									
Hilo de seda	metros	2500	0,00098	2,45	2,56	2,68	2,80	2,93	3,06
Hilo de seda	metros	100	0,00098	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
combinaciones									
Hilo pinto	metros	35	0,0005	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
blanco									
Encaje	centímetros	50	0,06	3,00	3,14	3,28	3,43	3,58	3,75
COSTO UNITARIO MPD CAMISAS				10,32	10,78	11,28	11,79	12,32	12,89
VOLUMEN				1360	1428	1499	1574	1653	1736
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA				14.029,08	15.400,77	16.906,58	18.559,63	20.374,29	22.366,39

Fuente: Tabla N° 44
Elaborado por: La Autora

Tabla 61 Proyección de MPD centros

COSTOS DE PRODUCCIÓN DE CENTROS									
MATERIA PRIMA DIRECTA									
DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANT	PRECIO	COSTO UNIDAD					
				2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tela paño acrílico	metros	2	4,00	8,00	8,36	8,74	9,14	9,56	9,99
Barredera	metros	4,5	0,23	1,01	1,06	1,11	1,16	1,21	1,26
Greca	metros	4,5	1,00	4,50	4,70	4,92	5,14	5,38	5,62
Hilo	metros	250	0,00050	0,13	0,13	0,14	0,14	0,15	0,16
COSTO UNITARIO MPD CENTROS				13,64	14,26	14,91	15,59	16,29	17,04
VOLUMEN				1236	1298	1363	1431	1502	1577
COSTO MATERIA PRIMA CENTROS				16.855,95	18.504,04	20.313,27	22.299,40	24.479,73	26.873,23
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA				30.885,03	33.904,81	37.219,86	40.859,03	44.854,02	49.239,62

Fuente: Tabla N° 45

Elaborado por: La Autora

5.2.1.2 Mano de obra proyectada

Tabla 62 Crecimiento de la tasa del sueldo unificado

AÑO	SUELDO	
2010	240,00	
2011	264,00	10%
2012	292,00	11%
2013	318,00	9%
2014	340,00	7%
2015	354,00	4%
PROMEDIO		0,0811

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 63 Proyección de la MOD

MANO DE OBRA (4 operarios)	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Sueldo Básico	16.992,00	18.369,92	19.859,57	21.470,03	23.211,08	25.093,31
Décimo cuarto sueldo	1.416,00	1.530,83	1.654,96	1.789,17	1.934,26	2.091,11
Décimo tercer sueldo	1.416,00	1.530,83	1.654,96	1.789,17	1.934,26	2.091,11
Aporte Patronal	2.064,53	2.231,94	2.412,94	2.608,61	2.820,15	3.048,84
Fondos de reserva	1.415,43	1.530,21	1.654,30	1.788,45	1.933,48	2.090,27
TOTAL	23.303,96	25.193,73	27.236,74	29.445,43	31.833,22	34.414,64

Fuente: Tabla N° 46
Elaborado por: La Autora

5.2.1.3 Costos indirectos de fabricación

Tabla 64 Proyección de costos indirectos de fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
DESCRIPCIÓN	MONTO	COSTO UNIDAD				
		2016	2017	2018	2019	2020
Energía	840,00	878,22	918,18	959,96	1.003,63	1.049,30
Agua	120,00	125,46	131,17	137,14	143,38	149,90
Teléfono	180,00	188,19	196,75	205,70	215,06	224,85
Materiales de Oficina	120,00	125,46	131,17	137,14	143,38	149,90
Mantenimiento de maquinaria	1.200,00	1.254,60	1.311,68	1.371,37	1.433,76	1.499,00
TOTAL	2.460,00	2.571,93	2.688,95	2.811,30	2.939,21	3.072,95

Fuente: Tabla N° 47
Elaborado por: La Auto

5.2.2 Gastos administrativos

Tabla 65 Proyección de gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Sueldo básico	11400,00	12324,45	13323,87	14404,33	15572,40	16835,20
Décimo cuarto sueldo	950,00	1027,04	1110,32	1200,36	1297,70	1402,93
Décimo tercer sueldo	950,00	1027,04	1110,32	1200,36	1297,70	1402,93
Aporte patronal 12,15% IESS	1385,10	1497,42	1618,85	1750,13	1892,05	2045,48
Fondos de reserva 8,33%	949,62	1026,63	1109,88	1199,88	1297,18	1402,37
TOTAL	15634,72	16902,57	18273,24	19755,05	21357,03	23088,92
Arriendo	4800,00	5018,40	5246,74	5485,46	5735,05	5996,00
TOTAL GAST. ADM.	20434,72	21920,97	23519,97	25240,52	27092,08	29084,92

Fuente: Tabla N° 48 y 49
Elaborado por: La Autora

Para la proyección de los sueldos administrativos se proyectó con la tasa de crecimiento del sueldo indicado de 0,0811.

5.2.3 Gastos de ventas

Tabla 66 Proyección de gastos de ventas

DESCRIPCIÓN	GASTOS VENTAS (Vendedor)					
	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
Sueldo básico	4248,00	4592,48	4964,89	5367,51	5802,77	6273,33
Décimo cuarto sueldo	354,00	382,71	413,74	447,29	483,56	522,78
Décimo tercer sueldo	354,00	382,71	413,74	447,29	483,56	522,78
Aporte patronal 12,15% IESS	516,13	557,99	603,23	652,15	705,04	762,21
Fondos de reserva 8,33%	353,86	382,55	413,58	447,11	483,37	522,57
TOTAL	5825,99	6298,43	6809,19	7361,36	7958,30	8603,66
Publicidad	2400,00	2509,20	2623,37	2742,73	2867,53	2998,00
TOTAL GAST. VENT.	8225,99	8807,63	9432,55	10104,09	10825,83	11601,66

Fuente: Tabla N° 50 y 51
Elaborado por: La Autora

Para la proyección de los sueldos de ventas se proyectó con la tasa de crecimiento del sueldo indicado de 0,0811.

5.2.4 Tabla de amortización

Para obtener la inversión financiada se realizó un préstamo a la Corporación Financiera Nacional por el monto de USD 34.000,00, con una tasa del 10,35% anual a 5 años plazo, el cálculo se realizó con una cuota de pago constante. (Anexo N°3)

Tabla 67 Tabla de amortización anual

Periodos	Inicial	Interés	Amort	Cuota	Final
0					34000,00
1	34000,00	293,11	435,08	728,19	33564,92
2	33564,92	289,36	438,83	728,19	33126,10
3	33126,10	285,58	442,61	728,19	32683,49
4	32683,49	281,76	446,42	728,19	32237,07
5	32237,07	277,91	450,27	728,19	31786,79
6	31786,79	274,03	454,16	728,19	31332,64
7	31332,64	270,12	458,07	728,19	30874,57
8	30874,57	266,17	462,02	728,19	30412,55
9	30412,55	262,18	466,00	728,19	29946,54
10	29946,54	258,17	470,02	728,19	29476,53
11	29476,53	254,11	474,07	728,19	29002,45
12	29002,45	250,03	478,16	728,19	28524,29
TOTAL	37.8448,64	3.262,53	5.475,71	8.738,24	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

Tabla 68 Gastos anuales

AÑO	INTERESES	ABONOS DE CAPITAL
1	USD 3.262,53	USD 5.475,71
2	USD 2.668,42	USD 6.069,82
3	USD 2.009,84	USD 6.728,39
4	USD 1.279,81	USD 7.458,42
5	USD 470,58	USD 8.267,66
TOTAL	USD 9.691,18	USD 34.000,00

Fuente: Tabla N° 65
Elaborado por: La Autora

5.2.5 Depreciación de activos fijos

Tabla 69 Depreciación de activos fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEP. LEGAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y equipo	41050,00	10%	4105,00	4105,00	4105,00	4105,00	4105,00
Muebles y enseres	1925,00	10%	192,50	192,50	192,50	192,50	192,50
Equipo de computación	1480,00	33%	488,40	488,40	488,40		
Reinversión Equi. Compu.	1000,00	33%				330,00	330,00
Equipo de oficina	120,00	10%	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
TOTAL	45575,00		4797,90	4797,90	4797,90	4639,50	4639,50

Fuente: Tabla N° 42

Elaborado por: La Autora

5.2.6 Amortización de gastos de constitución

Tabla 70 Amortización de gastos de constitución

DESCRIPCIÓN	VALOR	AMORT. ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de constitución	528,00	20%	105,60	105,60	105,60	105,60	105,60

Fuente: Tabla N° 43

Elaborado por: La Autora

5.2.7 Cálculo del Impuesto a la Renta

Tabla 71 Tabla para cálculo del Impuesto a la Renta 2015– Personas Naturales

FRACCIÓN BÁSICA	EXCESO HASTA	IMPUESTO A LA FRACCIÓN BÁSICA	% IMPUESTO A LA FRACCIÓN EXCEDENTE
0	10800	0	
10800	13770	0	5%
13770	17210	149	10%
17210	20670	493	12%
20670	41330	908	15%
41330	61980	4007	20%
61980	82660	8137	25%
82660	110190	13307	30%
110190	En adelante...	21566	35%

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Año: 2015

Tabla 72 Cálculo del Impuesto a la Renta

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BASE IMPONIBLE	18337,34	22448,95	27044,07	32310,63	38038,33
FRAC. BASICA	17210,00	20670,00	20670,00	20670,00	20670,00
BI - FRAC. BASICA	1127,34	1778,95	6374,07	11640,63	17368,33
% FRAC. EXCEDENTE	0,12	0,15	0,15	0,15	0,15
	135,28	266,84	956,11	1746,09	2605,25
IMP. FRAC BASICA	493,00	908,00	908,00	908,00	908,00
IMPUESTO A PAGAR	628,28	1174,84	1864,11	2654,09	3513,25

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Año: 2015

5.3 Estado de Situación Financiera al año cero

Estado de Situación Financiera			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS		PASIVOS CORRIENTES	
CORRIENTES	22.195,47	Obligaciones con instituciones financieras	5.475,71
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DEL EFFECTIVO		PASIVOS NO CORRIENTES	
Caja - Bancos	22.195,47	Obligaciones con instituciones financieras	28.524,29
ACTIVO NO CORRIENTE		TOTAL PASIVOS	34.000,00
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	44.623,00		
Maquinaria y equipo	41.050,00	PATRIMONIO	33.346,47
Equipo de computación	1.480,00	Inversión propia	33.346,47
Muebles y enseres	1.925,00		
Equipo de oficina	120,00		
Materiales de producción	48,00		
ACTIVOS DIFERIDOS	528,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	67.346,47
Gastos de Constitución	528,00		
TOTAL ACTIVOS	<u>67.346,47</u>		<u>67.346,47</u>

