



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PIJAMAS CON DISEÑOS EXCLUSIVOS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

TUTOR: EC. LUIS CERVANTES

AUTOR: JARAMILLO CARANQUI JULIO ISAAC
VEGA TERÁN JENNY PAULINA

IBARRA, 2016

Resumen ejecutivo

Realizar un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PIJAMAS CON DISEÑOS EXCLUSIVOS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.”; es de vital importancia en el sector ya que este estudio arrojará datos cuantitativos y cualitativos mostrando la satisfacción y preferencias que tienen los turistas en el consumo de pijamas, tanto en sus modelos, sus precios y su calidad, en la actualidad se puede observar que existen en el mercado los mismos diseños de este producto lo que genera inconformidad e insatisfacción en los clientes. Dentro de este sector no se puede identificar claramente a una empresa que se preocupe por el confort y preferencia que tienen los consumidores, provocando modelos repetitivos y sin un valor agregado. La falta de iniciativa da espacio al posicionamiento de productos los cuales pertenecen a otros sectores u otras naciones como Perú y Colombia los cuales hacen competencia con sus precios ya que su mano de obra es más barata. En el proceso de la investigación se realizó un diagnóstico situacional en la ciudad de Atuntaqui con el fin de determinar la situación actual y sus factores los cuales influyen directa o indirectamente en el problema, mediante esto se determinó los aliados, oponentes, oportunidades y amenazas. Se realizó las bases teóricas científicas a través de una investigación bibliográfica, referente al contenido y a la estructura del estudio de factibilidad, este capítulo está orientado a contribuir en la planificación, fundamentos contables y estrategias de posicionamiento, todo esto ayuda a conocer el objeto de estudio cuya información es tomada en primer lugar de libros actualizados, revistas, manuales e internet. Esta información es recopilada, analizada y clasificada. En el capítulo tres tenemos el estudio de mercado desarrollado en Atuntaqui en cuál se identificó el segmento de mercado al cual está dirigida la investigación, mencionando que los principales consumidores son los turistas locales, nacionales e internacionales; los cuales visitan esta ciudad por su comercio y por su

reconocimiento a nivel nacional, se obtuvo información de la Fábrica Imbabura que entre los fines de semana y los principales feriados llegan 9.600 personas de los cuales se procedió a calcular la muestra dando 369 encuestas. En el estudio técnico se identificó la localización óptima en cual funcionará el proyecto, este es el lugar estratégico en Atuntaqui ya que cuenta con factores positivos los cuales favorecen la producción y comercialización de pijamas con diseños exclusivos. Para comenzar las actividades económicas es necesario una inversión la cual se obtendrá con un préstamo en el Banco Nacional del Fomento ya que apoya a la microempresa dando una tasa de interés más baja frente a otras instituciones financieras, en este capítulo se realizó el presupuesto de ingresos y gastos como sus proyecciones a cinco años y sus respectivos estados financieros determinando la factibilidad que generará el proyecto. Se ha definido la estructura orgánica de la microempresa con sus directrices administrativas, donde se enfoca en el talento humano. Los resultados de la evaluación de los impactos son positivos lo que demuestra que el proyecto es favorable y no genera algún daño al entorno ni al medio ambiente.

Abstract

Perform a "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A MICROENTERPRISE PRODUCTION AND MARKETING OF CHILDREN'S PAJAMAS WITH EXCLUSIVE DESIGNS IN ATUNTAQUI CITY, IMBABURA PROVINCE."; it is of vital importance in the sector because this study will cast qualitative and quantitative data. It shows satisfaction and preferences that tourists have in the pajamas consumption, both in their models, prices and quality. Today we can see that there are the same products design on the market, therefore it generates discontent and dissatisfaction with customers.

Within this sector, we cannot identify a company that cares about the comfort and preference that consumers have; so, it causes repetitive patterns without an added value. The lack of initiative gives space to the positioning of products which belong to other sectors and other countries such as Peru and Colombia which they compete with their prices because their labor is cheaper.

In the investigation process, we performed a situational diagnosis in Atuntaqui city in order to determine the current situation and factors which influence directly or indirectly on the problem, by this the allies, opponents, opportunities, and threats were determined. We performed scientific theoretical basis through a bibliographical research that concerns the content and structure of the feasibility study, this chapter aims to contribute to the planning, accounting fundamentals and positioning strategies, all this helps to know the object of study whose information is taken from date textbooks, magazines, manuals and internet.

This information is collected, analyzed and classified.

In chapter three we have a market research developed in Atuntaqui in which the market segment was identified to which the research is aimed, noting that the main consumers are the local, national and international tourists; who visit this city for its commerce and its national

recognition, we could obtain information about Imbabura Factory which asserted that between weekends and major holidays. 9.600 people of which we proceeded to calculate the sample in 369 surveys.

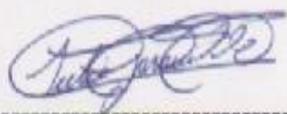
In the technical study, we identified the optimal location in which the project will work, this is a strategic place in Atuntaqui because it has positive factors which favor the production and marketing of pajamas with unique designs. To start the economic activities is necessary to make an investment which we will get it with a loan in the “Banco Nacional de Fomento” because it supports the microenterprise giving a lower interest rate compared to other financial institutions. In this chapter we made the budget revenue and the outlays as five-year and their respective financial statements determining the feasibility that the project will generate.

It defined the organic structure of the micro enterprise with its administrative guidelines, where human talent is focused. The results of the impact assessment are positive as it shows that the project is favorable and it does not cause any harm to the environment.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotros, **Julio Isaac Jaramillo Caranqui** y **Jenny Paulina Vega Terán** portadores de cédula de ciudadanía No. **040178211-5** y **100368240-6**, respectivamente declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría y los resultados de la investigación son de nuestra responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que hemos respetado las diferentes fuentes de información.

PREMIAS CON DISEÑOS EXCLUSIVOS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE
TUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA." considero al presente trabajo reúne
requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por
parte del tribunal examinador que se dicta.



Julio Isaac Jaramillo Caranqui
040178211-5



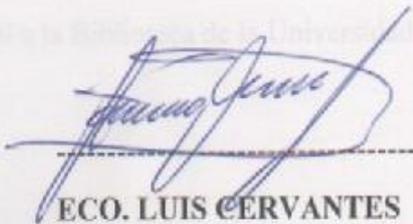
Jenny Paulina Vega Terán
100368240-6

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por los egresados **Julio Isaac Jaramillo Caranqui** y **Jenny Paulina Vega Terán** portadores de cédula de ciudadanía No. **040178211-5** y **100368240-6**, respectivamente para optar por el Título de INGENIERO COMERCIAL, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PIJAMAS CON DISEÑOS EXCLUSIVOS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.”** considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los días del mes de enero 2015.

Firma



ECO. LUIS CERVANTES
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Nosotros, **Julio Isaac Jaramillo Caranqui** y **Jenny Paulina Vega Terán** portadores de cédula de ciudadanía No. **040178211-5** y **100368240-6**, respectivamente manifestamos la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PIJAMAS CON DISEÑOS EXCLUSIVOS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autores nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos 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.

Julio Isaac Jaramillo Caranqui
040178211-5

Jenny Paulina Vega Terán
100368240-6

Barba, a los 17 días del mes de Marzo del 2016



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 dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a su disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CEDULA DE IDENTIDAD:	0401782115		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Jaramillo Caranqui Julio Isaac		
DIRECCION:	Mira, calle Narchin y Mira		
EMAIL:	julio.9.b@hotmail.com		
TELEFONO FIJO :	281 - 066	TELEFONO MOVIL	0985989097

DATOS DE CONTACTO			
CEDULA DE IDENTIDAD:	1003682406		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Vega Terán Jenny Paulina		
DIRECCION:	Atuntaqui, ciudadela Juan Manuel Maya		
EMAIL:	paulinavega_11@hotmail.com		
TELEFONO FIJO :	2909-634	TELEFONO MOVIL	0987600138

DATOS DE LA OBRA	
TITULO :	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PIJAMAS CON DISEÑOS EXCLUSIVOS PARA NIÑOS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.”
AUTORES :	Jaramillo Caranqui Julio Isaac Vega Terán Jenny Paulina
FECHA :	2016-03-17
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA :	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTAN:	Titulo de Ingenieria Comercial
ASESOR/ DIRECTOR:	Econ. Luis Cervantes

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotros, **Julio Isaac Jaramillo Caranqui y Jenny Paulina Vega Terán** portadores de cédula de ciudadanía **No. 040178211-5 y 100368240-6**, respectivamente, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 17 días del mes de Marzo de 2016.



Julio Isaac Jaramillo Caranqui
040178211-5



Jenny Paulina Vega Terán
100368240-6

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado es la constancia del esfuerzo, perseverancia y dedicación que día tras día obtuve en mis queridas aulas. En esta investigación dejo plasmado mis conocimientos obtenidos durante mi preparación profesional.

Dedico este trabajo de investigación a mis padres quienes que con su infinito amor y comprensión siempre se han preocupado de mí desde el momento en que llegue a este mundo, me han formado con principios y valores los cuales los aplico y me diferencio en cada momento, logrando salir victorioso frente a muchas adversidades que he tenido en la vida. Su perseverancia me ha llevado a conseguir nuevas metas y en esta oportunidad presento el resultado terminado con éxito mi trabajo de tesis.

Con mucho cariño Julio

DEDICATORIA

Esta tesis dedico primeramente a Dios que me ha permitido seguir adelante en mis propósitos y sueños, para mantenerme siempre en pie luchando día a día avanzando con mi proyecto hasta llegar a ser profesional y así cumplir mi meta.

Además con mucho amor a mis padres Isabel Terán y Avelino Vega que han estado siempre conmigo en las buenas y malas apoyándome en lo que necesite para seguir adelante y sobre todo a corregir mis errores y debilidades que he tenido.

A mis hermanos quienes me han aportado con consejos y apoyo económico para seguir en los estudios y llegar a ser una profesional y a mis profesores quienes me han guiado y corregido los pequeños errores y han incentivado a cumplir mis objetivos y metas.

Atentamente Paulina

AGRADECIMIENTO

En primer lugar quiero dedicar esta investigación al forjador de mi camino, a mi padre celestial quién me acompaña y me levanta en mi continuo tropiezo de mi vida.

A la Universidad Técnica del Norte por brindarme la oportunidad de pertenecer a su institución y poder optar por el título de “INGENIERO COMERCIAL” dando un paso en mi formación académica y profesional.

Un agradecimiento muy grato al Economista Luis Cervantes Director de Tesis notable profesional que con su experiencia y conocimientos se pudo culminar con gran satisfacción el presente trabajo de grado.

A toda mi familia por el apoyo brindado con los que aprendo y comparto los mejores momentos de mi vida.

Julio Jaramillo

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme dado la vida y sabiduría necesaria para lograr concluir con este trabajo de grado, su apoyo espiritual fue esencial para el logro de esta meta.

A mis padres y hermanos que gracias a su apoyo económico y moral pude concluir exitosamente esta etapa tan importante en mi vida.

A mi director de tesis Ec. Luis Cervantes quien estuvo en todo momento apoyándome y brindándome su ayuda en cualquier cosa que necesitaba y fue mi guía en el desarrollo del proyecto.

Al personal docente y administrativo de la Facultad de Ingeniería en Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte quienes me ayudaron a formarme como profesional y me impartieron sus valiosos conocimientos.

Atentamente Paulina

Presentación

El presente proyecto comprende el “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de pijamas con diseños exclusivos para niños en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura”. Se ha desarrollado con la finalidad de determinar su viabilidad y su factibilidad. Para esta ejecución se analizó los siguientes capítulos.

Capítulo I Diagnóstico Situacional: Se presenta un diagnóstico situacional en la zona de influencia del proyecto con el fin de establecer indicadores relevantes para sustentar la problemática, para ello se utiliza técnicas básicas como es la encuesta, la entrevista y fichas de observación, las cuales son dirigidas a los turistas y a expertos en el tema, para conocer su criterio ante esta temática.

Capítulo II Marco Teórico: Las bases teóricas con el que cuenta el proyecto genera un conocimiento más amplio de esta investigación, a la vez es el punto de partida en el cual se explica de forma minuciosa cada término, para mayor facilidad del lector. Toda esta información se obtiene de fuentes de segunda mano como son: libros, revistas, investigaciones anteriores las cuales estén involucradas con el tema.

Capítulo III Estudio de Mercado: En el estudio de mercado se realiza una investigación de campo en la que se identifica la demanda, oferta y la población la cual es objeto de estudio, a la vez se procede al cálculo de la muestra mediante una fórmula estadística y matemática.

Capítulo IV Estudio Técnico: El estudio técnico es el que consta la macro y micro localización del proyecto. El diseño y distribución de las instalaciones, diagrama, flujo grama de procesos, pronóstico de ventas, requerimiento de mano de obra, la estimación de la inversión fija y variable.

Capítulo V Estudio Financiero: Se elabora un estudio económico financiero en el que se identifica los gastos e ingresos, se determina índices de rentabilidad como lo son: la TIR, el VAN que genera, para conocer la factibilidad del plan y por ende determinar las utilidades razonables que se logra obtener.

Capítulo VI Estructura Organizativa: La estructura administrativa es la planificación estratégica la cual encamina al cumplimiento de los objetivos. Se establece la constitución de la entidad detallando la misión, visión, objetivos, nombre de la entidad, el marco legal al cual pertenece de acuerdo al ámbito comercial, todo esto genera el desarrollo eficiente y eficaz permitiendo la optimización del tiempo y recursos.

Capítulo VII Impactos: El presente proyecto genera impactos ante la sociedad entre los cuales: Económico, Social, Ambiental y Empresarial.

Índice general

Portada	i
Resumen ejecutivo	ii
Abstract	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	vi
CERTIFICACIÓN	vii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	viii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	ix
DEDICATORIA	xi
DEDICATORIA	xiii
AGRADECIMIENTO	xiv
AGRADECIMIENTO	xv
Presentación	xvi
Índice general.....	xviii
Índice de cuadros	xxiv
Índice de tablas	xxv
Índice de gráficos.....	xxvii
Índice de anexos.....	xxviii
Índice de Ilustraciones	xxvii
Introducción	xxix
Justificación	xxx
Objetivos.....	xxxii
Objetivo general:.....	xxxii
Objetivos específicos:	xxxii
CAPÍTULO I	33
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	33
Antecedentes	33
Objetivos del diagnóstico.....	34
Objetivo general.....	34
Objetivos específicos	34

VARIABLES DIAGNÓSTICAS	34
Indicadores que definen a las variables	35
Matriz de relación diagnóstica	38
Indicadores	40
Aspectos históricos	40
Aspectos geográficos	40
Aspectos demográficos	42
Aspectos económicos	44
Aspectos sociales	49
Aspectos políticos	52
Matriz AOOR.....	55
Determinación de las necesidades y oportunidades de inversión	56
CAPÍTULO II.....	57
MARCO TEÓRICO.....	57
Estudio de factibilidad	57
Empresa.....	57
Clasificación	57
Microempresa	59
Sociedad civil.....	59
Concepto de Pijama	59
Tela térmica	60
Modelo	60
Maquinaria	60
Administración.....	61
Organización.....	61
Estudio de Mercado	61
Segmentación del mercado	62
Población.....	62
Mercado meta.....	63
Muestra	63
Oferta	63
Proyección de la Oferta.....	64
Demanda	64
Proyección de la Demanda.....	65

Producto	65
Precio	66
Plaza	66
Promoción	66
Publicidad	67
Distribución.....	67
El servicio	68
Estudio técnico.....	68
Tamaño	68
Macrolocalización.....	69
Microlocalización	70
Proceso productivo.....	70
Producción	71
Tecnología.....	71
Infraestructura	71
Propiedad, Planta y Equipo.....	72
Preinversión	72
Inversión	73
Financiamiento.....	73
Ingresos	74
Costo	74
Costo Fijo.....	75
Costo Variable	75
Costo Total.....	75
Costo de producción	76
Gasto	76
Gasto administrativo	76
Gasto de ventas	77
Gasto financiero	77
Depreciaciones	78
Mano de Obra Directa.....	78
Costos indirectos de fabricación	78
Estudio financiero	78
Estados financieros	79

Estado de situación inicial	79
Estado de resultados.....	79
Flujo de efectivo	80
TEMAR.....	81
TIR	81
VAN	82
Periodo de recuperación.....	82
Punto de equilibrio.....	83
Estructura organizativa	83
Misión	83
Visión	84
Principios y valores.....	84
Organigrama estructural.....	84
Manual de funciones	85
Aspectos legales.....	85
Impactos.....	87
CAPÍTULO III.....	88
Estudio de mercado.....	88
Presentación	88
Objetivos del estudio de mercado	88
Objetivo general.....	88
Objetivos específicos	89
Variables e indicadores	89
Matriz del estudio de mercado	91
Identificación del producto	92
Segmentación del mercado	95
Identificación de la población.....	95
Mercado meta.....	96
Cálculo de la muestra.....	96
Evaluación de la información	97
Demanda	115
Proyección de la Demanda.....	115
Oferta	116
Proyección de la oferta.....	117

Demanda insatisfecha	118
Estrategias de comercialización	120
Desarrollo del producto.....	120
Fijación del costo unitario.....	120
Fijación del precio.....	120
Estimación de precios	121
Proyección de precios	122
Plaza	122
Promoción	122
Distribución.....	123
CAPÍTULO IV.....	124
Estudio técnico.....	124
Localización del proyecto	124
Macrolocalización del proyecto	124
Microlocalización del proyecto.....	128
Tamaño del proyecto.....	130
Variables del tamaño del proyecto.....	130
Análisis de las variables.....	130
Proceso de elaboración de pijamas con modelos exclusivos	131
Flujograma de procesos de adquisición de Materia Prima	132
Flujograma del Proceso Productivo	133
Plano de distribución de la planta	134
Inversiones del proyecto	135
Costo de producción	141
Gastos administrativos	143
Gastos de ventas.....	144
Gastos financieros	145
CAPÍTULO V	148
ESTUDIO FINANCIERO	148
Presupuesto de ventas	148
Presupuesto de costos y gastos	149
Estados financieros	150
Estado se situación inicial.....	150
Estado de resultados.....	151

Flujo de efectivo	152
Costo de oportunidad	153
VAN	153
Tasa interna de retorno (TIR)	154
Costo beneficio	155
Periodo de recuperación de la inversión	156
Punto de equilibrio.....	156
CAPÍTULO VI.....	158
Estructura organizativa	158
Objetivo.....	158
Requisitos legales para la creación de la microempresa.....	158
Denominación de la empresa	161
Nombre de la microempresa	161
Slogan	161
Logotipo.....	162
Elementos estratégicos.....	162
Misión	162
Visión	162
Valores	162
Estructura de la organización.....	163
Orgánico Funcional.....	164
Manual de funciones	166
Gerente.....	166
Diseñador	167
Cortador	168
Costurera.....	169
Estampador	170
Vendedor.....	171
CAPITULO VII	172
IMPACTOS	172
Objetivo.....	172
Valoración de impactos.....	172
Impactos.....	173
Impacto económico.....	173

Impacto social	174
Impacto ambiental.....	176
Impacto empresarial.....	178
CONCLUSIONES	180
RECOMENDACIONES.....	182
BIBLIOGRAFÍA	183
Anexos	186

Índice de cuadros

Cuadro 1. Matriz de relación diagnóstica	38
Cuadro 2. Datos Geográficos.....	41
Cuadro 3. Población por género.....	42
Cuadro 4. Población económicamente activa	43
Cuadro 5. Tipo de población.....	43
Cuadro 6. Población por edad.....	44
Cuadro 7. Población turística.....	44
Cuadro 8. Nivel de educación.....	49
Cuadro 9. Tipo de maquinaria	50
Cuadro 10. Matriz AOOD.....	55
Cuadro 11. Cálculo de la patente	86
Cuadro 12. Matriz del estudio de mercado	91
Cuadro 13. Ficha de observación.....	113
Cuadro 14. Macrolocalización	124
Cuadro 15. Microlocalización.....	128
Cuadro 16. Escala de valoración de impactos	172

Índice de tablas

Tabla 1. Población turística.....	96
Tabla 2. Modelo de la Pijama	100
Tabla 3. Colores de la pijama	101
Tabla 4. Lugar de compra	102
Tabla 5. Precio de la competencia	103
Tabla 6. Aceptación del producto	104
Tabla 7. Tipo de tela	105
Tabla 8. Cantidad de adquisición.....	106
Tabla 9. Precio a pagar.....	107
Tabla 10. Lugar de venta	108
Tabla 11. Medios publicitarios	109
Tabla 12. Demanda	115
Tabla 13. Proyección de la demanda	116
Tabla 14. Oferta	117
Tabla 15. Proyección de la oferta	117
Tabla 16. Demanda insatisfecha	118
Tabla 17. Ponderación de la demanda	119
Tabla 18. Fijación del costo unitario.....	120
Tabla 19. Fijación del precio	121
Tabla 20. Estimación del precio.....	121
Tabla 21. Proyección de precios	122
Tabla 22. Factores de la macrolocalización.....	125
Tabla 23. Factores de la microlocalización.....	129
Tabla 24. Valoración del terreno	136
Tabla 25. Valoración del edificio.....	136
Tabla 26. Maquinaria y equipo	137
Tabla 27. Muebles y enseres	137
Tabla 28. Equipos informáticos	138
Tabla 29. Inversión	138
Tabla 30. Inversión fija	139
Tabla 31. Inversión diferida.....	139
Tabla 32. Inversión variable mensual	139

Tabla 33. Financiamiento de la inversión	140
Tabla 34. Capital de trabajo	140
Tabla 35. Materia prima Tela.....	141
Tabla 36. Mano de obra	141
Tabla 37. CIF	142
Tabla 38. Capacidad de la planta	142
Tabla 39. Remuneración administrativo	143
Tabla 40. Suministros y materiales	143
Tabla 41. Servicios básicos.....	144
Tabla 42. Remuneración vendedor	144
Tabla 43. Publicidad	144
Tabla 44. Gasto financiero.....	145
Tabla 45. Interés mensual de los 5 años	145
Tabla 46. Ingresos.....	148
Tabla 47. Resumen del costo de producción	149
Tabla 48. Resumen gasto administrativo	149
Tabla 49. Resumen gasto de ventas	149
Tabla 50. Resumen gasto financiero	150
Tabla 51. Costo de oportunidad	153
Tabla 52. Descripción del VAN.....	153
Tabla 53. Costo beneficio	155
Tabla 54. Periodo de recuperación.....	156
Tabla 55. Gasto fijo y variable.....	157
Tabla 56. Punto de equilibrio.....	157
Tabla 57. Impacto económico.....	173
Tabla 58. Impacto social	175
Tabla 59. Impacto ambiental.....	177
Tabla 60. Impacto empresarial.....	178
Tabla 61. Variables de estudio.....	191
Tabla 62. Cantidad de materia prima directa e indirecta	192
Tabla 63. Costo de materia prima	193
Tabla 65. Sueldo básico operarios	199
Tabla 66. Sueldo personal administrativo.....	199
Tabla 67. Proyección suministros y materiales.....	200

Tabla 68. Proyección servicios básicos	200
Tabla 69. Depreciación	201
Tabla 70. Sueldo personal de ventas.....	201
Tabla 71. Costos unitarios de materia prima directa e indirecta.....	202
Tabla 72. Costos indirectos de fabricación unitarios	202

Índice de gráficos

Gráfico 1. Edad de las madres	98
Gráfico 2. Nivel de instrucción.....	98
Gráfico 3. Número de hijos.....	99
Gráfico 4. Edad del niño	99
Gráfico 5. Oferta	118
Gráfico 6. Demanda insatisfecha	119
Gráfico 7. Slogan de la sociedad civil	161
Gráfico 8. Logotipo de la sociedad civil.....	162

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Ubicación Geográfica	42
Ilustración 2. Modelo de pijamas.....	92
Ilustración 3. Publicidad de promoción	123
Ilustración 4. Ubicación de la macrolocalización	124
Ilustración 5. Ubicación de la microlocalización.....	128
Ilustración 6. Diseño de la planta.....	134

Índice de anexos

Anexo 1. Encuesta	186
Anexo 2. Entrevista.....	189
Anexo 3. Ficha de observación.....	190
Anexo 4. Estudio financiero	191
Anexo 5. Fotografías.....	204
Anexo 6. Maquinaria	208
Anexo 7. Materia prima	209
Anexo 8. Insumos	210
Anexo 9. Equipo tecnológico.....	211
Anexo 10. Amortización Banco del Fomento.....	212

Introducción

La provincia de Imbabura se encuentra ubicada en el norte del país conocido como la provincia de los lagos por la cantidad de lagos grandes que se encuentran dentro de la misma, la cual consta de seis cantones como lo son: Ibarra, Otavalo, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuqui.

Desde los inicios del siglo XX, la historia de Antonio Ante se ha escrito junto a la "Fábrica Imbabura", que fuera sin lugar a duda, el centro industrial más importante de todos cuantos se han establecido en el cantón y la provincia. Fue una de las 15 industrias que en la década de los 30 se crearon en el Ecuador. La fábrica, fundada el 6 de mayo de 1924, se convierte en el eje del desarrollo económico de Atuntaqui, sustento primordial de sus habitantes y centro del comercio del hilo y telas de algodón de la mejor calidad en el país y sur de Colombia. La fábrica empezó a funcionar en 1927 con poco personal procesando el algodón y obteniendo hilo para la elaboración de telas las que se utilizaban para la confección de telas, las que se empleaban en diferentes productos textiles que tenían gran acogida en el mercado, principalmente gabardina, telas para sobrecamas, toallas, cortinas, gasas, bramantes, entre otros. Sin embargo, constituye el hito más importante en la historia local pues sólo a partir de la década del setenta se explica el esfuerzo de los anteños por crear la "Industria" , la "Artesanía" y el "Comercio" que hoy florecen y que son el antecedente para la creación de gremios, asociaciones, federaciones artesanales, industriales y comerciales que determinan la expansión física de Antonio Ante y sus Parroquias.

La pijama propiamente viene del Imperio Otomano, fue ahí donde se comenzó a utilizar la ropa de cama, la cual cumplía un rol muy similar al de nuestros tiempos: mantener la higiene de la cama y brindar comodidad al cuerpo mientras descansa. Pero su función principal era calentar las piernas en épocas donde no existían sistemas de calefacción.

Justificación

El presente proyecto de investigación es de suma importancia porque se elaborará diferentes modelos de pijamas para niños con diseños exclusivos los cuales marcarán diferencias a lo común en el mercado, se considerará material suave y de calidad del producto, en conjunto con colores aptos comprendido de 1-10 años de edad, con ello se tratará de innovar modelos de manera constante, periódica de acuerdo a las necesidades, gustos, las preferencias que tenga el cliente, con el fin de satisfacer al consumidor en el modelo, calidad del producto y atención al cliente.

El tema de este proyecto es de suma importancia para la sociedad Antequera, representará un beneficio directo a través del estudio completo de la propuesta para la producción y comercialización de pijamas con diseños exclusivos de marca y producto, adicionalmente conseguirá satisfacer las necesidades de los usuarios, además se alcanzará una apertura a nuevas oportunidades de negocio, rentabilidad permitiendo al cliente recibir un producto de buena calidad a precios económicos.

En este proyecto los beneficiarios directos serán los autores del proyecto porque tendrán la facultad de ponerlo en marcha una vez que sea factible, también permitirá mejorar la producción y comercialización de pijamas obteniendo los resultados por medio de aplicaciones estratégicas y conocimientos que ayuden al desempeño del mismo; a más de esto se considera como beneficiario inmediato a los clientes porque adquirirán un producto de calidad, a precios razonables y que satisfagan las necesidades, gustos y preferencias

Es importante recalcar que no solo serán los autores y clientes los beneficiarios, sino que también se tendrán beneficiarios indirectos que serán la ciudadanía, las familias, los proveedores y el comercio en general, porque existirá más oportunidad de trabajo lo que ayudará a disminuir el desempleo y permitirá un crecimiento socioeconómico.

El presente proyecto tiene como expectativa ser rentable y generar empleo a la sociedad Anteña y ayudará en el aumento de la economía, aparte se considera que es importante crear un negocio propio y competir en el mercado conjuntamente aprovechando al máximo los conocimientos universitarios adquiridos en conjunto con las habilidades y técnicas personales para lograr ser profesionales investigadores, con creatividad de innovar algo productivo para el bienestar social.

Este proyecto será factible en el ámbito comercial porque va ser dedicado exclusivamente a la producción y comercialización de pijamas con nuevos diseños propios elaborados para niños con tela suave y decorada. El presente generará impactos positivos como lo es en el ámbito económico debido a que creará desarrollo socioeconómico en el medio, en el ámbito social el cual tendrá un movimiento económico que beneficie a la zona, además implantará un impacto ambiental bajo ya que se utilizará la tecnología de punta y en el impacto empresarial dará un realce alto al cantón Antonio Ante porque se está cubriendo con una necesidad la cual no ha sido satisfecha.

Objetivos

Objetivo general:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de pijamas con diseños exclusivos para niños en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura.

Objetivos específicos:

- Realizar el diagnóstico situacional, identificando la situación actual que tiene el problema para tener un conocimiento de su magnitud y para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Establecer las bases teóricas y científicas a través de una investigación bibliográfica, referente al contenido y estructura de la investigación.
- Realizar un estudio de mercado para determinar demanda, oferta, precios y estrategias de comercialización.
- El estudio técnico tiene como objetivo determinar la macro y micro localización, el tamaño del proyecto e inversiones.
- Realizar un estudio financiero para indicar la factibilidad del proyecto a través de los indicadores financieros.
- Establecer la estructura organizativa de la microempresa, para definir su misión, visión y valores.
- Establecer los posibles impactos que va generar este proyecto mediante un análisis de factores que intervienen en el entorno para contribuir con la sociedad.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

Antonio Ante cantón moderno y emprendedor está ubicado al Sur Oeste de Ibarra y a 100 km de la ciudad de Quito, es un cantón desde siempre caracterizado por su gente activa, cordial y productiva, con una gran historia industrial desde la época de la “Ex-Fábrica Textil Imbabura”, con sus patrimoniales máquinas y vivaces obreros, la industria textil del cantón ha ido desarrollándose y evolucionando con gran éxito.

El cantón ahora conocido en todo el país por poseer la mejor tecnología, mano de obra y con estándares de calidad en las prendas que se confeccionan. Atuntaqui ofrece almacenes en diferentes categorías de prendas de vestir.

Sin embargo, Antonio Ante no solo es textil ya que puede ofrecer a sus visitantes los múltiples encantos turísticos que posee, como la majestuosa FÁBRICA IMBABURA y toda su historia, los vestigios arqueológicos con el complejo de tolas ubicadas en todo el cantón y la explosión de colores de los hermosos campos y senderos donde se puede realizar infinidad de actividades turísticas.

En vista de la carencia de empresas dedicadas de manera exclusiva a la comercialización de pijamas con diseños nuevos, creativos para los niños se plantea la creación de una microempresa que logrará introducirse en el mercado para acaparar la demanda insatisfecha y potencial frente a competidores.

La ciudad de Atuntaqui geográficamente tiene el privilegio para la producción y comercialización de ropa la cual abre las puertas a todas las personas emprendedoras que deseen pertenecer a la industria textil, siendo este un lugar estratégico para dar a conocer un producto estrella el cual cumpla con características relevantes para los gustos de todas las personas, a la vez es necesario realizar un estudio de factibilidad para conocer el grado de rentabilidad que va a tener la creación de una microempresa de producción y comercialización de pijamas con diseños exclusivos para niños que comprende entre 1-10 años.

