



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TEMA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
BORDADOS EN EL SECTOR DE ZULETA PROVINCIA DE  
IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD  
Y AUDITORÍA**

**AUTOR: JAIRO MAURICIO VELASCO JARA**

**DIRECTOR: ING.MSC. LUIS VÁSQUEZ**

**IBARRA 2015**

## RESUMEN EJECUTIVO

Con el presente proyecto lo que se busca es la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bordados en el sector de Zuleta, es por eso que se ha realizado la respectiva investigación con la finalidad de promover y mejorar las actividades económicas de la provincia de Imbabura y de país a través del comercio textil y más actividades generadoras de ingresos. Como punto de partida se realizó un estudio de mercado mediante una investigación de campo, en la que se indagó a los consumidores de los textiles, con el fin de determinar la oferta y la demanda de las prendas de vestir bordadas a mano y la factibilidad de implantar una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de las mismas. Luego de haber realizado las investigaciones respectivas, se obtuvo un importante resultado, relacionado a la existencia de productos artesanales. Se tomó como área a investigar el sector de Zuleta ya que en el mismo se encuentra una gran concentración de personas dedicadas a este tipo de actividades artesanales las cuales no cuentan con un centro de acopio para sus bordados, y de esta manera una vez identificada la falencia lo que se quiere implementar es una microempresa dedicada a la producción y comercialización de bordados. Del estudio técnico que se ha efectuado se desprende que la nueva microempresa permitirá un importante aporte de ingresos para las distintas personas beneficiadas del mismo, dinamizando de esta forma la actividad industrial y comercial del sector. Así mismo, la microempresa a crearse dará empleo directo a personas que habitan este sector, contribuyendo a disminuir el desempleo y subempleo local, lo cual es un aporte positivo para la población. Lo que se pretende con la creación de la microempresa es lograr una integración de las personas dedicadas a este tipo de actividades, para que de esta manera poder satisfacer las necesidades de los integrantes y beneficiarios de las mismas.

## SUMMARY

The present project focuses on the establishment of a microenterprise allocated to the production and marketing of embroidery around Zuleta, for this reason, the suitable research was made in pursuance of promoting and improving the economic activities of Imbabura as well as the country through the textile trade and other income generating activities. As a starting point, a market research was carried out, in which consumers of textiles were questioned, in order to determine the offer and demand of hand embroidered clothing as well as the feasibility of establishing an embroidery microenterprise. After going through research, a significant conclusion was made regarding the existence of typical handicrafts. Zuleta was taken as the research target since there is a concentration of people engaged in this kind of handcrafting activities, who don't have a workshop for embroidering; thus, once the problem has been identified, the aim is the establishment of an embroidery microenterprise. The investigation delivers that the new microenterprise will grant an important source of income for the different people involved, dynamizing the industrial and commercial of the area. Likewise, the intended microenterprise will employ locals and help diminish unemployment and subemployment, becoming a positive contribution to the area population. The creation of the microenterprise intends to achieve the integration of people engaged in this kind of activities so that the needs of all the involved are satisfied.

**AUTORÍA**

Yo, **JAIRO MAURICIO VELASCO JARA**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100355951-3 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “Estudio de Factibilidad para la Creación de una empresa productora y comercializadora de bordados en el sector de Zuleta provincia de Imbabura”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

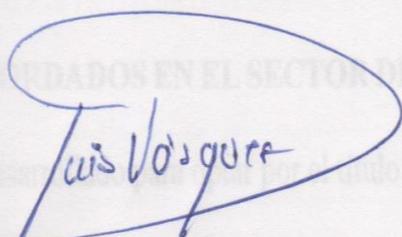


Firma

**CERTIFICACIÓN**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado **JAIRO MAURICIO VELASCO JARA**, para optar por el Título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**, cuyo tema es: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Bordados en el Sector de Zuleta Provincia de Imbabura”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación publicación y evaluación por parte del Tribunal que se designe.

En la Ciudad de Ibarra a los 25 días del mes de Julio



**Firma**  
**ING.MSC. LUIS VÁSQUEZ**  
**DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO**

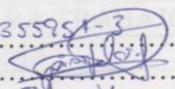


## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **Jairo Mauricio Velasco Jara**, con cédula de identidad Nro. 100355951-3, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BORDADOS EN EL SECTOR DE ZULETA PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ing. En Contabilidad Superior y Auditoría (CPA) en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