5.4 Estado de Resultados Integral proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas proyectadas	122138,45	134080,53	147190,26	161581,78	177380,44
Total Ingresos	122138,45	134080,53	147190,26	161581,78	177380,44
(-) Costos de producción					
Materia prima directa	33904,81	37219,86	40859,03	44854,02	49239,62
Mano de obra directa	25193,73	27236,74	29445,43	31833,22	34414,64
Costos indirectos de fabricación	2571,93	2688,95	2811,30	2939,21	3072,95
Total costos de producción	61670,47	67145,55	73115,76	79626,45	86727,21
(=) UTILIDAD BRUTA	60467,97	66934,98	74074,50	81955,33	90653,23
(-) Gastos operacionales					
Gastos administra.	21920,97	23519,97	25240,52	27092,08	29084,92
Gastos en ventas	8807,63	9432,55	10104,09	10825,83	11601,66
Depreciación	4797,90	4797,90	4797,90	4639,50	4639,50
Gastos diferidos	105,60	105,60	105,60	105,60	105,60
Total gastos	35632,10	37856,03	40248,11	42663,02	45431,68
(=) UTILIDAD OPERATIVA	24835,87	29078,95	33826,40	39292,32	45221,56
(-) Gastos financieros					
(-) 15% Part. Trabajadores	3236,00	3961,58	4772,48	5701,88	6712,65
(=) Utilidad antes de obligaciones	21573,34	26410,53	31816,55	38012,50	44750,98
(-) Impuesto a la renta					
(-) Impuesto a la renta	628,28	1174,84	1864,11	2654,09	3513,25
(=) UTILIDAD NETA PROYECTADA	17709,06	21274,11	25179,96	29656,53	34525,08

5.5 Flujo de caja proyectado

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión propia	-33346,47					
Inversión financiada	-34000,00					
INGRESOS						
Utilidad neta proyectada		17709,06	21274,11	25179,96	29656,53	34525,08
Depreciación		4797,90	4797,90	4797,90	4639,50	4639,50
Valor de rescate						21902,30
TOTAL INGRESOS		22506,96	26072,01	29977,86	34296,03	61066,88
EGRESOS						
Pago de la deuda Diferidos		5475,71	6069,82	6728,39	7458,42	8267,66
Reinversión Act. Fijos		105,60	105,60	105,60	105,60	105,60
					1000,00	
TOTAL EGRESOS		5581,31	6175,42	6833,99	8564,02	8373,26
FLUJO NETO	-67346,47	16925,65	19896,59	23143,87	25732,01	52693,62

5.6 Evaluadores financieros

5.6.1 Costo de oportunidad

Tabla 73 Cálculo de la tasa de redescuento

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE RENDIMIENTO	VALOR PONDERADO
Inversión propia	33.346,47	49,51%	5,54%	3%
Inversión financiada	34.000,00	50,49%	10,35%	5%
TOTAL	67.346,47	100,00%		7,97%

Fuente: Estudio financiero, BCE, CFN
Elaborado por: La Autora

El costo de oportunidad es de 7,97%, es decir el proyecto en condiciones ideales debe rendir por lo menos el 7,97%, sino rinde el proyecto no sirve.

Para el cálculo de la tasa de redescuento se tomó como tasa de rendimiento propio el 5,54% dado por el Banco Central del Ecuador como tasa pasiva referencial para julio del año 2015 y para la tasa de rendimiento financiada se tomó la tasa de crédito del préstamo dada por la CFN.

Tasa de rendimiento medio

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK}) (1 + \text{In}) - 1$$

$$\text{CK} = \text{Costo de oportunidad} = 7,97\%$$

$$\text{In} = 4,55\%$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,0797) (1 + 0,0455) - 1$$

$$\text{TRM} = 0,1288$$

$$\text{TRM} = 12,88\%$$

Rentabilidad mínima en condiciones reales que debe rendir por lo menos el 12,88% tomando el valor de desgaste que es la inflación, es decir cuando la inflación sube los proyectos se convierten en inviables, se desgasta la utilidad.

Además el TRM obtenido es adecuado ya que si es más del 30% denota que el proyecto esta sobreestimado.

Cabe destacar que posteriormente los datos obtenidos en la investigación pueden variar, esto se a que los resultados obtenidos se elaboraron con datos del año de la investigación, en cuanto a la inflación utilizada en el cálculo de la TRM varia cada mes, por lo cual hacer los ajustes necesarios para que exista una información mas precisa, y exista mayor confiabilidad a la realización del proyecto.

5.6.2 Valor actual neto (VAN)

En el VAN se compara los desembolsos necesarios para producir las ganancias en un momento actual o tiempo cero.

$$VAN = \sum \frac{FCN}{(1 + TRM)^N} + (-INVERSION INICIAL)$$

Tabla 74 Cálculo del VAN

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS
0	- 67.346,47		
1	16.925,65	1,12878311	14.994,60
2	19.896,59	1,274151309	15.615,57
3	23.143,87	1,438240478	16.091,79
4	25.732,01	1,623461559	15.850,09
5	52.693,62	1,832535988	28.754,48
Sumatoria flujos netos deflactados			91.306,53
VAN			23.960,05

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

El valor actual neto es de 23960,05 con una de rendimiento medio de 12,88%, por lo cual podemos apreciar que el proyecto es rentable de acuerdo a este evaluador financiero, además cabe destacar que el VAN es positivo lo cual significa que se recibe más dinero del que se invierte lo cual representa atractivo potencial del proyecto.

5.6.3 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno nos indica la tasa a la que debe rendir el proyecto para recuperar la inversión, es decir la tasa por la que el VAN se iguala a cero, para lo cual se utiliza el método de interpolación.

Tabla 75 Cálculo del VAN con tasa inferior

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS
0	- 67.346,47		
1	16.925,65	1,237	13.682,82
2	19.896,59	1,530169	13.002,87
3	23.143,87	1,892819053	12.227,19
4	25.732,01	2,341417169	10.989,93
5	52.693,62	2,896333038	18.193,22
Sumatoria flujos netos deflactados			68.096,04
VAN con tasa inferior			749,56

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

Tabla 76 Cálculo del VAN con tasa superior

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS
0	- 67.346,47		
1	16.925,65	1,249	13.551,36
2	19.896,59	1,560001	12.754,22
3	23.143,87	1,948441249	11.878,14
4	25.732,01	2,43360312	10.573,63
5	52.693,62	3,039570297	17.335,88
Sumatoria flujos netos deflactados			66.093,23
VAN con tasa superior			- 1.253,24

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

Datos para aplicar la fórmula.

$$Ti = 0,237$$

$$Ts = 0,249$$

$$VAN Ti = 749,56$$

$$VAN Ts = -1253,24$$

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN Ti}{(VAN Ti - VAN Ts)} \right]$$

$$TIR = 0,237 + (0,249 - 0,237) \left[\frac{749,56}{(749,56 - (-1253,24))} \right]$$

$$TIR = 0,2414$$

$$TIR = 24,14\%$$

La tasa interna de retorno es de 24,14%, lo cual nos indica que él se devuelve al inversionista el 11,26% (24,14%-12,88%) de rentabilidad en la vida útil del proyecto.

Cabe destacar que la TIR no puede ser mayor a la suma de la TRM a 15 puntos (12,88%+15%), como podemos observar no supera este límite ya que la TIR es de 24,14%.

5.6.4 Relación costo beneficio

Tabla 77 Relación costo beneficio

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO	INGRESOS DEFLACTADOS	EGRESOS DEFLACTADOS
1	22.506,96	5.581,31	1,12878311	19.939,13	4.944,53
2	26.072,01	6.175,42	1,274151309	20.462,26	4.846,69
3	29.977,86	6.833,99	1,438240478	20.843,43	4.751,63
4	34.296,03	8.564,02	1,623461559	21.125,25	5.275,16
5	61.066,88	8.373,26	1,832535988	33.323,70	4.569,22
TOTAL				115.693,77	24.387,24

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

Se aplica la fórmula:

$$B/C = \frac{\Sigma \text{Ingresos Deflactados}}{\Sigma \text{Egresos Deflactados}}$$

$$B/C = \frac{115.693,77}{24.387,24}$$

$$B/C = 4,74$$

La relación costo beneficio es de 4,74, significa que por cada dólar en los gastos hay un ingreso de USD 4,74.

5.6.5 Tasa de rendimiento costo beneficio

$$TRBC = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos Deflactados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$TRBC = \frac{91.306,53}{67.346,47}$$

$$TRBC = 1,36$$

Se puede observar el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costo determinado, que por cada dólar invertido se recupera USD 1,36.

5.6.6 Período de recuperación

Tabla 78 Flujos netos deflactados acumulados

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS DEFLACTADOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS ACUMULADOS
0	- 67.346,47			
1	16.925,65	1,12878311	14.994,60	
2	19.896,59	1,274151309	15.615,57	30.610,17
3	23.143,87	1,438240478	16.091,79	46.701,96
4	25.732,01	1,623461559	15.850,09	62.552,05
5	52.693,62	1,832535988	28.754,48	91.306,53
Sumatoria flujos netos deflactados			91.306,53	

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: La Autora

Recuperación de la inversión a valor corriente

Se realiza la sumatoria de los flujos netos hasta el tercer año lo cual da USD 59.966,11 pero falta USD 7380,36 que se tomara del cuarto año, para cubrir la inversión inicial de USD 67.346,47, entonces se realiza una regla de tres:

4to año	25732,01	1
Falta	7380,36	x
	$x = 0,29$	

Se realiza la suma 3 años + 0,29= 3,29 años en recuperar la inversión a valor corriente.

Recuperación de la inversión a valor real

Se realiza la sumatoria de los flujos netos deflactados hasta el cuarto año lo cual da USD 62.552,05 pero falta USD 4794,43 que se tomara del quinto año, para cubrir la inversión inicial de USD 67.346,47, entonces se realiza una regla de tres:

5to año	28.754,48	1
falta	4794,43	x
	x= 0,17	

Se realiza la suma 4 años + 0,17= 4,17 años en recuperar la inversión a valor real.

5.6.7 Punto de equilibrio

Tabla 79 Datos para obtener el punto de equilibrio en dólares

COSTOS FIJOS	VALOR
Gastos administra.	USD 21.920,97
Gastos en ventas	USD 8.807,63
Depreciación	USD 4.797,90
Gastos diferidos	USD 105,60
Gastos financieros	USD 3.262,53
MOD	USD 25.193,73
CIF	USD 2.571,93
TOTAL	USD 66.660,29
COSTOS VARIABLES	
MPD	USD 33.904,81
VENTAS	USD 122.138,45

Fuente: Estudio financiero
Elaborado por: La Autora

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

$$PE (\$) = \frac{66.660,29}{1 - \left(\frac{33.904,81}{122.138,45}\right)}$$

$$PE (\$) = 66.660,02$$

Al vender USD 66.660,02 el proyecto no tiene ni ganancias ni pérdidas, ya que cubre su nivel de costos totales, cabe destacar que es del primer año de funcionamiento del negocio.