1.2 Objetivos del diagnóstico

1.2.1 Objetivo general

Realizar el diagnóstico situacional, identificando la situación actual que tiene el problema para tener un conocimiento de su magnitud y para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2 Objetivos específicos

- Describir el análisis interno a través de las variables antecedentes y situación geográfica.
- Describir el análisis externo a través de las variables demográficas, económicas, sociales y políticos.
- Describir el análisis del entorno social a través Clientes, competidores, proveedores y reguladores.

1.3 Variables diagnósticas

- **Microentorno**

- a) Antecedentes
- b) Situación geográfica

- **Macroentorno**
 - a) Demográficos
 - b) Económicos
 - c) Sociales
 - d) Políticos
- **Entorno sectorial**
- Clientes
- Competidores
- Proveedores
- Reguladores

1.3.1 Indicadores que definen a las variables

Microentorno

Antecedentes

- a) Historia

Situación geográfica

- a) Ubicación
- b) Clima
- c) Altitud
- d) Latitud
- e) Agua

Macroentorno**Demográficos**

- a) Población
- b) PEA
- c) Población empleada
- d) Población subempleada
- e) Población desempleada
- f) Población hombres
- g) Población mujeres
- h) Población niños
- i) Población por clase social
- j) Población turistas
- k) Población urbana

Económicos

- a) Agrícolas
- b) Industriales
- c) Servicios
- d) Inflación
- e) Tasa de interés

Sociales

- a) Educación
- b) Salud
- c) Vestido
- d) Vivienda

e) Alimentación

Políticos

a) Plan nacional del buen vivir

b) Código de la producción

c) COOTAD art. 54

d) Salvaguardias

• **Entorno sectorial**

• Clientes

• Competidores

• Proveedores

• Reguladores

1.3.2 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro 1. Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
Describir el análisis interno a través de las variables antecedentes y situación geográfica.	Antecedentes	Historia	Secundaria	Documental Análisis	Fábrica Imbabura
	Situación geográfica	Ubicación	Secundaria	Documental Análisis	Web en línea
		Clima			
		Altitud			
		Latitud			
Agua					
Describir el análisis externo a través de las variables demográficas, económicas, sociales y políticos.	Demográficos	Población	Secundaria	Documental Análisis	INEC
		PEA			
		Población empleada			
		Población subempleada			
		Población desempleada			
		Población hombres			
		Población mujeres			
		Población niños			
		Población por clase social			
		Población turistas			
Población urbana					

	Económicos	Agrícolas	Secundaria	Documental Análisis	INEC GAD Antonio Ante
		Industriales			
		Servicios			
		Inflación			
		Tasa de interés			
	Sociales	Educación	Secundaria	Documental Análisis	INEC Web en línea
		Salud			
		Vestido			
		Vivienda			
		Alimentación			
	Políticos	Plan nacional del buen vivir	Secundaria	Documental Análisis	COOTAD PNBV
		Código de la producción			
		COOTAD art. 54			
		Salvaguardias			
Describir el análisis del entorno social a través Clientes, competidores, proveedores y reguladores.	Entorno sectorial	Clientes	Secundaria	Documental Análisis	Ficha de observación
		Competidores			
		Proveedores			
		Reguladores			

Fuente: Investigación primaria y secundaria

Elaborado por: Los Autores

1.4 Indicadores

- **Análisis del Microentorno**

1.4.1 Aspectos históricos

La ciudad de Atuntaqui; desde 1926 hasta 1965 fue el eje económico del cantón y el norte del país; sustento primordial de centenares de familias y centro de comercio de hilos y telas de algodón de la mejor calidad del Ecuador y el sur de Colombia.

Atuntaqui posee un gran potencial turístico, ofreciéndole en sus aspectos: Textil, artesanal, gastronómico y cultural, una alternativa variada e interesante para disfrutarlo y vivirlo durante todo el año. De esta manera se forma parte de dicha historia e identidad que os caracteriza y que a su vez integra como verdaderos ecuatorianos.

La Ex - Fábrica Textil Imbabura, Patrimonio cultural del Ecuador. Su antiquísima maquinaria inglesa y alemana, así como su imponente e histórica edificación que data de los años 20 y por lo impresionante de sus instalaciones que albergaba y daba empleo a más de 1000 trabajadores, hacen de esta factoría uno de los principales recursos del cantón.

1.4.2 Aspectos geográficos

El cantón Antonio Ante está localizado en la hoya de Ibarra, a 12 Km. al Sur Oeste de Ibarra, es el cantón más pequeño de la provincia de Imbabura, posee tierras fértiles aptas para el cultivo de cereales y legumbres por lo que se le considera El granero de Imbabura.

Antonio Ante pose seis parroquias en la cual Atuntaqui es considerada a nivel local con mayor relevancia en el desarrollo textil por su historia, cuenta con la infraestructura para el adecuado funcionamiento de grandes y pequeñas fábricas. Para este proyecto se estima al barrio Santo Domingo por cumplir con todos los parámetros que exige la ley.

Estos factores en especial el clima y la ubicación se convierten en aliados para el proyecto ya que la zona geográfica donde se localiza es un lugar estratégico para el comercio e implementación de industrias textiles. A la vez el clima es un elemento relevante ya que los turistas provienen de otras ciudades como Quito, Ambato, Cuenca, Tulcán siendo de climas fríos, por lo que es indispensable el uso de pijama para los niños y a la vez prevenir posibles enfermedades.

La cercanía a la frontera con Colombia se convierte en un oponente para la industria ya que en dicho lugar la fluctuación de la moneda hace que las prendas de vestir estén a un costo menor al Ecuador generando notables pérdidas en el comercio y en el turismo.

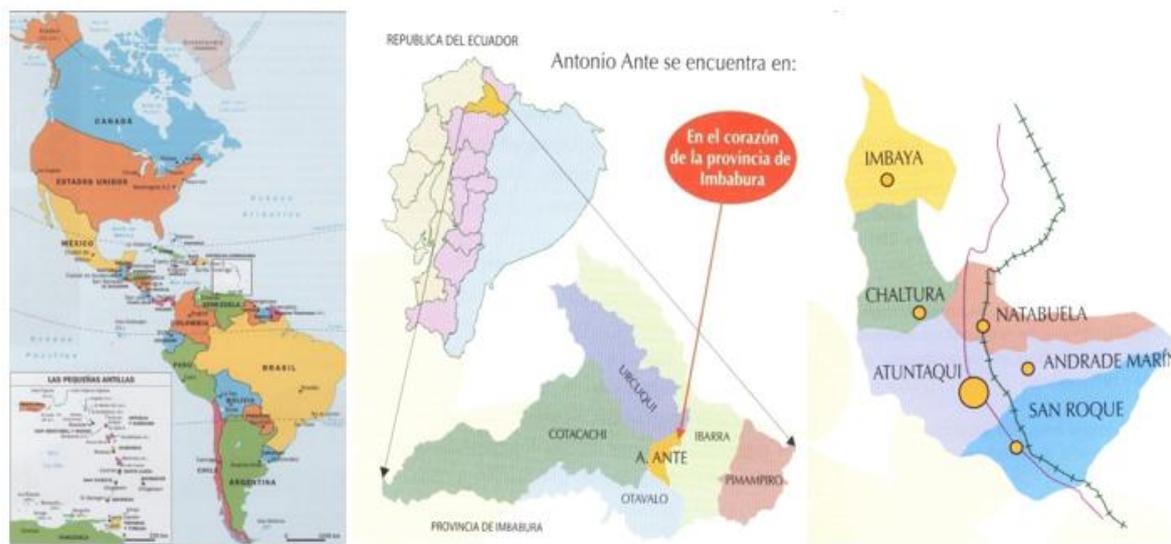
Cuadro 2. Datos Geográficos

Provincia:	Imbabura (cercana a la frontera con Colombia)
Cantón:	Antonio Ante
Cabecera Cantonal:	Atuntaqui
Ubicación:	Región Andina Norte
Superficie:	78,26 Km 2.
Coordenadas latitud longitud Atuntaqui:	0.33333,-78.21667
Parroquia Urbana:	Atuntaqui y Andrade Marín 21.286
Parroquia Rural:	San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya. 22.232. Total: 43.518
Altitud media:	2,360 m.s.n.m.
Clima:	Templado
Temperatura Promedio:	18°C
Relieve:	Larga llanura ubicada en la base occidental del volcán Imbabura.
Idioma:	Español y Kichwa
Grupos étnicos:	Mestizo e indígena.

Fuente: GAD Antonio Ante (2014)

Elaborado por: Los Autores

Ilustración 1. Ubicación Geográfica



Fuente: GAD Antonio Ante (2014)

Elaborado por: Los Autores

- **Análisis del Macroentorno**

1.4.3 Aspectos demográficos

El sector textil concentra el 45% de los trabajadores, el 40% de la población se encuentra entre 15 y 40 años es una fuerza de trabajo joven. Edad promedio: 29 años.

- **Población por Género**

La población por género de la ciudad de Atuntaqui es de 23.299 habitantes, los cuales se encuentran determinados de la siguiente manera 11.208 hombres y 12.091 mujeres, de acuerdo al último censo INEC 2010.

Cuadro 3. Población por género

Detalle	Género	Total
Atuntaqui	Hombre	11.208
	Mujer	12.091
TOTAL		23.299

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Los Autores

- **Población Económicamente Activa**

La población económicamente activa de la ciudad de Atuntaqui se encuentra detallada de la siguiente manera que es comprendida entre los 16 y 65 años de edad, de acuerdo al último censo poblacional realizado en el 2010 por el INEC.

Cuadro 4. Población económicamente activa

Población	Hombres	Mujeres	Total
16-65 años	6.564	7.403	13.967

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Los Autores

- **Población empleada, subempleada y desempleada**

En la ciudad de Atuntaqui se pudo determinar a la población ocupada, inactiva y desocupados del sector, considerando los indicadores estadísticos según INEC 2010.

Cuadro 5. Tipo de población

Detalle	Área urbana	Área rural	Total
Ocupados	9.715	8.665	18.380
Inactiva	7.193	8.406	15.599
Desocupados	257	337	594

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Los Autores

- **Población por edad**

Para el presente proyecto se necesita detallar la población por edad comprendida de 1 a 10 años, la cual se obtuvo de datos secundarios del último censo poblacional del INEC 2010.

Cuadro 6. Población por edad

Detalle	Género	Total
De 1 a 10 años	Niño/a	5.208
	Total	5.208

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Los Autores

- **Población turística**

En la ciudad de Atuntaqui se obtuvo la cantidad de turistas que llegan a visitar la ciudad semanalmente y en las ferias textiles, de acuerdo a un dato secundario obtenido de la Fábrica Textil Imbabura, del centro de productividad.

La población turista es un aliado para el proyecto ya que el producto está dirigido hacia ellos ya que dinamizan el comercio, además cuenta con dos ferias textiles anuales generando una oportunidad para crecer en el comercio.

Cuadro 7. Población turística

Detalle	N° personas	Total
Semanal	200	200
Mensual	800	800
Ferriados	85.000	85.000

Fuente: Departamentito de productividad (Fábrica Imbabura)

Elaborado por: Los Autores

1.4.4 Aspectos económicos

- **Industriales**

(Viajando, s.f.); Durante los últimos años, Atuntaqui se ha convertido en uno de los centros productivos más importantes del Ecuador, la fuerza emprendedora de sus habitantes ha hecho de esta ciudad un centro de la Industria Textil del Ecuador.

Entre las varias industrias se observa:

Clasificación de las industrias según la guía comercial 2014 “Moda Expo”:

Pijamas

En la ciudad de Atuntaqui se obtuvo el número de empresas que se dedican a la confección de pijamas como los son PANDA, CHICHOS y ANITEX entre las más importantes registradas según la guía comercial 2014.

Estas empresas se convierten en una oportunidad ya que se puede observar los productos que crean y sus precios al público y observar sus falencias para cubrir con el nuevo producto para satisfacer al cliente en gustos y preferencias que no logran cubrir dichas empresas.

Lencería de hogar

En lencería se obtuvo el número de empresas que se dedican a dicha confección como, ARULLO, UNA IDEA y HOGAR´S registradas según la guía comercial 2014.

Medias

Las fábricas que se dedican a la confección de medias podemos mencionar MEDIAS GARDENIA, MEDIAS ELTEX y PUNTO BAYTEX, las cuales cubren las necesidades del mercado.

Ropa casual

Las empresas que confeccionan ropa casual mencionamos a CONGA, CIZOT y ARTICA las cuales son reconocidas en el medio.

Ropa deportiva

La ropa deportiva se dedica a la confección las empresas, CONFECCIONES KATTY, MISHEL y CREACIONES TAVY las cuales son registradas según la guía comercial 2014.

Ropa infantil

En la ciudad de Atuntaqui se obtuvo el número de empresas que se dedican a la confección de ropa infantil las cuales son CONFECCIONES BAMBY'S, CREACIONES BABY TOP, SANTE JR entre otras, empresas registradas según la guía comercial 2014.

Estas empresas se les considera una oportunidad ya que son productos sustitutos para las pijamas para niño como por ejemplo los multiusos, conjuntos térmicos por separado lo que genera la oportunidad de implementar una microempresa con diseños exclusivos para satisfacer las necesidades del cliente y un riesgo ya que estas empresas se encuentran posicionadas en el mercado.

Ropa interior

En la ciudad de Atuntaqui se obtuvo el número de empresas que se dedican a la confección de ropa interior las cuales son CONFECCIONES LOREN'S, CONFECCIONES LUCITA y J Y N registradas según la guía comercial 2014.

Sweaters

En la ciudad de Atuntaqui se obtuvo el número de empresas que se dedican a la confección de sweaters las cuales son TEJIDOS CARLEX, INDUTEXSA y TEJIDOS KARMAM registradas según la guía comercial 2014.

- **Materia prima**

Centro de fomento productivo; La materia prima se obtiene de los distribuidores locales, los cuales traen los insumos de Quito.

Empresas de insumos:

- INDUTEXMA: se encuentra ubicado en Otavalo distribuye tela 100% algodón.
- HILOS: Distribuyen las siguientes: DELTEX, TEXTA, CORTIVIZ.
- INSUMOS MAQUINARIA: SOTIC, RAFAL, ACERO COMPAÑÍA, ENCADOR, PORTITEX, POLITEX.

La adquisición para la materia prima es de fácil acceso ya que en el medio se encuentra varias empresas de insumos para abastecer a las industrias locales.

La mano de obra es un aliado ya que se cuenta con la fábrica Imbabura quien aporta en el desarrollo personal de habilidades y destrezas en la elaboración de artesanías y de prendas de vestir.

- **Servicios**

El cantón Antonio Ante posee una rica gastronomía en platos típicos lo cual atrae al turismo local y nacional, entre ellos tenemos en la Parroquia San José de Chaltura que brinda exquisitos cuyes, en San Francisco de Natabuela con parrilladas, y en la ciudad de Atuntaqui la esquisita y tradicional fritada.

La ciudad de Atuntaqui actualmente cuenta con un amplio sistema financiero que permite crecer a las empresas con sus créditos inmediatos y oportunidades de emprendimientos, entre estas empresas se destaca el Banco Nacional del Fomento, Banco del Pichincha, Produbanco, además cuenta con amplias cooperativas entre las más relevantes la cooperativa de Artesanos, la cooperativa Atuntaqui Ltda, Pilahuin Tío, la Cacmu.

Estos servicios se convierten aliados ya que ayudan al crecimiento de la industria y a nuevos emprendimientos.

Comercialización:

Jairo Males, de 40 años, logró su superación económica en el sector textil. Hace más de un año, él y otras 30 personas ingresaron en el primer ciclo de estudios del Centro de Capacitación Permanente en Máquinas Industriales para Operarios del Sector Textil, que funciona en este cantón imbabureño.

En ese lugar, regentado por la Cámara de Comercio de Atuntaqui, adquirió los conocimientos para manejar máquinas de confección textil. Producto de ese aprendizaje se postuló para un trabajo que hoy le permite sostener a su familia. Él es parte de la nómina de casi cien trabajadores de la empresa Panda, una de las mayores fábricas textiles del cantón, que con el pasar de los años ha ido creciendo notablemente gracias al empeño y emprendimiento de una gran parte de la población.

La industria textil y también otras áreas como la agroindustrial han generado desarrollo en Atuntaqui, cabecera cantonal de Antonio Ante. Tal es el éxito que esta ciudad es una de las que tiene menor índice de desempleo en el país, pues según el Municipio es del 3%, mientras que la media nacional es de 4,88%, reporta el INEC.

Solo en el área textil, que es la de mayor impulso, más de 5.000 personas se emplean en unas 400 empresas, entre pequeñas, medianas y grandes. En algunos casos, incluso falta mano de obra local. Por eso es común observar en las ventanas y puertas de los locales comerciales anuncios en los que se solicita personal para laborar en diferentes puestos. Estos se incrementan en temporadas altas.

El progreso es evidente en las vistosas construcciones, en las decenas de locales comerciales, sus coloridos parques, calles y aceras, que son puntos visibles del crecimiento.

1.4.5 Aspectos sociales

- **Educación**

(Aguilera, 2013); La educación en el Cantón Antonio Ante, en su mayor porcentaje, es decir el 42% tienen instrucción primaria, el 21% secundaria, el 10% educación básica. Con estos datos se puede concluir que en el cantón no existe un porcentaje alto de instrucción superior, al contrario la mayoría de la población tiene solo instrucción primaria.

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

Cuadro 8. Nivel de educación

Nivel de instrucción	Casos	%
Ninguno	2.258	6
Centro de Alfabetización	194	0
Preescolar	475	1
Primario	16.322	42
Secundario	8.388	21
Educación básica	3.907	10
Bachillerato – educación media	2.313	6
Ciclo post bachillerato	308	1
Superior	4.430	11
Postgrado	176	0
Se ignora	464	1
Total	39.235	100

Fuente: Memoria Técnica cantón Antonio Ante

Elaborado por: Los Autores

- **Vestido**

(Benalcázar, 2014); Puntada tras puntada, la ciudad de Atuntaqui ha logrado posicionarse como una de las marcas más conocidas de la industria textil del país. Y ahora se ha puesto en marcha un plan que pudiera posicionarla a escala internacional, de la mano de la multinacional española Inditex, dueña de marcas como Zara, Pull & Bear, Bershka, Massimo Dutti, etc., que está presente en 86 países. A mediados del mes pasado, el ministro de Industrias y

Productividad (Mipro), Ramiro Gonzalez, señaló que había llegado a un acuerdo con los representantes de Zara en Ecuador, para que se produzca en el país, al menos, cinco prendas para la multinacional. Los cálculos oficiales habla de unas 700 000 prendas al mes, lo cual supone un empujón al sector textil del país y al cambio de la matriz productiva, con el fin de sustituir importaciones.

Atuntaqui en la feria Moda Expo, donde se muestra el potencial productivo del cantón Antonio Ante, en Imbabura. Desde la mañana muestra 200 almacenes y 115 ‘stands’ situados en torno al parque central de esta localidad, se preparaban para acoger a los visitantes, como parte de la oferta de Carnaval que presenta Imbabura. Ahí se exponen prendas de vestir e implementos para el hogar y la oficina que producen las diferentes factorías.

- **Maquinaria en el sector textil.**

Cuadro 9. Tipo de maquinaria

Tipo de máquina	Tecnología	Funciones	Representantes
Plotter	Electrónica	Imprime planos diseños a mano. Algunos plotters son para el corte de dichos planos.	Softmoda, Lectra
Extendedores	Electrónica	Extiende la tela sobre la mesa sin que se hagan arrugas y así facilitar los cortes.	
Cortadoras verticales manuales y automáticas	Tecnología eléctrica	Realizan cortes en todo tipo de telas y cuentan con accesorios como	Yamarepuestos y Gerber

		cuchillas y aditamentos que facilitan su operación	
Plana	Electrónica y electro Mecánicas, Neumática, Programable	Maquina con auto alimentación superior e inferior de hilo que se entrelaza a través de la tela produciéndose así una costura recta. Sirve para unir centros y copas en ropa interior femenina, hacer despuntes y fijar marquillas.	Juky, Singer, Phaff, Brother
Filetiadora	Electrónica y electro Mecánicas, Neumática, Programable	Sirve para sobrehilar los orillos de las telas. Se usa para sesgar con nylon cristal, sesgar costados en pantis y sesgar varillas.	Yamarepuestos , Juky, Singer, Phaff, Brother
Sesgadora	Mecánica y Electrónica	Permite darle un terminado a los bordes de la tela.	
Resortadoras	Electrónica	Se utiliza para pegar elásticos en base de brassieres o cintura de panty o pierna de panti	Yamarepuestos

Fuente: Departamentito de productividad (Fábrica Imbabura)

Elaborado por: Los Autores

1.4.6 Aspectos políticos

- **Plan nacional del buen vivir**

(Vivir, 2013-2017); Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada.

- **Código orgánico de la producción, comercio e inversiones**

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Que, el Artículo 320 de nuestra Constitución establece que la producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad; sostenibilidad; productividad sistémica; valoración del trabajo; y eficiencia económica y social.

- **Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización
“COOTAD”**

Artículo 54.- Funciones.- Son funciones del gobierno autónomo descentralizado municipal las siguientes:

g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo

especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

h) Promover los procesos de desarrollo económico local en su jurisdicción, poniendo una atención especial en el sector de la economía social y solidaria, para lo cual coordinará con los otros niveles de gobierno;

- **Salvaguardias**

COMEX

(Exterior, 2011-2015); El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación.

1.4.7 Entorno sectorial

- **Clientes**

Dentro de la ciudad de Atuntaqui se pudo observar la visita de turistas de varias provincias del país y pocos de la misma ciudad, por lo cual surge la necesidad de emprender con una idea que haga falta en el mercado; es por ello que para la creación de la microempresa se tiene como finalidad enfocarse a clientes turistas de clase media alta.

- **Competidores**

Dentro de la ciudad existen varias empresas competidoras de pijamas para niños, también existen entidades que se dedican a la confección de ropa similar a las pijamas que son productos sustitutos como son los multiusos.

- **Proveedores**

En la ciudad de Atuntaqui existe un número significativo de proveedores de insumos y maquinarias necesarias para la confección de prendas de vestir en los diversos tipos de

elaboración que requieren las empresas. Como principales proveedores consideramos: NORTEXTIL, COMERCIAL VALLEJOS, SERVIMAQ.

- **Reguladores**

Para la microempresa consideramos como agentes reguladores de principal realce al GAD de Atuntaqui el cual sirve para permitir introducirnos en el mercado bajo normas que beneficien a las dos partes, además se considera como otro regulador importante al SRI quien se encarga de las leyes tributarias que son relevantes hoy en día.

1.5 Matriz AOOR

Cuadro 10. Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Fácil acceso de adquisición de materias primas para la confección de pijamas. • Convenio con la fábrica textil Imbabura para capacitación y certificación a los trabajadores. • La industria textil es el sector primario de desarrollo local. • Existencia de un alto índice de emprendimiento en la ciudad, principalmente en el sector textil. • Lugar estratégico para la creación de nuevas empresas por la existencia de industrias. • El clima influye para la confección de pijamas ya que en el medio existe un clima de baja temperatura en las noches, por lo tanto es necesario el uso de este. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de prendas de vestir que pueden sustituir a la pijama como son los multiusos. • La existencia de las empresas que se dedican a la confección de pijamas para niños. • La cercanía con la frontera con Colombia por productos a bajo precio.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • El cantón Antonio Ante es conocido por su trayectoria textil siendo una de las más visitadas por turistas nacionales. • Exposición de los artesanos en la feria textil. • Las vías de acceso a la ciudad son de calidad y primer orden. • Existencia de un gran número de Industrias textiles para niños en tela poli algodón. • Las salvaguardias en el momento que se limitan las importaciones de ropa, esto ayudaría a cubrir este segmento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inadecuada publicidad por parte de autoridades en feriado de moda textil. • Inestabilidad política del Estado ya que por nuevas leyes las empresas están expuestas al incremento de impuestos y su adaptabilidad. • Las salvaguardias en el momento de importar la materia prima y la maquinaria lo cual afectará al costo de producción. • La crisis económica perjudicará por la baja del precio del petróleo disminuyendo los ingresos y cerrando algunas empresas.

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Los Autores

1.6 Determinación de las necesidades y oportunidades de inversión

Luego de haber realizado el diagnóstico externo sobre aspectos del Macro y Micro entorno del proyecto se estableció lo siguiente:

El fácil acceso de adquisición de materias primas favorecerá para la confección de pijamas, además la fábrica textil Imbabura brinda capacitación y certificación a los trabajadores a través de un convenio con las industrias, la industria textil es el sector primario de desarrollo local con un alto índice de emprendimiento en la ciudad, principalmente en el sector textil siendo un lugar estratégico para la creación de nuevas empresas. En otro aspecto el clima influye para la confección de pijamas ya que en el medio existe un clima de baja temperatura en las noches, por lo tanto es necesario el uso de este, además conviene por los turistas que provienen de ciudades de clima frío.

El cantón Antonio Ante es conocido por su trayectoria textil siendo una de las más visitadas por turistas nacionales.

En la ciudad de Atuntaqui existe la exposición de artesanías en la feria textil que ayuda al desarrollo socioeconómico del sector, las vías de acceso a la ciudad son de calidad y primer orden lo que garantiza el fácil acceso de los productos en perfectas condiciones, existencia de un gran número de Industrias textiles para niños en tela poli algodón lo que incentiva a lanzar un nuevo producto con otro tipo de material. Las salvaguardias en el momento que se limitan las importaciones de ropa de otros países, esto ayudará al cambio de la matriz productiva.

Por todos estos aspectos importantes analizados es necesario realizar un “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de pijamas con diseños exclusivos para niños en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura”, que comprende entre 1-10 años.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Estudio de factibilidad

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 8); El estudio de factibilidad o viabilidad del proyecto tiene en cuenta los pasos descritos los cuales se van surtiendo uno a uno con su correspondiente verificación hasta lograr cumplir los requisitos mínimos aceptados para darle paso al estudio de la etapa de proyecto preliminar.

Contribuye a determinar la rentabilidad del proyecto.

2.1.1 Empresa

(Palafox de Anda, 2012, pág. 34); La empresa es una entidad moral nacida de las necesidades de la comunidad; su finalidad no es exclusivamente económica, es un ente social que necesita de lo económico. La empresa es servido, nace de la necesidad del servido, es para servir, para ser útil y quizá por eso a sus frutos, en castellano, les llamamos "utilidad".

La empresa es la unión de una o varias personas con similitudes intereses para desarrollar una actividad económica.

2.1.2 Clasificación

(Raquel, 2013, págs. 12, 13, 14, 15); Clasificación de las empresas por sectores:

- Empresas del sector primario.
- Empresas del sector secundario.
- Empresas del sector terciario

Clasificación de las empresas según su dimensión

- Grandes empresas
- Medianas empresas
- Pequeñas empresas
- Microempresa

Clasificación de las empresas según el origen del capital

- Empresas privadas
- Empresas públicas
- Empresas mixtas

Clasificación de las empresas según el sector geográfico en el que desarrollan su actividad

- Empresas locales
- Empresas regionales
- Empresas nacionales
- Empresas multinacionales

Clasificación de las empresas según la forma jurídica

- Empresas individuales
- Empresas societarias o sociedades:
 - Sociedad Anónima SA
 - Sociedad colectiva SC
 - Sociedad limitada SL
 - Sociedad comanditaria S en C.
 - Sociedad cooperativa (S. Coop)

- Sociedad laboral SL.
- Sociedad civil SC.

2.1.3 Microempresa

(Raquel, 2013, pág. 13); “Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantía muy pequeñas. El número de trabajadores no excede de 10 trabajadores”.

Su conformación personal y económica son muy pequeños que generan el desarrollo de emprendimientos que perduran en el tiempo.

2.1.4 Sociedad civil

(Infoautónomos, 2015); Es un contrato privado de colaboración entre dos o más personas que desean realizar conjuntamente una actividad con ánimo de lucro. Estas personas podrán optar entre aportar trabajo, lo cual les convierte en “socios industriales”, y/o bienes o dinero, lo que les convierte en “socios capitalistas”.

Es la integración de capitales entre personas familiares o extra familiares las cuales desarrollan una actividad económica, la cual sirve para garantizar sus intereses.

2.1.5 Concepto de Pijama

(Duke, 2013); El pijama, también conocido como piyama, es aquella ropa que se utiliza para dormir. El término surgió en la lengua persa, después pasó al hindi y finalmente llegó al inglés pyjamas, del que fue adaptado al castellano.

Por lo general, el pijama se compone de un pantalón y de una prenda superior, como una chaqueta. Lo habitual es que el pijama se confeccione con fibras livianas, para que la persona no sienta calor al acostarse y esté cómoda. Existen, de todos modos, pijamas de verano y pijamas de invierno, de acuerdo al material empleado.

La pijama es una prenda cómoda para dormir, es diseñada por lo general en dos piezas para que cubra todo el cuerpo, esta puede ser confeccionada en diferentes modelos dependiendo al clima y gustos.

2.1.6 Tela térmica

(TELAS, 2012); “Tela polar o térmica es normalmente muy caliente, no encoje, lavable y suave”.

La tela térmica es abrigada, la cual serviría para el clima de invierno.

2.1.7 Modelo

(Significados, 2013-2015); La palabra modelo posee diferentes significados todo depende del contexto en donde se encuentre. El término modelo hace referencia a la representación en pequeño de alguna cosa o, vestido diseñado y confeccionado por un modisto o casa de costura.

El modelo es la presentación de una prenda de vestir ya una vez confeccionada para sacar a mostrar al público.

2.1.8 Maquinaria

(Betancur, 2014); “Las máquinas son conjuntos de piezas (fijas y móviles) que realizan un trabajo determinado. Son inventadas por el hombre buscando reducir el esfuerzo necesario para realizar una actividad, y llegan a realizar cosas que serían imposibles para las capacidades humanas”.

Las máquinas es un activo muy valioso ya que por medio de ellas dan forma a las ideas en algo tangible.

2.1.9 Administración

(Palafox de Anda, 2012, pág. 10); *La administración como disciplina consiste en coordinar los elementos internos de la empresa y/o de los organismos sociales hacia determinado fin o propósito en el entorno, el cual no puede ser administrado puesto que las variables externas dependen de factores económicos, sociales, tecnológicos, etc., que no es factible controlar. En todo caso, la empresa y las organizaciones sociales estudian el entorno y sus tendencias para desarrollar sus estrategias de operación en él.*

La administración es la esencia de la gestión de los recursos para garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados por la entidad y a la vez se logrará un crecimiento y desarrollo económico en la cual los accionistas, trabajadores y la sociedad sean los beneficiarios.

2.1.10 Organización

(Palafox de Anda, 2012, pág. 201); “Organización es la estructuración de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados”.

La organización es el proceso de ensamblar coordinar el talento humano y los recursos que existen dentro de la organización para lograr las metas establecidas teniendo un equipo de trabajo en el que todos ayuden a obtener resultados positivos.

2.2 Estudio de Mercado

(KOTLER, Philp; ARMSTRONG, Gary 2009, pág. 5); "Una filosofía de dirección del mercado según el cual logra metas de la organización depende de la determinación de las

necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores".

El estudio de mercado es la parte más esencial en la cual se determina si el producto va ser aceptado o no por los consumidores, al realizar este estudio se observa cual es el producto estrella que mayor demanda tendrá. Con esto se podrá garantizar la factibilidad del proyecto.

2.2.1 Segmentación del mercado

(Palafox de Anda, 2012, pág. 307); *“Es el proceso de dividir por grupos homogéneos (segmentos) el mercado de un producto o servicio, a fin de determinar el mercado meta en términos de valor económico”.*

Los segmentos permiten a la empresa definir los productos y servicios que ofrecerá en términos de calidad, precio y canales de distribución, así como determinar los elementos intangibles que influyen en la decisión de los clientes a partir de marca, etiqueta, empaque, publicidad y promoción.

La segmentación del mercado es dividir al mercado en segmentos los cuales tengan las mismas necesidades y condiciones, esto ayudará a definir el mercado meta al cual se enfocará todos los esfuerzos posibles por parte de la empresa.