C.C.: 100355951-3  
 (Firma)   
 NOMBRE: Jairo Mauricio Velasco Jara

Ibarra a los 11 días del mes de mayo de 2015

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD  
TECNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>	
CEDULA DE IDENTIDAD	1003559513
APELLIDOS Y NOMBRES	VELASCO JARA JAIRO MAURICIO
DIRECCION	LOS CEIBOS (RIO CHIMBO 5-45)
EMAIL	<a href="mailto:jairo_velasco11@hotmail.com">jairo_velasco11@hotmail.com</a>
TELEFONOS	062 954 – 266
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
TITULO	"ESTUDIO DE FACTIBILIDA PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BORDADOS EN EL SECTOR DE ZULETA PRVIENCIA DE IMBABURA"
AUTOR	JAIRO MAURICIO VELASCO JARA
FECHA	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	PREGRADO
TITULO	ING. CONTABILIDAD Y AUDITORIA
ASESOR / DIRECTOR	ING.COM. LUIS VASQUEZ

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

Yo, **JAIRO MAURICIO VELASCO JARA**, con cédula de identidad Nro. 100355951-3, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales.

Por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 11 días del mes de mayo de 2015

### EL AUTOR



(Firma).....  
NOMBRE: Jairo Mauricio Velasco Jara  
C.C.: 100355951-3.....

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo de grado primero a Dios, a mis padres que me dieron la vida y han estado en todo momento conmigo. Gracias a ellos por darme una carrera para mi futuro, por creer en mí y apoyarme.

A mi tío que desde el cielo a sabido guiarme y darme fuerza para concluir las metas que me he propuesto.

Les agradezco a todos ustedes por estar a mi lado en los momentos alegres y en los difíciles, porque esos momentos fueron los que me enseñaron a crecer y valorar a las personas que me rodean.

## **AGRADECIMIENTO**

El éxito de la culminación del presente trabajo de investigación se debe a la participación decidida de varias voluntades: de mi Asesor Ing Mgs. Luis Vásquez, quien ha sabido orientar mi trabajo para la elaboración del informe final de mi Trabajo de Grado; y sobre todo a mi familia que supo comprender que el tiempo invertido en el presente trabajo el cual no fue en vano.

Agradezco a cada una de las personas que estuvieron dándome ánimo para la culminación tanto de mi vida estudiantil como también en la culminación del presente trabajo de grado.

Jairo

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN .....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxiii
PRESENTACIÓN.....	xxv
INTRODUCCIÓN .....	xxvii
OBJETIVOS .....	xxviii
OBJETIVO GENERAL.....	xxviii
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	xxviii
JUSTIFICACIÓN .....	xxix
ORGANIZACIÓN METODOLOGÍA. ....	xxx
MÉTODO INDUCTIVO .....	xxx
MÉTODO DEDUCTIVO .....	xxx
MÉTODO ANALÍTICO.....	xxx
CAPÍTULO I .....	31
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	31
Antecedentes:.....	31
Objetivos diagnósticos .....	33
General.....	33
Específicos .....	33

VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....	33
Indicadores de diagnóstico:.....	33
Situación socioeconómica.....	34
Producción textil .....	34
Talento humano .....	34
Comercialización .....	34
Matriz de relación .....	35
Mecánica operativa del diagnóstico.....	36
Identificación de la población.....	36
Tabulación de las encuestas realizadas a los productores de bordados en la zona de Zuleta. .	37
Información primaria .....	46
Información secundaria.....	46
Determinación de la fuente AOOR.....	46
Aliados .....	46
Oponentes .....	47
Oportunidades .....	47
Riesgos.....	47
Cruces estratégicos.....	48
Aliados y oportunidades .....	48
Aliados y riesgos.....	48
Oponentes y oportunidades.....	48
Oponentes y riesgos .....	48
Determinación del problema de investigación u oportunidades de inversión .....	49
CAPÍTULO II.....	50
MARCO TEÓRICO.....	50
La microempresa.....	50
Definición .....	50
Objetivos de la microempresa.....	51
Características de la microempresa.....	51
Clasificación de la microempresa .....	52
Ventajas de la microempresa .....	53
Producción .....	53
Definición de producción.....	53
Características .....	54

Importancia .....	54
Comercialización .....	54
Definición .....	54
Importancia .....	55
Características .....	55
Materiales.....	56
Tela .....	56
Hilos.....	56
Tijeras .....	57
Agujas: .....	57
Estrategia comercial.....	58
Estructura organizacional.....	58
Misión .....	58
Visión.....	59
Organización estructural .....	59
Estudio de mercado.....	59
Mercado meta.....	60
Oferta .....	60
Demanda .....	60
Precio .....	61
Comercialización .....	61
Promoción.....	62
Publicidad .....	62
Estudio técnico.....	62
Tamaño del proyecto.....	63
Localización del proyecto .....	63
Estudio financiero .....	65
Ingresos .....	65
Estado de situación inicial .....	66
Estado de resultados.....	67
Flujo de caja.....	67
Valor actual neto .....	67
Tasa interna de retorno.....	68
Presupuesto técnico.....	69