Punto de equilibrio en unidades

Datos para la reemplazar en la fórmula:

P.E.U.P= Punto de equilibrio en unidades de producción

P.E.I= Punto de equilibrio en ingresos= 66.660,02

Pava= Precio de venta unitario = ya que tenemos dos productos sumamos los precios de venta de la camisa y del centro (52,28 + 36,59= 88,87).

$$P.E.U.P = \frac{P.E.I}{PVu}$$

$$P.E.U.P = \frac{66.660,62}{88,87}$$

$$P.E.U.P = 750 \text{ productos.}$$

Se debe producir 750 productos en camisas y centros para no tener ni pérdidas, ni ganancias en el proyecto.

5.6.8 Análisis del capítulo

En el estudio financiero se obtuvo los costos y gastos para el funcionamiento adecuado de la microempresa, además se realizó la evaluación financiera en el cual dio como resultado que el estudio planteado es factible ya que en el VAN y la TIR se obtuvieron valores atractivos para los inversionistas. Complementando el estudio se analizó del costo beneficio el cual fue positiv, dando seguridad que se obtendrá una ganancia razonable de acuerdo a la inversión, finalmente la inversión tendrá un periodo de recuperación de cuatro años.

5.6.9 Plan de contingencia para combatir riesgos

Tabla 80 Plan de contingencia para la microempresa CONFECCIONES KAYAMBI

ORDEN	AREA	RIESGO	MEDIDAS ALTERNATIVAS
1	TECNOLOGÍA	Daño en la maquinaria	Disponer de herramientas de emergencia Conocimientos en rearación de maquinaria textil Disponer de un técnico en caso de reparación de maquinaria Mantenimiento continuo de la maquinaria Disponer de capital en caso de nueva compra de maquinaria
2	PRODUCCIÓN	Falta de Materia Prima	Disponer de una base de datos suficiente de proveedores Reserva de materia prima Control de la existencias en bodega
		Escasos diseños	Alternativas en diseños Innovación continua
		Baja producción	Control y mejora del proceso productivo Control de la mano de obra Capacitaciones continuas al personal de producción
3	COMERCIALIZACIÓN	Ventas bajas	Realizar mayor publicidad Mejorar la atención al cliente Analizar las nuevas exigencias del mercado Mejorar la calidad de los productos
4	ADMINISTRACIÓN	Inconvenientes legales	Disponer de un asesoramiento legal adecuado
		Falta de control al personal	Capacitación en control y normas de calidad Rotación de personal Imprevistos para accidentes Penalización por incumplimiento

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

6.1 Nombre de la microempresa

La microempresa se denominara CONFECIONES KAYAMBI ya que estará dedicada a producción de ropa indígena kayambi para mujeres, es decir no solo abarca bordados, sino la vestimenta completa compuesta por camisas bordadas y centros.

6.1.1 Logotipo de la microempresa

Ilustración 8 Logotipo de la microempresa



Fuente: Propia
Elaborado por: La Autora

En el logotipo se escogió flores ya que demuestran los diseños de las camisas y el colorido de toda la vestimenta kayambi, cabe destacar que para el diseño de los productos se toma en cuenta a la naturaleza para su creación.

6.1.2 Slogan de la empresa

El slogan asignado fue “Vistiéndote tradicionalmente...” ya que la microempresa va a producir vestimenta tradicional del pueblo kayambi.

6.2 Misión

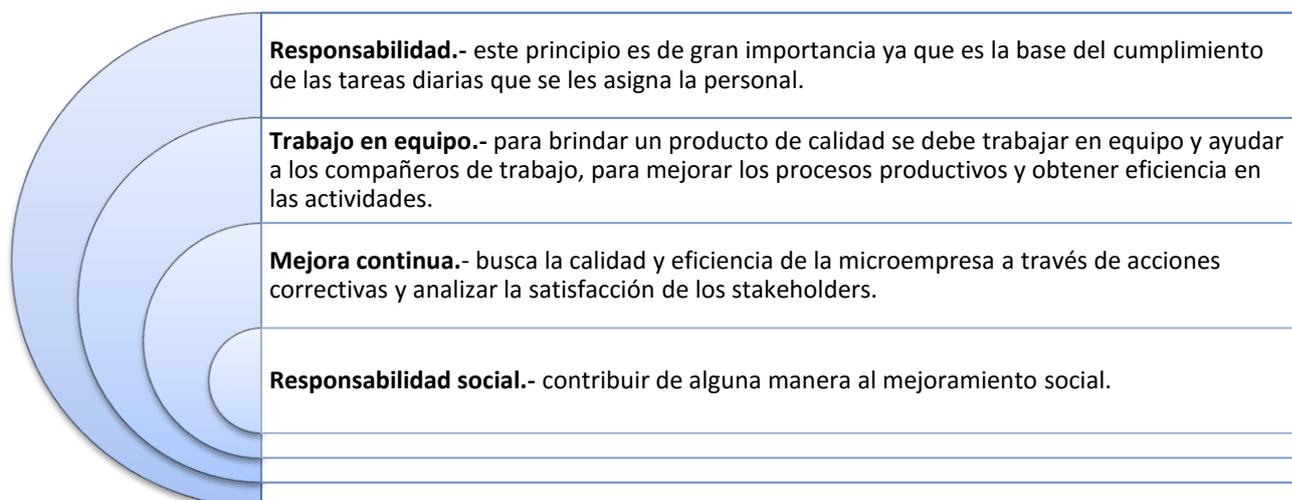
Es una microempresa dedicada a la confección, fabricación y comercialización de ropa tradicional kayambi para damas, con calidad y variedad de diseños en los productos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

6.3 Visión

En el 2020 la microempresa CONFECCIONES KAYAMBI será líder en el mercado de la confección, fabricación y comercialización de ropa tradicional kayambi en la provincia de Imbabura y sus alrededores, ofertando productos calidad y variedad en diseños.

6.4 Principios

Gráfico 25 Principios de la microempresa



6.5 Valores

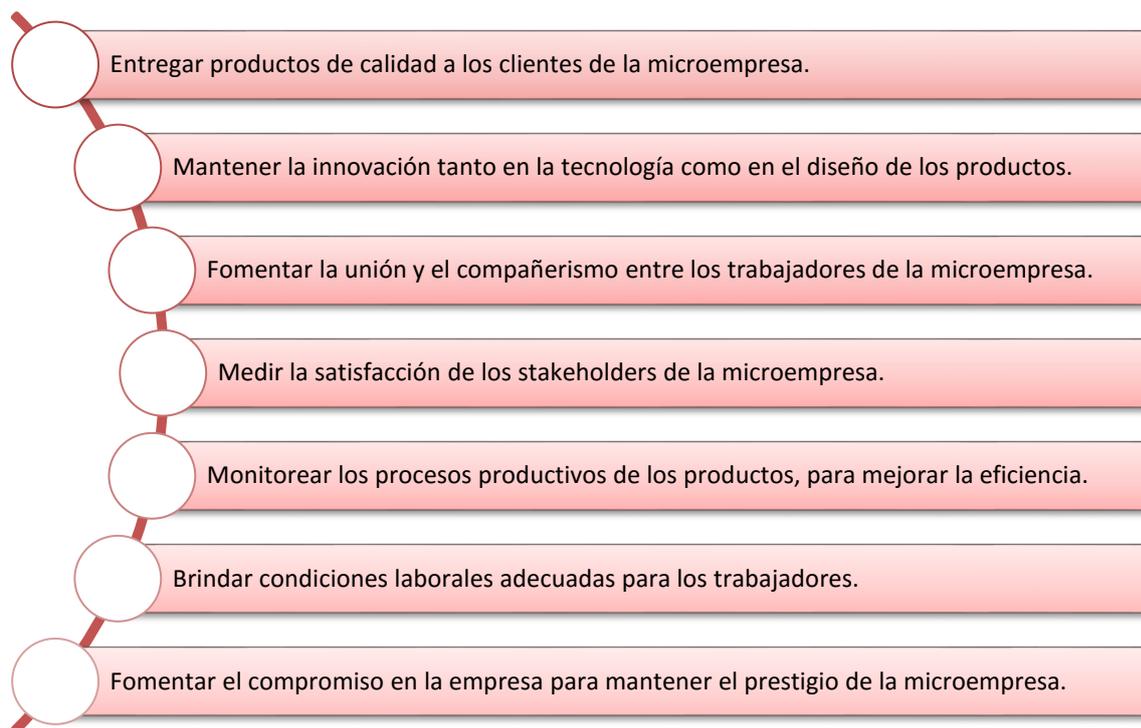
Gráfico 26 Valores de la microempresa



Elaborado por: La Autora
Año: 2015

6.6 Políticas

Gráfico 27 Políticas de la microempresa



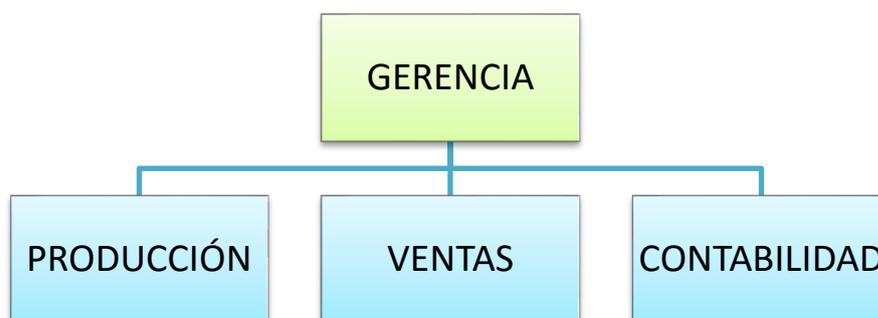
Elaborado por: La Autora
Año: 2015

6.7 Organigrama estructural

Gráfico 28 Organigrama estructural

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA MICROEMPRESA CONFECCIONES

KAYAMBI



Simbología:

Línea de Autoridad



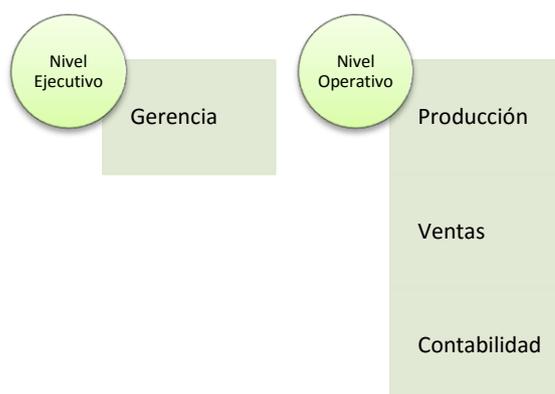
Unidad administrativa



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

6.7.1 Niveles administrativos

Gráfico 29 Niveles administrativos



Elaborado por: La Autora
Año: 2015

6.8 Manual de funciones

Tabla 81 Manual de funciones de gerencia

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Gerente Nivel Ejecutivo</p> <p>REQUISITOS DEL CARGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ingeniería en Administración de Empresas o carreras a similares. • Conocimientos en planeación estratégica y desarrollo organizacional. • Experiencia en cargos similares. • Edad de 35 a 45 años. <p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal de la microempresa. • Planificar, organizar, dirigir, controlar, supervisar y evaluar las actividades de la microempresa. • Definir y hacer cumplir las políticas. • Ejecutar planes y programas para alcanzar los objetivos organizacionales. • Administrar los recursos de la empresa. • Utilizar información para la toma de decisiones. <p>PERFIL DEL CARGO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expresión oral • Manejo de personal • Honradez • Responsabilidad • Puntualidad • Ética • Liderazgo

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

Tabla 82 Manual de funciones del contador

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA
REQUISITOS DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none">• Título en ingeniería contabilidad y auditoría.• Cursos de actualización.• Experiencia mínimo tres años.• Cursos en tributación y legislación laboral.• Uso de paquetes informáticos.• Edad de 25 a 40 años.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Realizar la contabilidad de la microempresa.• Manejo de paquetes informáticos para facturación.• Privacidad y seguridad de los documentos del área de ventas.• Asesorar al Gerente en aspectos contables.• Realizar los pagos correspondientes de la microempresa.• Elaborar los roles de pago.
PERFIL DEL CARGO: <ul style="list-style-type: none">• Honradez• Responsabilidad• Puntualidad• Ética• Compañerismo• Compromiso empresarial• Confidencialidad

Tabla 83 Manual de funciones del vendedor

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Vendedor
REQUISITOS DEL CARGO:
<ul style="list-style-type: none"> • Estudios secundarios. • Conocimientos en contabilidad, facturación, ventas. • Experiencia mínimo un año en ventas. • Buena presencia. • Edad de 22 a 30 años.
FUNCIONES:
<ul style="list-style-type: none"> • Adaptación para trabajar en las distintas áreas con personas y grupos diversos. • Brindar un buen servicio. • Ofertar los productos a los clientes. • Tener buenas relaciones cordiales con personas externas e internas de la organización. • Emitir facturas y realizar cobros. • Realizar cierre de caja diaria. • Mantener un stock de la mercadería. • Realizar los cobros respectivos.
PERFIL DEL CARGO:
<ul style="list-style-type: none"> • Honradez • Facilidad de palabra • Persuasión • Ética • Creatividad

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

Tabla 84 Manual de funciones de los operarios

DESCRIPCIÓN DEL CARGO

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: Operario

REQUISITOS DEL CARGO:

- Mayor de 18 años.
- Experiencia mínimo un año en corte y bordado
- Conocimiento en computación básica
- Integración con los demás trabajadores

FUNCIONES:

- Recepción de materia prima
- Identificar diseños de los productos para iniciar el trabajo.
- Cumplir con las actividades de corte, bordado y acabados de la ropa kayambi.
- Cortado de las telas.
- Manejo de maquinaria de bordadora.
- Realizar un mantenimiento de máquinas.
- Aplicar criterios de valuación de calidad en los procesos y en los productos.

PERFIL DEL CARGO:

- Compañerismo
- Paciencia
- Honradez
- Responsabilidad
- Compromiso
- Creatividad

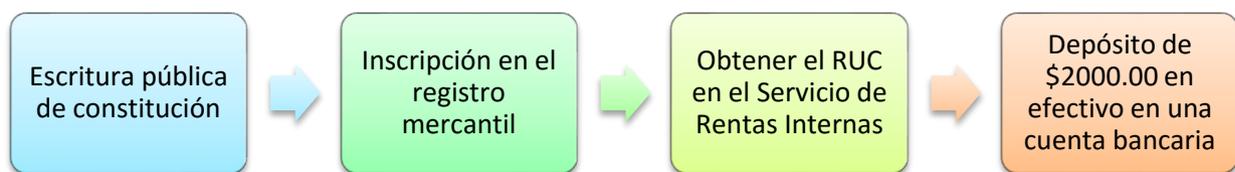
6.9 Constitución legal

6.9.1 Tipo de compañía

Es una compañía unipersonal de responsabilidad limitada, ya que la conforma una sola persona, la cual aporta con todo el capital propio y limitando su responsabilidad civil en el monto del capital que destino para ello.

6.9.2 Requisitos para constituir una microempresa Unipersonal de Responsabilidad limitada.

Gráfico 30 Requisitos de constitución de una empresa unipersonal



Elaborado por: La Autora
Año: 2015

6.9.3 Marco legal

Para la constitución de la empresa se realiza la escritura pública en la que consta:

Razón social.- CONFECCIONES KAYAMBI

Figura jurídica.- Se constituirá como una Microempresa.

Propietario.- La microempresa se conformara por una persona.

Nombre: Gabriela Alejandra Guzmán Garzón

Estado civil: Soltera

Nacionalidad: Ecuatoriana

Domicilio: González Suárez

Monto de aportación: USD 33.346,47

Objetivo social.- Producción y comercialización de ropa indígena kayambi para mujer, con diseños exclusivos.

Capital.- El capital social es de un valor de 33.346,47, aportado por la propietaria.

Financiamiento.- El monto del préstamo corresponde a USD 34.000,00, financiado por la CFN.

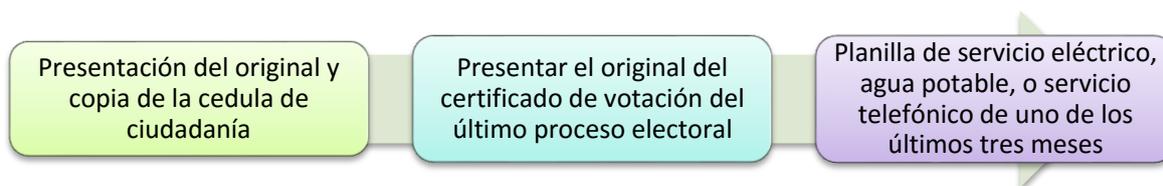
Tiempo para la que se constituye.- El tiempo estimado será de acuerdo al mercado.

Cuenta bancaria.- Se abrirá una cuenta bancaria en la Corporación Financiera Nacional de integración de capital a nombre de la compañía en formación.

6.10 Aspectos legales de funcionamiento

6.10.1 Obtener el RUC

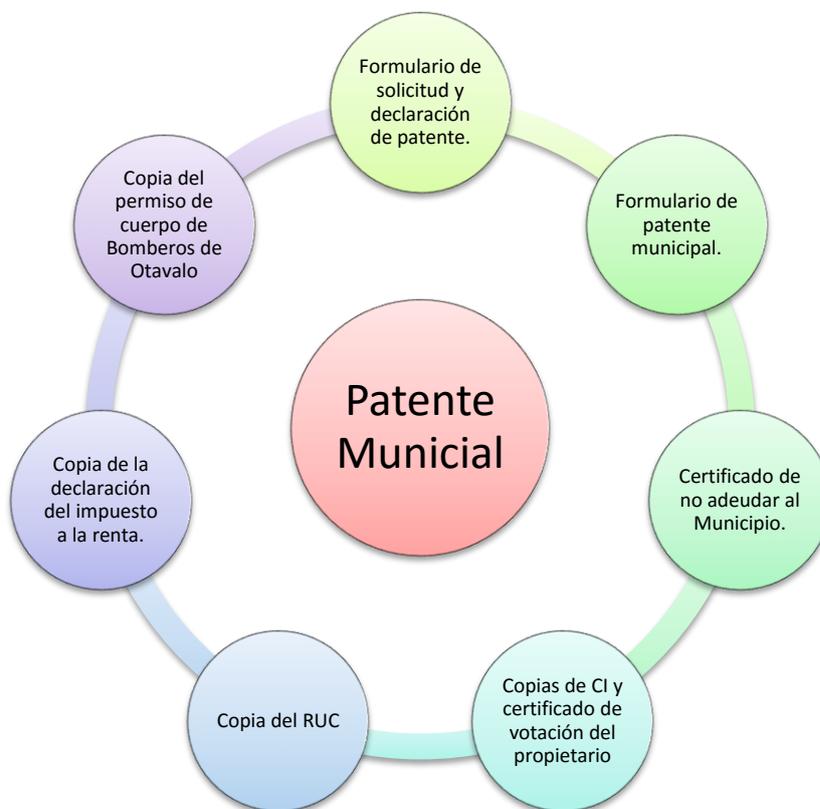
Gráfico 31 Requisitos para obtener el RUC



Elaborado por: La Autora
Fuente: Servicio de Rentas Internas
Año: 2015

6.10.2 Patente municipal

Gráfico 32 Requisitos para la patente municipal



Elaborado por: La Autora
Fuente: PDOT del GAD de Otavalo
Año: 2015

6.10.3 Permiso del cuerpo de bomberos

Gráfico 33 Permiso del cuerpo de bomberos



Elaborado por: La Autora
Fuente: PDOT del GAD de Otavalo
Año: 2015

6.10.3 Aspectos fiscales

Gráfico 34 Aspectos fiscales

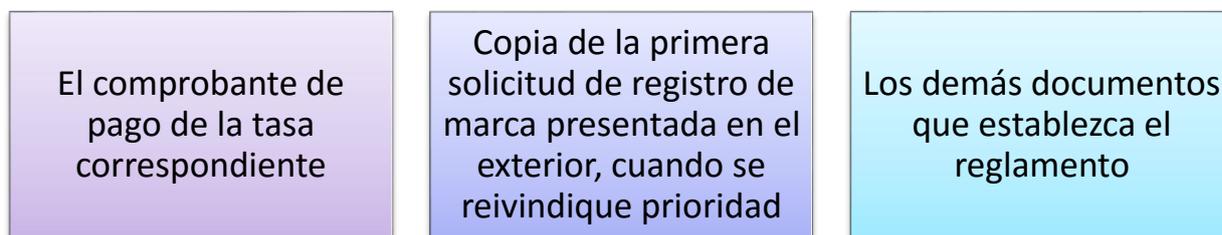


Elaborado por: La Autora
Año: 2015

6.10.5 Normativa Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

El IEPI tiene como política apoyar al desarrollo de pequeñas y medianas empresas (PYMES), a través del aprovechamiento de los sistemas de propiedad intelectual

Gráfico 35 Requisitos para obtener la patente de marca



Elaborado por: La Autora
Año: 2015

6.10.6 Análisis del capítulo

En este capítulo del estudio se analizó y planificó la estructura legal y administrativa de la microempresa, es decir el marco administrativo por el cual deben regirse para obtener mayor eficiencia y eficacia en los procesos de la microempresa y obtener un mejor ambiente laboral para cumplir los objetivos de la misma.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Tabla 85 Tabla de valoración de impactos

NÚMERO	VALORACIÓN
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

7.1 Impacto económico

Tabla 86 Impacto económico

	IMPACTO: ECONÓMICO							TOTAL
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de empleo							x	3
Efecto multiplicador							x	3
Aporte al desarrollo económico del cantón						x		2
Estabilidad económica para los miembros de la compañía							x	3
Creación de nuevos proyectos						x		2
TOTAL PARCIAL								13
PROMEDIO								2,6

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

$$\text{Impacto económico} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{13}{5} = 2,6 \quad \text{Impacto alto positivo}$$

- **Generación de empleo**

Al brindar fuentes de trabajo en la microempresa se contribuye a que las familias tengan estabilidad laboral y por ende estabilidad económica, lo cual contribuye a reducir la pobreza en el cantón Otavalo.