2.2.2 Población

(Loría & Parkin, 2010, pág. 62); *La demanda también depende del tamaño y la distribución por edades de la población. Cuanto más grande sea la población, mayor será la demanda de todos los bienes y servicios; cuanto menos numerosa sea la población, menor será la demanda de todos los bienes y servicios.*

Asimismo, cuanto más grande sea la proporción de la población de un grupo de edad determinado, mayor será la demanda de bienes y servicios utilizados por ese grupo de edad.

La población es el universo que pertenece al nicho de mercado del proyecto los cuales tienen las mismas necesidades que deben ser satisfechas a través de la ejecución del proyecto.

2.2.3 Mercado meta

(Fernández V. Ricardo 2007, pág. 30); "Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado".

El mercado meta es considerado como el nicho donde se encuentra el principal consumidor del producto, quienes son los principales demandantes a gran escala a la vez la empresa debe enfocarse más en dicho segmento para cubrir sus necesidades constantemente.

2.2.4 Muestra

(Ludewing, s.f., pág. 2); Una muestra es un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa de ella.

La muestra es considerada como la selección de una pequeña parte del universo o población del sector que se tiene como propósito realizar alguna investigación o fin.

2.2.5 Oferta

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 45); *La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto que las empresas manufactureras o prestadoras de servicio estarían dispuestas a intercambiar a un precio determinado; para una*

demanda dada habrá una oferta determinada. Entonces, para realizar ofertas de valor, es importante entender los mercados y sus necesidades.

Es la cantidad de bienes y servicios que se ofertan en un mercado a un precio establecido, considerando que tipo de producto se puede considerar un mercado en competencia perfecta.

La oferta es uno de los poderes que tiene el mercado el cual manifiesta una variedad de productos para la venta ya sea un bien o un servicio para satisfacer las necesidades de la demanda.

2.2.6 Proyección de la Oferta

(Czinkota Michaeli, (2010), pág. 27); "Proyección de oferta. Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección".

La proyección de la oferta es la posible estimación que va a tener el producto en un tiempo determinado, para el cálculo se recomienda el método de extrapolación de tendencia histórica, para reflejar el crecimiento del número de oferentes.

2.2.7 Demanda

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 45); *El concepto de la demanda está íntimamente ligado al concepto de necesidad, deseo y poder de compra. Un determinado usuario potencial puede querer o necesitar un bien o un servicio, pero sólo el poder de compra que tenga determinará la demanda de ese bien o servicio. Entonces, la demanda de un bien depende de las siguientes variables: el precio del producto, el nivel de ingreso del demandante, el tamaño del mercado, los gustos y la*

lealtad de marca del consumidor, la existencia de sustitutos y la demanda derivada, entre otros.

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que se adquieren en un mercado, para esto es necesario que exista una necesidad del producto, considerando su condición económica y su precio.

2.2.8 Proyección de la Demanda

(Strong Gary, (2012), pág.26); “Para proyectar la demanda se debe utilizar uno de los tres métodos de proyección de consumo aparente, con la finalidad de estimar datos de la demanda futura”.

La proyección de la demanda es estimar los posibles productos que van a ser requeridos en un tiempo futuro por los posibles clientes y consumidores. Para esto se basa en datos históricos de la competencia.

2.2.9 Producto

(Jany Castro José Nicolás, (2009), pág. 296); "El productos son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que denota status, gusto, posición, logros y aspiraciones".

Palao Jorge, Gómez García Vicente, (2009), pág. 68); "El producto es todo aquello que la empresa o que la organización elabora o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores".

El producto es un bien o servicio que las empresas ponen a disposición del mercado o consumidor, este producto tiene un precio de venta determinado por su costo de producción generando utilidad y siendo competitivo en el mercado.

2.2.10 Precio

(Loría & Parkin, 2010, pág. 108); *Cuando es el precio de mercado el que asigna un recurso escaso, las personas que están dispuestas y tienen la capacidad de pagar dicho precio son quienes obtienen el recurso. Existen dos tipos de personas que deciden no pagar el precio de mercado: las que pueden pagarlo pero prefieren no comprarlo, y las que son demasiado pobres y simplemente no pueden solventar su compra.*

Es el valor monetario que se le asigna a un producto ya sea por cualquier método, sea por costos, por la competencia o por la calidad que tiene el bien o servicio.

2.2.11 Plaza

(Herramientas para PYMES, s.f.); Se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor).

La plaza es el lugar que se escoge para la correcta distribución del bien o servicio, en el cual se deben considerar aspectos relevantes que tengan que ver con la actividad que realizan.

2.2.12 Promoción

Fernández V. Ricardo. (2007), pág. 59); "Es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados".

Los autores Stanton, William J., Etzel, Michael J., Walker, Bruce J. (2007), pág. 506); "Como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor

o representante del vendedor para informar, persuadir o recordara una audiencia objetivo".

Es una estrategia de marketing que permite posicionar al producto en el mercado con la finalidad de llegar a los principales consumidores potenciales quienes se convierten en los principales demandantes para garantizar su estancia en el mercado.

2.2.13 Publicidad

(K., 2014); La publicidad es una técnica de promoción o comunicación que consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso, a través del uso de una comunicación y medios impersonales, es decir, a través de una comunicación y medios que van dirigidos a varias personas a la vez.

La publicidad es una técnica o instrumento que se usa para dar a conocer el producto con sus respectivas características al mercado, esto se da a través de una comunicación e información masiva.

2.2.14 Distribución

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, (2008), pág. 471); La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.

La distribución es un mecanismo en el cual los productores se relacionan con intermediarios para hacer llegar al producto al mercado en las mejores condiciones posibles y garantizar la entrega oportuna a sus diferentes destinos.

2.2.15 El servicio

Para Lovelock, Chrisícpher, y Wirtz Jochen. (2009); (p15). Dice:" Los servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsables".

El servicio es el producto intangible que se brinda a los clientes en la atención al cliente en la cual se da a conocer al cliente sobre los beneficios que tiene el producto con la finalidad de satisfacer sus necesidades y crear empoderamiento sobre ellos y fidelidad.

2.3 Estudio técnico

(Rosales, 2005); Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

El estudio técnico es el análisis de varios aspectos como de equipos, tecnología, insumos, entre otros que se consideran necesarios dentro del proyecto para poder producir el bien o servicio.

2.3.1 Tamaño

(Tomas, s.f.); “El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado”.

El tamaño del proyecto es la capacidad para la producción de los bienes o servicios para un tiempo determinado.

2.3.2 Macrolocalización

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 246); *Se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar cuál o cuáles regiones serán aceptables para la localización macro del proyecto; puede ser toda una zona o región geográfica que cumpla con las exigencias requeridas para dar la mejor respuesta a esta necesidad, teniendo en cuenta que:*

Las condiciones básicas de una región son:

- Distancias y acceso a la infraestructura.
- Mercados amplios.
- Disponibilidad de insumes.
- Abastecimiento de servicios.
- Industrias conexas y servicios auxiliares.
- Disponibilidad de mano de obra.

La macrolocalización se perfila mediante la determinación de los factores locacionales así:

- Disponibilidad del terreno.
- Disponibilidad de la mano de obra calificada y no calificada.
- Disponibilidad de capital.
- Disponibilidad de tecnología y de conocimiento.
- Distribución de la demanda.
- Disponibilidad de materias primas, cantidad y calidad.

La macrolocalización se debe determinar a la actividad que se va a desempeñar, analizando la disposición de materia prima, la mano de obra.

2.3.3 Microlocalización

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011)); (pg 247); “Si bien es cierto que la Microlocalización no supera los problemas generados por la macrolocalización, es mediante ella como se elaboran los datos finales de la selección y se aclaran las dudas que no se resolvieron con el macroanálisis”.

Para llegar a la decisión final se utiliza el criterio de costo mínimo por unidad para proyectos sociales o el de rendimiento máximo o la tasa neta de recuperación máxima en proyectos privados; para ello se consideran los siguientes aspectos:

- Cuenta de fletes: costo de transporte y seguros.
- Costo de las materias primas.
- Costo de la mano de obra.
- Costo de los servicios.
- Costo de los terrenos.
- Subsidios e impuestos.

La Microlocalización es el estudio más minucioso del lugar en donde va a funcionar la planta, además se analiza lo que no se tomó en cuenta en la macrolocalización, con el fin de optimizar tiempo y recursos, esto permitirá generar la mayor cantidad de utilidad.

2.3.4 Proceso productivo

(Baca Urbina, 2013) (pg 112); El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de

insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.

El proceso productivo hace énfasis en la transformación de materias primas en productos terminados o semi elaborados, utilizando de una manera adecuada la cadena de valor para optimizar recursos esto conllevará a lograr la eficiencia, eficacia y calidad.

2.3.5 Producción

(Baca Urbina, 2013, pág. 134); “Para que el área de producción pueda elaborar determinado producto, es necesario haber planeado la adopción e instalación de la tecnología apropiada y haber capacitado al personal de producción en su uso”.

La producción consiste en saber cómo elaborar el producto para ello se requiere capacitar al personal de producción acoplado a la tecnología con la que cuenta la empresa para reducir riesgos y a su vez costos.

2.3.6 Tecnología

(Tecnología , s.f.); "La tecnología es la aplicación coordinada de un conjunto de conocimientos (ciencia) y habilidades (técnica) con el fin de crear una solución (tecnológica) que permita al ser humano satisfacer sus necesidades o resolver sus problemas".

La tecnología es la combinación de maquinaria de punta y las habilidades del talento humano, las cuales ayudarán a agilizar la actividad que desea realizar, optimizando tiempo y recursos.

2.3.7 Infraestructura

(9001, s.f.); “La empresa deberá determinar, suministrar y mantener las infraestructuras necesarias para lograr la conformidad a los requisitos de producto, incluyendo”:

- Edificios, espacio de trabajo e instalaciones

- Equipos de proceso, hardware y software
- Servicios de soporte, como transporte o comunicaciones
- Esto es bastante evidente y en parte surgirá de su planificación de empresa.

La infraestructura sirve para llevar a cabo la actividad económica y garantizando el cumplimiento de los objetivos establecidos.

2.3.8 Propiedad, Planta y Equipo

(EAFIT, s.f.); “La propiedad, planta y equipo son los activos tangibles que posee una empresa para su uso en la producción o suministro de bienes y servicios, para arrendarlos a terceros o para propósitos administrativos, y se esperan usar durante más de un período económico”.

La propiedad, planta y equipo son los activos que necesita la empresa para el uso de su actividad, es decir para la producción, venta o incluso arrendamiento.

2.3.9 Preinversión

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 26); *Para el desarrollo de esta etapa lo importante es seleccionar una serie de anteproyectos. Para ello deben utilizarse, en lo posible, los medios existentes como son los estudios sectoriales, los programas globales de desarrollo y los planes territoriales. Es importante tener en cuenta los diferentes objetivos que desde el punto de vista nacional o empresarial deben tratar de lograrse mediante el desarrollo del proyecto.*

En esta fase se refiere al análisis minucioso en la parte legal con el Estado con el fin de enfocar la actividad económica en beneficio de la sociedad y accionistas, cumpliendo con ellos los objetivos propuestos y apoyar al desarrollo socio económico del país.

2.3.10 Inversión

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 27); *Esta etapa se refiere fundamentalmente a la evaluación macro y microeconómica, la cual permite establecer las ventajas que el proyecto ofrece tanto para la economía nacional como desde el punto de vista del empresario privado.*

Puede ser desarrollada por una sociedad promotora que se encargue de realizar todos los estudios necesarios para determinar en forma profunda y detallada los diferentes aspectos del proyecto que se piensa realizar.

La inversión es la puesta en marcha del proyecto con la finalidad de satisfacer las necesidades encontradas en el estudio previo, garantizando su rentabilidad.

La inversión es toda plasmación de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa o unidad económica, esto garantizará la estabilidad que tendrá el proyecto en su vida útil.

2.3.11 Financiamiento

(Financiamiento.com.mx, 2012); *El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico que puede ser adquirir bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.*

El financiamiento es el elemento económico que requiere la empresa para poder adquirir los recursos necesarios para su funcionamiento y para solventar y poner en marcha el proyecto.

2.3.12 Ingresos

(Loría & Parkin, 2010, pág. 62); *El ingreso de los consumidores también influye en la demanda. Cuando el ingreso aumenta, los consumidores compran más de casi todos los bienes; cuando éste disminuye, los consumidores compran menos de casi cualquier bien. Aunque un aumento en el ingreso conlleva a un incremento en la demanda de la mayoría, de los bienes, este incremento en la demanda no se extiende a todos los bienes. Un bien normal es aquel cuya demanda se incrementa conforme el ingreso aumenta; un bien inferior es aquel cuya demanda baja conforme el ingreso aumenta. Cuando los ingresos suben, la demanda de viajes aéreos (un bien normal) aumenta, mientras la demanda de viajes largos en autobús (un bien inferior) disminuye.*

Los ingresos son la estabilidad o el incremento que van teniendo en el tiempo influyendo directamente en la demanda de los productos. Por lo general a mayor ingreso que tienen las personas mayor cantidad de bienes que adquieren, a la vez a pesar de esto existen productos los cuales no incrementan ya que son considerados bienes inferiores.

2.3.13 Costo

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 105); *Los costos son factores internos que afectan la fijación de precios y vienen a ser el piso del cual no debemos pasar; si se fijan los precios por debajo de los costos totales, pues simplemente se está trabajando a pérdida; incluso en épocas difíciles lo que se debe buscar es llegar a un punto de equilibrio, y es lograr ventas en las que los ingresos igualen los costos.*

El costo es un factor clave para determinar el precio del producto considerando que este no debe ser muy elevado y así tener precios competitivos, además al costo se lo puede recuperar en el producto.

2.3.14 Costo Fijo

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 105); *Son todos aquellos en los que se incurre exista o no producción. Ejemplo de esto pueden ser los costos por arriendo, los salarios de los trabajadores y que no tengan el componente de salario variable, algunos servicios públicos en los que se incurre, los seguros, en fin, todos estos costos que no dependen del nivel de producción.*

El costo fijo se incurre directa o indirectamente en el proceso de producción este costo no varía en la cantidad del producto que se realice.

2.3.15 Costo Variable

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 105); “Son los costos que dependen del nivel de producción, como pueden ser las materias primas, los materiales indirectos, algunos servicios públicos, etc”.

El costo variable varía dependiendo de la cantidad de productos que se elaboran a mayor cantidad de productos, mayor será su costo variable.

2.3.16 Costo Total

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 105); *Que representan la suma de los costos fijos y los costos variables. El objetivo en la fijación de precios es optimizar los costos de manera que pueda tener un mayor rango de acción en el momento de fijar precios; si en el proyecto se logran establecer costos realistas que representen verdaderas eficiencias, puede ser un factor estratégico para el negocio.*

El costo total es la suma del costo fijo más el costo variable con la finalidad de conocer el costo total del producto, con esto se puede calcular el precio de venta con un margen de utilidad el cuál será competitivo en el mercado.

2.3.17 Costo de producción

(Baca Urbina, 2013, pág. 172); “Los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costeo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico”.

El costo de producción es determinar de la manera más amplia todos los recursos y necesidades del proyecto en su funcionamiento y no incurrir en gastos futuros por un inadecuado estudio técnico.

2.3.18 Gasto

(Valdivieso, 2013, pág. 6); “Denominados también Egresos, constituyen los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa tales como: sueldos, servicios básicos, suministros y materiales, etc”.

Los gastos son los desembolsos de dinero para el funcionamiento de la empresa no siendo recuperables.

2.3.19 Gasto administrativo

(Valdivieso, 2013, pág. 193); “Son todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo, tales como”:

- Sueldos
- Arriendos
- Aportes patronales IESS
- Componentes salariales
- Depreciaciones
- Amortizaciones
- Consumos

- Seguros
- Servicios públicos (Gastos Generales)
- Impuestos, etc.

Estos gastos son generados de forma directa con la realización del producto en el área administrativa.

2.3.20 Gasto de ventas

(Valdivieso, 2013, pág. 193); “Son todos los gastos que se relacionan directamente con la oficina o Departamento de Venta, tales como”:

- Sueldo personal de ventas.
- Beneficios sociales personal de ventas.
- Publicidad.
- Comisiones.
- Cuentas incobrables.
- Seguros, gastos generales, depreciaciones y otros gastos relacionados con el Departamento de Ventas.

Son todos los egresos que realiza la empresa por pagos a vendedores o estrategias de marketing para la comercialización del producto.

2.3.21 Gasto financiero

(Valdivieso, 2013); (p. 193): “Se relacionan con los intereses que pagan las empresas a los bancos o financieras por los préstamos concedidos para su financiamiento”.

Son los egresos efectuados a las entidades financieras por motivos de créditos a la empresa en un periodo de tiempo generando una tasa de interés.

2.3.22 Depreciaciones

(Valdivieso, 2013, pág. 170); “Es el proceso de asignar a GASTO el COSTO de un activo de planta o activo fijo, durante el periodo en que se usa el activo”.

La depreciación es el desgaste que sufren los activos fijos de la empresa por el uso de la actividad económica, generando al final un valor residual del bien.

2.3.23 Mano de Obra Directa

(V. & Polanco I., 2007), Define la mano de obra directa que constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo.

La mano de obra directa es aquella que interviene en el proceso de transformación del producto.

2.3.24 Costos indirectos de fabricación

(V. & Polanco I., 2007), Define a los costos indirectos de fabricación o llamados también como carga fabril, costos o gastos de fabricación. Los costos indirectos comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima directa y la mano de obra directa.

Los costos indirectos de fabricación son todos aquellos materiales que no intervienen directamente en la transformación de la materia prima.

2.4 Estudio financiero

(Anzil, 2012); “El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo”.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión, ya que se determina su viabilidad y factibilidad.

2.4.1 Estados financieros

(Valdivieso, 2013, pág. 191); *Los Estados Financieros se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa. Esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la compañía a través de:*

1. *El Estado de Resultados, de Situación Económica o Estado de Pérdidas y Ganancias.*
2. *El Estado de Ganancias Retenidas o Estado de Superávit.*
3. *Estado de Situación Financiera o Balance General.*
4. *Estado de Flujo de Efectivo.*
5. *Estado de Cambios en el Patrimonio.*

Los estados financieros reflejan la situación actual de una empresa en relación a sus ingresos y gastos en un determinado ejercicio económico, en el cual se muestra utilidad o pérdida.

2.4.2 Estado de situación inicial

(Valdivieso, 2013, pág. 49); “Se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los valores que conforman el Activo, el Pasivo y el Patrimonio de la misma”.

Este estado desglosa los valores iniciales de la empresa con los cuales comienza para desempeñar su actividad económica, en el cual consta el aporte que dan los accionistas y las deudas que contraen con terceros.

2.4.3 Estado de resultados

(Valdivieso, 2013, pág. 191); “Denominado también Estado de situación Económica, Estado de Rentas y Gastos, Estado de Operaciones, etc. Se elabora al finalizar el periodo contable con el fin de determinar la situación económica de la empresa”.

El estado de resultados contiene:

1. Nombre o Razón Social.
2. Nombre del Estado Financiero.
3. Fecha (periodo al que corresponden los resultados).
4. Ingresos Operacionales.
5. Costos.
6. Gastos Operacionales.
7. Resultado del ejercicio.
8. Ingresos no operacionales u otros ingresos.
9. Gastos no operacionales u otros gastos.
10. Resultado Final.
11. Participaciones y cálculo de impuestos.
12. Firmas de legalización.

El estado de resultados muestra la utilidad que tiene una empresa después del periodo económico en la cual se menciona los ingresos y gastos que incurre.

2.4.4 Flujo de efectivo

(Arbaiza Fermini, 2014, pág. 154); *En la implantación de la estrategia es fundamental que se evalúe la viabilidad de la inversión y el rendimiento financiero de la empresa. Según Proinversión (Perú), el objetivo del flujo de caja es demostrar que el negocio es viable o que genera suficientes utilidades. En él se tienen que observar todos los datos importantes sobre los ingresos operativos que se han proyectado y los egresos necesarios para ejecutar la estrategia, como los gastos operativos o las inversiones.*

El estado de flujo de caja es un informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura.

2.4.5 TEMAR

(Loría & Parkin, 2010, pág. 9); “La frase "nada es gratis en esta vida" expresa la idea fundamental de la economía, es decir: toda elección implica un costo. El costo de oportunidad es la alternativa de mayor valor a la que renunciamos para obtener algo”.

El costo de oportunidad es la selección de una opción la cual muchas veces se deja por una mejor, la cual va a brindar mejores beneficios con mayor cantidad de riesgos.

Fórmula:

$$CO = \frac{X^2 - X^1}{Y^2 - Y^1}$$

2.4.6 TIR

(Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 311); *Es la tasa de descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero.*

La TIR como indicador que muestra la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto de que todos los ingresos son reinvertidos directa y automáticamente a la misma tasa.

Fórmula:

$$TIR = i_1 + \frac{[(i_2 - i_1)(VAN_1)]}{[ABS(VAN_2 - VAN_1)]}$$

La tasa interna de retorno es la tasa que iguala el valor presente neto a cero, esta tasa mide el grado de rentabilidad de un negocio este se obtiene por medio del flujo de efectivo expresado en porcentaje.

2.4.7 VAN

- (Murcia M, 2009 (Reimp 2011), pág. 302); “El valor presente neto VPN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy”.
- “Es el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto”.

El valor actual neto es llevar la inversión al valor presente para conocer su rentabilidad y poder evaluar un proyecto si es o no es factible o si es necesario abandonar el negocio.

Según (SAPAG Nassir (2008), pág. 321); "E/ VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual".

$$VAN = -Inversión\ inicial + \frac{Entradas\ de\ efectivo}{(1 + r)^n} + \dots$$

El valor actual neto es el método más conocido y el más aceptado porque mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

2.4.8 Periodo de recuperación

(Diccionario Economía - Administración - Finanzas - Marketing, s.f.); “En la formulación del Presupuesto de una Inversión se debe considerar el Tiempo que se va a requerir para recuperar la misma”.

El periodo de recuperación es una razón medida en meses o años resultando de la división de los Costos y beneficios esperados. La principal limitación de este método es que no toma en cuenta los flujos de efectivo después del propio periodo de recuperación.

2.4.9 Punto de equilibrio

(Madrid, 2012); “Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida”.

El punto de equilibrio es el cruce de ingresos y gastos en la cual la empresa ni gana ni pierde.

2.5 Estructura organizativa

(Organización , 2011); Entendemos como estructura organizacionales como los diferentes patrones de diseño para organizar una empresa, con el fin de cumplir las metas propuestas y lograr el objetivo deseado.

En la estructura organizativa se establece el nombre de la empresa, su misión, visión, valores, organigrama y funciones del personal, de acuerdo al tipo y función que va realizar la empresa en el mercado.

2.5.1 Misión

(Promonegocios.net, 2012); La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

La misión es la razón de ser de la empresa, se describe la actividad a la que se dedica para que lo hace y aspectos concretos para darse a conocer.

2.5.2 Visión

(Fleitman, 2012); “En el mundo empresarial, la visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.

La visión es una exposición clara la cual indica hacia donde se dirige la empresa a un tiempo determinado, considerando las condiciones cambiantes de los clientes y siendo mejores ante la competencia.

2.5.3 Principios y valores

(Principios y Valores , s.f.); Los principios son el conjunto de valores, creencias, normas, que orientan y regulan la vida de la organización. Son el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos. Estos principios se manifiestan y se hacen realidad en nuestra cultura, en nuestra forma de ser, pensar y conducirnos.

Los principios y valores son normas que orientan la formación de las personas que integran la empresa.

2.5.4 Organigrama estructural

(Tipos de Organigramas , 2009); Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran.¹⁴ Similar a esta definición se debe señalar que se considera como una representación esquemática de la estructura

formal de la empresa, donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma.

El organigrama estructural es la gráfica de la empresa, la cual refleja las áreas como está conformada, describiendo los cargos y líneas de comunicación.

2.5.5 Manual de funciones

(Aiteco Consultores, 2013); El estudio de los puestos de trabajo es imprescindible para llevar a cabo la correcta gestión de los recursos humanos de una organización.

El Manual de Funciones, a su vez, compila las distintas descripciones en un único documento que facilita la consulta sobre cada puesto.

El manual de funciones permite desglosar las actividades y responsabilidades que debe tener el trabajador en su área correspondiente.

2.5.6 Aspectos legales

Requisitos para Persona Jurídica, Sociedad Civil y de Hecho:

- Formulario de solicitud y declaración de la patente.
- Formulario 1.5 Activos totales
- Certificado de no adeudar a la municipalidad
- Copia de la cédula, certificado de votación y nombramiento del representante legal.
- Copia del RUC, nombramiento del representante legal.
- Copia del documento de constitución de la empresa.
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Permiso ambiental.

- Respaldo de pasivos corrientes: Tabla de amortización y detalle de proveedores que adeuda.

Requisitos para obtener el RUC para sociedades:

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Para el cálculo de la Patente:

Cuadro 11. Cálculo de la patente

Rango		Impuesto o Fracción Básica	Impuesto o Fracción Excedente
Desde	Hasta		
-	2.000,00	20,00	-
2.000,01	4.000,00	20,00	1%
4.000,01	10.000,00	40,00	0.90%
10.000,01	20.000,00	94,00	0.80%
20.000,01	50.000,00	174,00	0.70%
50.000,01	100.000,00	384,00	0.60%
100.000,01	300.000,00	684,00	0.50%
300.000,01	600.000,00	1684,00	0.40%
600.000,01	900.000,00	2884,00	0.30%
900.000,01	1.200.000,00	3784,00	0.20%
1.200.000,01	2.000.000,00	4384,00	0.10%

Fuente: Municipio Atuntaqui

Elaborado por: Los autores

2.6 Impactos

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

Los impactos son las consecuencias que presenta un proyecto ante su ejecución los cuales pueden ser positivos o negativos ante la sociedad.

CAPÍTULO III

3 Estudio de mercado

3.1 Presentación

Mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público a través de la información, la misma que se utiliza para identificar y definir las oportunidades o problemas de productos o servicios; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo con el fin de mejorar la comprensión del proceso de mercado.

La pequeña microempresa dedicada a la producción y comercialización de pijamas para niños con diseños exclusivos busca un fin económico y un posicionamiento en el mercado de la ciudad de Atuntaqui.

Para el análisis de la oferta se considerará a las empresas que se dedican a la elaboración de pijamas para niños, considerando a las más relevantes ya que estas abarcan un mercado amplio por ser reconocidas desde hace varios años.

Para el análisis de la demanda el aspecto será cuantitativo ya que se considerará la cantidad de pijamas ofertadas en el mercado de acuerdo a la competencia, para lograr determinar la cantidad de consumo anual.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar demanda, oferta, precios y estrategias de comercialización.

3.2.2 Objetivos específicos

- Identificar la demanda potencial de pijamas con modelos exclusivos en la ciudad de Atuntaqui.
- Establecer la oferta existente de pijamas para niños en el área textil de la ciudad.
- Determinar los precios en relación a la competencia de empresas que fabrican y comercializan pijamas para niños en la ciudad.
- Realizar estrategias de comercialización con el fin de lograr un posicionamiento en el mercado.

3.3 Variables e indicadores

Variables

- Producto
- Precio
- Plaza
- Comunicación

Indicadores

Variable 1: Producto

- Modelo
- Colores
- Cantidad
- Presentación
- Calidad

- Tipo de tela
- Diseño
- Empaque
- Variedad

Variable 2: Precio

- Precio de venta
- Formas para determinar el precio

Variable 3: Plaza

- Ubicación

Variable 4: Comunicación

- Tipos de medios
- Promoción
- Experiencia recomendación

3.4 Matriz del estudio de mercado

Cuadro 12. Matriz del estudio de mercado

Objetivos	Variables	Indicadores	Instrumentos	Fuentes de información
Identificar la demanda potencial de pijamas con modelos exclusivos en la ciudad de Atuntaqui.	Producto	Modelo colores cantidad	Encuesta Entrevista	Primaria
	Precio	Valor		
	Plaza	Lugar de compra		
	Comunicación	Tipos de medios		
Establecer y proyectar la oferta existente de pijamas para niños en el área textil de la ciudad.	Producto	Presentación calidad tipo de tela, diseño, empaquete, modelo, variedad	Ficha de observación Entrevista Encuesta	Primaria
	Precio	Valor		
	Oferta	Competidores		
	Comunicación	Promoción		
Determinar los precios en relación a la competencia de empresas que fabrican y comercializan pijamas para niños en la ciudad. Realizar estrategias de comercialización con el fin de lograr un posicionamiento en el mercado.	Producto	Tiempo variedad del producto maquinaria proveedores proceso	Entrevista Encuesta	Primaria
	Precio	• Precio de venta • Cálculo		
	Empresa	• Opinión de la industria estudio de mercado • Sugerencia de proveedores		
	Comunicación Empresa	Experiencia recomendación		

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Los Autores

3.5 Identificación del producto

Para la confección de pijamas se considera 6 diferentes modelos los cuales constan para las tallas de 1-10. En ellos aplicaremos el modelo buso y pantalón, kimono usando para la confección tela térmica suave de buena calidad, acompañado de estampados adecuados para cada una de las edades, además se usaran colores claros y por ultimo adornos que complementa los diseños exclusivos en las pijamas para los niños.

La confección de las pijamas se realizarán en función de los gustos y preferencias que tienen los clientes, para todo ello se ha determinado a través de las encuestas realizadas a los turistas que visitan la ciudad de Atuntaqui.

Modelos de las pijamas para niños

Ilustración 2. Modelo de pijamas

Descripción: Dicho modelo es un kimono pijama, modelo unisex, junto a estampado diferente divertido para los niños, el cual se realizará para la edad de 1 año.



de

Descripción: Este modelo de pijama es un kimono modelo unisex, con estampados llamativos, el cual se utilizará para edades comprendidas de 2-3 años.



Descripción: Es un modelo de kimono modelo unisex, con estampado animado para los niños, el cual será confeccionado para edades entre 4-5 años.



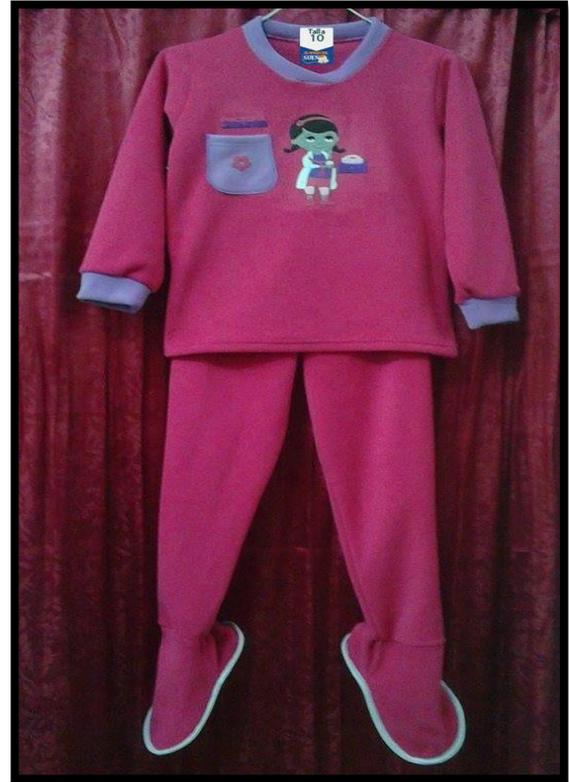
Descripción: Este modelo consta en buso y pantalón modelo unisex, con animaciones de estampados, el cual se elaborará para edades de 6-7 años.



Descripción: Dicho modelo pijama será usado unisex con diferentes estampados y adornos a complementar, el cual se identifica como buso y pantalón y servirá para la elaboración de edades entre 8-9 años.