- **Efecto multiplicador**

Al existir fluencia de capitales y bastante movimiento de la oferta y la demanda, contribuye con la economía de la población. Es decir existe poder económico.

- **Aporte al desarrollo económico del cantón**

Al crear una microempresa dentro del cantón se contribuye al desarrollo económico, ya que se genera ingresos y se contribuye con la matriz productiva, además de dar reconocimiento al cantón como un sector industrial y comercial.

- **Estabilidad económica para los miembros de la compañía**

Se brinda estabilidad económica no solo al propietario de la microempresa, sino también a los empleados, ya que perciben un sueldo y las utilidades que genera la microempresa.

- **Creación de nuevos proyectos**

Con la creación de una microempresa se expanden nuevos proyectos que permitan abastecer a la nueva microempresa o estén relacionados con la misma por ejemplo bodega de telas, hilos, fábricas de telas entre otros.

7.2 Impacto socio-cultural

Tabla 87 Impacto socio-cultural

IMPACTO: SOCIAL-CULTURAL								
INDICADORES - SOCIAL	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejora la calidad de vida						x		3
Mejora las relaciones familiares						x		2
Seguridad familiar							x	3
INDICADORES - CULTURAL								
Rescatar la identidad cultural						x		2
Nueva moda						x		2
TOTAL PARCIAL								12
PROMEDIO								2,4

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

$$\text{Impacto socio - cultural} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto socio - cultural} = \frac{12}{5} = 2,4 \text{ Impacto medio positivo}$$

- **Mejora la calidad de vida**

La creación de la microempresa brinda una mejor calidad de vida ya que al tener una fuente de ingreso al hogar, puede abastecer sus necesidades básicas como lo es la salud, educación, alimentación, vivienda, vestimenta.

- **Mejora las relaciones familiares**

Existe conflictos en un hogar y muchas de las razones es por la falta de un ingreso que cubra los gastos de la familia, y al obtener un trabajo e ingreso estable mejorará las relaciones familiares, contribuyendo la estabilidad familiar.

- **Seguridad familiar**

Se contribuye con la seguridad familiar ya que los trabajadores estarán afiliados al seguro social obligatorio, por ende tendrán atención médica para la familia y todos los

beneficios de ley. Ayudando así a cubrir las necesidades de la sociedad en cuanto a salud y seguridad laboral.

- **Rescatar la identidad cultural**

Con la creación de la microempresa dedicada a producir ropa indagan kayambi fomentara a los jóvenes a no dejar que se pierda su cultura, brindando una imagen y reconocimiento de un cantón pluricultural.

- **Nueva moda**

Los diseños de las camisas y centros serán exclusivos por lo cual se impondrá nuevas tendencias, a través de una nueva moda tendrá un gran impacto al incentivar al consumismo.

7.3 Impacto empresarial

Tabla 88 Impacto empresarial

IMPACTO: EMPRESARIAL							
INDICADORES	-	-	-	0	1	2	3
	3	2	1				
Emprendimiento						x	3
Liderazgo						x	3
Iniciativa de expandirse a nuevos mercados						x	2
Atención y servicio al cliente						x	3
Innovación						x	3
TOTAL PARCIAL							14
PROMEDIO							2,8

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{14}{5} = 2,8 \text{ Impacto alto positivo}$$

- **Emprendimiento**

Después de observar el nivel de emprendimiento con la creación de la microempresa y el prestigio obtenido por la producción de productos de calidad, incentivara a la creación de

nuevas empresas, lo cual contribuirá a que el cantón sea reconocido como un sector industrial formando mayores alianzas de comercio.

- **Liderazgo**

La creatividad por los nuevos diseños y calidad de los productos que se ofertaran en el mercado, brinda liderazgo ante todos los demás productores, de esta manera existirá seguridad por parte de los trabajadores, proveedores, clientes de la microempresa.

- **Iniciativa de expandirse a nuevos mercados**

La microempresa al ser líder, el expandirse a nuevos mercados es un objetivo que la microempresa se debe cumplir, ya que se debe fomentar el crecimiento de la microempresa porque generaría mayores ingresos y ayudaría al desarrollo ya no solo de un cantón sino de otras ciudades y por ende contribuir al desarrollo económico del país.

- **Atención y servicio al cliente**

El brindar una buena atención y servicio al cliente contribuye al éxito de una empresa, y la microempresa se caracterizara por satisfacer las necesidades de sus clientes, ayudando al crecimiento empresarial de la compañía con una excelente gestión administrativa.

- **Innovación**

Hoy en día se debe innovar no solo la tecnología, sino también los procesos productivos, diseños entre otros para mejorar la calidad del producto y servicio al cliente, ya que el objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes, la innovación es una inversión que brinda crecimiento empresarial, ya que los stakeholders de la microempresa se sienten satisfechos y seguros.

7.4 Impacto ambiental

Tabla 89 Impacto ambiental

IMPACTO: AMBIENTAL							
INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Desechos			x				
Contaminación del aire			x				
Impacto sobre el agua			x				
Contaminación de ruido			x				
Alteración del suelo			x				
Energía			x				
TOTAL PARCIAL							-6
PROMEDIO							-1

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{-6}{6} = -1 \text{ Impacto bajo negativo}$$

- **Desechos**

De acuerdo a la producción no se generara muchos desechos por lo que en la matriz lo calificamos como impacto bajo negativo, los desechos de materia prima como telas serán reutilizadas y así disminuir el impacto ambiental.

- **Contaminación del aire**

Afecta especialmente a los trabajadores, ya que por la manipulación de las telas se liberan partículas las cuales pueden causar enfermedades respiratorias a los trabajadores, por lo cual se determina usar protección de seguridad industrial para disminuir este impacto.

- **Impacto sobre el agua**

Se ha dado una calificación impacto bajo negativo, ya que no se utiliza mucha agua en la producción de los productos, es decir la producción no genera ninguna clase de aguas residuales.

- **Contaminación de ruido**

La contaminación del ruido afecta a los trabajadores, ya que el ruido de las maquinas puede ocasionar enfermedades profesionales, por lo cual se empleara protección industrial y disminuir este impacto.

- **Alteración del suelo**

No existe un gran impacto es por eso que se le ha dado una calificación de bajo negativo, ya que hacemos uso del suelo pero no hacemos ninguna alteración a la vegetación, vida silvestre, porque la microempresa estará ubicada en una zona rural.

- **Energía**

La energía con la cual van a funcionar las maquinas será la energía eléctrica, la cual es renovable y no produce ninguna clase de radiación por lo cual no produce un gran impacto y tiene una calificación bajo negativo.

7.5 Impacto general

Tabla 90 Impacto general

INDICADORES	IMPACTO GENERAL							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Económico							x	3
Social-Cultural						x		2
Empresarial							x	3
Ambiental			x					-1
TOTAL PARCIAL								7
PROMEDIO								1,75

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

$$\text{Impacto general} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto general} = \frac{7}{4} = 1,75 \text{ Impacto medio positivo}$$

- **Análisis**

De acuerdo a la investigación en cuadro de impacto general se observa que la creación de la microempresa genera un impacto positivo medio, es decir que no solo beneficiará a la propietaria de la compañía, sino también a los trabajadores, clientes y los demás stakeholder, así mismo a la población del cantón Otavalo y sus alrededores en el sector económico, social-cultural, empresarial y ambiental, ya que brinda fuentes de empleo, incentiva creación de nuevos proyectos, no afecta al medio ambiente, entre otros.

CONCLUSIONES

- En el diagnóstico situacional se recopiló importante información que nos permitió identificar a los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del cantón Otavalo, determinando que si existe oportunidad de inversión ya que existen factores que posibilitan la viabilidad del proyecto como ser un sector turístico, comercial, cuenta con todos los servicios básicos y seguridad.
- El marco teórico permitió obtener mayores conocimientos teóricos y científicos, los cuales fueron una base importante para clarificar el proceso que debía seguir al momento de realizar el estudio del proyecto.
- En el estudio de mercado se analizó la oferta y la demanda mediante una investigación de campo, y se determinó que existe una demanda insatisfecha de 13601 unidades en camisas y 12358 en unidades de centros, ya que los ofertantes no cubren toda la demanda, dando como resultado la entrega tardía de prendas kayambis y poca innovación en los diseños, aspectos importantes para el estudio ya que se desea satisfacer las necesidades de dicha demanda.
- En el estudio técnico fue la base para determinar el tamaño del proyecto, es decir la demanda a satisfacer, se concluye abastecer el 10% de la demanda insatisfecha. Se identificó los recursos que se necesita para dar inicio a las actividades y continuamente conformar el capital de trabajo y la inversión total con el objetivo de obtener mayor eficiencia en las actividades.
- El estudio financiero nos brindó un panorama más amplio de la viabilidad y rentabilidad del proyecto, se evaluó tanto económicamente y financieramente mediante los estados proforma y los evaluadores financieros los cuales nos indican que el proyecto es viable, ya

que genera una gran rentabilidad. Se identifico un VAN de 23.960,05 positivo, lo que concluye que el proyecto es rentable, en la TIR se obtuvo el 24,14% indicando que al inversionista se devuelve el 11,26% de rentabilidad en la vida útil del proyecto. Además de brindar seguridad en cuanto al periodo de recuperación de la inversión y la obtención de utilidades.

- Correspondientemente se elaboró la estructura organizacional en la cual se define las políticas, misión, visión de la microempresa, con el objetivo de mejorar la productividad, ya que es la parte formal que ayuda a mejorar los procesos y la relación existente entre los miembros de la organización, para alcanzar los objetivos de la microempresa.
- Finalmente se evaluó los impactos, en los aspectos económico, social, cultural, empresarial y ambiental, dándonos un impacto general medio positivo, es decir que la creación de la microempresa no solo beneficia al propietario, sino a toda la sociedad, contribuyendo con el desarrollo económico, social, cultural, empresarial y ambiental.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda crear la microempresa en el cantón Otavalo, ya que existe mayor oportunidad de inversión en este sector, lo cual brindara fuentes de empleo, contribuyendo al desarrollo económico del sector.
- Ampliar las fuentes bibliográficas ya que no existe muchos documentos acerca de la ropa típica del ecuador en especial de la cultura indígena kayambi.
- Aprovechar la demanda insatisfecha de la ropa indígena kayambi, y tener mayor apoyo por parte del gobierno, ya que muchos de los proyectos no se llevan a cabo por falta de capital.
- Buscar proveedores a gran escala, para minimizar los costos y cumplir con toda la normativa legal para el buen funcionamiento de la organización y no obtener inconvenientes con la ley, ya que desprestigian a la microempresa y dan generan pérdidas.
- Siempre estar innovando tanto en la tecnología como en el diseño de los productos, para ofrecer bienes de calidad y satisfacer a los clientes, por ende se obtendrá mayor rentabilidad.
- Entregar al personal de la empresa la estructura administrativa de la microempresa y los manuales de funciones, para obtener mayor eficiencia en las actividades.
- Buscar alternativas de comercialización que ayuden a maximizar las ventas, y posteriormente incursionar en la expansión de la microempresa.

BIBLIOGRAFÍA

Araujo Arévalo, D. (2012). *Proyectos de Inversión*. México: TRILLAS.

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw - Hill.

Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Sexta Edición.

Bello, R. (// de Noviembre de 2009). *CEPAL*. Obtenido de CEPAL:
http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto_rbbcproy.pdf

Bravo Valdivieso, M. (2011). *CONTABILIDAD GENERAL*. Quito: ESCOBAR impresiones.

Cantos Aguirre, E. (2006). *Diseño y gestión de microempresas*. Quito: CODEU/ 2006 (2008).

Censos, I. E. (2010). *Población por área, según provincia, cantón y parroqui de empadronamiento y grupos étnicos*. Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/?s=poblaci%C3%B3n>

CODENPE. (21 de 07 de 2015). *Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador*. Obtenido de Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador:
http://www.codenpe.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=147:kayambi&catid=85

Cordova Padilla, M. (2011). *Formulación Y Evaluación De Proyectos*. Bogotá: ECO EDISIONES.

Dirección de métodos, A. d. (21 de 02 de 2014). *SEMPLADES, Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1004_OTAVALO_IMBABURA.pdf

Dra. Soraya Rhea González. (2012). *Trabajo de Grado*. Ibarra Ecuador: Universidad Técnica del Norte Primera edición.

Ecuador, B. C. (12 de Marzo de 2015). *Indicadores Económicos*. Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo

Estupiñañ G, R. (2012). *Estados financieros básicos bajo NIC/NIF*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

Flórez Uribe, J. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Hansen-Hoolm, M., & Chavéz, L. (2012). *NIF para PYMES Teoría y Práctica*. Guayaquil: Hansen-Hoolm .

Herrera, P., & Eliecer, J. (2013). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Koontz, H., & Weihrich, H. (2004). *Elementos de Administracion*. Mexico: Mc.Graw Hill.

LEXUS. (2013). *Manual de Contabilidad y Costos*. Barcelona España: Lexus Editores.

Meza Orozco, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Monteros, E. (2005). *Manual de Gestion Empresarial*. Ibarra, Ecuador: Universitaria.

Mora Zambrano, A. (2010). *Mtemáticas financieras*. Colombia: ALFAOMEGA.

Otavaló, G. A. (2010). *PDOT*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/OTAVALO/INFORMACION_GAD/03%20CANTON%20OTAVALO_PDOT/PDOT-Otavaló.pdf

- Salazar, C. F., García García, K., Macías Leiva, L., Pérez Avellaneda, A., & Tomsich, C. (15 de Marzo de 2015). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Libros/Socioeconomico/Mujeres_y_Hombres_del_Ecuador_en_Cifras_III.pdf
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversion Formulación y Evaluación*. Chile: PERSON EDUCACIÓN.
- Sapag Chaín, N., & Sapag Chaín, R. (2008). *Preparación y Evaluación de proyectos*. McGraw-Hill Interamericana. S.A.
- Sarmiento, R. (2010). *Contabilidad Costos*. Quito: Andinos.
- Segade, J. (2007). *ADMINISTRACIÓN DE ORGANIZACIONES* . Buenos Aires: MACCHI GRUPO EDITOR S.A.
- Zapata Sanchez, P. (2011). *Contabilidad General* . Bogota: MCGrawHill.

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES POTENCIALES DE ROPA INDÍGENA KAYAMBI

Objetivo: Identificar las oportunidades de aceptación que tiene el producto Ropa Indígena Kayambi que la nueva empresa desea comercializar con relación a la oferta y demanda.

Indicaciones: marque con una X una sola respuesta de su preferencia.

Datos preliminares:

Edad: Ingreso:

Lugar de residencia: Profesión:

Preguntas:

1. ¿En qué lugar compra usted su vestimenta Kayambi?

Almacenes ()

Mercado ()

Casas particulares ()

Otros

2. ¿Dónde adquiere su vestimenta Kayambi?

Cayambe ()

Ibarra ()

Otavalo ()

Otros.....

3. **¿Cuál es la frecuencia de compra de ropa Kayambi?**

Cada mes	
Cada dos meses	
Cada tres meses	
Cada seis meses	
Otra	

4. **¿Qué tipo de ropa indígena Kayambi prefiere comprar?**

Camisas	
Camisas bordadas a mano	
Camisas bordadas en maquina	
Camisas bordadas en computadora	

Centros	
Centros con greca	
Centros bordados	

5. **¿Cuál es el precio promedio que pagaría por la ropa indígena Kayambi?**

Camisas		Centros	
De 30,00 a 60,00	()	De 35,00 a 40,00	()
De 61,00 a 90,00	()	De 41,00 a 60,00	()
De 90,00 a 120,00	()	Más de 60,00	()
Más de 120,00	()		

6. **¿Compraría usted nuestro producto elaborado en nuestro cantón?**

Si ()
No ()

7. **¿Cuántas unidades de camisas y centros estaría dispuesto a comprar anualmente?**

Camisas		Centros	
Menos de 3	()	Menos de 3	()
De 3 a 6	()	De 3 a 6	()
Más de 6	()	Más de 6	()

8. **¿Cuál es el detalle primordial en el momento que usted está realizando la compra de ropa indígena kayambi?**

Diseños ()
Colores ()
Precios ()
Calidad ()
Marca ()
Variedad ()
Entrega a domicilio ()
Atención personalizada ()
Otros ()

9. **¿Escoja la dificultad que usted tiene para adquirir ropa indígena Kayambi para su uso en la ciudad de Otavalo?**

- Mala calidad ()
- Precios altos ()
- Pocos diseños ()
- Mal servicio ()
- Ninguna ()
- Otro.....

10. **En la siguiente escala, señale su grado de satisfacción al utilizar la ropa indígena Kayambi existente actualmente en el mercado:**

- 100% ()
- 80% ()
- 60% ()
- 50% ()
- Menos del 50% ()

11. **¿Le gustaría que exista un nuevo centro de oferta de ropa indígena Kayambi en el cantón Otavalo?**

- Si ()
- No ()

Gracias por su colaboración

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES O DUEÑOS DE LOS PUNTOS DE VENTA DE ROPA INDÍGENA KAYAMBI

Preguntas:

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
2. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a esta actividad?
3. ¿A qué se debe el éxito de si negocio?
4. ¿Cuántas camisas fabrica diariamente y de qué tipo?
5. ¿Cuántos centros fabrica diariamente y de qué tipo?
6. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar las camisas?
7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar los centros?
8. ¿De qué manera hace la adquisición de la materia prima?
9. ¿Cuánto tiempo utiliza en elaborar los productos?
10. ¿Qué tipo de camisas vende con mayor frecuencia?
11. ¿Qué tipo de centros vende con mayor frecuencia?
12. ¿Cómo define los precios de las camisas y los centros?
13. ¿Quiénes son sus principales clientes?
14. ¿En una semana cuantos visitantes promedio tiene su local?
15. ¿Cuál es la rentabilidad que usted tiene de acuerdo a sus ventas?

ANEXO 3.- ENTREVISTAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES O DUEÑOS DE LOS PUNTOS DE VENTA DE ROPA INDÍGENA KAYAMBI

Entrevistado: Maria Chicarza de la Cruz

Preguntas:

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
me gusto hacer las camisas y compre una maquina, me fue bien y compre mas cosas para mi negocio.
2. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a esta actividad?
Trabajo desde que tenia 15 años, ya tengo 67 años.
3. ¿A qué se debe el éxito de su negocio?
A que fuimos los primeros en realizar las prendas y la calidad.
4. ¿Cuántas camisas fabrica diariamente y de qué tipo?
En una camisa un día a computadora
5. ¿Cuántos centros fabrica diariamente y de qué tipo?
Unos doce centros diarios deloque me piden, con greca o bordado.
6. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar las camisas?
Tela Ronald, tela dracon, hilo de colores.
7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar los centros?
Hilo pinto, tela indulana, greca, barredera
8. ¿De qué manera hace la adquisición de la materia prima?
Compro en Quito, en la manozca, es una fabrica que queda por el Inca.
9. ¿Cuánto tiempo utiliza en elaborar los productos?
Una camisa a mano depende de la agilidad, puede ser quince días hasta un mes, la camisa a computadora unas ocho horas, en cuanto a los centros dos horas.
10. ¿Qué tipo de camisas vende con mayor frecuencia?
Yo vendo todo clase de camisas a mano o bordada a maquina.
11. ¿Qué tipo de centros vende con mayor frecuencia?
Pues de todo con greca o bordado.
12. ¿Cómo define los precios de las camisas y los centros?
Los centros hay de todo precio de \$40,00, \$50,00, hasta \$65,00, y las camisas pues desde \$7500 y estos precios son por la materia prima y el
13. ¿Quiénes son sus principales clientes? trabajo.
Yo he vendido a todos, percomas indígenas, mestizas y extranjeras.
14. ¿En una semana cuantos visitantes promedio tiene su local?
Ante mas de 150 phora unos 80.
15. ¿Cuál es la rentabilidad que usted tiene de acuerdo a sus ventas?
Es buena la rentabilidad gana como un 30% de cada producto.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES O DUEÑOS DE LOS PUNTOS DE VENTA DE ROPA INDÍGENA KAYAMBI

Entrevistado:

Preguntas: Señora Susana Inuca

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
Mi abuelo realizaba estas camisas artesanalmente y me decidí a realizar el negocio y por economía también
2. ¿Cuánto tiempo lleva dedicándose a esta actividad?
Desde 1997, unos 18 años
3. ¿A qué se debe el éxito de su negocio?
A la calidad de mis prendas
4. ¿Cuántas camisas fabrica diariamente y de qué tipo?
4 camisas de máquina al día y una al mes de mano
5. ¿Cuántos centros fabrica diariamente y de qué tipo?
5 centros de greca al día y unos 5 bordados
6. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar las camisas?
En las camisas a computadora utilizo tela dacron para bordados cada metro cuesta \$ 2,00 el rollo de 12m, cuesta \$ 24 utilizo 1/2 metro
7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar los centros?
Se utiliza paño acrílico 2m, en cada centro, c/m cuesta \$4, el rollo de 12m cuesta \$48
8. ¿De qué manera hace la adquisición de la materia prima?
En la bordadora se utiliza 4,5m y cuesta 0,23 c/m, el rollo de banda cuesta \$45, viene en 20m
9. ¿Cuánto tiempo utiliza en elaborar los productos?
Las direcciones es Manabara y Aez de Agosto en la fábrica Etiketek
Camisas 8 horas y en centros 2 horas
10. ¿Qué tipo de camisas vende con mayor frecuencia?
A computadora unas 15
11. ¿Qué tipo de centros vende con mayor frecuencia?
Vendo 15 la mayoria de greca
12. ¿Cómo define los precios de las camisas y los centros?
Por la mano de obra y la materia prima
13. ¿Quiénes son sus principales clientes?
Comunidades de San Pablo
14. ¿En una semana cuantos visitantes promedio tiene su local?
Mas de 30 personas al día
15. ¿Cuál es la rentabilidad que usted tiene de acuerdo a sus ventas?
Si es muy buena

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES O DUEÑOS DE LOS PUNTOS DE VENTA DE ROPA
INDÍGENA KAYAMBI

Entrevistado: Señora María Susana Lita

Preguntas:

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
La verdad a mi me gusta la artesanía y confección, en realidad porque me gusta.
2. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a esta actividad?
Llevo dedicada 20 años.
3. ¿A qué se debe el éxito de su negocio?
He tenido fracasos como todo negocio, pero mi éxito lo debo a la perseverancia para alcanzar mis metas y por ende también el materialismo, porque un negocio es para tener dinero.
4. ¿Cuántas camisas fabrica diariamente y de qué tipo?
Una camisa diaria en máquina industrial.
5. ¿Cuántos centros fabrica diariamente y de qué tipo?
Ocho centros depende de los pedidos, a veces piden más de greca y otros bordados pero se fabrica casi igual.
6. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar las camisas?
En las camisas hilo de seda, tela floral para los dibujos, tela día con para el cuerpo y encaje batista bordada.
7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar los centros?
Tela indiana o paño acrílico, batidora, greca e hilo.
8. ¿De qué manera hace la adquisición de la materia prima?
En una fábrica en Quito, queda por el sector Vilanova, no recuerdo el nombre.
9. ¿Cuánto tiempo utiliza en elaborar los productos?
Camisas a máquina industrial 8 horas y centros 4 horas, depende de los adornos del centro.
10. ¿Qué tipo de camisas vende con mayor frecuencia?
Las camisas Kayambis a máquina industrial, algunas a mano.
11. ¿Qué tipo de centros vende con mayor frecuencia?
Vendo de todo pero más los centros con greca.
12. ¿Cómo define los precios de las camisas y los centros?
Por los materiales, la mano de obra, la luz, agua, arriendo y la ganancia.
13. ¿Quiénes son sus principales clientes?
Los Kayambis, pero también compran mestres para bailar como trajes e incluso turistas.
14. ¿En una semana cuantos visitantes promedio tiene su local?
Más o menos unos 50 al día.
15. ¿Cuál es la rentabilidad que usted tiene de acuerdo a sus ventas?
Si es buena, en especial en temporadas de fiestas da más ganas de trabajar hay más producción.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES O DUEÑOS DE LOS PUNTOS DE VENTA DE ROPA
INDÍGENA KAYAMBI

Entrevistado: Señora Elba Pijal

Preguntas:

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
Por necesidad económica
2. ¿Cuánto tiempo lleva dedicado a esta actividad?
Llevo 12 años
3. ¿A qué se debe el éxito de su negocio?
Calidad de la mano de obra.
4. ¿Cuántas camisas fabrica diariamente y de qué tipo?
Una camisa diaria, dependiendo de los pedidos, yo fabrico camisas a mano y a computadora
5. ¿Cuántos centros fabrica diariamente y de qué tipo?
A veces 8 dependiendo de la demanda, a veces 5.
6. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar las camisas?
Tela, hilo, encajes.
7. ¿Qué tipo de materiales utiliza para elaborar los centros?
Tela, greca, hilo pinto de cocer y bañadera
8. ¿De qué manera hace la adquisición de la materia prima?
En una distribuidora en Quito, se llama Etiketex
9. ¿Cuánto tiempo utiliza en elaborar los productos?
Una camisa un día, en cambio un centro tres horas.
10. ¿Qué tipo de camisas vende con mayor frecuencia?
Camisas a computadora
11. ¿Qué tipo de centros vende con mayor frecuencia?
Los centros con greca, aunque bordados a computadora también vendo.
12. ¿Cómo define los precios de las camisas y los centros?
De acuerdo a lo que cueste la producción, la camisa a computadora la vendo a \$75,00, camisa a mano \$125,00, y el centro de greca a \$40,00.
13. ¿Quiénes son sus principales clientes?
Los indígenas del campo de la ciudad de Cayambe.
14. ¿En una semana cuántos visitantes promedio tiene su local?
Unas 50 personas al día, a la semana pues 300.
15. ¿Cuál es la rentabilidad que usted tiene de acuerdo a sus ventas?
Es buena sino, no hiciera los centros, si tengo ganancias.

ANEXO 4.-TABLA DE AMORTIZACIÓN

Periodos	Inicial	Interés	Amort	Cuota	Final
0					USD 34.000,00
1	USD 34.000,00	USD 293,11	USD 435,08	USD 728,19	USD 33.564,92
2	USD 33.564,92	USD 289,36	USD 438,83	USD 728,19	USD 33.126,10
3	USD 33.126,10	USD 285,58	USD 442,61	USD 728,19	USD 32.683,49
4	USD 32.683,49	USD 281,76	USD 446,42	USD 728,19	USD 32.237,07
5	USD 32.237,07	USD 277,91	USD 450,27	USD 728,19	USD 31.786,79
6	USD 31.786,79	USD 274,03	USD 454,16	USD 728,19	USD 31.332,64
7	USD 31.332,64	USD 270,12	USD 458,07	USD 728,19	USD 30.874,57
8	USD 30.874,57	USD 266,17	USD 462,02	USD 728,19	USD 30.412,55
9	USD 30.412,55	USD 262,18	USD 466,00	USD 728,19	USD 29.946,54
10	USD 29.946,54	USD 258,17	USD 470,02	USD 728,19	USD 29.476,53
11	USD 29.476,53	USD 254,11	USD 474,07	USD 728,19	USD 29.002,45
12	USD 29.002,45	USD 250,03	USD 478,16	USD 728,19	USD 28.524,29
13	USD 28.524,29	USD 245,91	USD 482,28	USD 728,19	USD 28.042,01
14	USD 28.042,01	USD 241,75	USD 486,44	USD 728,19	USD 27.555,58
15	USD 27.555,58	USD 237,55	USD 490,63	USD 728,19	USD 27.064,94
16	USD 27.064,94	USD 233,32	USD 494,86	USD 728,19	USD 26.570,08
17	USD 26.570,08	USD 229,06	USD 499,13	USD 728,19	USD 26.070,95
18	USD 26.070,95	USD 224,76	USD 503,43	USD 728,19	USD 25.567,52
19	USD 25.567,52	USD 220,42	USD 507,77	USD 728,19	USD 25.059,75
20	USD 25.059,75	USD 216,04	USD 512,15	USD 728,19	USD 24.547,60
21	USD 24.547,60	USD 211,62	USD 516,56	USD 728,19	USD 24.031,04
22	USD 24.031,04	USD 207,17	USD 521,02	USD 728,19	USD 23.510,02
23	USD 23.510,02	USD 202,68	USD 525,51	USD 728,19	USD 22.984,51
24	USD 22.984,51	USD 198,15	USD 530,04	USD 728,19	USD 22.454,48
25	USD 22.454,48	USD 193,58	USD 534,61	USD 728,19	USD 21.919,87
26	USD 21.919,87	USD 188,97	USD 539,22	USD 728,19	USD 21.380,65
27	USD 21.380,65	USD 184,32	USD 543,87	USD 728,19	USD 20.836,79
28	USD 20.836,79	USD 179,63	USD 548,55	USD 728,19	USD 20.288,23
29	USD 20.288,23	USD 174,90	USD 553,28	USD 728,19	USD 19.734,95
30	USD 19.734,95	USD 170,13	USD 558,05	USD 728,19	USD 19.176,90
31	USD 19.176,90	USD 165,32	USD 562,86	USD 728,19	USD 18.614,03
32	USD 18.614,03	USD 160,47	USD 567,72	USD 728,19	USD 18.046,31
33	USD 18.046,31	USD 155,58	USD 572,61	USD 728,19	USD 17.473,70
34	USD 17.473,70	USD 150,64	USD 577,55	USD 728,19	USD 16.896,16
35	USD 16.896,16	USD 145,66	USD 582,53	USD 728,19	USD 16.313,63
36	USD 16.313,63	USD 140,64	USD 587,55	USD 728,19	USD 15.726,08
37	USD 15.726,08	USD 135,57	USD 592,61	USD 728,19	USD 15.133,47
38	USD 15.133,47	USD 130,46	USD 597,72	USD 728,19	USD 14.535,75
39	USD 14.535,75	USD 125,31	USD 602,87	USD 728,19	USD 13.932,87
40	USD 13.932,87	USD 120,11	USD 608,07	USD 728,19	USD 13.324,80
41	USD 13.324,80	USD 114,87	USD 613,31	USD 728,19	USD 12.711,49
42	USD 12.711,49	USD 109,58	USD 618,60	USD 728,19	USD 12.092,88
43	USD 12.092,88	USD 104,25	USD 623,93	USD 728,19	USD 11.468,95
44	USD 11.468,95	USD 98,87	USD 629,31	USD 728,19	USD 10.839,64
45	USD 10.839,64	USD 93,45	USD 634,74	USD 728,19	USD 10.204,90
46	USD 10.204,90	USD 87,98	USD 640,21	USD 728,19	USD 9.564,69
47	USD 9.564,69	USD 82,46	USD 645,73	USD 728,19	USD 8.918,96
48	USD 8.918,96	USD 76,89	USD 651,30	USD 728,19	USD 8.267,66
49	USD 8.267,66	USD 71,27	USD 656,91	USD 728,19	USD 7.610,75
50	USD 7.610,75	USD 65,61	USD 662,57	USD 728,19	USD 6.948,17
51	USD 6.948,17	USD 59,90	USD 668,29	USD 728,19	USD 6.279,89

52	USD	6.279,89	USD	54,14	USD	674,05	USD	728,19	USD	5.605,84
53	USD	5.605,84	USD	48,33	USD	679,86	USD	728,19	USD	4.925,98
54	USD	4.925,98	USD	42,47	USD	685,72	USD	728,19	USD	4.240,26
55	USD	4.240,26	USD	36,55	USD	691,63	USD	728,19	USD	3.548,63
56	USD	3.548,63	USD	30,59	USD	697,59	USD	728,19	USD	2.851,04
57	USD	2.851,04	USD	24,58	USD	703,61	USD	728,19	USD	2.147,43
58	USD	2.147,43	USD	18,51	USD	709,67	USD	728,19	USD	1.437,75
59	USD	1.437,75	USD	12,39	USD	715,79	USD	728,19	USD	721,96
60	USD	721,96	USD	6,22	USD	721,96	USD	728,19	USD	(0,00)
TOTAL			USD	9.691,18	USD	34.000,00	USD	43.691,18		

ANEXO 5.- PROFORMA EQUIPO DE COMPUTACION POINT

Portátiles hp

"¿Cuánto más cómodo es un portátil hp?"