Descripción: Dicho modelo de pijama que consta de buso y pantalón será de modelo unisex, con estampados de acuerdo a gustos de los niños, el cual se elaborará para edades de 10 años.



3.6 Segmentación del mercado

La creación de la microempresa de producción y comercialización de pijamas con diseños exclusivos para niños está dirigida a la región Sierra ya que cuenta con un clima templado frío, a la vez a los turistas que nos visitan de diferentes ciudades como son: Quito, Tulcán, Cuenca, Ambato, recalcando que serán de clase media alta quienes tienen la capacidad de adquirir el producto.

Se considera que los turistas visitan la ciudad de Atuntaqui semanalmente y en feriados, incluyendo las ferias textiles, el cual permite dinamizar el comercio de la industria textil, generando oportunidades de empleo y desarrollo de la ciudad.

3.6.1 Identificación de la población

Para el presente estudio de mercado se recurrió a la recopilación de información primaria obtenida a través de la observación a los diferentes almacenes de la ciudad, a la

entrevista de un experto de la localidad y a la visita de la Fábrica Imbabura al departamento de productividad, quien brindo información clara y real.

A la ciudad de Atuntaqui visitan aproximadamente de 150 a 200 turistas semanales y en las ferias textiles un aproximado de 85.000 turistas siendo una población extraordinaria para crecer en el mercado.

Tabla 1. Población turística			
Descripción	Semanal	Mensual	Anual
Turistas	200	800	9600
Feria Textil			85000
Feriados			18000

Fuente: Departamento de productividad (Fábrica Imbabura)

Elaborado por: Los Autores

3.6.2 Mercado meta

El mercado meta para la producción y comercialización de pijamas con diseños exclusivos para niños será la población turística que visitan Atuntaqui a consumir los productos locales siendo un aliado la Fábrica Textil Imbabura quien es un referente histórico en la industria textil.

3.6.3 Cálculo de la muestra

El tamaño de la muestra depende de los factores: nivel de confianza, error asociado y la varianza.

Fórmula de Cálculo

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

Simbología:

N = Población o universo

n = Muestra

z^2 = Nivel de confianza

σ^2 = Varianza

ε^2 = error

La presente investigación se tomará en cuenta el cálculo de la muestra con 9600 turistas que visitan la ciudad de Atuntaqui los cuales tienen la capacidad de adquirir las pijamas de niños.

$Z = 1.96$

$\varepsilon = 5\%$

$\sigma = 0,25$

3.6.4 Cálculo de la fórmula

Para determinar la muestra de la población se consideró a los turistas que visitan la ciudad de Atuntaqui, se aplicó la siguiente fórmula:

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

Reemplazo:

$$n = \frac{9.600 \cdot 1.96^2 \cdot 0,25}{(9.600 - 1)0.05^2 + 1.96^2 \cdot 0,25}$$

$n = 369$ encuestas

3.7 Evaluación de la información

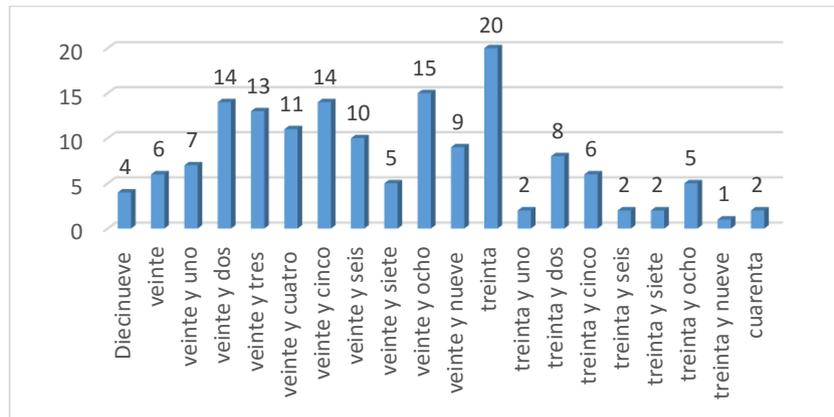
La evaluación de la información de los datos se hizo de forma ética y organizada para tener mayor claridad de las variables e indicadores.

Resultado de la encuesta dirigida a los consumidores

ENCUESTA

Datos técnicos:

Gráfico 1. Edad de las madres

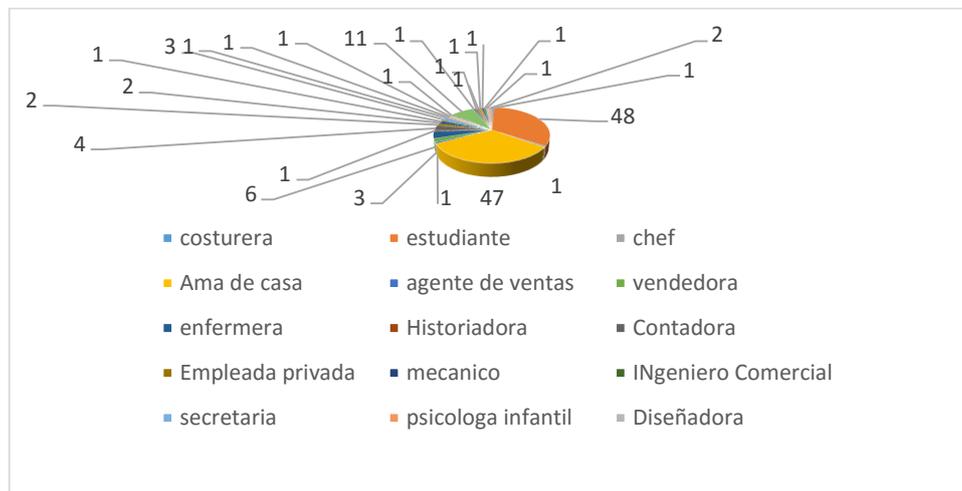


Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores

Nivel de instrucción

Gráfico 2. Nivel de instrucción

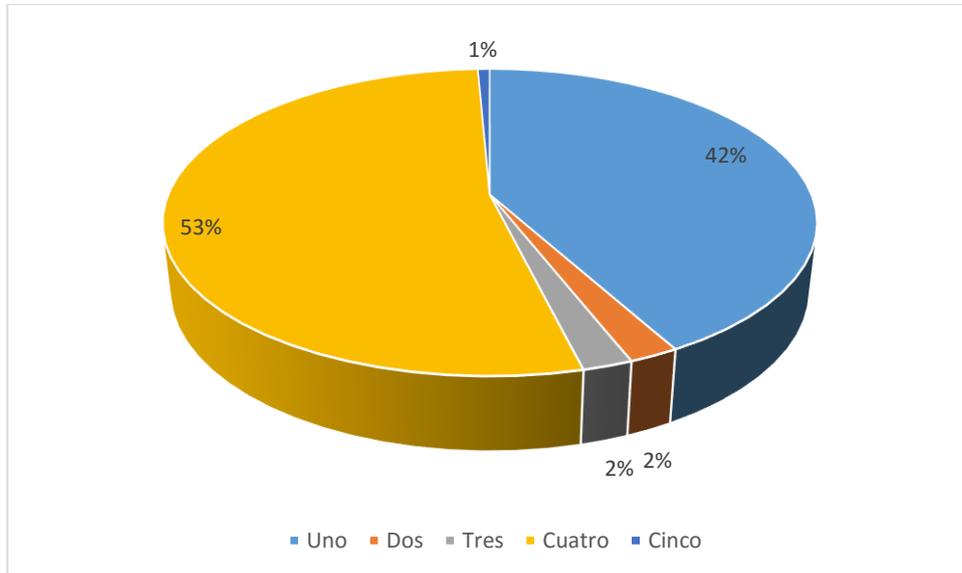


Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores

Número de hijos/as

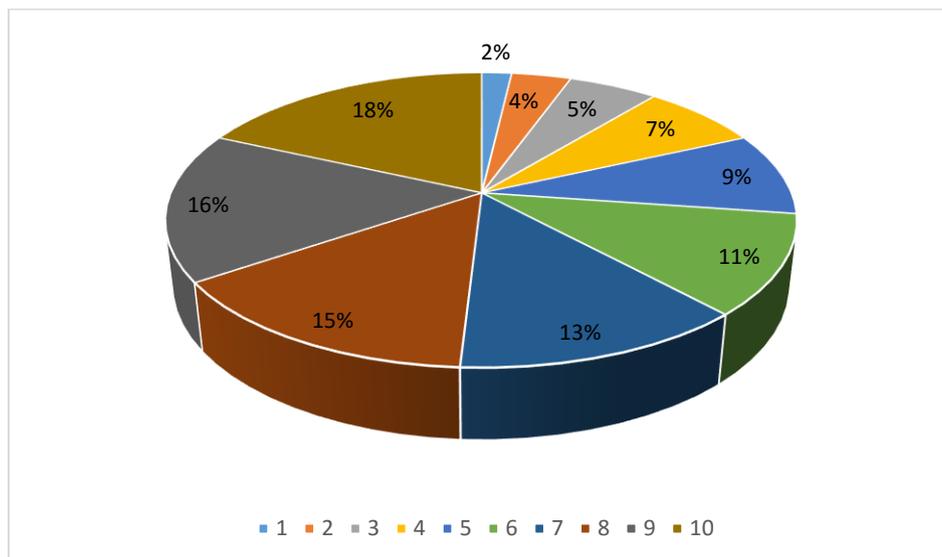
Gráfico 3. Número de hijos



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado: Los Autores

Edad del niño/a

Gráfico 4. Edad del niño



Fuente: Estudio de mercado
Elaborado: Los Autores

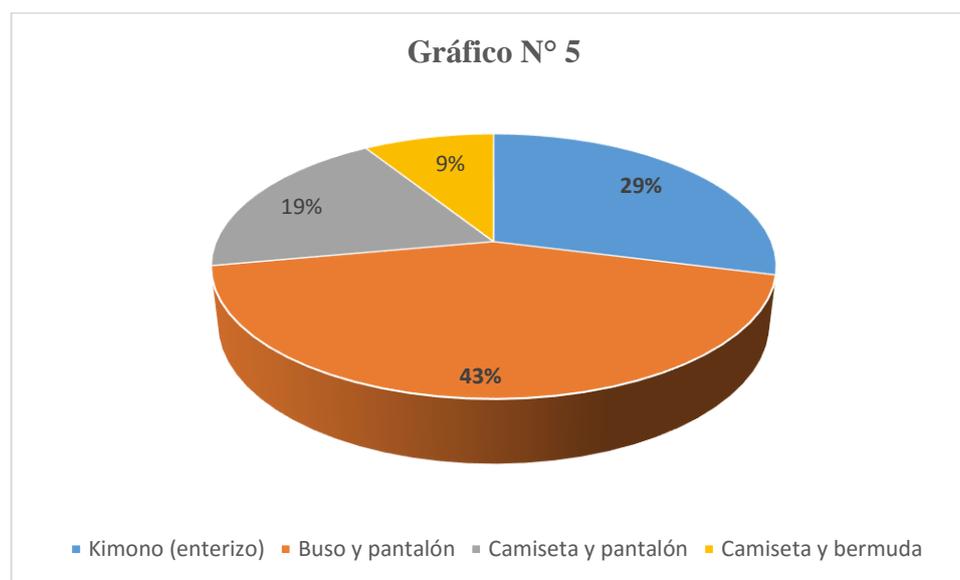
Instructivo: Marque con una X según considere la respuesta correcta.

1. ¿Qué modelo de pijama suele utilizar su hijo/a con más frecuencia?

Tabla 2. Modelo de la Pijama		
Descripción	F	%
Kimono (enterizo)	107	29%
Buso y pantalón	159	43%
Camiseta y pantalón	70	19%
Camiseta y bermuda	33	9%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Tabla N° 2

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

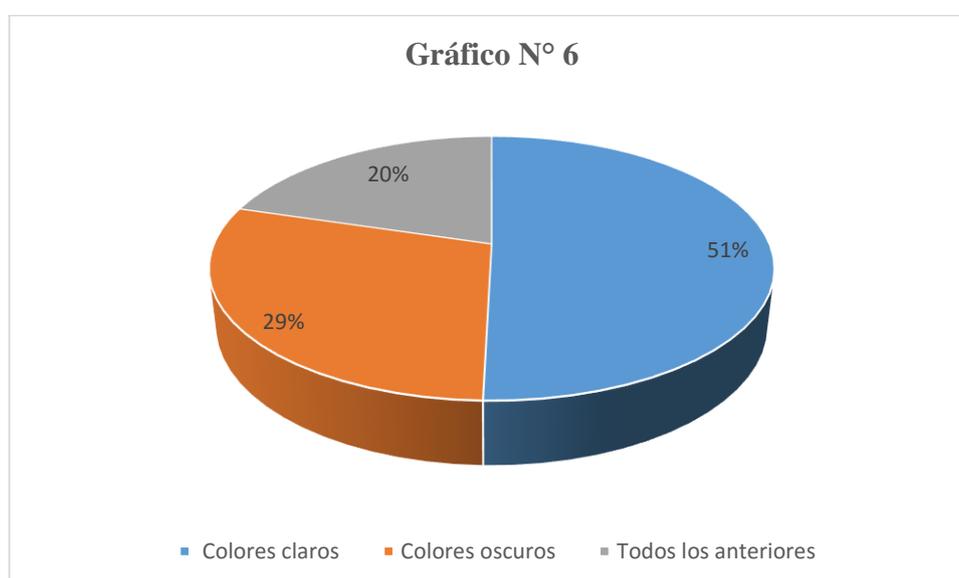
En el presente gráfico se puede observar que de la variedad de modelos tomados a consideración hacia el público, lo que más les agrada son pijamas de buso y pantalón, siendo mayor, mientras que en un menor porcentaje prefieren comprar o usar camiseta con bermuda.

2. ¿Qué colores cree que son convenientes para el uso de pijamas para su hijo/a?

Tabla 3. Colores de la pijama		
Descripción	f	%
Colores claros	186	51%
Colores oscuros	108	29%
Todos los anteriores	75	20%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Tabla N 3

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

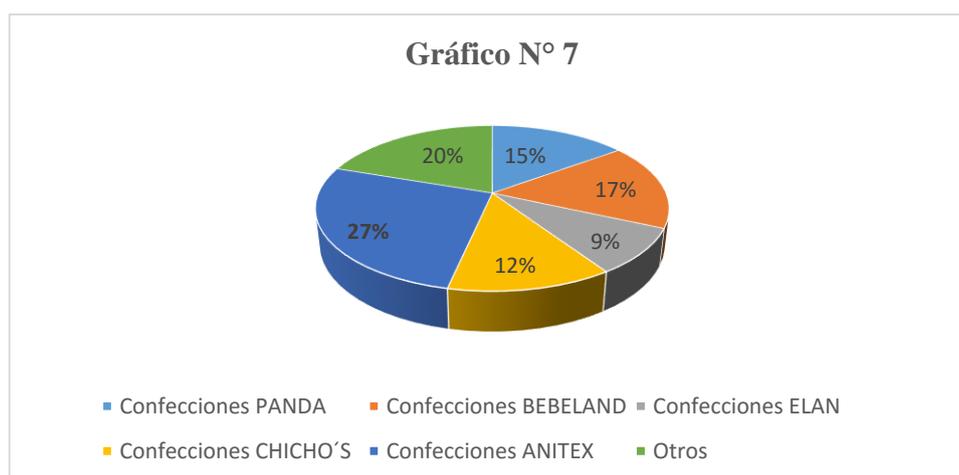
La aceptación de colores que desean las madres de familia para el uso de pijamas de su hijo/a con mayor aceptación son los colores claros, mientras que pocos prefieren cualquier tipo de color.

3. ¿En qué lugares suele comprar pijamas para su hijo/a?

Tabla 4. Lugar de compra		
Descripción	f	%
Confecciones PANDA	55	15%
Confecciones BEBELAND	62	17%
Confecciones ELAN	33	9%
Confecciones CHICHO'S	47	12%
Confecciones ANITEX	99	27%
Otros	73	20%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Tabla N° 4

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

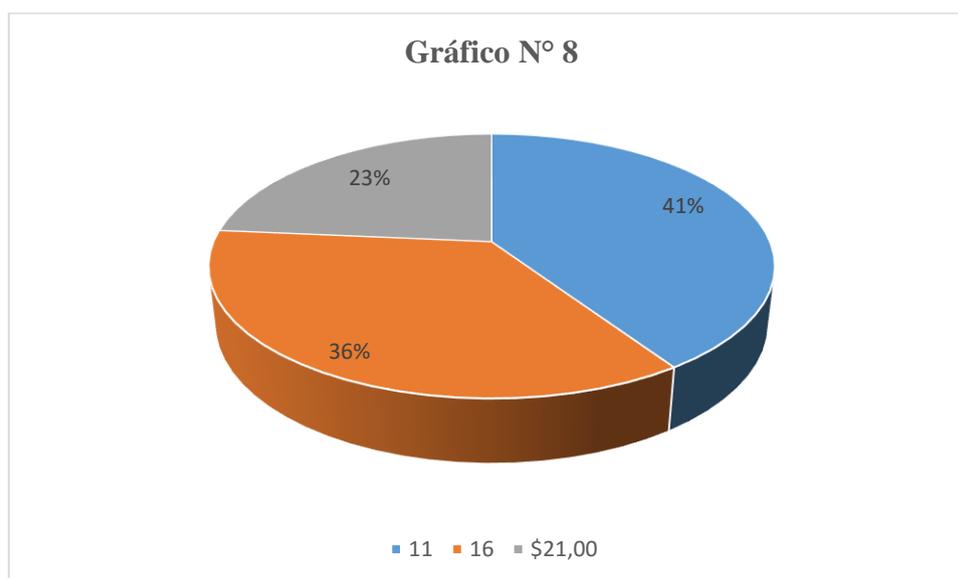
Se puede observar que la mayor parte de los turistas que visitan la ciudad de Atuntaqui prefieren adquirir el producto en Anitex, mientras que en una mínima parte prefieren adquirir en Elan.

4. ¿Cuánto normalmente paga por una pijama para niños hasta los 10 años?

Tabla 5. Precio de la competencia		
Descripción	f	%
12,00	150	41%
16,00	132	36%
21,00	87	23%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Tabla N 5

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

La mayor cantidad de personas prefieren adquirir pijamas de calidad establecida en el precio, en el gráfico se puede observar que la mayoría pagan precios de \$12, mientras que pocos prefieren pagar \$21.

5. ¿Le gustaría adquirir pijamas con diseños exclusivos (adornos infantiles) para su hijo/a?

Tabla 6. Aceptación del producto		
Descripción	f	%
SI	329	89%
NO	40	11%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Tabla N° 6

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

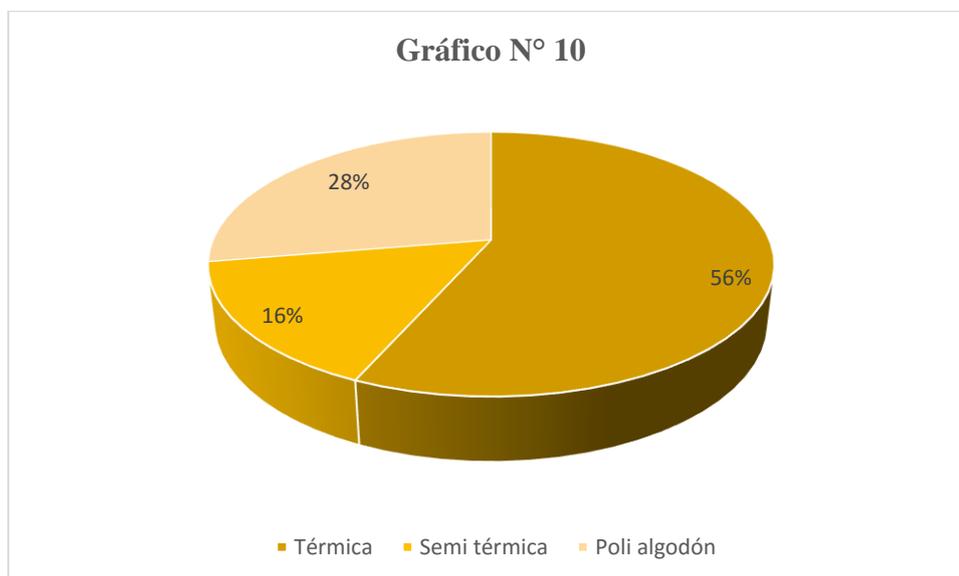
Se puede apreciar en el gráfico la aceptación que tendrá el producto de la confección de pijamas para niños con diseños exclusivos (personalizados), esto significa la viabilidad que tiene el proyecto con una gran aceptación.

6. ¿Qué tipo de tela prefiere para la pijama de su hijo/a?

Descripción	f	%
Térmica	209	56%
Semi térmica	58	16%
Poli algodón	102	28%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Tabla N° 7

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

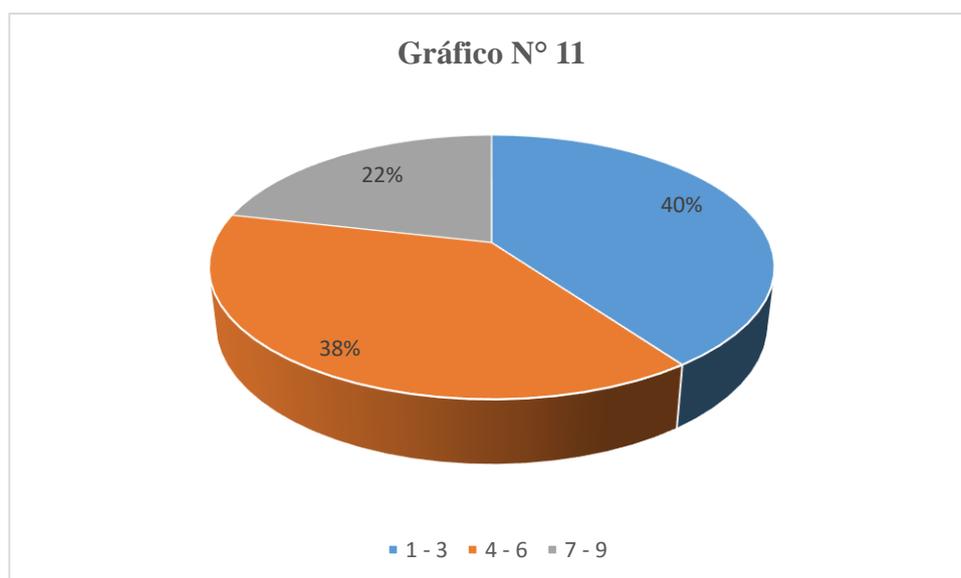
En la mayoría de las madres de familia prefieren la tela térmica para la pijama de su hijo con un alto porcentaje, debido a que no existe variedad en dicha categoría, mientras que en un bajo porcentaje prefieren la tela semi térmica.

7. ¿Cuántas pijamas compraría al año?

Tabla 8. Cantidad de adquisición		
Descripción	f	%
1 – 3	148	40%
4 – 6	142	38%
7 – 9	79	22%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Tabla N° 8

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

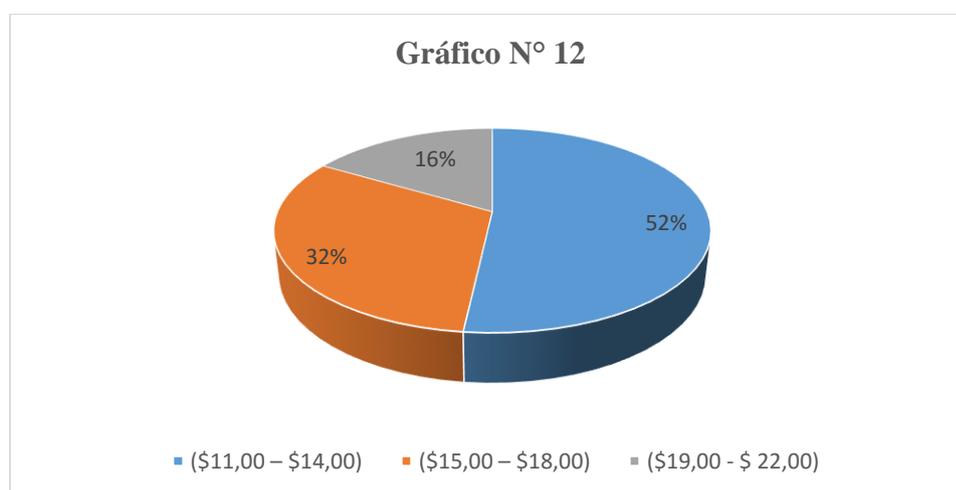
En cuanto al número de unidades que está dispuesto a adquirir el cliente tenemos de acuerdo al gráfico los siguientes resultados de manera ordenado por cantidad: la mayoría de turistas por lo general prefieren adquirir de 1 a 3 pijamas por cada año, y en un bajo porcentaje adquieren en mayores cantidades.

8. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una pijama, según la talla?

Tabla 9. Precio a pagar		
Descripción	F	%
(\$11,00 - \$14,00)	191	52%
(\$15,00 - \$18,00)	117	32%
(\$19,00 - \$22,00)	61	16%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Tabla N° 9

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

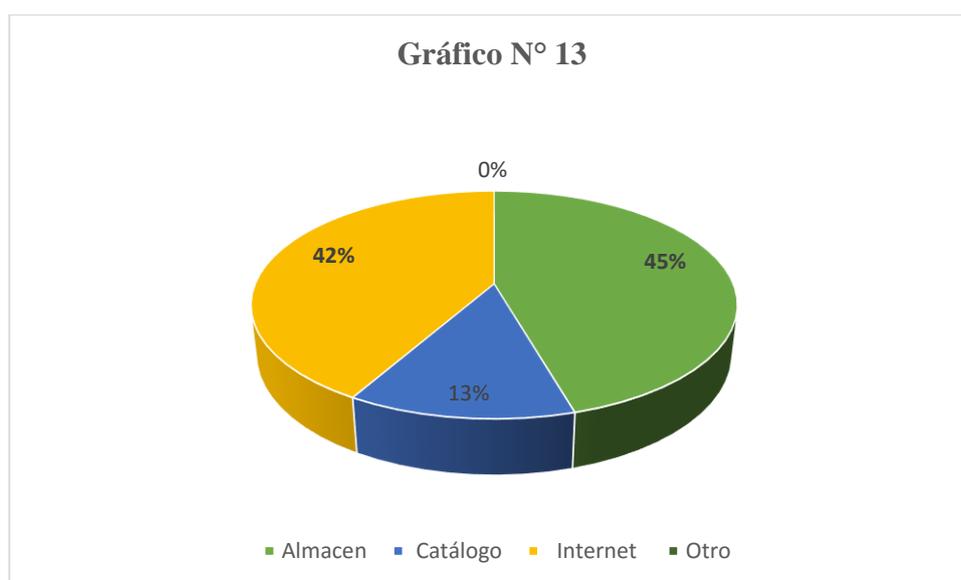
Los precios a pagar por las pijamas se consideran de 11 a 14 dólares siendo alto ya que serán modelos exclusivos en el mercado en el cual se maneje calidad, mientras que de 19 a 22 prefieren pocas madres de familia.

9. ¿Dónde le gustaría conseguir el producto?

Tabla 10. Lugar de venta		
Descripción	f	%
Almacén	168	45%
Catálogo	47	13%
Internet	154	42%
Otro	0	0%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Tabla N° 10

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

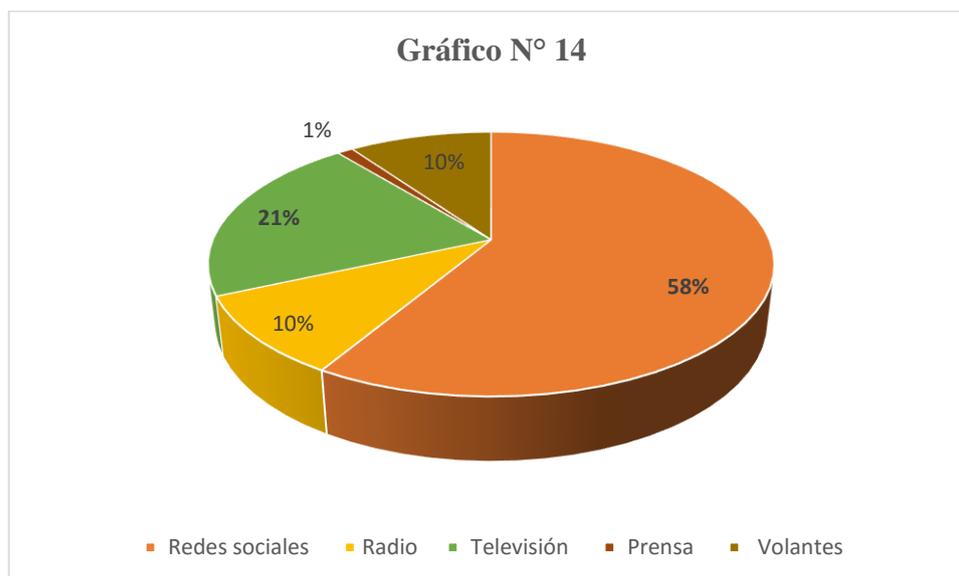
Se manifiesta en el gráfico los resultados de donde desea encontrar las pijamas para la adquisición respectiva entre estos resultados mencionamos representativamente las madres de familia prefieren encontrar en el almacén ya que sería de fácil acceso el cual será un punto referente, mientras que algunos prefieren enterarse por catálogo.

10. ¿Cómo le gustaría enterarse de la apertura de una nueva empresa?

Descripción	f	%
Redes sociales	216	58%
Radio	36	10%
Televisión	77	21%
Prensa	4	1%
Volantes	36	10%
Total	369	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: Los Autores



Fuente: Encuesta

Elaborado: Los Autores

INTERPRETACIÓN:

En el presenta gráfico se puede destacar el medio publicitario por el que desea enterarse el cliente acerca de la apertura de una nueva empresa del producto de pijamas que saldrá al mercado, siendo el más representativo las redes sociales, mientras que pocos prefieren enterarse por la prensa.

3.7.1. Resultado de la entrevista

Tema: Entrevista dirigida al Ingeniero de producción de Confecciones Emperatriz.

Objetivo: Conocer de primera mano el proceso productivo en la Industria Textil de pijamas para niños de 1-10 años en la ciudad de Atuntaqui.

Nombre de los entrevistadores: Julio Jaramillo, Paulina Vega.

Nombre del entrevistado: Sr. Fabián Muñoz.

PREGUNTAS:

1. ¿Cuántos años se ha dedicado a la confección de pijamas?

Manifiesta que se ha dedicado a confeccionar desde hace 10 años lo que son pijamas y prendas de vestir, teniendo su fábrica en San Roque y su local en Atuntaqui.

2. ¿Qué opina acerca de la industria textil en la ciudad de Atuntaqui?

Manifiesta que es bueno porque la industria nos da sustento económico, pero siempre y cuando se pueda llevar el negocio y obviamente ser persistente e insistente en lo que se dedica con el fin de no caer ya que cuando se empieza es duro acoplarse al mercado igual que la competencia.

3. ¿Qué tipo de prendas de vestir empezó confeccionando?

El señor Muñoz empezó fabricando pijamas para niños en el modelo Kimonos (enterizos), al local salió a vender apenas con 16 pijamas ya que al iniciar solo contaba con 2 máquinas que era Overlock y Recta.

4. ¿Qué le ha parecido la experiencia en confeccionar prendas de vestir?

La experiencia es muy buena porque es algo limpio, además de ello le gusta hacer esto ya que es creativo para sacar diseños, modelos es técnico con su maquinaria y sobre todo tiene mucha experiencia laboral en todo el ámbito industrial y empresarial.

5. ¿Con qué capacidad productiva se puede iniciar una empresa de pijamas?

La cantidad de kilos que adquirió para las 16 prendas, fueron 2 metros de tela que representa comprar 1 kilo, en total compro 8 kilos ya que eran destinado para elaborar 2 pijamas de talla 3 y 1 de talla 0, conjunto de ello consiguió el resto de tela para completar las 16 pijamas.

6. ¿Con cuántas máquinas empezó a producir?

Empezó con 2 máquinas Overlock y la Recta ya que no contaba aun con mucho capital para poder adquirir más y de práctica suficiente en algo propio, con el pasar del tiempo le empezó a ir bien en el negocio y necesitaba aumentar la producción por lo que molestaba hacer únicamente cierto terminado de la prenda y llevar a otra empresa a pagar para hacer el remate, entre otras; por ese motivo decidió adquirir la Recubridora y en la actualidad ya logra contar con otras máquinas.

7. ¿Realizó un estudio de mercado antes de implementar su empresa?

Manifestó que si, el observo e investigo los precios, modelos, como es el movimiento de la competencia, cuantas empresas competidoras hay en el mercado y que puede hacer el para competir frente a su competencia. Esta información le permitió aplicar nuevas estrategias que no lo hacen los demás, en diseñar modelos diferentes en las pijamas para darse a conocer poco a poco en el mercado.

8. ¿Sus proveedores son locales?

Manifestó que si son locales sus proveedores, que con ellos trabaja desde que inicio hasta la actualidad, considerando que la tela que utiliza es de China ya que el proveedor importa ese tipo de tela que es muy buena y reconocida, por ese motivo trabaja con dicho proveedor años por la calidad que tiene.

9. ¿Cómo se procede a realizar el proceso productivo para la confección de pijamas?

Primero se procede a adquirir la tela dependiendo a un estimado de prendas que necesito sacar se procede hacerlo comprando por kilos que representa cada uno de ellos 2 metros, seguido de ello se procede a doblar la tela en la mitad de lado derecho para cortarlo por la mitad, luego se colocan los moldes en todo el kilo del color que adquirió para estimar a sacar unas 3 o 4 prendas variando la talla, con el fin de desperdiciar menos tela; a continuación de sacar los moldes se procede a unir en la máquina, luego según el modelo pasa a otra de ellas para los bordes, otra para diseños de los lados, luego rematadora, al final por la cortadora de hilos, seguido de este proceso al estampado y planchado, se revisa el producto y se procede a empacar en fundas cada prenda para sacar al mercado.

10. ¿Qué nos recomienda para poder iniciar con esta actividad?

Manifestó ponerle amor, entusiasmo, dedicación a lo que van hacer ya que es una profesión y vida a la vez muy hermosa en la que se llena de experiencia y se tiene buenas oportunidades en el área de conocimiento de textileras, además cabe recalcar que al principio de cualquier negocio que se ponga gamas le va ir excelente desde el primer día, se sufre un par de meses pero vale la pena, siempre y cuando cada día se esfuerce por mejorar ante la competencia ya que esa es la clave de todo, y con ello ser muy persistente para crecer y abrir más puertas que beneficien al propietario.

3.7.2. Ficha de observación

Tema: Identificar el nivel de demanda de pijamas para niños de 0-10 años en la ciudad de Atuntaqui.

Objetivo: Analizar los principales competidores de pijamas para niños de 1-10 años en la ciudad de Atuntaqui.

Empresa evaluada: Confecciones BEBELAND, Confecciones ELAN, Confecciones CHICHO'S y Confecciones ANITEX.

Establecimiento comercial: Ciudad de Atuntaqui.

Cuadro 13. Ficha de observación

Competencia	Confecciones BEBELAND	Confecciones ELAN	Confecciones CHICHO'S	Confecciones ANITEX
1. Presentación	Las pijamas se encuentran a la vista del cliente y dentro de estanterías del almacén.	Las pijamas se encuentran a la vista del cliente y sobre muebles decorativos en el almacén.	Las pijamas se encuentran guardadas en fundas plásticas en estanterías.	Las pijamas se encuentran a la vista del cliente y sobre muebles decorativos en el almacén.
2. Calidad	La calidad es buena, las pijamas duran y no se rompe fácilmente, además se puede meter a la lavadora y secadora y no hay problema con la tela y el estampado.	La calidad es buena, las pijamas duran y no se rompe fácilmente, además se puede meter a la lavadora y secadora y no hay problema con la tela y el estampado.	La calidad es buena, las pijamas duran y no se rompe fácilmente, además se puede meter a la lavadora y secadora y no hay problema con la tela y el estampado.	La calidad es buena, las pijamas duran y no se rompe fácilmente, además se puede meter a la lavadora y secadora y no hay problema con la tela y el estampado.
3. Tipo de tela	Utilizan la tela poli algodón que corresponde a lo siguiente: 65% poliéster y 35% algodón.	Utilizan la tela poli algodón que corresponde a lo siguiente: 65% poliéster y 35% algodón.	Utilizan la tela poli algodón que corresponde a lo siguiente: 65% poliéster y 35% algodón.	Utilizan la tela poli algodón que corresponde a lo siguiente: 65% poliéster y 35% algodón.

4. Diseño	Se encarga de confeccionar pijamas con diseños propios y repetitivos de la empresa.	Tienden a cambiar diseñando diseños periódicamente y sacan en cadenas de producto.	Cambia en diseños de pijamas en los estampados de manera periódica, acoplando a dibujos para niños.	Varía en los diseños de estampados de manera periódica, según se termina la línea de producción.
5. Empaque	Al entregar el producto lo entregan en fundas grandes.	Al entregar el producto lo entregan en fundas grandes	Al entregar el producto lo entregan la pijama en funda pequeña y luego lleva en fundas grandes	Al entregar el producto lo entregan en fundas grandes
6. Modelo	Los modelos para los bebés son varios y repetitivos en: camiseta y short, enterizos, buso y pantalón, pijamas en 3 piezas.	Confeccionan pijamas para niños en diferentes modelos que son repetitivos como son: térmicas, buso y pantalón, camiseta, short y vestido.	Confeccionan pijamas para niños en diferentes modelos repetitivos como son: térmicas, buso y pantalón, camiseta, short y vestido.	Confeccionan pijamas para niños en diferentes modelos repetitivos como son: térmicas, buso y pantalón, camiseta, short y vestido.
7. Precio	Los precios que maneja en el mercado son estables para los bebés.	Los precios que manejan son un poco elevados ante la competencia.	Los precios que maneja ante la competencia son cómodos.	Los precios que maneja ante la competencia son medios ya que esta entre ELAN y CHICHO'S.
8. Promoción	La empresa mantiene promoción en la compra de pijamas al por mayor a partir de la compra de 6 unidades por modelo el 10% de descuento.	La empresa mantiene promoción al por mayor en la compra de pijamas llevando dos docenas el descuento es del 30%.	La empresa mantiene promoción en la compra de pijamas al por mayor a partir de la compra de 3 unidades por tallas y modelo el 10% de descuento.	La empresa mantiene promoción en la compra de pijamas al por mayor a partir de \$ 200 en pijamas sin importar la talla y modelo el 4% de descuento.
9. Variedad de producto	Si cuentan con líneas de modelos para los bebés.	Si cuentan con líneas de modelos para niños para el frío y calor.	Si cuentan con líneas de modelos para niños para el frío y calor.	Si cuentan con líneas de modelos para niños para el frío y calor.

Fuente: Investigación primaria

Elaborado por: Los Autores

3.8 Demanda

En el actual mercado se encuentran oportunidades para productos textiles confeccionados e innovados directamente para satisfacer las necesidades del cliente.

Al no existir en la ciudad de Atuntaqui pijamas con diseños exclusivos se procedió a identificar una oportunidad a través de la observación de la insatisfacción del cliente, además se procedió a realizar la encuesta y entrevista para conocer de primera mano la opinión y necesidades del cliente, con esto se pudo identificar la población del mercado meta para el cálculo de la muestra respectiva.

Tabla 12. Demanda

Frecuencia	Tamaño de la población turista	Ponderación	% de consumo	Promedio de consumo	Población investigada	Total consumo anual
1 – 3	9.600	2	40%	0,80	3.840	3.072
4 – 6	9.600	5	38%	1,90	3.648	6.931
7 – 9	9.600	8	22%	1,76	2.112	3.717
Total		15	100%	4,46	9.600	13.720

Fuente: Consumidores Población Turística de Atuntaqui

Elaborado por: Los Autores

3.9 Proyección de la Demanda

Con respecto a los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los posibles consumidores turísticos de la ciudad de Atuntaqui arrojan los siguientes resultados de acuerdo a la frecuencia de compra como es: el 40% compraría de 1 a 3 pijamas mensuales, el 38% consumiría de 4 a 6 pijamas, el 22% consumirían de 7 a 9 pijamas; en base a estos porcentajes obtenidos y reflejados en el tamaño de la población se pudo calcular la cantidad en número de demanda anual de las pijamas representado en 13.720.

Para la proyección de la demanda se utilizó la tasa de crecimiento poblacional turista de los últimos 5 años que visitan la ciudad de Atuntaqui y para ello se utilizó la siguiente fórmula:

$$Dp = Da(1 + i)^n$$

En donde:

Dp= Consumo futuro

Da= Demanda determinada en la investigación

i= Tasa de crecimiento (2.14%)

n= Años proyectados

Para establecer la proyección de la demanda se ha considerado la tasa de crecimiento del 2.14% de la ciudad de Atuntaqui de acuerdo a datos proporcionados por el INEC del 2010.

Remplazando la fórmula se tiene la siguiente información de la demanda proyectada:

Tabla 13. Proyección de la demanda

Años	Consumo futuro de la pijamas
2015	13.720
2016	14.014
2017	14.314
2018	14.620
2019	14.933
2020	15.253

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: los Autores

3.10 Oferta

En la ciudad de Atuntaqui la oferta de pijamas para niños consta únicamente de productos hechos en base de modelos repetitivos lo cual representa escases de innovación y deficiente materia prima creando insatisfacción del cliente.

Tabla 14. Oferta

Empresas	Venta mensual	Venta Anual
	Pijama de niños	Pijama de niños
Confecciones Chicho's	200	2.400
Confecciones Emperatriz	135	1.620
Confecciones Anitex	332	3.980
TOTAL	667	8.000

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: los Autores

3.10.1 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se ha considerado una entrevista a las distintas empresas que confeccionan pijamas para niños en la ciudad de Atuntaqui, es por eso que se ha realizado un análisis de cuánto es la estimación de la venta mensual de cada una de estas empresas, como es confecciones Chicho's, confecciones Emperatriz, Anitex, la cual estima que al año se venden un aproximado de 8.000 pijamas para niños.

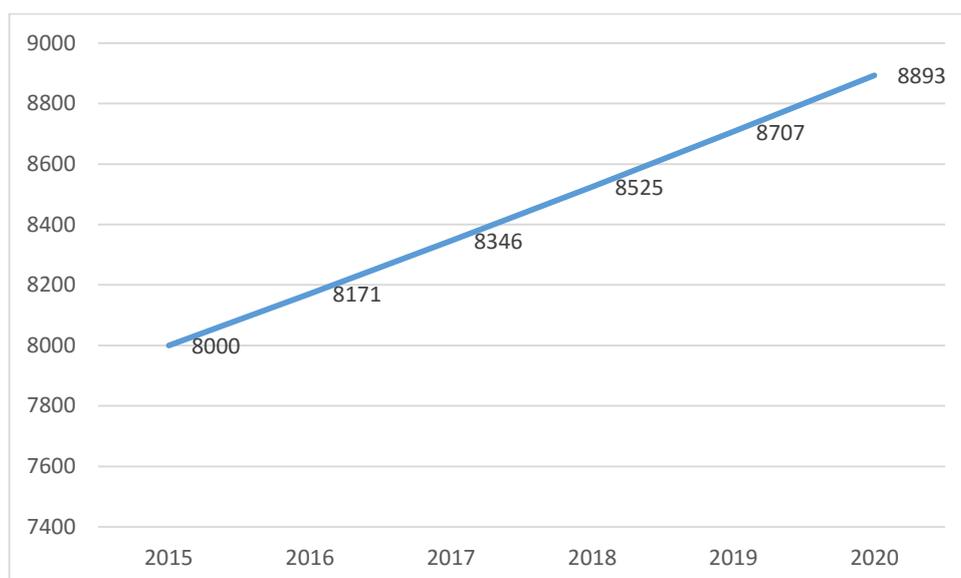
Para la proyección de la oferta se utilizó como base la tasa de crecimiento del 2.14% de la ciudad de Atuntaqui según el INEC 2010.

Tabla 15. Proyección de la oferta

Años	Oferta
2015	8.000
2016	8.171
2017	8.346
2018	8.525
2019	8.707
2020	8.893

Fuente: Entrevista a la competencia

Elaborado por: Los Autores

Gráfico 5. Oferta

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Los Autores

3.11 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha es la diferencia existente entre la demanda y la oferta, es el primer punto en el que se determinada la puesta en marcha del proyecto quedando de la siguiente manera:

Tabla 16. Demanda insatisfecha

Años	Consumo futuro de la pijamas	Oferta	Demanda insatisfecha	Demanda a Tomar
2015	13.720	8.000	5.720	5.606
2016	14.014	8.171	5.843	5.726
2017	14.314	8.346	5.968	5.848
2018	14.620	8.525	6.095	5.974
2019	14.933	8.707	6.226	6.101
2020	15.253	8.893	6.359	6.232

Fuente: Fábrica Imbabura

Elaborado por: Los Autores

Tabla 17. Ponderación de la demanda

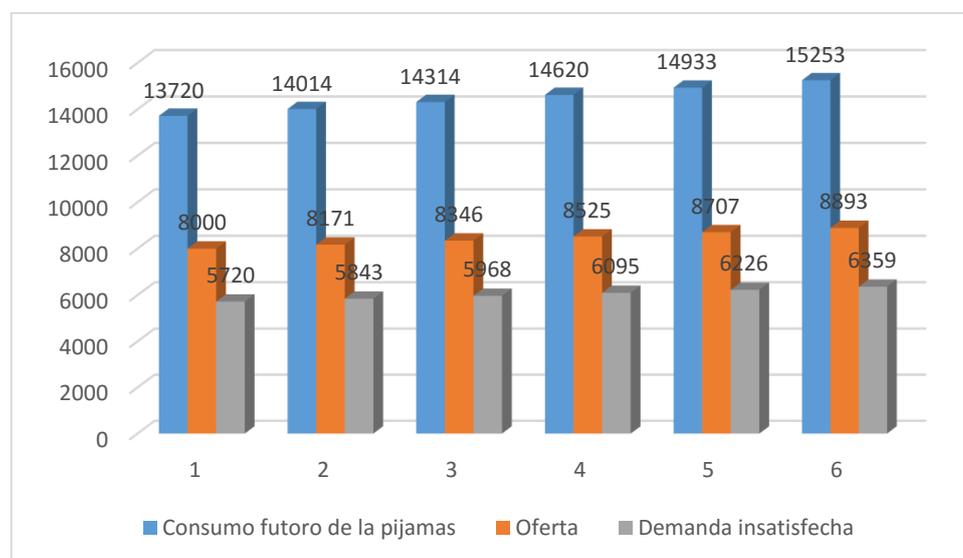
Ponderación			
Edad	Cantidad niños	Porcentaje participación	Cantidad de pijamas
1	37	10%	561
2	44	12%	673
3	37	10%	561
4	37	10%	561
5	21	6%	336
6	37	10%	561
7	37	10%	561
8	37	10%	561
9	37	10%	561
10	44	12%	673
Total	369	100%	5606

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

El resultado obtenido refleja en el mercado una oportunidad de inversión ya que la demanda no cubre totalmente el mercado lo cual hace factible la propuesta del proyecto, a la vez se presenta la cantidad de productos los cuales se va a producir por tallas.

Gráfico 6. Demanda insatisfecha



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

3.13 Estrategias de comercialización

3.13.1 Desarrollo del producto

Con el estudio realizado se podrá realizar un producto de mejor calidad en comparación con la competencia, utilizando materia prima adecuada y la tecnología para la adecuada confección de pijamas con diseños exclusivos para niños, en el que consistirá modelos innovadores, adornos, mezcla de colores y sobre todo estar actualizados en programas infantiles, recalando que las pijamas serán para niños comprendido entre 1 a 10 años de edad.

3.13.2 Fijación del costo unitario

Con los datos obtenidos del costo variable y el costo fijo se puede determinar el costo de producción por unidad de cada producto.

Tabla 18. Fijación del costo unitario

Tallas	Costo variable			Costo fijo			Costo total
	MPD	MOD	CIF	Gasto Administrativo	Gasto de ventas	Gasto financiero	
Talla 0	1,95	4,04	1,19	2,40	1,44	0,27	11,28
Talla 2	1,98	4,04	0,54	2,40	1,44	0,27	10,66
Talla 4	2,52	4,04	0,75	2,40	1,44	0,27	11,40
Talla 6	2,54	4,04	0,60	2,40	1,44	0,27	11,27
Talla 8	2,93	4,04	0,60	2,40	1,44	0,27	11,66
Talla 10	2,93	4,04	0,99	2,40	1,44	0,27	12,06

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

3.13.2 Fijación del precio

Se asignará un precio adecuado para la distribución del producto, lo cual es uno de los elementos más primordiales al ofertar un nuevo producto en el mercado el cual será establecido

a través de los costos y al análisis de la competencia. Para la fijación de precios también se considera el modelo, diseño y el tamaño que tenga la pijama lo que significa considerar todos los costos en la confección de la misma y de esta manera se podrá satisfacer la necesidad del cliente y a la vez lograr un posicionamiento en el mercado.

Tabla 19. Fijación del precio

Tallas	Costo total	Utilidad	
		25%	Precio
Talla 0	11,28	2,82	14,10
Talla 2	10,66	2,67	13,33
Talla 4	11,40	2,85	14,25
Talla 6	11,27	2,82	14,09
Talla 8	11,66	2,92	14,58
Talla 10	12,06	3,02	15,08

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

3.13.3 Estimación de precios

Para la comercialización de pijamas para niños se tomará en cuenta los costos de producción y el precio que los turistas estiman pagar por el nuevo producto en el mercado, tomando en cuenta el precio que maneja la competencia.

Tabla 20. Estimación del precio

Tallas	Precio
0 – 2	13,72
4 – 6	14,17
8 – 10	14,83

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

3.13.4 Proyección de precios

Para proyectar los precios establecidos por la competencia se va a utilizar para su cálculo la tasa de inflación del año 2015. Dicha tasa se aplicará al precio actual del producto que será proyectado a cinco años.

Tabla 21. Proyección de precios

Precios competencia		Años				
Tallas	Precio	2016	2017	2018	2019	2020
0 - 2	13,72	14,22	14,74	15,28	15,84	16,42
4 - 6	14,17	14,69	15,23	15,79	16,37	16,97
8 - 10	14,83	15,37	15,94	16,52	17,13	17,76

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los autores

3.13.5 Plaza

Una vez listo el producto es necesario establecer canales adecuados de distribución para llegar al consumidor. El desarrollo del presente proyecto está enfocado a la venta al por mayor y al por menor. Esto conllevará a incrementar notablemente las ventas con el fin de tener una participación activa en el mercado.

3.13.6 Publicidad

Una vez identificado el mercado se debe realizar diferentes estrategias de publicidad del producto hacia el cliente con la finalidad de irse introduciendo en el segmento esperado, con el fin de satisfacer las necesidades, gustos y preferencias del cliente, luego se analizará los datos a fin de desarrollar una campaña publicitaria para llegar al mercado objetivo y cubrir la demanda insatisfecha.

Para la publicidad que se llevarán a cabo en la empresa serán los 500 volantes acerca de los productos con la finalidad de que el cliente logre conocer acerca de la nueva empresa y sea

incentivado a concebir el producto sin dificultad, a la vez se realizará la publicidad promocional de la venta al por mayor y menor mediante las redes sociales y la radio la premier en la cual se radiará en 3 series al día de un minuto.

Ilustración 3. Publicidad de promoción



Elaborado por: Los Autores

3.13.7 Distribución

La distribución será directa ya que se venderá al consumidor final sin ayuda de intermediarios para maximizar las ventas y lograr un reconocimiento en el mercado, generando diferencia ante la competencia con una adecuada atención al cliente.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4. Estudio técnico

El estudio técnico tiene como objetivo determinar la macro y micro localización, el tamaño del proyecto e inversiones.

4.1 Localización del proyecto

4.1.1 Macrolocalización del proyecto

Cuadro 14. Macrolocalización

Región	Zona 1
Provincia	Imbabura
Cantón	Antonio Ante
Ciudad	Atuntaqui

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Ilustración 4. Ubicación de la macrolocalización



Fuente: googlemaps

Factores de Macro localización

Las condiciones básicas de una región son:

- Distancias y acceso a la infraestructura.
- Mercados amplios.
- Disponibilidad de insumes.
- Abastecimiento de servicios.
- Industrias conexas y servicios auxiliares.
- Disponibilidad de mano de obra.

La macrolocalización se perfila mediante la determinación de los factores locacionales:

- Disponibilidad del terreno.
- Disponibilidad de la mano de obra calificada y no calificada.
- Disponibilidad de capital.
- Disponibilidad de tecnología y de conocimiento.
- Distribución de la demanda.
- Disponibilidad de materias primas, cantidad y calidad.

Tabla 22. Factores de la macrolocalización

Factores de la macrolocalización	1	2	3	4	5	TOTAL
Región						
• Distancias y acceso a la infraestructura.				X		4
• Mercados amplios.		X				2
• Disponibilidad de insumes.					X	5

• Abastecimiento de servicios.					X	5
• Industrias conexas y servicios auxiliares.					X	5
• Disponibilidad de mano de obra.				X		4
TOTAL						25
Localización						
• Disponibilidad del terreno.					X	5
• Disponibilidad de la mano de obra calificada y no calificada.				X		4
• Disponibilidad de capital.				X		4
• Disponibilidad de tecnología y de conocimiento.				X		4
• Distribución de la demanda.				X		4
• Disponibilidad de materias primas, cantidad y calidad.					X	5
TOTAL						26

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: Los Autores

El proyecto se va ubicar en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura debido a que las distancias y acceso a la infraestructura es accesible ya que cuenta con vías principales como es la Panamericana Norte la cual está en buen estado y cuenta con más carriles lo que facilita la

transportación y comercialización de la mercadería, también se encuentra con facilidad la disponibilidad de insumos para las pijamas, además cuenta con abastecimiento de servicios en los que se considera el alojamiento y servicios básicos que se tiene en la ciudad; aparte de ello el sector presenta Industrias conexas y servicios auxiliares, lo cual ayuda a operar de mejor manera la empresa ya que puede contar como aliados a otros fabricantes de la misma línea en pijamas o auxiliares como son las dedicadas a confeccionar prendas para niños o prendas multiusos y por ultimo existe gran disponibilidad de mano de obra la cual es lo principal para poner en marcha la empresa por contar con profesionales en el área textil.

Dentro de la localización se considera la disponibilidad del terreno adecuado y suficiente para poder colocar la microempresa de producción y comercialización de pijamas, además se tendrá disponibilidad de la mano de obra calificada y no calificada la cual es favorable para el emprendimiento del proyecto, además existe la disponibilidad de capital a través de fuentes de financiamiento como lo son: Banco Nacional de Fomento, Cooperativa Sociedad de Artesanos, Cooperativa Atuntaqui, en el momento existe la disponibilidad de tecnología y de conocimiento ya que en maquinaria se necesita lo actual en la tecnología ya que ayudará a la agilidad de producción de las pijamas y a la vez evitará tener muchos desperdicios y esto permitirá crecer a la entidad, con ello se podrá mejorar la distribución de la demanda ya que teniendo una buena producción se alcanzará abastecer a la demanda a cubrir, porque además se contará con la disponibilidad de materias primas en cantidad y calidad, lo cual facultará generar un producto de calidad para satisfacer totalmente al cliente.

4.1.2 Microlocalización del proyecto

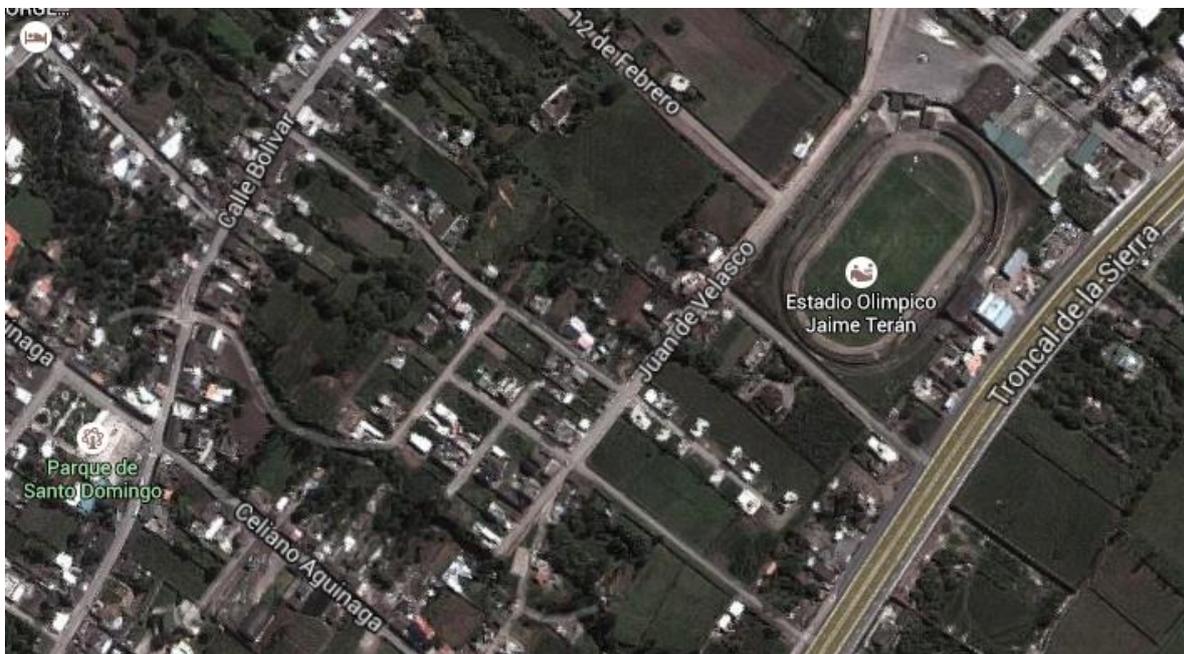
Cuadro 15. Microlocalización

Ciudad	Atuntaqui
Parroquia	Santo Domingo
Barrio	Santo Domingo
Dirección	Proaño Maya y Juan de Velasco

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Ilustración 5. Ubicación de la microlocalización



Fuente: <http://www.google.com.ec/maps/dir/Atuntaqui//@0.3250195,-78.2214205,739m/data=!3m1!1e3!4m8!4m7!1m5!1m1!1s0x8e2a3e89fca919d3:0xafad9a9f7352ab62!2m2!1d-78.2162833!2d0.3323852!1m0>

Elaborado por: Los autores

Factores de Microlocalización

- Cuenta de fletes: costo de transporte y seguros.
- Costo de las materias primas.
- Costo de la mano de obra.
- Costo de los servicios.
- Costo de los terrenos.

- Subsidios e impuestos.

Tabla 23. Factores de la microlocalización

Factores de la microlocalización	1	2	3	4	5	TOTAL
Región						
• Cuentas de fletes: Coste de transporte y seguros				X		4
• Costo de la materia prima				X		4
• Costo de los servicios					X	5
• Costo de los terrenos					X	5
• Subsidio e impuestos			X			3
TOTAL						21

Fuente: Marco Teórico

Elaborado por: Los Autores

El proyecto se va ubicar en la ciudad de Atuntaqui, Provincia de Imbabura en el sector Santo Domingo en las calles Proaño Maya y Juan de Velasco debido a su facilidad en fletes: Coste de transporte y seguros ya que los proveedores están a un par de cuadras, además el costo de la materia prima son a precios cómodos, en el sector también favorece en el bajo costo de los servicios básicos, el costo de los terrenos son convenientes ya que todavía su plusvalía no es muy elevada como en comparación de otras ciudades y si cuenta con el subsidio e impuestos de acuerdo al nivel de la ciudad.

4.2 Tamaño del proyecto

Para establecer el tamaño de la microempresa de manera óptima y racional se debe tomar en cuenta los siguientes factores como son: las inversiones, la materia prima, demanda y tecnología.

4.2.1 Variables del tamaño del proyecto

- Financiera
- Inversiones
- Materia prima
- Demanda
- Tecnología

4.2.2 Análisis de las variables

4.2.2.1 Financiera

En la parte financiera el proyecto contará con el 70% con fondos propios mientras que la diferencia que es el 30% será financiado por el Banco Nacional del Fomento a cinco años plazo y a una tasa de interés del 10,47% .

4.2.2.1 Inversiones

Para las inversiones del proyecto se tomará en cuenta los siguientes factores como son: el terreno, edificio, maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos y sistemas informáticos.

4.2.2.3 Materia prima

Mediante la observación realizada en la ciudad de Atuntaqui se pudo determinar que existe la suficiente materia prima, en la que se encuentran 6 grandes proveedores como son: GAMATEX, PORTOFINO, ENKADOR, CIERRES SANTY, INDUTEXMA, NORTEXTIL,

las cuales son industrias de insumos que servirán para el proyecto en la elaboración de las pijamas para niños, lo cual beneficia al proyecto por motivo que existe suficiente disponibilidad y es de fácil acceso y con ello obtener a un precio cómodo reduciendo flete de transporte.

4.2.2.4 Tecnología

La tecnología que se aplicará para la producción de las pijamas serán las maquinas útiles para la confección de las prendas entre las cuales se tiene: maquina recta, overlock, recubridora y estampadora, las mismas que serán importadas mediante los intermediarios proveedores que se encuentran en la ciudad de Atuntaqui como se tiene entre las más destacadas: SERVIMAQ, MUNDIMAQUINAS, NAKKAR CONFECCIONES, TEXGAR CIA LTDA, ya que son indispensables para transformar la materia prima y dar un acabo de calidad con diseños exclusivos en la prenda de dormir para el niño.

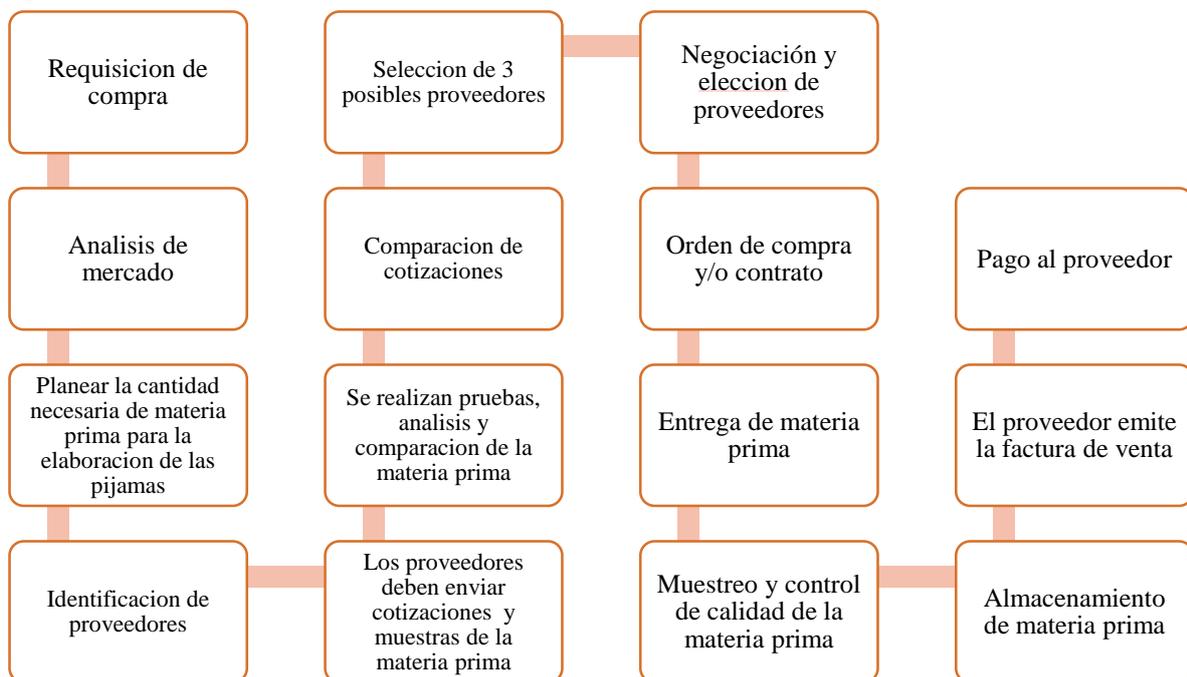
Con la adquisición de dichas maquinas se podrá lograr producir una capacidad de 5.606 pijamas en el primer año, lo cual se utilizará el 70% de la capacidad instalada.