BAJO DE PRECIO

OFERTA \$ 509
24 CUOTAS

\$27,64

P.V.P. 722,64

HP 14-365
- E1 6670 - RAM 4GB - DISCO 500GB
- PANTALLA 14" - CÁMARA WEB
- FREE DOS

BAJO DE PRECIO

OFERTA \$ 629
24 CUOTAS

\$30,56

P.V.P. 792,33

HP 1509SLA / HP 1507SLA
- E1 7101 - RAM 4GB
- DISCO 500GB - PANTALLA 15,5"

BAJO DE PRECIO

OFERTA \$ 699
24 CUOTAS

\$33,96

P.V.P. 817,20

HP 1400SLA
- CEL N2630 - RAM 4GB
- DISCO 500GB - PANTALLA 14"

OFERTA \$ 799
24 CUOTAS

\$38,82

P.V.P. 1014,72

HP 1400SLA
- PENTIUM N2630
- RAM 4GB
- DISCO 750GB
- PANTALLA 14"

OFERTA \$ 679
24 CUOTAS

\$42,70

P.V.P. 1114,20

HP 1400SLA
- PENTIUM N2630
- RAM 4GB
- DISCO 500GB
- GIGABIT
- PANTALLA 14"

OFERTA \$ 929
24 CUOTAS

\$47,37

P.V.P. 1238,24

HP 1400SLA
- PENTIUM N2630
- RAM 4GB
- DISCO 500GB
- PANTALLA 14"

BAJO DE PRECIO

OFERTA \$ 999
24 CUOTAS

\$48,53

P.V.P. 1248,72

HP 1400SLA
- PENTIUM N2630
- RAM 4GB
- DISCO 750GB
- DISCO DVD
- PANTALLA 14"

OFERTAS 1129
24 CUOTAS

\$54,66

P.V.P. 1428,72

HP 1400SLA
- PENTIUM N2630
- RAM 4GB
- DISCO 500GB
- PANTALLA 14"

OFERTA \$ 1399
24 CUOTAS

\$67,00

P.V.P. 1593,24

HP 1400SLA
- E1 6670
- RAM 4GB
- DISCO 750GB
- PANTALLA 14"

GRATIS

IMPRESORA MULTIFUNCION

POR LA COMPRA DE CALCULADOR LAPTOP AL INICIO DE LA CUOTA EN ESTA PAGINA

\$35,90

P.V.P. 798,53

HP 1400SLA / HP 1400SLA
- CEL N2630 - RAM 4GB
- DISCO 500GB
- PANTALLA 14"

\$43,68

P.V.P. 1142,72

HP 1400SLA / HP 1400SLA
- CEL N2630 - RAM 4GB
- DISCO 500GB
- PANTALLA 14"

\$53,39

P.V.P. 1395,72

HP 1400SLA
- CEL N2630 - RAM 4GB
- DISCO 500GB
- PANTALLA 13,3"

\$58,54

P.V.P. 1503,36

HP 1400SLA
- CEL N2630 - RAM 4GB
- DISCO 500GB
- PANTALLA 14"

\$46,88

P.V.P. 1258,56

PC HP 19-202SLA
- PENTIUM E1 6670
- RAM 4GB
- DISCO 1 TB

\$43,48

P.V.P. 1103,64

PC HP 19-202SLA
- PENTIUM E1 6670
- RAM 4GB
- DISCO 1 TB
- PANTALLA 19,5" - DVD RW

ANEXO 6.- PROFORMA EQUIPO DE COMPUTACIÓN SHIKARY

Dir.: Sucre 12-06 Y Morales Telf.: 06-2920323—Otavalo—Ecuador



Punto Tecnológico

Dual Core



\$ 580

- RAM 4GB
- DISCO 500GB
- MONITOR 18.5"
- DVD-RW



Core i3

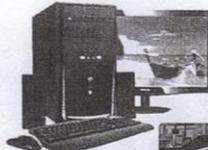


\$ 675

- RAM 4GB
- DISCO 1TB
- MONITOR 18.5"
- DVD-RW



Core i5



\$ 895

- RAM 4GB
- DISCO 2TB
- MONITOR 18.5"
- DVD-RW



GRATIS



SILLA



CAMARA WEB



PAD MOUSE



MEMORY 8GB



MESA



REGULADOR



IMPRESORA



AUDIFONO

Valido hasta 2015/Agosto/10

ANEXO 7.- MAQUINARIA

VENDEDOR	NOTA/PEDIDO	DESPACHO	GUÍA REMISIÓN	FORMA DE PAGO

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNIT.	VALOR TOTAL
	Maquina Bordadora brother semiindustrial PR655	5	7800,00	39000,00
	Maquina de socer SB7050e	2	490,00	980,00
			Subtotal	35696,43
			I.V.A 0%	
			I.V.A 12%	4283,57
			Total factura	39980,00

SERVIMAQ **TODAS**
Ventas y Servicio Técnico

PROFORMA

*Planta y Oficinas: Quito Y Bolívar,
Frente Al Cuerpo De Bomberos, Barrio: Cent
Telfa: +(593) (6) Cel:0986*

CLIENTE: Confecciones Kayambi

DIRECCIÓN: Sucre y Quiroga

TELÉFONO:

FECHA: 10/05/2015

R.U.C./C.I.:

ANEXO 8.- MAQUINARIA

 MAINCO Máquinas Industriales de Confección		PROFORMA S-001-001-		
Planta y Oficinas: Calle Bolívar y Quito Telfs: 062 923 999 Celular 098 0015520 - 0999 466379 Email: grupomainco@andinanet.net				
CLIENTE: DIRECCIÓN: TELÉFONO:	CONFECCIONES KAYAMBI OTAVALO (SUCRE Y QUIROGA)		FECHA: 10/05/2015 R.U.C./C.I.:	
<i>Vendedor</i>	<i>Nota/Pedid a</i>	<i>Despacho</i>	<i>Guía Remisión</i>	<i>Forma de Pago</i>
<i>Código</i>	<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>V.Unit.</i>	<i>Valor Total</i>
	Maquina Bordadora brother semiindusrtrial PR655	5	8200,00	41000,00
	Maquina de socer SB7050e	2	520,00	1040,00
			Subtotal	37535,71
			I.V.A 0%	
			I.V.A 12%	4504,29
			Total factura	42040,00

ANEXO 9.- MATERIA PRIMA

 Etiquetex s.a. INDUSTRIA DE ETIQUETAS Y CINTAS TEJIDAS		R.U.C 1790482987001		
Planta y Oficinas: Quito Juan de Sélis N76-24 y Tadeo Benítez, C.P 170310 Telfs: (593-02) 2472-859 / 2482-728 / 2479-346; Email: info@etiquetex.com Oficina Guayaquil: Vélez 539 y García Aviles, C.P. 090312 Primer piso, Of. 101 Telf: (592-04) 2511-385		S- 001- PROFORMA 001- Autorización S.R.I Nº 1115752310 F.AUT.: 16/OCTUBRE/2014 VALIDO HASTA 16/OCTUBRE/2015		
CLIENTE: DIRECCIÓN: TELÉFONO:	CONFECCIONES KAYAMBI SUCRE Y QUIROGA	FECHA: R.U.C./C.L:		
Vendedor	Nota/Pedido	Despacho	Guía Remisión	Forma de Pago
Código	Descripción	Cantidad	V.Unit.	Valor Total
ROLLO	TELA DACRON	1	24,00	24,00
ROLLO	PEPELINA	1	30,00	30,00
TUBO	HILO SEDA	1	4,90	4,90
TUBO	HILO PINTO	1	2,50	2,50
ROLLO	ENCAJE	1	72,00	72,00
ROLLO	TELA ACRILICO	1	48,00	48,00
ROLLO	BARREDERA	1	45,00	45,00
ROLLO	GRECA	1	50,00	50,00
IMPRENTA "LA REA" AULESTIA ARMAS EDISON EDMUNDO, RUC :17155602780001,			Subtotal	246,79
			I.V.A 0%	
			I.V.A 12%	29,61
			Total factura	276,40

ANEXO 10.- MUEBLES Y ENSERES

R.U.C 179482987001	
PROFORMA S-001	
<i>Planta y Oficinas: Camilo Moreno N°39-30</i> <i>Teléfono: 280 6876 0994811171</i> <i>Email: ruffeguzman60@hotmail.com</i>	Autorización S.R.I N° 1115752310 F.AUT.: 16/OCTUBRE/2014 VALIDO HASTA 16/OCTUBRE/2015

DETALLE	CANTIDAD	PREC. UNIT	PREC. TOTAL
ESCRITORIOS	2	USD 200,00	USD 400,00
SILLAS GIRATORIAS	3	USD 65,00	USD 195,00
SILLAS DE ESPERA	4	USD 35,00	USD 140,00
ARCHIVADORES MADERA	2	USD 70,00	USD 140,00
SILLAS DE TRABAJO	4	USD 35,00	USD 140,00
MESAS DE TRABAJO	2	USD 60,00	USD 120,00
PERCHAS DE MADERA PARA BODEGA	4	USD 100,00	USD 400,00
ANAQUEL CON 6 CAJONERAS	1	USD 70,00	USD 70,00
VITRINAS METÁLICAS	2	USD 70,00	USD 140,00
PLANCHA PARA ESTANTERIA DE ROPA	2	USD 90,00	USD 180,00
TOTAL			USD 1.925,00