4.3 Proceso de elaboración de pijamas con modelos exclusivos

- Recibir orden de producción
- Verificar la materia prima en bodega
- Recibir mercadería por bodega
- Escoger materiales necesarios
- Diseñar patrones de acuerdo a las tallas en la tela
- Trasladar la tela al área de cortado
- Cortar la tela
- Trasladar a la máquina de coser
- Pegar cuellos y ruedos de las mangas

- Revisar cosido de la prenda
- Bordar o estampar de acuerdo a las especificaciones
- Inspeccionar acabados de la prenda
- Pegar etiquetas
- Inspeccionar producto terminado
- Doblar las pijamas
- Empacar las pijamas
- Almacenar producción terminada
- Entrega de la mercadería

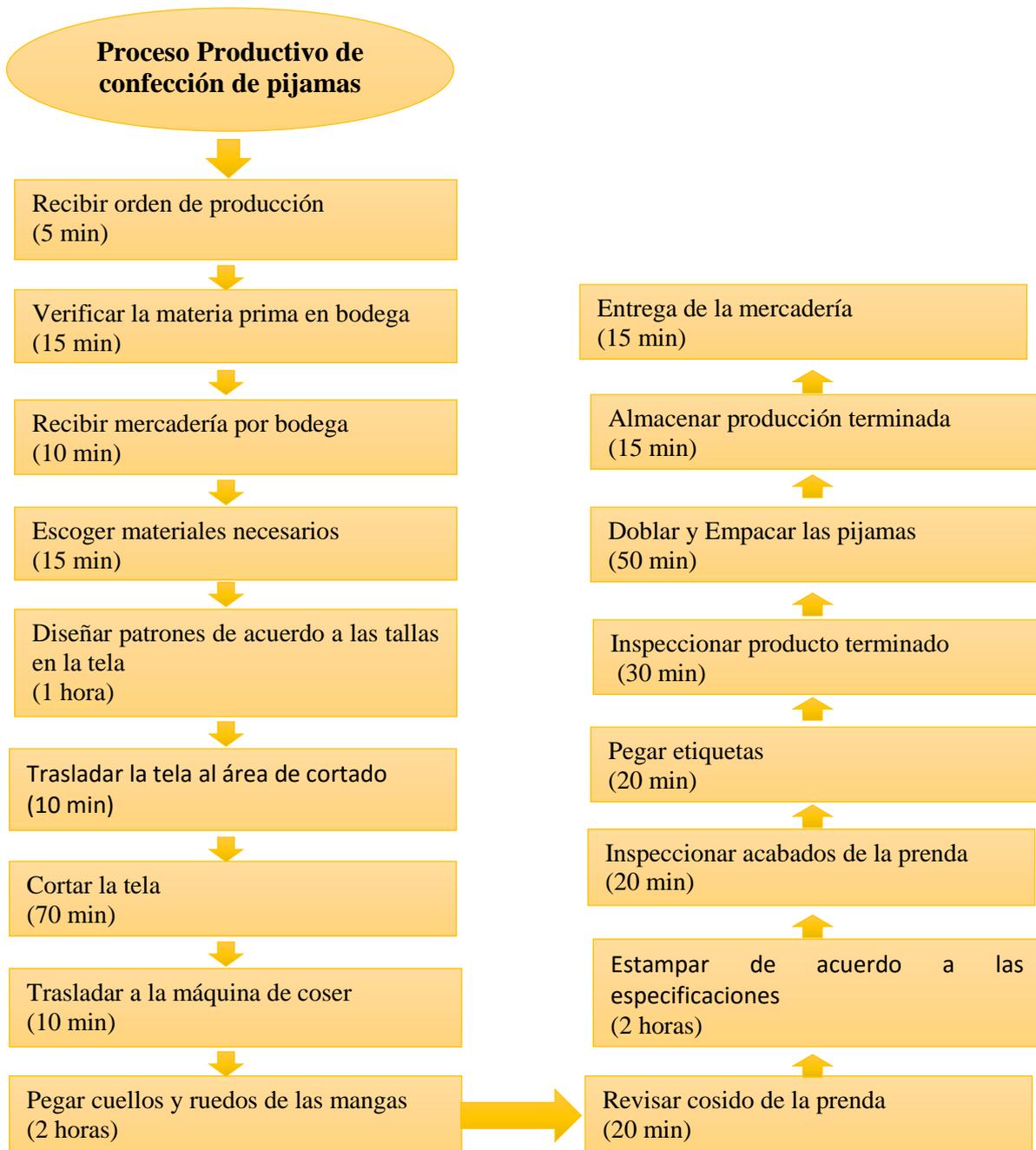
4.3.1 Flujograma de procesos de adquisición de Materia Prima



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

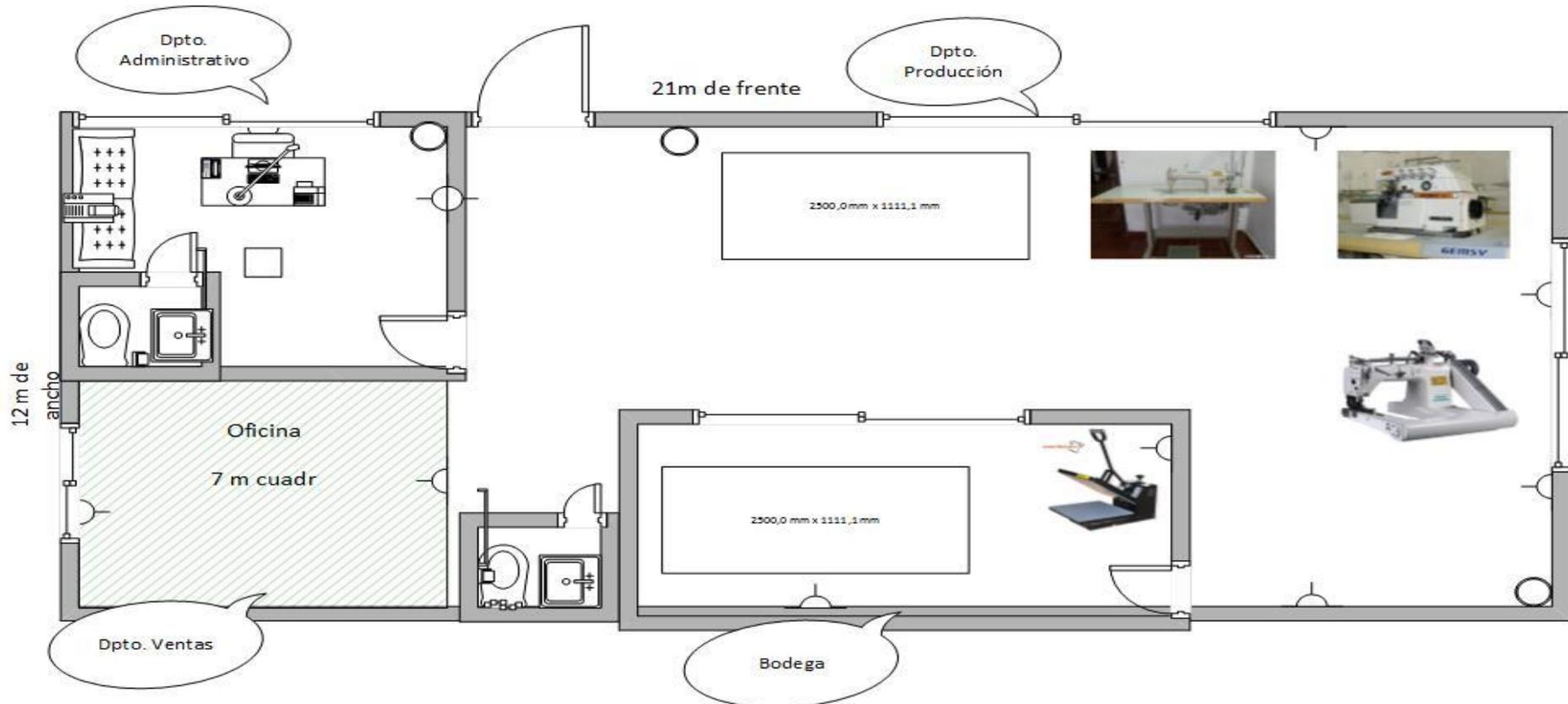
4.3.2 Flujograma del Proceso Productivo



En el flujograma de proceso productivo se describe las actividades de manera cronológica para la elaboración de las pijamas con los tiempos estimados en cada uno de ellos, dando un total de 8 horas diarias laborables de acuerdo a la Ley. Con este tiempo y pasos a seguir se puede confeccionar las pijamas estimadas que se determinó a través del estudio de mercado, siendo 23 pijamas diarias de acuerdo a la capacidad de planta.

4.4 Plano de distribución de la planta

Ilustración 6. Diseño de la planta



Elaborado por: Los Autores

Para la distribución de la planta se distribuyó de la siguiente manera: el departamento de gerencia que ocupará 50m², el departamento de ventas ocupará 50m², la bodega donde se almacenará la materia prima y los productos terminados cuenta con una distribución de 50m² y el departamento de producción utilizará 100m² teniendo un total de 250m².

4.5 Inversiones del proyecto

4.5.1 Variables de inversiones del proyecto

Inversión fija

- Terreno
- Edificio
- Maquinaria y equipo
- Muebles y enseres
- Equipos y sistemas informáticos

Inversión variable

- Compra de materia prima
- Suministros y materiales
- Sueldo de personal administrativo
- Salario personal operativo
- Servicios básicos

Inversión diferida

- Gastos de constitución

4.5.2 Descripción de las variables

4.5.2.1 Terreno

El proyecto contará con un terreno el cual está ubicado en Santo domingo de Atuntaqui en el que está construido el edificio donde se realizará la creación de la microempresa.

Tabla 24. Valoración del terreno

Detalle	Qm2	V. unitario	Valor total
Terreno	300	60,00	18.000,00
Total			18.000,00

Fuente: Entrevista en el Departamento Avaluos y Catastros (GAD Atuntaqui)

Elaborado por: Los Autores

4.5.2.2 Edificio

El edificio del proyecto está avaluado por el departamento de avalúos y catastros de la ciudad de Atuntaqui en 90 dólares el metro cuadrado, que se determina por su ubicación. El edificio se encuentra distribuido de la siguiente manera:

Tabla 25. Valoración del edificio

Descripción	m2	Valor unitario	Total
Departamento administrativo	50	90,00	4.500,00
Departamento de ventas	50	90,00	4.500,00
Departamento de producción	100	90,00	9.000,00
Bodega	50	90,00	4.500,00
Total	250		22.500,00

Fuente: Entrevista en el Departamento Avalúos y Catastros (GAD Atuntaqui)

Elaborado por: Los Autores

4.5.2.3 Maquinaria y equipo

Es la tecnología adecuada que se ajusta a las necesidades de la transformación de la materia prima en producto terminado, la cual servirá para la elaboración de las pijamas.

Tabla 26. Maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Valor	Total
Recta	1	400,00	400,00
Overlock	1	680,00	680,00
Recubridora	1	1.030,00	1.030,00
Estampadora	1	1200,00	1.200,00
Planchadora	1	500,00	500,00
Total			3.810,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

4.5.2.4 Muebles y enseres

Se refiere a la implementación de muebles y enseres útiles para cada área de trabajo con el fin de facilitar las actividades y operaciones que se realizan en la misma.

Tabla 27. Muebles y enseres

Muebles y enseres	Cantidad	Valor	Total
Escritorios	1	150,00	150,00
Total			150,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

4.5.2.5 Equipos y sistemas informáticos

Son bienes de uso permanente en referencia al uso de equipos y tecnología de uso diario en las oficinas.

Tabla 28. Equipos informáticos

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipo de computo	2	520,80	1.041,60
Impresora	2	100,00	200,00
Total			1.241,60

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Los Autores

4.5.2.6 Inversión del proyecto

Para la realización de este proyecto se necesita 48.033,99 dólares y se detalla de la siguiente manera.

Tabla 29. Inversión

Descripción	Valor \$
Inversión fija	45.701,60
Inversión diferida	800,00
Inversión variable	4.561,99
Total Inversión	51.063,59

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Los Autores

- **Descripción de las inversiones**

Tabla 30. Inversión fija

Descripción	Valor \$
Muebles y enseres	150,00
Maquinaria	3.810,00
Terreno	18.000,00
Edificio	22.500,00
Equipo de computo	1.241,60
Total inversión fija	45.701,60

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Tabla 31. Inversión diferida

Descripción	Cantidad	Precio	Anual
Patente	1	500,00	500,00
Permiso de funcionamiento	1	200,00	200,00
Bomberos	1	100,00	100,00
Total			800,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Tabla 32. Inversión variable mensual

Descripción	Valor \$
Compra de insumos y materia prima	1.345,39
Suministros y materiales	409,00
Sueldo de personal:	
Administrativo	650,00
Sueldo Personal Ventas	366,00
Salario Personal Operativo:	
Operarios	1.464,00
Servicios Básicos:	
Luz	64,80
Agua	14,80
Teléfono	48,00
Publicidad	200,00
Total inversión variable	4.561,99

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Tabla 33. Financiamiento de la inversión

Descripción	Valor \$	Propio	Prestado
Inversión fija	45.701,60	31.991,12	13.710,48
Inversión diferida	800,00	560,00	240,00
Inversión variable	4.561,99	3.193,39	1.368,60
Total Inversión	51.063,59	35.744,51	15.319,08
	100%	70%	30%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Tabla 34. Capital de trabajo

Descripción	Valores
Costo de producción	39.443,80
Gasto operacional	13.443,13
Total	52.886,93

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

$$CT = \frac{\text{Costo total}}{365} * 30$$

$$CT = \frac{52.886,93}{365} * 30$$

$$CT = 4.346,87 + 5\%$$

$$CT = 4.564,21$$

4.6 Costo de producción

4.6.1 Variables del costo de producción

- **Materia prima**

Tabla 35. Materia prima Tela

Descripción	Cantidad de materia prima kg mensual	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Talla 0	12	5,8	68	813
Talla 2	26	5,8	149	1.788
Talla 4	25	5,8	145	1.734
Talla 6	31	5,8	181	2.168
Talla 8	47	5,8	271	3.251
Talla 10	28	5,8	163	1.951

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

- **Mano de Obra**

Tabla 36. Mano de obra

Trabajadores	Cantidad	Salario mensual	Valor anual
Diseñador textil	1	366,00	4.392,00
Costurera 1	1	366,00	4.392,00
Costurera 2	1	366,00	4.392,00
Estampador	1	366,00	4.392,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

- **Costos indirectos de fabricación (CIF)**

Tabla 37. CIF

Detalle	Cantidad mensual	Valor unitario	Valor mes	Valor anual
Luz	504	0,09	45,00	544,32
Agua	104	0,10	10,00	124,32

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

- **Capacidad de la planta**

Tabla 38. Capacidad de la planta

Tallas	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Talla 0	2	12	47	561
Talla 2	5	26	103	1.233
Talla 4	4	19	75	897
Talla 6	5	23	93	1.121
Talla 8	5	23	93	1.121
Talla 10	3	14	56	673
Total	23	117	467	5.606
Capacidad de Maquinaria				
Descripción	Diaria	Semanal	Mensual	Anual
Recta	500	2.500	10.000	12.000
Overlock	500	2.500	10.000	12.000
Recubridora	500	2.500	10.000	12.000

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

4.7 Gastos administrativos

4.7.1 Variables del gasto de administración

- **Remuneraciones**

Tabla 39. Remuneración administrativo

Sueldos personal	Básico mensual	Total anual
Administrador	650,00	7.800,00
Total	650,00	7.800,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

- **Suministros y materiales**

Tabla 40. Suministros y materiales

Suministros y materiales	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Hojas (resma)	1	10,00	10,00
Tinta (cartuchos)	1	40,00	480,00
Esferos (cajas)	1	3,00	36,00
Tijeras	1	40,00	40,00
Reglas	1	80,00	80,00
Tizas	1	50,00	50,00
Mesas	1	50,00	50,00
Sillas	2	70,00	70,00
Silletas	6	66,00	66,00
Total		53,00	992,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

- **Servicios básicos**

Tabla 41. Servicios básicos

Servicios Básicos	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Luz Kwh	216	19,44	233,28
Agua m3	44	4,44	53,28
Teléfono minutos	1.200	48,00	576,00
Total		71,88	862,56

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

4.8 Gastos de ventas

4.8.1 Variables del gasto de ventas

Tabla 42. Remuneración vendedor

Sueldos personal	Básico mensual	Total anual
Vendedor	366,00	4.392,00
Total	366,00	4.392,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

- **Publicidad**

Tabla 43. Publicidad

Medios publicitarios	Cantidad	Precio	Total mes	Anual
Volantes	500	0,06	32,00	384,00
Radio minutos	1	3,50		
La Premier	6	3,50	21,00	2.016,00
Total				2.400,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

4.9 Gastos financieros

Tabla 44. Gasto financiero

Valor a financiar		15.319,08
Tasa de interés	10,47%	Mensual 0,87
Plazo	5	Meses 60
Anualidad mensual	329,05	

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

4.9.1 Variables del gasto financiero

- Intereses de prestamos

Tabla 45. Interés mensual de los 5 años

Pagos	Capital insoluto	Interés	Anualidad	Capital	Capital soluto
1	15.319,08	133,68	329,05	195,37	15.123,70
2	15.123,70	131,97	329,05	197,08	14.926,62
3	14.926,62	130,25	329,05	198,80	14.727,83
4	14.727,83	128,52	329,05	200,53	14.527,29
5	14.527,29	126,77	329,05	202,28	14.325,01
6	14.325,01	125,00	329,05	204,05	14.120,96
7	14.120,96	123,22	329,05	205,83	13.915,14
8	13.915,14	121,42	329,05	207,62	13.707,51
9	13.707,51	119,61	329,05	209,44	13.498,08
10	13.498,08	117,79	329,05	211,26	13.286,81
11	13.286,81	115,94	329,05	213,11	13.073,70
12	13.073,70	114,08	329,05	214,97	12.858,74
13	12.858,74	112,21	329,05	216,84	12.641,90
14	12.641,90	110,31	329,05	218,73	12.423,16
15	12.423,16	108,41	329,05	220,64	12.202,52
16	12.202,52	106,48	329,05	222,57	11.979,95

17	11.979,95	104,54	329,05	224,51	11.755,44
18	11.755,44	102,58	329,05	226,47	11.528,97
19	11.528,97	100,60	329,05	228,45	11.300,52
20	11.300,52	98,61	329,05	230,44	11.070,08
21	11.070,08	96,60	329,05	232,45	10.837,63
22	10.837,63	94,57	329,05	234,48	10.603,15
23	10.603,15	92,52	329,05	236,52	10.366,63
24	10.366,63	90,46	329,05	238,59	10.128,04
25	10.128,04	88,38	329,05	240,67	9.887,37
26	9.887,37	86,28	329,05	242,77	9.644,60
27	9.644,60	84,16	329,05	244,89	9.399,71
28	9.399,71	82,02	329,05	247,03	9.152,68
29	9.152,68	79,87	329,05	249,18	8.903,50
30	8.903,50	77,69	329,05	251,36	8.652,14
31	8.652,14	75,50	329,05	253,55	8.398,59
32	8.398,59	73,29	329,05	255,76	8.142,83
33	8.142,83	71,06	329,05	257,99	7.884,84
34	7.884,84	68,80	329,05	260,25	7.624,59
35	7.624,59	66,53	329,05	262,52	7.362,08
36	7.362,08	64,24	329,05	264,81	7.097,27
37	7.097,27	61,93	329,05	267,12	6.830,15
38	6.830,15	59,60	329,05	269,45	6.560,70
39	6.560,70	57,25	329,05	271,80	6.288,90
40	6.288,90	54,88	329,05	274,17	6.014,73
41	6.014,73	52,49	329,05	276,56	5.738,17
42	5.738,17	50,07	329,05	278,98	5.459,19
43	5.459,19	47,64	329,05	281,41	5.177,78
44	5.177,78	45,18	329,05	283,87	4.893,91
45	4.893,91	42,70	329,05	286,34	4.607,57
46	4.607,57	40,21	329,05	288,84	4.318,72
47	4.318,72	37,69	329,05	291,36	4.027,36
48	4.027,36	35,14	329,05	293,91	3.733,46

49	3.733,46	32,58	329,05	296,47	3.436,98
50	3.436,98	29,99	329,05	299,06	3.137,93
51	3.137,93	27,38	329,05	301,67	2.836,26
52	2.836,26	24,75	329,05	304,30	2.531,96
53	2.531,96	22,09	329,05	306,95	2.225,01
54	2.225,01	19,42	329,05	309,63	1.915,37
55	1.915,37	16,71	329,05	312,34	1.603,04
56	1.603,04	13,99	329,05	315,06	1.287,98
57	1.287,98	11,24	329,05	317,81	970,17
58	970,17	8,47	329,05	320,58	649,58
59	649,58	5,67	329,05	323,38	326,20
60	326,20	2,85	329,05	326,20	0,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero tiene como objetivo determinar la factibilidad del proyecto a través de los indicadores financieros.

5.1 Presupuesto de ventas

El presupuesto de ventas es la estimación de las ventas programadas, las cuales se elabora mediante la capacidad de producción en el mercado.

Tabla 46. Ingresos

Descripción	1	2	3	4	5
Talla 0	561	573	585	597	610
Precio unitario \$	13,72	14,22	14,74	15,28	15,84
Subtotal 1	7.689,12	8.141,90	8.621,34	9.129,01	9.666,58
Talla 2	1.233	1.260	1.287	1.314	1.342
Precio unitario \$	13,72	14,22	14,74	15,28	15,84
Subtotal 2	16.916,07	17.912,18	18.966,95	20.083,82	21.266,47
Talla 4	897	916	936	956	976
Precio unitario \$	14,17	14,69	15,23	15,79	16,37
Subtotal 3	12.711,39	13.459,90	14.252,49	15.091,76	15.980,44
Talla 6	1.121	1.145	1.170	1.195	1.220
Precio unitario \$	14,17	14,69	15,23	15,79	16,37
Subtotal 4	15.889,23	16.824,88	17.815,61	18.864,69	19.975,55
Talla 8	1.121	1.145	1.170	1.195	1.220
Precio unitario \$	14,83	15,37	15,94	16,52	17,13
Subtotal 5	16.625,61	17.604,62	18.641,27	19.738,97	20.901,31
Talla 10	673	687	702	717	732
Precio unitario \$	14,83	15,37	15,94	16,52	17,13
Subtotal 6	9.975,37	10.562,77	11.184,76	11.843,38	12.540,78
Total \$	79.806,79	84.506,24	89.482,43	94.751,63	100.331,12

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

5.2 Presupuesto de costos y gastos

Se incurrirán en costos y gastos de producción necesarios para obtener el producto final.

Tabla 47. Resumen del costo de producción

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Materia Prima	16.144,65	17.095,34	18.612,10	20.270,77	22.085,14
Mano De Obra	22.630,51	24.978,78	25.895,50	26.845,87	27.831,11
CIF	668,64	708,01	749,70	793,85	840,60
Total	39.443,80	42.782,13	45.257,30	47.910,49	50.756,84

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Tabla 48. Resumen gasto administrativo

Descripción	1	2	3	4	5
Sueldos y salarios	9.763,70	10.795,88	11.192,09	11.602,84	12.028,67
Suministros y materiales	882,00	914,37	947,93	982,72	1.018,78
Servicios básicos	862,56	672,53	697,21	722,80	749,32
Depreciación	1.934,87	1.934,87	1.934,87	1.521,00	1.521,00
Total	13.443,13	14.317,65	14.772,09	14.829,35	15.317,77

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Tabla 49. Resumen gasto de ventas

Descripción	1	2	3	4	5
Sueldos y salarios	5.657,63	6.244,70	6.473,88	6.711,47	6.957,78
Medios publicitarios	2.400,00	2.488,08	2.579,39	2.674,06	2.772,19
Total	8.057,63	8.732,78	9.053,27	9.385,52	9.729,97

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Tabla 50. Resumen gasto financiero

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Gasto Interés	1.488,25	1.217,89	917,82	584,77	215,13
Amortización de Capital	2.460,34	2.730,70	3.030,77	3.363,81	3.733,46

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

5.3 Estados financieros

5.3.1 Estado se situación inicial

Microempresa "EL MUNDO DEL SUEÑO"

Estado de Situación Inicial

Al 31 de diciembre del 2016

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes	4.564,21	Pasivos Corrientes	
Bancos	4.564,21	Pasivos a C/p	
Activos fijos:	45.701,60	Pasivos a largo plazo	15.319,08
Terreno	18.000,00	Préstamos	15.319,08
Edificio	22.500,00		
Muebles y enseres	150,00		
Maquinaria	3.810,00		
Equipo de computo	1.241,60		
Activos Diferidos	800,00		
Inv. Diferida	800,00		
		PATRIMONIO	
		Capital Social	35.746,74
Total Activos	51.065,81	Total Pasivos y patrimonio	51.065,81

5.3.2 Estado de resultados

Microempresa "EL MUNDO DEL SUEÑO"

Estado de Resultados

Al 31 de diciembre del 2016

Descripción	1	2	3	4	5
Ventas Netas	79.806,79	84.506,24	89.482,43	94.751,63	100.331,12
(-) Costo de producción	39.443,80	42.782,13	45.257,30	47.910,49	50.756,84
(=) Utilidad Bruta en Ventas	40.362,99	41.724,11	44.225,12	46.841,14	49.574,27
(-) Gasto Operacional	21.500,75	23.050,42	23.825,36	24.214,88	25.047,74
Gasto Administrativo	13.443,13	14.317,65	14.772,09	14.829,35	15.317,77
Gasto de ventas	8.057,63	8.732,78	9.053,27	9.385,52	9.729,97
(=) Utilidad Neta en operaciones	18.862,23	18.673,69	20.399,76	22.626,27	24.526,53
(-) Gasto Financiero	1.488,25	1.217,89	917,82	584,77	215,13
(-) Amortización de diferidos	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
(=) Utilidad neta antes de participación obreros y empleados	17.213,98	17.295,80	19.321,94	21.881,49	24.151,40
(-) 15% participación	2.582,10	2.594,37	2.898,29	3.282,22	3.622,71
(=) Utilidad Neta antes de impuestos	14.631,88	14.701,43	16.423,65	18.599,27	20.528,69
(-) % Impuesto a la Renta	192,19	199,14	371,36	604,91	836,44
(=) Utilidad Líquida	14.439,70	14.502,29	16.052,28	17.994,36	19.692,25

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

5.3.3 Flujo de efectivo

Microempresa "EL MUNDO DEL SUEÑO"

Flujo de efectivo

Al 31 de diciembre del 2016

Años	0	1	2	3	4	5
INVERSIONES	-51.063,59					
INGRESOS:						
Utilidad Operacional		17.213,98	17.295,80	19.321,94	21.881,49	24.151,40
Amortización de Diferidos		160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Valor en Libros						45.855,00
Total Ingresos		17.373,98	17.455,80	19.481,94	22.041,49	70.166,40
(-) EGRESOS:						
Amortización de Capital		2.460,34	2.730,70	3.030,77	3.363,81	3.733,46
Reinversiones					1.241,60	
Participación a trabajadores		2.582,10	2.594,37	2.898,29	3.282,22	3.622,71
Impuesto a la renta		192,19	199,14	371,36	604,91	836,44
Otros Egresos						
Total Egresos		5.234,62	5.524,21	6.300,43	8.492,55	8.192,61
(=) ENTRADAS DE EFECTIVO	-51.063,59	12.139,36	11.931,59	13.181,51	13.548,94	61.973,79

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

5.3.4 Costo de oportunidad

Tabla 51. Costo de oportunidad

Descripción	Valor	%	Costo capital	Ponderación
Propio	35.744,51	70%	5,48%	3,84%
Prestado	15.319,08	30%	8,70%	2,61%
Total	51.063,59	100%	Capital	6,45%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

$$TRM = (1 + CK)(1 + IF) - 1$$

$$TRM = (1 + 0,645)(1 + 0,367) - 1$$

$$TRM = (1,645)(1,367) - 1$$

TASA DE DESCUENTO	10,35%
--------------------------	---------------

5.3.5 VAN

Se calculara el VAN y el TIR con el método de interpolación.

Tabla 52. Descripción del VAN

			0,2419	0,2420
Años	Inv. Entradas de E	VAN	VAN +	VAN -
0	-51.063,59	-51.063,59	-51.063,59	-51.063,59
1	12.139,36	11.000,52	9.774,83	9.774,04
2	11.931,59	9.797,51	7.736,15	7.734,91
3	13.181,51	9.808,85	6.881,85	6.880,19
4	13.548,94	9.136,41	5.695,85	5.694,02
5	61.973,79	37.870,05	20.978,52	20.970,08
Total		26.550,15	3,62	-10,35

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

$$\text{VAN} = -II + \frac{EEE}{(1+r)^n} + \dots$$

$$\text{VAN} = -51.063,59 + \frac{12.139,36}{(1+0,1035)^1} + \frac{11.931,59}{(1+0,1035)^2} + \frac{13.181,51}{(1+0,1035)^3}$$

$$\frac{.548,9413}{(1+0,1035)^4} + \frac{61.973,79}{(1+0,1035)^5}$$

$$\text{VAN} = -53094,26 + 11.000,52 + 9.797,91 + 9.808,85 + 9.136,41 + 37.870,05$$

$$\text{VAN} = 26.550,15$$

El VAN es traer al presente todas las entradas de efectivo en este caso es mayor a cero por lo que es viable el proyecto.

5.3.6 Tasa interna de retorno (TIR)

$$\text{TIR} = Ti + (Ts - Ti) \frac{VANTi}{(VANTi - VANTs)}$$

$$\text{TIR} = 0,2419 + (0,2420 - 0,2419) \frac{3,62}{(3,62 - (-10,35))}$$

$$\text{TIR} = 24,19\%$$

Esta tasa muestra la factibilidad del proyecto es positivo desde el momento que supera la tasa de rendimiento medio.

5.3.7 Costo beneficio

Tabla 53. Costo beneficio

Años	Ingresos	Egresos	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	79.806,79	62.432,81	72.319,83	56.575,76
2	84.506,24	53.966,11	76.578,41	48.903,36
3	89.482,43	46.772,36	81.087,76	42.384,48
4	94.751,63	34.887,45	85.862,64	31.614,54
5	100.331,12	24.177,76	90.918,70	21.909,56
Total	448.878,21	222.236,50	406.767,34	201.387,70

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Los Autores

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\Sigma \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}{\Sigma \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{Costo beneficio} = \frac{201.387,70}{406.767,34}$$

$$\text{Costo beneficio} = \mathbf{0,50}$$

Interpretación: Significa que por cada dólar de ingreso actualizado el proyecto tendrá 0,50 centavos de egreso.

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{\Sigma \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\Sigma \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{Beneficio costo} = \frac{406.767,34}{201.387,70}$$

$$\text{Beneficio costo} = \mathbf{2,02}$$

Interpretación: Con los ingresos actualizados podemos cubrir los egresos 2,02 veces, significando que esto es solvente.

5.3.8 Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 54. Periodo de recuperación

Años	F N Actualizados	F N A acumulados
1	11.000,52	11.000,52
2	9.797,91	20.798,43
3	9.808,85	30.607,28
4	9.136,41	39.743,69
5	37.870,05	77.613,74

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

Interpretación: La inversión se recuperará en el cuarto año, en 4 meses y 18 días.

Inversión	51.063,59
4 años	11.319,90
Meses	4
Días	18

5.3.9 Punto de equilibrio

GASTOS

Gasto Administrativo 12.561,13

Sueldos y salarios	9.763,70
Servicios básicos	862,56
Depreciación	1.934,87

Gasto de ventas 2.400,00

Medios publicitarios	2.400,00
Sueldos y salarios	5.657,63

Gasto Financiero 1.488,25

Gasto Interés	1.488,25
---------------	----------

Gasto fijo y Gasto variable

Tabla 55. Gasto fijo y variable

Gasto fijo	Valor	Gasto variable	Valor
Sueldos y salarios	9.763,70	Servicios básicos	862,56
Depreciación	1.934,87	Medios publicitarios	2.400,00
		Gasto interés	1.488,25
	11.698,57		4.750,81

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

- **Punto de equilibrio en dólares y unidades**

Tabla 56. Punto de equilibrio

Producto	Ventas	%	Costo operacional		Punto de e\$	Punto de e u
			Fijo	Variable		
Talla 0	7.689,12	9,63%	1.127,12	457,72	1.198,46	87
Talla 2	16.916,07	21,20%	2.479,66	1.006,99	2.636,62	192
Talla 4	12.711,39	15,93%	1.863,31	756,69	1.981,25	140
Talla 6	15.889,23	19,91%	2.329,14	945,87	2.476,57	175
Talla 8	16.625,61	20,83%	2.437,08	989,70	2.591,34	175
Talla 10	9.975,37	12,50%	1.462,25	593,82	1.554,81	105
Total	79.806,79	100,00%	11.698,57	4.750,81	8.292,90	594

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Los Autores

CAPÍTULO VI

6 Estructura organizativa

6.1 Objetivo

Establecer la estructura organizativa de la microempresa, para definir su misión, visión y valores.

6.2 Requisitos legales para la creación de la microempresa

La Sociedad Civil es un contrato privado de colaboración entre dos o más personas que desean realizar conjuntamente una actividad con ánimo de lucro. Estas personas podrán optar entre aportar trabajo, lo cual les convierte en “socios industriales”, y/o bienes o dinero, lo que les convierte en “socios capitalistas”.

A pesar de llamarse “sociedad”, una sociedad civil carece de personalidad jurídica propia y no se considera una sociedad mercantil, por lo que sus miembros deben tributar por el IRPF y no por el impuesto de sociedades. Aunque atención, la reforma fiscal aprobada en junio de 2014 introduce una importante novedad ya que las sociedades civiles con fines mercantiles si van a tener que tributar por el impuesto de sociedades a partir del 1 de enero de 2016.

Sin embargo, la Sociedad Civil, aunque también tiene un patrimonio comunitario, se constituye "expresamente" para su intervención en el tráfico mercantil con el fin de obtener beneficios, aportando cada uno de los socios los bienes, dinero o trabajos necesarios.

Al igual que las Comunidades de Bienes, es una opción recomendable en pequeños negocios que no exijan apenas inversiones y en los que se prefiera optar por una gestión sencilla. No obstante, es una opción poco extendida.

Características de la Sociedad Civil

- Contrato privado de sociedad civil, en el que se detallan la actividad del negocio, las aportaciones de cada socio, que podrán ser en dinero o en especie, el porcentaje de participación que cada socio tiene en las pérdidas y ganancias, el sistema de administración y representación y las causas de liquidación y disolución. Se recomienda su constitución en escritura pública, necesaria cuando se aporten inmuebles o derechos reales.
- Mínimo de dos socios.
- La responsabilidad de los socios por deudas frente a terceros es personal e ilimitada, es decir, una vez liquidado el patrimonio de la sociedad, si no llega para cubrir las deudas, responden con sus bienes presentes y futuros. Y lo hacen de forma mancomunada ante todos los deudores que pueda haber.
- Los socios tributan, por separado, en el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Hasta ahora la sociedad civil no tributa por el impuesto de sociedades aunque con la entrada en vigor de la reforma fiscal, a partir del 1 de enero de 2016 sí que tendrán que tributar por el impuesto de sociedades.
- Régimen de la Seguridad Social: los socios deben darse de alta en autónomos, salvo en casos excepcionales.
- La Sociedad Civil carece de personalidad jurídica propia.
- Se rige por el Código de Comercio en materia mercantil y por el Código Civil en cuanto a derechos y obligaciones.
- Cada socio es deudor frente a la sociedad de la aportación recogida en contrato y de los intereses correspondientes en caso de demora. Además responden por los daños o perjuicios que pudieran causarle. Por contra, la sociedad civil responde frente a sus socios por las cantidades aportadas y las obligaciones que se hayan podido contraer.

- La sociedad civil admite diversas formas de administración y representación: administrador único, administradores mancomunados (todos deben firmar) o solidarios (basta la firma de uno, que obliga a la sociedad). En el caso de deudas frente a terceros contraídas por la sociedad, la administración debe tener los poderes necesarios para representarla.
- Una sociedad civil se extingue cuando cumple la duración estipulada en contrato, por la finalización de su objeto social o actividad, cuando no se cumplen las aportaciones, por muerte, insolvencia, o incapacitación de un socio o por embargo del patrimonio social a causa de las deudas de un socio.

Ventajas e Inconvenientes de la Sociedad Civil

Ventajas:

- Constitución formal más sencilla y barata que una sociedad mercantil, no siendo necesaria Escritura Pública ante notario ni inscribirlas en el Registro Mercantil (salvo en caso de existir aportaciones en forma de inmuebles o derechos reales) ni aportación de un capital inicial mínimo.
- Es una fórmula ágil para una colaboración entre autónomos, especialmente si la inversión a realizar es pequeña.

Inconvenientes:

- Responsabilidad ilimitada de los socios ante deudas con terceros.
- Se paga más impuestos que con una sociedad mercantil en el caso de ganar bastante dinero, ya que se tributa por el IRPF en lugar de por el impuesto de sociedades.
- No ofrece la misma imagen de permanencia y solidez que las sociedades mercantiles.

Requisitos para la creación de la sociedad civil

- Identificación de las personas que formarán la sociedad.
- Razón social.

- Definición de estatutos internos.
- Obtención del RUC.
- Establecer la minuta.
- Hacer notariar la minuta.
- Realizar una publicación en la prensa de la creación de la sociedad civil.
- Realizar la escritura de la sociedad civil.
- Con la publicación de la prensa y la escritura se hace inscribir en el registro mercantil.

6.3 Denominación de la empresa

6.3.1 Nombre de la microempresa

El nombre de la microempresa se denomina **“EL MUNDO DEL SUEÑO”**.

La microempresa llevará este nombre debido que no existe en el mercado y está enfocado al producto, en el cual se elaborará pijamas con diseños exclusivos para niños.

6.3.2 Slogan

Gráfico 7. Slogan de la sociedad civil



Elaborado por: Los Autores

6.3.3 Logotipo

Gráfico 8. Logotipo de la sociedad civil



Elaborado por: Los Autores

6.4 Elementos estratégicos

6.4.1 Misión

“EL MUNDO DEL SUEÑO” se dedica a la producción y comercialización de pijamas para niños con diseños exclusivos, con una atención personalizada y con productos de calidad e innovación, para satisfacer las necesidades de los niños.

6.4.2 Visión

Para el año 2020 la microempresa **“EL MUNDO DEL SUEÑO”** llegará a ser un referente en el área textil manteniendo y generando pijamas innovadoras para niños, siendo líderes y éticos con la competencia y generando una solvencia económica.

6.4.3 Valores

Responsabilidad

La responsabilidad se aplicará en todas las instancias que tenga la empresa, como es en la aplicación de sus políticas, procedimientos, normas.

Ética

La ética es un valor muy importante dentro de la entidad, en la cual participa en todo momento como: en diferentes negociaciones con clientes, proveedores y acciones, tratando los mismos de una manera justa.

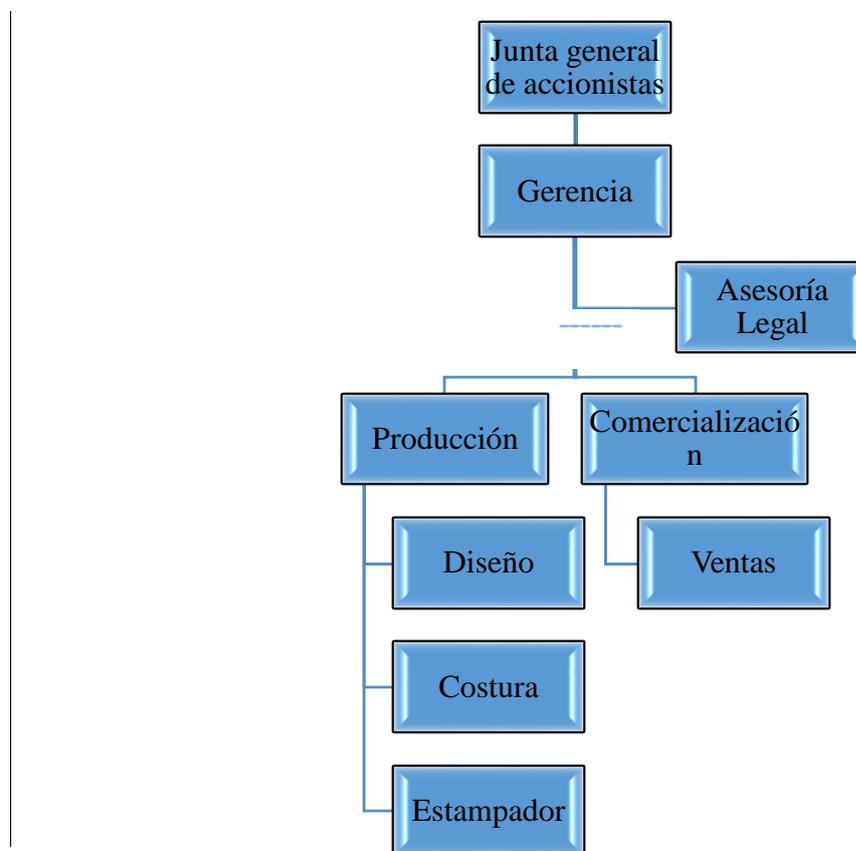
Honradez

La honradez es un valor que manejarán todos los grupos de interés para no perjudicar a nadie.

Puntualidad

La puntualidad será el punto de partida para poder desarrollar sin ningún inconveniente todo lo planificado dentro de la entidad.

6.5 Estructura de la organización



Elaborado por: Los Autores

6.6 Orgánico funcional

- **Estructura organizativa**

La microempresa “**EL MUNDO DEL SUEÑO**” está conformada por la junta general de accionistas que en este caso son los autores del proyecto, a la vez se cuenta con un Gerente quien tendrá las funciones y responsabilidades de poner en marcha la entidad y a la vez será el líder y un ejemplo a seguir por su equipo de trabajo, la entidad contará con el apoyo de un auxiliar en contabilidad el cual tendrá un contrato por servicios profesionales, con el fin de minimizar gastos ya que sus operaciones financieras son periódicas y no requiere de constancia dentro de la empresa, en el área de producción se dispondrá de cuatro operarios quienes estarán a cargo de todo el proceso productivo y dentro del área de comercialización un vendedor quien será el encargado de realizar todos los convenios con clientes y de ofertar el producto en el mercado.

- **Junta general de accionistas**

La Junta general de accionistas está conformada por dos accionistas que en este caso son los autores de la investigación ya que la empresa es pequeña y no requiere de mayor cantidad de accionistas.

- **Gerente**

El Gerente es la persona encargada de ejecutar todas las decisiones que son tomadas por la junta de accionistas y a la vez de generar todas las estrategias para cumplir las metas propuestas. Además este cargo genera mayor responsabilidad ya que tendrá contacto directo con los clientes potenciales y sus respectivos proveedores.

- **Auxiliar de contabilidad**

La persona encargada de este cargo servirá de apoyo para la administración ya que aportará con sus conocimientos para realizar el trabajo de una manera ética y razonable, de modo que la entidad este al día con todas sus obligaciones ya sea tributarias o legales (NIFF).

- **Producción**

Dentro del área de producción se cuenta con un diseñador, un cortador, una costurera y un estampador, quienes son los encargados de plasmar las ideas para la elaboración de las pijamas de niños con diseños exclusivos, a la vez tendrán participación activa en las sugerencias de las decisiones, con el fin de mejorar los procesos de la productividad.

- **Comercialización**

En esta área el vendedor cumple una labor importante ya que es el promotor que dinamiza las ventas, considerando las políticas y normas internas de la entidad en la negociación, con la finalidad de que no afecten a las dos partes.

6.7 Manual de funciones

6.7.1 Gerente

MANUAL DE FUNCIONES DE LA MICROEMPRESA "EL MUNDO DEL SUEÑO"				
Departamento: Gerencia			Cargo: Gerente	
PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	FUNCIONES	REQUISITOS
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar en equipo. • Liderazgo. • Mantener buenas relaciones laborales con sus subordinados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional. • Responsabilidad. • Habilidades y destrezas para la negociación. • Capacidad para tomar decisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la entidad. • Representar a la empresa en todas las acciones mercantiles, administrativas y financieras. • Contratar al personal de la entidad. • Hacer las negociaciones respectivas con los proveedores y empresas aliadas para la venta del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Administración de Empresas. • Experiencia en labores afines.

6.7.2 Diseñador

MANUAL DE FUNCIONES DE LA MICROEMPRESA “EL MUNDO DEL SUEÑO”				
Departamento: Producción			Cargo: Diseñador	
PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	FUNCIONES	REQUISITOS
Diseñador textil	<ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de transformar las ideas a un diseño tridimensional. • Conocimiento sobre los colores y formas de diseños. 	<ul style="list-style-type: none"> • Analiza información. • Aptitudes para dibujar con precisión y claridad. • Capacidad de emplear colores y formas de manera creativa. • Mantenerse al día en la tecnología y línea de productos. • Capaz de visualizar objetos y espacios en 3D. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear diseños exclusivos para las prendas de vestir. • Habilidad de investigación. • Combinación de detalles en colores y formas del diseño. • Solucionar problemas en los diseños. • Flexibilidad para adaptar los diseños de acuerdo a las necesidades del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios Superiores en Diseño o Moda Textil. • Experiencia en labores afines.

6.7.3 Cortador

MANUAL DE FUNCIONES DE LA MICROEMPRESA "EL MUNDO DEL SUEÑO"				
Departamento: Producción			Cargo: Cortador	
PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	FUNCIONES	REQUISITOS
Cortador	<ul style="list-style-type: none"> Habilidad para trazar y cortar las telas. Conocimiento en doblar la tela para el respectivo corte. 	<ul style="list-style-type: none"> Usar las maquinas respectivas para el corte de tela. Responsabilidad. Destrezas en manejo y cortado de la tela de acuerdo al molde a utilizar. 	<ul style="list-style-type: none"> Verificar el tipo de tela, el largo, el ancho y los moldes. Utilizar las herramientas de molde y cortado para la tela. Sacar el promedio de consumo de materia prima para la prenda. Cortar la tela de acuerdo a las medidas del molde. 	<ul style="list-style-type: none"> Estudios en cortados de telas textiles. Experiencia en labores afines.

6.7.4 Costurera

MANUAL DE FUNCIONES DE LA MICROEMPRESA "EL MUNDO DEL SUEÑO"				
Departamento: Producción			Cargo: Costurera	
PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	FUNCIONES	REQUISITOS
Costurera	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de máquinas para la confección de prendas. • Conocimiento en la unión y confección de prendas de acuerdo al molde. 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para el uso de las máquinas de confeccionar las prendas. • Responsabilidad de entregar las prendas a tiempo. • Saber utilizar las máquinas esenciales de confección: recta, overlock y recubridora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cocer la prenda de acuerdo al molde y modelo establecido. • Revisar las costuras de la prenda. • Cortar los hilos sobresalidos en la prenda. • Planchar y doblar la prenda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios superiores en Costura. • Experiencia en labores afines.

6.7.5 Estampador

MANUAL DE FUNCIONES DE LA MICROEMPRESA "EL MUNDO DEL SUEÑO"				
Departamento: Producción			Cargo: Estampador	
PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	FUNCIONES	REQUISITOS
Estampador	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de las máquinas de estampado. • Conocimiento en combinación de colores y espacios del dibujo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad en combinación de colores y diseño de las láminas para varias prendas. • Destrezas en manejo de la máquina de estampado para tela térmica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar el diseño y el tamaño del estampado que ira en la prenda. • Diseñar en la computadora el diseño de estampado de la prenda. • Colocar las láminas de diseño en los respectivos tamaños de la prenda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios en Diseño y Estampado. • Experiencia en labores afines.

6.7.6 Vendedor

MANUAL DE FUNCIONES DE LA MICROEMPRESA "EL MUNDO DEL SUEÑO"				
Departamento: Comercialización			Cargo: Vendedor	
PUESTO	PERFIL	COMPETENCIA	FUNCIONES	REQUISITOS
Vendedor	<ul style="list-style-type: none"> • Ser social con las personas. • Manejar cartera de clientes y programas de software. 	<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad. • Habilidad para negociar en ventas. • Brindar una adecuada atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Programar sus actividades de venta. • Promocionar los productos. • Mantener una cartera de clientes. • Tener conocimiento del mercado y de los productos. • Entregar sus reportes de ventas semanales. • Realizar cierre de caja diariamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios minio bachiller. • Experiencia en ventas.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS

7.1 Objetivo

Establecer los posibles impactos que va generar este proyecto mediante un análisis de factores que intervienen en el entorno para contribuir con la sociedad.

7.2 Valoración de impactos

Para realizar el respectivo análisis de los impactos que generará la microempresa, se aplicará la metodología de valoración para cada impacto con sus respectivos indicadores y fórmula.

Cuadro 16. Escala de valoración de impactos

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa Positiva	Valoración cuantitativa Negativa
Alto positivo	3	
Medio positivo	2	
Bajo positivo	1	
No hay impacto	0	0
Bajo negativo		-1
Medio negativo		-2
Alto negativo		-3

Formula:

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{Sumatoria\ Total}{Número\ de\ Indicador}$$

7.3 Impactos

7.3.1 Impacto económico

La confección de pijamas trae consigo un impacto positivo ya que se generará oportunidades de inversión, fuentes de producción en el cantón, a la vez se agrandará el nivel de ingresos de las familias que van intervenir en este proyecto y ampliará el efecto multiplicador de las familias para poder adquirir prendas de vestir.

7.3.1.1 Indicadores

- Inversión
- Producción
- Ingresos
- Efecto Multiplicador

Tabla 57. Impacto económico

Nivel de Impacto	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Indicadores								
Impacto Económico								
• Inversión	X							3
• Producción	X							3
• Ingresos		X						2
• Efecto Multiplicador		X						2
TOTAL								10

Elaborado por: Los Autores

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{10}{4}$$

Nivel de Impacto = 2,5 **Impacto alto positivo**

Análisis de indicadores:

- **Inversión**

Los accionistas de la microempresa “EL MUNDO DEL SUEÑO” recibirán ingresos al poner en marcha el proyecto, el cual permitirá mejorar su actividad económica y financiera de la misma y brindará oportunidades de inversión para nuevos accionistas.

- **Producción**

El proyecto generará producción textil en el cantón Antonio Ante lo cual ayudará al desarrollo del mismo y a la vez apoyará al PIB mejorando los ingresos al país y contribuirá al desarrollo de la matriz productiva.

- **Ingresos**

Existiendo una adecuada producción en la microempresa los empleados podrán obtener sus respectivos sueldos con todos los beneficios de Ley y los accionistas obtendrán sus respectivas utilidades y por lo mencionado se logrará incrementar el número de nuevos accionistas por la liquidez de la microempresa.

- **Efecto Multiplicador**

Existiendo la producción textil en el cantón Antonio Ante mejorará los ingresos de las familias y por lo tanto aumentará la capacidad de adquisición en prendas de vestir, lo cual contribuirá al crecimiento y desarrollo de la ciudad.

7.3.2 Impacto social

Este proyecto trae consigo un impacto positivo ya que se aumentará fuentes de empleo en la comunidad, además se tiene la finalidad concientizar a la población a adquirir o consumir productos locales, todo ello mejorará la calidad de vida de las personas y se mantendrá estabilidad familiar.

7.3.2.1 Indicadores

- Empleo
- Consumo
- Calidad de vida
- Estabilidad familiar

Tabla 58. Impacto social

Nivel de Impacto	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Indicadores								
Impacto Social								
• Empleo		X						2
• Consumo		X						2
• Calidad de vida		X						2
• Estabilidad familiar			X					1
TOTAL								7

Elaborado por: Los Autores

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{7}{4}$$

Nivel de Impacto = 1,75 **Impacto medio positivo**

Análisis de los indicadores:

- **Empleo**

La microempresa generará empleo en el cantón Antonio Ante por lo que disminuirá el desempleo dentro de la misma.

- **Consumo**

Los ciudadanos a través del empleo lograrán mejorar su capacidad de compra, lo cual permitirá que consuman productos y las prendas de vestir locales.

- **Calidad de vida**

A través de tener las familias empleo lograrán mejorar su calidad de vida en varios aspectos como lo son: en vestimenta, vivienda, alimentación, entre otros, lo que conlleva a mejorar la calidad de vida de las familias del cantón.

- **Estabilidad familiar**

La microempresa logrará beneficiar a las familias que trabajen para ella brindándoles bienestar y estabilidad familiar.

7.3.3 Impacto ambiental

El procesamiento de la confección de pijamas trae consigo un mínimo impacto al ecosistema ya que se utilizará tecnología adecuada para minimizar la contaminación, el ruido y se dará un trato adecuado a los residuos de la materia prima.

7.3.3.1 Indicadores

- Desechos sólidos
- Contaminación del ambiente
- Ruido

Tabla 59. Impacto ambiental

Nivel de Impacto	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Indicadores								
Impacto Ambiental								
• Desechos sólidos					X			-1
• Contaminación del ambiente					X			-1
• Ruido					X			-1
TOTAL								-3

Elaborado por: Los Autores

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{-3}{3}$$

Nivel de Impacto = **-1 Impacto bajo negativo**

Análisis de los indicadores:

- **Desechos sólidos**

La microempresa manejará de manera adecuada los desechos con la finalidad de no afectar en cantidades mayores al medio ambiente.

- **Contaminación del ambiente**

La microempresa utilizará de manera optimizada los recursos y clasificará los residuos de forma adecuada, con la finalidad de minimizar daños al medio ambiente.

- **Ruido**

La microempresa llevará con responsabilidad las normas de seguridad industrial en sus trabajadores, con la finalidad de no afectar o de provocar enfermedades al personal.

7.3.4 Impacto empresarial

La implementación de este proyecto generará competitividad en el mercado por las pijamas con diseños exclusivos para niños, lo que es novedoso y nuevo en la ciudad, acompañado de una adecuada atención al cliente, todo ello acompañado con un adecuado clima organizacional y laboral en la cual los empleados podrán desempeñar sus funciones y actividades en óptimas condiciones.

7.3.4.1 Indicadores

- Competitividad
- Atención al cliente
- Clima organizacional

Tabla 60. Impacto empresarial

Nivel de Impacto	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Indicadores								
Impacto Empresarial								
• Competitividad	X							3
• Atención al cliente	X							3
• Clima organizacional		X						2
TOTAL								8

Elaborado por: Los Autores

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{8}{3}$$

Nivel de Impacto = 2,67 Impacto medio positivo

Análisis de los indicadores:

- **Competitividad**

La microempresa logrará ser competitiva en el mercado con la participación de producción y comercialización de las pijamas con diseños exclusivos para niños.

- **Servicio al cliente**

La microempresa a través de contar con un personal calificado logrará brindar una mejor atención al cliente de manera más personalizada y enfocada a los gustos de los niños.

- **Clima organizacional**

Dentro de la microempresa se llevará a cabo un adecuado clima organizacional entre los trabajadores, lo cual permita que trabajen de manera eficiente y en equipo para cumplir los objetivos y metas de la organización.

CONCLUSIONES

De acuerdo a la investigación efectuada para la creación de una microempresa de producción y comercialización de pijamas con diseños exclusivos para niños en la ciudad de Atuntaqui, provincia de Imbabura, se concluye:

1. El diagnóstico situacional se pudo identificar los aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos que tienen las empresas textiles de la ciudad de Atuntaqui, constatando factores relevantes los cuales favorecen la implementación la creación de una nueva microempresa de pijamas con diseños exclusivos.
2. El marco teórico fundamentó la investigación con conceptos extraídos de libros, revistas y fuentes de internet de los últimos cinco años, lo cual da mayor garantía de los resultados y permitió guiar en el desarrollo de los demás capítulos.
3. Con el estudio de mercado se logró identificar la demanda, oferta y la existencia de la demanda insatisfecha, precios y la comercialización de pijamas con diseños exclusivos para niños
4. En el estudio técnico se estableció la macrolocalización y la microlocalización en base a la ponderación de factores de los cuales se determinó ubicarla en la ciudad de Atuntaqui, se determinó el tamaño del proyecto y sus inversiones, para el funcionamiento adecuado de la planta.
5. En el estudio financiero se determinó la viabilidad financiera a través de indicadores financieros como es el TIR y el VAN, además se realizó la respectiva estimación y proyección de costos, gastos e ingresos a cinco años que es la vida estimada que tienen los proyectos.
6. En la estructura organizativa se logró establecer la misión y visión de la microempresa, conjuntamente el nombre de la misma y sus respectivos valores, además se ha tomado en cuenta el personal adecuado y necesario para el funcionamiento de la microempresa, las

decisiones fueron tomadas con el fin de optimizar los recursos y maximizar las ganancias, generando un producto de calidad que permita posicionar la marca en el mercado.

7. La implementación del proyecto generará impactos medianamente positivos, más no negativos lo que impulsa la viabilidad para la creación de la empresa y contribuye al crecimiento y desarrollo de la ciudad de Atuntaqui y del país.

RECOMENDACIONES

1. Los nuevos investigadores que deben analizar el macro y micro entorno y sus variables para determinar los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos. Con la información recopilada se puede establecer su viabilidad.
2. Las bases teóricas científicas ayudan a sustentar todos los términos de investigación. Esto contribuye a dotar a la microempresa de información adecuada y oportuna sobre el comportamiento del consumidor.
3. De la demanda insatisfecha se debe aprovechar un gran porcentaje de ella dependiendo de la capacidad y el tamaño que tenga con el fin de utilizar y generar mayor productividad ofreciendo un producto de calidad el cual cumpla con las expectativas que desee el cliente.
4. La ubicación de la planta de producción debe cumplir con los requerimientos necesarios que conlleven al buen desarrollo de las actividades empresariales, como su tamaño e inversiones.
5. El estudio financiero no se exceda en el apalancamiento financiero con el fin de que la microempresa pueda cumplir con sus obligaciones de una manera oportuna, esto le permitirá crecer en el tiempo de una manera razonable.
6. La estructura orgánica del proyecto debe ser acorde al personal y a su inversión, considerando las disposiciones legales y tributarias y sus actualizaciones que le permita garantizar su funcionamiento.
7. De los impactos que generará la implementación del proyecto se debe fortalecer los resultados positivos y a la vez contrarrestar al máximo los impactos negativos. Esto permitirá mejorar la estructura organizativa de la empresa y asegurar la sostenibilidad a través de la vida útil de la microempresa presentada en el estudio.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, R. (2013). *Memoria técnica Cantón Antonio Ante*. Atuntaqui.
- Aiteco Consultores, S. (2013). <http://www.aiteco.com/manual-de-funciones/>.
- Aitex. (2015). <http://aitex.es/es/noticias/noticias-textiles/proyectosdestacados/362-1090033452>.
- Anzil, F. (2012). <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>.
- Arbaiza Fermini, L. (2014). *Administración y organización: un enfoque contemporáneo*.
- Armas, C. (2012). *La insutria textil Atuntaqui*. Obtenido de <http://www.eluniverso.com/2012/06/04/1/1447/industria-textil-transformo-economia-canton-atuntaqui.html>
- Ayala, S. (2013). <http://www.todomktblog.com/2013/06/embalaje.html>.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (7 ed. ed.).
- Benalcázar, W. (2014). *El Comercio*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/atuntaqui-fabrica-tiendas-de-ropa.html>
- Betancur, E. (2014). http://www.eafit.edu.co/ninos/reddelaspreguntas/preguntas/Paginas/que-es-una-maquina.aspx#.VUAG_SF_Oko.
- conceptos.com, D. (2015). <http://deconceptos.com/arte/molde>.
- Cueva, S. (2011). *Desafíos de la Industria Textil*. Obtenido de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/desafios-de-la-industria-textil-521651.html>
- Definición de Tela* . (2008-2015). Obtenido de <http://definicion.de/tela/>
- Diccionario Economía - Administración - Finanzas - Marketing*. (s.f.). Obtenido de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/PERIODO_DE_RECUPERACION.htm

- Duke, D. (2013). <http://edukavital.blogspot.com/2013/04/ pijama-definicion-de-pijama-concepto-de.html>.
- EAFIT, C. C. (s.f.). <http://www.eafit.edu.co/escuelas/administracion/consultorio-contable/Documents/Nota%20de%20clase%2052.%20propiedad%20planta%20y%20equipo.pdf>.
- Financiamiento.com.mx. (2012). Obtenido de <http://www.financiamiento.com.mx/wp/?p=11>
- Fleitman, J. (2012). <http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>.
- Gusto, C. e. (2006). <http://www.arturotopia.com/Ensayos/ElGusto.pdf>.
- Heidelberger, M. (2014). http://www.ehowenespanol.com/mezcla-algodon-poliester-sobre_10657/.
- <https://espanol.answers.yahoo.com/question/index?qid=20121015111732AA7LyH0>. (s.f.).
- K., A. (2014). <http://www.crecenegocios.com/que-es-y-como-hacer-publicidad/>.
- Loría, E., & Parkin, M. (2010). *Microeconomía: versión para Latinoamérica*. (9 ed. ed.).
- Madrid, F. (2012). <http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>.
- Murcia M, J. (2009 (Reimp 2011)). *Proyectos: formulación y criterios de evaluación*.
- Orozco, D. (2015). <http://conceptodefinicion.de/industria/>.
- Palafox de Anda, G. (2012). *Administración: teoría, proceso, áreas funcionales estrategias para la ompetitividad* (3 ed. ed.).
- preguntas.com, M. (s.f.). <http://www.misrespuestas.com/que-es-la-moda.html>.
- Principios y Valores*. (s.f.). Obtenido de <http://americo.usal.es/oir/opal/Documentos/Venezuela/AD/PrincipiosAD.pdf>
- Promonegocios.net. (2012). <http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>.

- QuimiNet.com. (2008). <http://www.quiminet.com/articulos/los-tipos-de-hilos-y-su-aplicacion-en-la-confeccion-30702.htm>.
- Raquel, C. A. (2013). *Gestión de proyectos*. Ediciones de la U.
- Significados. (2013-2015). <http://www.significados.com/modelo/>.
- Tecnología . (s.f.). Obtenido de <http://www.areatecnologia.com/que-es-tecnologia.html>;
- TELAS, M. (2012). <http://es.slideshare.net/nparedestrujillo/tipos-de-telas-13510163>.
- The Free Dictionary*. (2003-2015). Obtenido de <http://es.thefreedictionary.com/bot%C3%B3n>;
- Tipos de Organigramas* . (2009). Obtenido de <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>
- Tomas, U. S. (s.f.). http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/tamao_del_proyecto.html.
- V., G. S., & Polanco I, L. (2007). *Contabilidad Administrativa*. Bogota: ECOE.
- Valdivieso, B. (2013). *Contabilidad General*. Escobar Impresores.
- Visuales, A. (2013). <http://artescarlota.blogspot.com/2013/06/el-estampado.html>.
- Washington, I. (2015). <http://www.institutowashington.com/biblioteca-virtual/corte>.

AneXos

Anexo 1. Encuesta

Objetivo: Realizar un estudio para determinar los gustos y preferencias que tienen las madres de familia en Atuntaqui sobre los modelos y diseños de pijamas para niños.

Datos técnicos:

EDAD _____

NIVEL DE INSTRUCCIÓN _____ **Edad del niño/a** _____

NACIONALIDAD: Turista () _____ **Local** () _____

Número de hijos/as _____

Instructivo: Marque con una X según considere la respuesta correcta.

1 ¿Qué modelo de pijama suele utilizar su hijo/a con más frecuencia?

- Kimono (enterizo) _____
- Buso y pantalón _____
- Camiseta y pantalón _____
- Camiseta y bermuda _____

2 ¿Qué colores cree que son convenientes para el uso de pijamas para su hijo/a?

- Colores claros _____
- Colores oscuros _____
- Todos los anteriores _____

3 ¿En qué lugares suele comprar pijamas para su hijo/a?

- CONFECCIONES PANDA _____
- CONFECCIONES BEBELAND _____
- CONFECCIONES ELAN _____
- CONFECCIONES CHICHO´S _____
- CONFECCIONES ANITEX _____
- Otros _____ ¿Cuál? ____

4 ¿Cuánto normalmente paga por una pijama para niños hasta los 10 años?

- \$ 11,00 _____
- \$ 16,00 _____
- \$ 21,00 en adelante _____

5 ¿Le gustaría adquirir pijamas con diseños exclusivos (adornos infantiles) para su hijo/a?

SÍ _____ NO _____

6 ¿Qué tipo de tela prefiere para la pijama de su hijo/a?

- Térmica _____
- Semi térmica _____
- Poli algodón _____

7 ¿Cuántas pijamas compraría al año?

- 1 - 3 und _____
- 4 - 6 und _____
- 7 - 9 und _____

8 ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por una pijama, según la estimación de talla?

- (\$11,00 - \$14,00) _____
- (\$15,00 - \$18,00) _____
- (\$19,00 - \$22,00) _____

9 ¿Dónde le gustaría conseguir el producto?

- Almacén _____
- Catálogo _____
- Internet _____
- Otro _____ ¿Cuál? _____

10 ¿Cómo le gustaría enterarse de la apertura de una nueva empresa?

- Redes sociales _____
- Radio _____
- Televisión _____
- Prensa _____
- Volantes _____

Anexo 2. Entrevista

Tema: Realizar una entrevista al Ing. De producción de Confecciones Emperatriz.

Objetivo: Conocer de primera mano el proceso productivo en la Industria Textil de pijamas para niños de 1-10 años en la ciudad de Atuntaqui.

Nombre de los entrevistadores: Julio Jaramillo, Paulina Vega.

Nombre del entrevistado: Sr. Fabián Muñoz.

PREGUNTAS:

1. **¿Cuántos años se ha dedicado a la confección de pijamas?**
2. **¿Qué opina acerca de la industria textil en la ciudad de Atuntaqui?**
3. **¿Qué tipo de prendas de vestir empezó confeccionando?**
4. **¿Qué le ha parecido la experiencia en confeccionar prendas de vestir?**
5. **¿Con qué capacidad productiva se puede iniciar una empresa de pijamas?**
6. **¿Con cuántas máquinas empezó a producir?**
7. **¿Realizó un estudio de mercado antes de implementar su empresa?**
8. **¿Sus proveedores son locales?**
9. **¿Cómo se procede a realizar el proceso productivo para la confección de pijamas?**
10. **¿Qué nos recomienda para poder iniciar con esta actividad?**

Anexo 3. Ficha de observación

Tema: Identificar el nivel de demanda de pijamas para niños de 0-10 años en la ciudad de Atuntaqui.

Objetivo: Analizar los principales competidores de pijamas para niños de 1-10 años en la ciudad de Atuntaqui.

Empresa evaluada: Confecciones BEBELAND, Confecciones ELAN, Confecciones CHICHO'S y Confecciones ANITEX.

Establecimiento comercial: Ciudad de Atuntaqui.

Competencia	Confecciones BEBELAND	Confecciones ELAN	Confecciones CHICHO'S	Confecciones ANITEX
1. Presentación				
2. Calidad				
3. Tipo de tela				
4. Diseño				
5. Empaque				
6. Modelo				
7. Precio				
8. Promoción				
9. Variedad de producto				

Anexo 4. Estudio financiero

Tabla 61. Variables de estudio

Tasa de inflación 3,67% anual al 2011						
Tasa de crecimiento poblacional	2,14%					
Tasa Activa	8,70%					
Tasa Pasiva	5,48%					
Financiamiento:						
Propio	70%					
Financiado	30%					
Plazo préstamo (años)	5					
% cuota plusvalía	10%					
Demanda a satisfacer año 1	98%					
Porcentaje de Participación	15%					
Precio del kilo tela	5,80					
Material indirecto						
Cierres	\$ 0,20					
Elástico Rollo	\$ 6,00					
Valor agregado	\$ 0,40				Costo	Gasto
Cuerina negra	\$ 3,75					
Cesgo	\$ 0,15					
Servicios básicos	Q	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual	70% mensual	30% mensual
Luz Kwh	720	0,09	64,80	8.640,00	504	216
Agua m3	148	0,10	14,80	1.776,00	104	44
Teléfono minutos	1.200	0,04	48,00	14.400,00		1.200
Aporte patronal	12,15%					
SBU	366,00					

Tabla 62. Cantidad de materia prima directa e indirecta

MPD Tela térmica			MPI Elástico		
Tallas	KG	Q pijamas	Tallas	Metros	Q pijamas
Talla 0	1	4	Talla 0	1	4
Talla 2	1	4	Talla 2	1	4
Talla 4	1	3	Talla 4	1	3
Talla 6	1	3	Talla 6	1	3
Talla 8	1	2	Talla 8	1	2
Talla 10	1	2	Talla 10	1	2

MPI Cuerina			MPI Cesgo		
Tallas	Metros	Q pijamas	Tallas	Metros	Q pijamas
Talla 0	1	15	Talla 0	1	4
Talla 2	1	14	Talla 2	1	3
Talla 4	1	13	Talla 4	1	2
Talla 6	1	12	Talla 6	1	2

MPI Cierres		
Tallas	Metros	Q pijamas
Talla 0	1	4
Talla 2	1	3
Talla 4	1	2
Talla 6	1	2

Costo de Producción

Materia prima y material indirecto

Tabla 63. Costo de materia prima

Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 0					
Cantidad unidades	140	143	146	149	153
Precio unidad	5,80	6,01	6,23	6,46	6,70
Valor	812,86	860,72	911,41	965,08	1.021,90
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 2					
Cantidad unidades	308	315	322	329	336
Precio unidad	5,80	6,01	6,49	7,01	7,57
Valor	1.788,29	1.893,59	2.088,84	2.304,23	2.541,82
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 4					
Cantidad unidades	299	305	312	319	325
Precio unidad	5,80	6,01	6,49	7,01	7,57
Valor	1.734,10	1.836,21	2.025,54	2.234,40	2.464,80
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 6					

Cantidad unidades	374	382	390	398	407
Precio unidad	5,80	6,01	6,49	7,01	7,57
Valor	2.167,62	2.295,26	2.531,93	2.793,00	3.080,99
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 8					
Cantidad unidades	561	573	585	597	610
Precio unidad	5,80	6,01	6,49	7,01	7,57
Valor	3.251,43	3.442,89	3.797,90	4.189,50	4.621,49
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 10					
Cantidad unidades	336	344	351	358	366
Precio unidad	5,80	6,01	6,49	7,01	7,57
Valor	1.950,86	2.065,73	2.278,74	2.513,70	2.772,89
Total	11.705,15	12.394,41	13.634,36	14.999,91	16.503,90
Materia prima indirecta					
Cierres					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 0-6					
Cantidad unidades	3812	3894	3977	4062	4149
Precio unidad	0,20	0,21	0,21	0,22	0,23

Valor	762,40	807,30	854,84	905,17	958,48
Elástico					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 0-2					
Cantidad unidades	448	458	468	478	488
Precio unidad	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
Valor	26,91	28,49	30,17	31,95	33,83
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 4-6					
Cantidad unidades	673	687	702	717	732
Precio unidad	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
Valor	40,36	42,74	45,26	47,92	50,74
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 8-10					
Cantidad unidades	897	916	936	956	976
Precio unidad	0,06	0,06	0,06	0,07	0,07
Valor	53,82	56,99	60,34	63,89	67,66
Cuerina					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 0					
Cantidad unidades	37	38	39	40	41

Precio unidad	3,75	3,89	4,03	4,18	4,33
Valor	140,15	148,40	157,14	166,39	176,19
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 2					
Cantidad unidades	88	90	92	94	96
Precio unidad	3,75	3,89	4,03	4,18	4,33
Valor	330,35	349,80	370,40	392,21	415,31
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 4					
Cantidad unidades	69	70	72	74	75
Precio unidad	3,75	3,89	4,03	4,18	4,33
Valor	258,73	273,97	290,10	307,19	325,27
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 6					
Cantidad unidades	93	95	97	100	102
Precio unidad	3,75	3,89	4,03	4,18	4,33
Valor	350,37	371,00	392,85	415,98	440,48
Cesgo					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 0					

Cantidad unidades	140	143	146	149	153
Precio unidad	0,15	0,16	0,16	0,17	0,17
Valor	21,02	22,26	23,57	24,96	26,43
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 2					
Cantidad unidades	411	420	429	438	447
Precio unidad	0,15	0,16	0,16	0,17	0,17
Valor	61,67	65,30	69,14	73,21	77,52
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 4					
Cantidad unidades	448	458	468	478	488
Precio unidad	0,15	0,16	0,16	0,17	0,17
Valor	67,27	71,23	75,43	79,87	84,57
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Talla 6					
Cantidad unidades	561	573	585	597	610
Precio unidad	0,15	0,16	0,16	0,17	0,17
Valor	84,09	89,04	94,28	99,84	105,71
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5

Valor agregado					
Cantidad unidades	5606	5726	5848	5974	6101
Precio unidad	0,40	0,41	0,43	0,45	0,46
Valor	2242,37	2374,41	2514,23	2662,28	2819,05
Total	4439,50	4700,93	4977,74	5270,86	5581,24
MATERIA PRIMA	16144,65	17095,34	18612,10	20270,77	22085,14
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Luz					
Cantidad unidades	6048	6177	6310	6445	6583
Precio unidad	0,09	0,09	0,10	0,10	0,10
Total	544,32	576,37	610,31	646,25	684,31
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Rubros	1	2	3	4	5
Agua m3					
Cantidad unidades	1243	1270	1297	1325	1353
Precio unidad	0,10	0,10	0,11	0,11	0,12
Total	124,32	131,64	139,39	147,60	156,29
CIF	668,64	708,01	749,70	793,85	840,60

Mano de obra directa

Tabla 64. Sueldo básico operarios

Años	2014	2015	2016	2017	2018
Rubros	1	2	3	4	5
Operarios	17.568,00	18.212,75	18.881,15	19.574,09	20.292,46
Proceso productivo					
Años	2014	2015	2016	2017	2018
Rubros	1	2	3	4	5
SBU	17.568,00	18.212,75	18.881,15	19.574,09	20.292,46
Aporte patronal	2.134,51	2.212,85	2.294,06	2.378,25	2.465,53
Fondos de reserva	0,00	1.517,73	1.573,43	1.631,17	1.691,04
Décimo tercer sueldo	1.464,00	1.517,73	1.573,43	1.631,17	1.691,04
Décimo cuarto sueldo	1.464,00	1.517,73	1.573,43	1.631,17	1.691,04
MANO DE OBRA	22.630,51	24.978,78	25.895,50	26.845,87	27.831,11

Tabla 65. Sueldo personal administrativo

Sueldos personal	Básico mensual	Total anual	2	3	4	5
Administrador	650,00	7.800,00	8.086,26	8.383,03	8.690,68	9.009,63
Total	650,00	7.800,00	8.086,26	8.383,03	8.690,68	9.009,63

Años	2014	2015	2016	2017	2018
Rubros	1	2	3	4	5
SBU	7.800,00	8.086,26	8.383,03	8.690,68	9.009,63
Aporte patronal	947,70	982,48	1.018,54	1.055,92	1.094,67
Fondos de reserva	0,00	673,86	698,59	724,22	750,80
Décimo tercer sueldo	650,00	673,86	698,59	724,22	750,80
Décimo cuarto sueldo	366,00	379,43	393,36	407,79	422,76
Sueldos y salarios	9.763,70	10.795,88	11.192,09	11.602,84	12.028,67

Tabla 66. Proyección suministros y materiales

Servicios básicos	Valor Mensual	Valor anual	1	2	3	4	5
Hojas (resma)	10	10	10,37	10,75	11,14	11,55	11,97
Tinta (cartuchos)	40	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44	574,79
Esferos (cajas)	3	36,00	37,32	38,69	40,11	41,58	43,11
Tijeras	40	40,00	41,47	42,99	44,57	46,20	47,90
Reglas	80	80,00	82,94	85,98	89,14	92,41	95,80
Tizas	50	50,00	51,84	53,74	55,71	57,75	59,87
Mesas	50	50,00	51,84	53,74	55,71	57,75	59,87
Sillas	70	70,00	72,57	75,23	77,99	80,86	83,82
Silletas	66	66,00	68,42	70,93	73,54	76,24	79,03
Total	409,00	882,00	914,37	947,93	982,72	1.018,78	1.056,17

Tabla 67. Proyección servicios básicos

Servicios básicos	Valor mensual	Valor anual	2	3	4	5
Luz Kwh	19,44	233,28	20,15	20,89	21,66	22,45
Agua m3	4,44	53,28	55,24	57,26	59,36	61,54
Teléfono minutos	48,00	576	597,14	619,05	641,77	665,33
Total	71,88	862,56	672,53	697,21	722,80	749,32

Tabla 68. Depreciación

Descripción	Valor \$	vida útil	%	0	1	2
Muebles y enseres	150,00	10	10,00%	15,00	15,00	15,00
Maquinaria	3.810,00	10	10,00%	381,00	381,00	381,00
Terreno	18.000,00	0	10,00%	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Edificio	22.500,00	20	5,00%	1.125,00	1.125,00	1.125,00
Equipo de computo	1.241,60	3	33,33%	413,87	413,87	413,87
Total	45.701,60				1.934,87	1.934,87
3	4	5	Depreciación acumulada	Plusvalía acumulada	Valor libros	
15,00	15,00	15,00	75,00		75,00	
381,00	381,00	381,00	1.905,00		1.905,00	
1.800,00	1.800,00	1.800,00		9.000,00	27.000,00	
1.125,00	1.125,00	1.125,00	5.625,00		16.875,00	
413,87			1.241,60		0,00	
1.934,87	1.521,00	1.521,00			45.855,00	

Tabla 69. Sueldo personal de ventas

Sueldos personal	Básico mensual	Total anual	2	3	4	5
Sueldo personal ventas	366,00	4.392,00	4.553,19	4.720,29	4.893,52	5.073,12
Total	366,00	4.392,00	4.553,19	4.720,29	4.893,52	5.073,12

Años	2014	2015	2016	2017	2018
Rubros	1	2	3	4	5
SBU	4.392,00	4.553,19	4.720,29	4.893,52	5.073,12
Aporte patronal	533,63	553,21	573,52	594,56	616,38
Fondos de reserva	0	379,43	393,36	407,79	422,76
Décimo tercer sueldo	366,00	379,43	393,36	407,79	422,76
Décimo cuarto sueldo	366,00	379,43	393,36	407,79	422,76
Sueldos y salarios	5.657,63	6.244,70	6.473,88	6.711,47	6.957,78

Costos Unitarios

Tabla 70. Costos unitarios de materia prima directa e indirecta

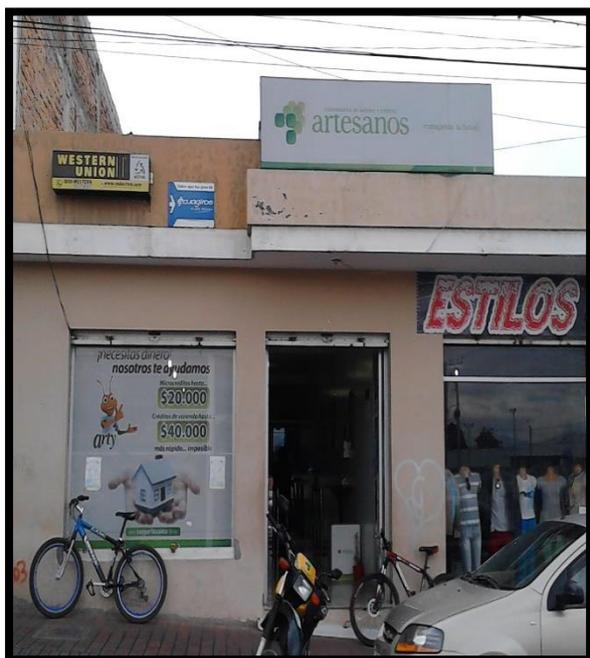
MPD TELA TÉRMICA			MPI ELÁSTICO			MPI CUERINA		
1 Kg	1000	Gramos	1m	100	Cm	1m	100	cm
Tallas	Gramos	Valor	Tallas	Centímetros	Valor	Tallas	Centímetros	Valor
Talla 0	250	1,45	Talla 0	25	0,015	Talla 0	7	0,25
Talla 2	250	1,45	Talla 2	25	0,015	Talla 2	7	0,27
Talla 4	333	1,93	Talla 4	33	0,02	Talla 4	8	0,29
Talla 6	333	1,93	Talla 6	33	0,02	Talla 6	8	0,31
Talla 8	500	2,90	Talla 8	50	0,03			
Talla 10	500	2,90	Talla 10	50	0,03			
MPI CESGO			MPI Cierres					
1m	100	Cm	Tallas	Unidades	Valor			
Tallas	Centímetros	Valor	Talla 0	1	0,2			
Talla 0	25	0,0375	Talla 2	1	0,2			
Talla 2	33	0,05	Talla 4	1	0,2			
Talla 4	50	0,075	Talla 6	1	0,2			
Talla 6	50	0,075						

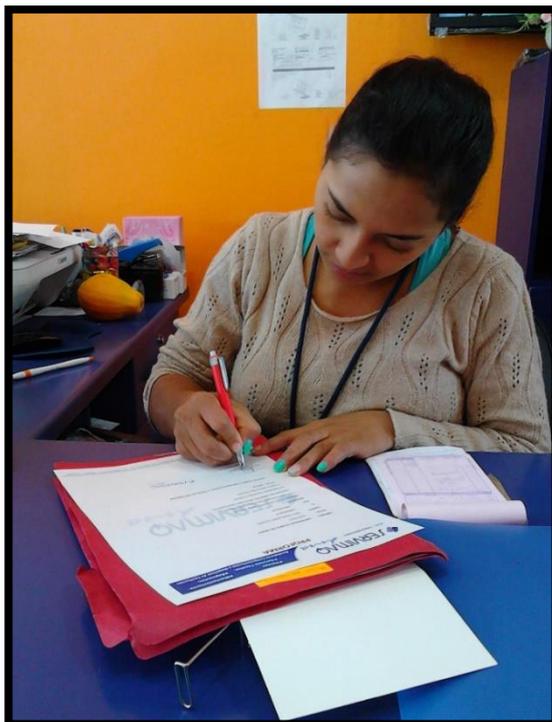
Tabla 71. Costos indirectos de fabricación unitarios

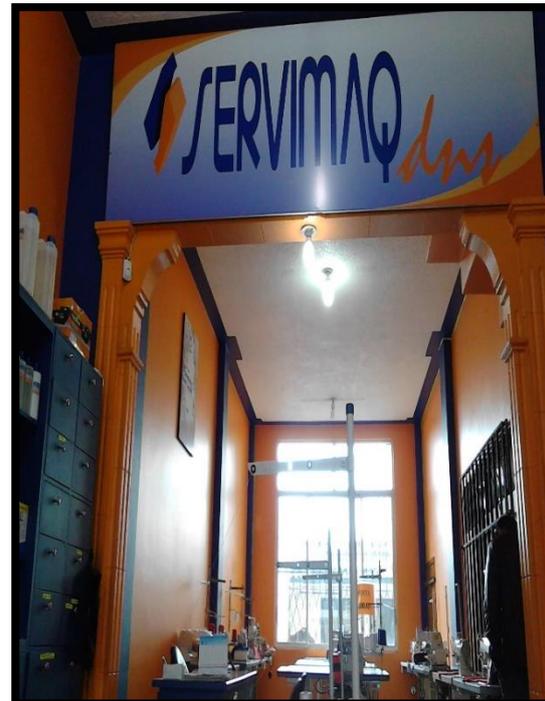
CIF		Mano de Obra		Gasto Administrativo	
Tallas	Valor	Tallas	Valor	Tallas	Valor
Talla 0	1,19	Talla 0	4,04	Talla 0	2,40
Talla 2	0,54	Talla 2	4,04	Talla 2	2,40
Talla 4	0,75	Talla 4	4,04	Talla 4	2,40
Talla 6	0,60	Talla 6	4,04	Talla 6	2,40
Talla 8	0,60	Talla 8	4,04	Talla 8	2,40
Talla 10	0,99	Talla 10	4,04	Talla 10	2,40

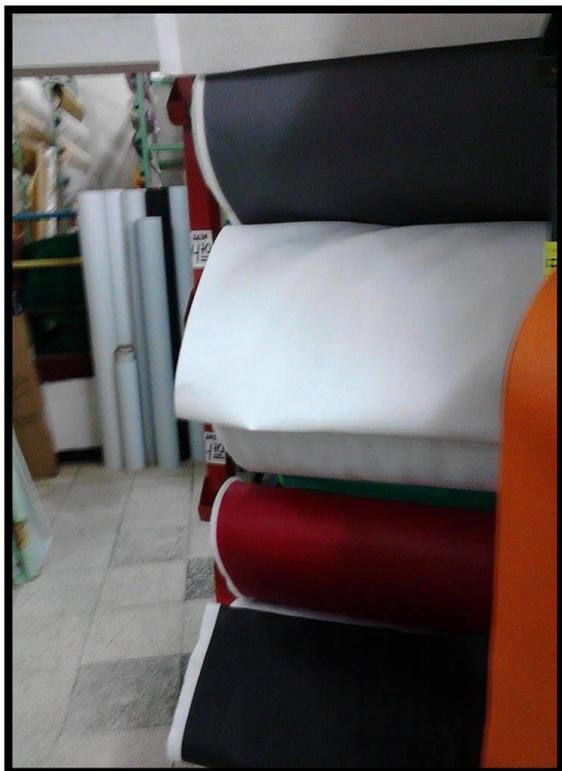
Gasto de ventas		Gasto Financiero	
Tallas	Valor	Tallas	Valor
Talla 0	1,44	Talla 0	0,27
Talla 2	1,44	Talla 2	0,27
Talla 4	1,44	Talla 4	0,27
Talla 6	1,44	Talla 6	0,27
Talla 8	1,44	Talla 8	0,27
Talla 10	1,44	Talla 10	0,27

Anexo 5. Fotografías









Anexo 6. Maquinaria

 RUC. 1000436053001 <i>dnusa</i>	■ Ventas	■ Mantenimiento.
	■ Servicio Técnico.	■ Repuestos.

Bordadoras Computarizadas y Máquinas de Confección

PROFORMA

SEÑORES: UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FECHA: 15/07/2015

CLIENTE: VEGA TERAN JENNY PAULINA

CI: 100368240-6

TELF: 0987600138

PRODUCTO:

MAQUINA RECTA INDUSTRIAL MAXX \$400.00

MAQUINA OVERLOCK INDUSTRIAL SAGA \$680.00

MAQUINA RECUBRIDORA INDUSTRIAL SAGA \$1030.00

ESTAMPADORA NACIONAL \$1200.00

PLANCHA INDUSTRIAL \$500.00

TOTAL: 3810.00

SERVICIO TECNICO Y REPUESTOS DESDE LA FECHA DE FACTURACION


 JESSICA GARCIA
 ACESOR COMERCIAL
 0997963520



Dirección: Quito y Bolívar (Frente al Cuerpo de Bomberos) Telf: 062 922-794 · Cel: 0986957229 • Otavalo - Ecuador

Anexo 8. Insumos



PROFORMA

Señores: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FECHA: 15/07/2015

CLIENTE: VEGA TERÁN JENNY PAULINA

CI: 100368240-6

TELF: 0987600138

PRODUCTO:

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNIT.	PRECIO TOTAL
100 und	Botón N° 24	\$ 1,60	\$ 1,60
100 und	Botón N° 40	\$ 4,00	\$ 4,00
1 m	Cierre (negro) delgado	\$ 0,40	\$ 0,40
1 m	Cierre (negro) grueso	\$ 0,40	\$ 0,40
2 ½ m	Elástico (mediano)	\$ 4,90	\$ 4,90
6 und	Hilos medianos	\$ 12,60	\$ 12,60

Total: \$ 23,90

VENTA DE INSUMOS PARA CONFECCIÓN DE PRENDAS.

Mónica Terán

Asesor de ventas

Anexo 9. Equipo tecnológico



Proveedores de Partes
Venta de Computadores

Importadores de partes, Accesorios, Suministros de
Computadores

VASQUIN Cia. Ltda.

RUC: 10910720112001

Asesoramiento Técnico
Instalaciones de Redes

Dirigido: Sr. Julio Jaramillo
Fecha: 24 de junio del 2015

Proforma: 24Vlar-014
Teléfono:

PROFORMA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR U.	VALOR T.
2	COMPUTADOR INTEL DUAL CORE CASE COMBO FULL ATX Teclado Mouse Parlantes 2 Pzs MAINBOARD DESKTOP H81 S-1150 Video Incorporado Puertos USB Tarjeta de Red Puerto PCI Express Sonido Incorporado PROCESADOR INTEL DUAL CORE 3.0GHZ DVD WRITER DISCO DURO 500GB SATA LECTOR DE TARJETAS MEMORIA 4 GB DDR3 MONITOR 20" LED FLAT PANEL	465,00	930,00
		SubTotal	930,00
		Iva 12%	111,60
		Total	1041,60

CANTIDAD	DETALLE	VALOR U.	VALOR T.
2	Impresora Samsung SL-M2020W Laser 21ppm	84,82	169,64
		SubTotal	169,64
		Iva 12%	20,36
		Total	190,00

GARANTIA:
1 año en partes y piezas
Contra defectos de Fabricación

Esta proforma caduca en 8 días

Forma de Pago:

De contado efectivo.

RUC: 10910720112001

Dirección: Sánchez y Cifuentes 21-134 y Tobías Mena Telf: 2640-617 / 2610-997 / 2610-998
Ibarra-Ecuador

Anexo 10. Amortización Banco del Fomento

BENEFICIARIO		BANCO NACIONAL DE FOMENTO			
INSTIT. FINANCIERA		BANCO NACIONAL DE FOMENTO			
MONTO USD		25,000.00			
TASA		10%	T. EFECTIVA		10.4713%
PLAZO		5 años			
GRACIA		0 años			
FECHA DE INICIO		05-jun-2015			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACION CADA		30 días			
Número de períodos		60 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO		INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		25,000.00			
1	05-jun-2015	24,583.33	208.33	416.67	625.00
2	05-jul-2015	24,166.67	204.86	416.67	621.53
3	04-ago-2015	23,750.00	201.39	416.67	618.06
4	03-sep-2015	23,333.33	197.92	416.67	614.58
5	03-oct-2015	22,916.67	194.44	416.67	611.11
6	02-nov-2015	22,500.00	190.97	416.67	607.64
7	02-dic-2015	22,083.33	187.50	416.67	604.17
8	01-ene-2016	21,666.67	184.03	416.67	600.69
9	31-ene-2016	21,250.00	180.56	416.67	597.22
10	01-mar-2016	20,833.33	177.08	416.67	593.75
11	31-mar-2016	20,416.67	173.61	416.67	590.28
12	30-abr-2016	20,000.00	170.14	416.67	586.81
13	30-may-2016	19,583.33	166.67	416.67	583.33
14	29-jun-2016	19,166.67	163.19	416.67	579.86
15	29-jul-2016	18,750.00	159.72	416.67	576.39
16	28-ago-2016	18,333.33	156.25	416.67	572.92
17	27-sep-2016	17,916.67	152.78	416.67	569.44
18	27-oct-2016	17,500.00	149.31	416.67	565.97
19	26-nov-2016	17,083.33	145.83	416.67	562.50
20	26-dic-2016	16,666.67	142.36	416.67	559.03
21	25-ene-2017	16,250.00	138.89	416.67	555.56
22	24-feb-2017	15,833.33	135.42	416.67	552.08
23	26-mar-2017	15,416.67	131.94	416.67	548.61
24	25-abr-2017	15,000.00	128.47	416.67	545.14
25	25-may-2017	14,583.33	125.00	416.67	541.67
26	24-jun-2017	14,166.67	121.53	416.67	538.19
27	24-jul-2017	13,750.00	118.06	416.67	534.72
28	23-ago-2017	13,333.33	114.58	416.67	531.25
29	22-sep-2017	12,916.67	111.11	416.67	527.78
30	22-oct-2017	12,500.00	107.64	416.67	524.31
31	21-nov-2017	12,083.33	104.17	416.67	520.83
32	21-dic-2017	11,666.67	100.69	416.67	517.36
33	20-ene-2018	11,250.00	97.22	416.67	513.89
34	19-feb-2018	10,833.33	93.75	416.67	510.42
35	21-mar-2018	10,416.67	90.28	416.67	506.94
36	20-abr-2018	10,000.00	86.81	416.67	503.47
37	20-may-2018	9,583.33	83.33	416.67	500.00

38	19-jun-2018	9,166.67	79.86	416.67	496.53
39	19-jul-2018	8,750.00	76.39	416.67	493.06
40	18-ago-2018	8,333.33	72.92	416.67	489.58
41	17-sep-2018	7,916.67	69.44	416.67	486.11
42	17-oct-2018	7,500.00	65.97	416.67	482.64
43	16-nov-2018	7,083.33	62.50	416.67	479.17
44	16-dic-2018	6,666.67	59.03	416.67	475.69
45	15-ene-2019	6,250.00	55.56	416.67	472.22
46	14-feb-2019	5,833.33	52.08	416.67	468.75
47	16-mar-2019	5,416.67	48.61	416.67	465.28
48	15-abr-2019	5,000.00	45.14	416.67	461.81
49	15-may-2019	4,583.33	41.67	416.67	458.33
50	14-jun-2019	4,166.67	38.19	416.67	454.86
51	14-jul-2019	3,750.00	34.72	416.67	451.39
52	13-ago-2019	3,333.33	31.25	416.67	447.92
53	12-sep-2019	2,916.67	27.78	416.67	444.44
54	12-oct-2019	2,500.00	24.31	416.67	440.97
55	11-nov-2019	2,083.33	20.83	416.67	437.50
56	11-dic-2019	1,666.67	17.36	416.67	434.03
57	10-ene-2020	1,250.00	13.89	416.67	430.56
58	09-feb-2020	833.33	10.42	416.67	427.08
59	10-mar-2020	416.67	6.94	416.67	423.61
60	09-abr-2020	-0.00	3.47	416.67	420.14
			6,354.17	25,000.00	31,354.17