Misión .....	70
Visión.....	70
Proyecto .....	70
Factibilidad .....	71
Impactos.....	71
Marco legal de la Microempresa.....	71
CAPÍTULO III.....	73
ESTUDIO DE MERCADO .....	73
Antecedentes .....	73
Finalidad del estudio de mercado .....	73
Objetivos del estudio de mercado .....	74
Segmentación de mercado y mercado meta.....	74
Segmentación de mercado .....	75
Mercado meta.....	76
Identificación de la población y muestra investigadas .....	76
Población.....	76
Segmentación de la muestra.....	77
Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los consumidores .....	78
Oferta .....	92
Oferta histórica de las blusas .....	92
Proyección de la oferta blusas.....	94
Oferta histórica de manteles.....	95
Proyección de la oferta manteles .....	97
Demanda .....	98
Proyección de la demanda blusas y manteles .....	98
Balance entre oferta y demanda (Demanda Insatisfecha).....	100
Análisis de precios .....	102
Proyección de precios .....	103
Comercialización de los bordados .....	105
Determinación del producto.....	106
Canales de distribución .....	109
Conclusiones del estudio de mercado .....	110
CAPÍTULO IV.....	111
ESTUDIO TÉCNICO .....	111

Localización del proyecto .....	111
Macro localización.....	111
Micro localización .....	114
Vías de comunicación .....	116
Disponibilidad de mano de obra .....	117
Factor de materia prima .....	118
Disponibilidad de servicios básicos .....	118
Tamaño del proyecto.....	118
Factores del tamaño del proyecto .....	119
Procesos productivos .....	121
Descripción sistemática del proceso de producción .....	121
Obras civiles.....	126
Distribución de la planta .....	128
Área de administración: .....	128
Área de producción .....	129
Bordado.....	129
Estampado.....	129
Cortado y trazado.....	129
Cosido .....	129
Área de empacado y almacenamiento: .....	130
Área de ventas:.....	130
Bodega: .....	130
Distribución física de la planta .....	131
Presupuesto técnico.....	132
Terreno.....	132
Infraestructura - Edificio.....	132
Descripción del área de producción:.....	132
Descripción del área administrativa.....	133
Descripción del área de ventas.....	133
Resumen de edificio.....	133
Maquinaria y equipo .....	134
Muebles y encerres.....	134
Equipos de oficina.....	135
Equipo de computación.....	135

Suministros de oficina.....	136
Requerimiento de talento humano .....	136
Requerimiento materia prima .....	137
Inversión a diferirse .....	137
Capital de trabajo e inversión diferida .....	137
Inversión total .....	138
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>139</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>139</b>
Inversión del proyecto.....	139
Financiamiento de la inversión .....	140
Inversión fija .....	140
Terrero.....	140
Edificación .....	141
Maquinaria y equipo .....	141
Muebles y enseres .....	142
Equipo de computación.....	142
Equipos de oficina.....	143
Inversión diferida .....	144
Capital de trabajo .....	145
Ingresos .....	145
Proyección de los ingresos.....	145
Egresos .....	150
Costos de producción.....	150
Materia prima.....	150
Mano de obra directa .....	154
Costos generales de producción.....	156
Resumen de costos de producción .....	157
Gastos administrativos .....	157
Sueldos y salarios.....	159
Resumen de los gastos administrativos.....	160
Publicidad .....	160
Depreciación .....	162
Financiamiento.....	162
Resumen de presupuesto de costos y gastos .....	164

Estados financieros pro-forma .....	165
Balance general .....	165
Flujo de efectivo proyectado.....	166
Evaluación financiera.....	166
Determinación del costo del capital .....	166
Valor actual neto .....	167
Tasa interna de retorno.....	168
Costo beneficio .....	169
Periodo de recuperación.....	170
Punto de equilibrio del proyecto .....	171
CAPÍTULO VI.....	173
ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	173
Análisis interno de la microempresa.....	173
Nombre .....	173
Logotipo .....	173
Misión .....	174
Visión.....	174
Objetivos empresariales .....	174
Políticas de la empresa.....	175
Principios y valores .....	175
Principios .....	175
Valores .....	176
Estructura orgánica de la empresa .....	177
Organigrama de la empresa .....	177
Niveles administrativos.....	178
Orgánico funcional.....	179
Matriz de competencias .....	179
Controles internos en la empresa .....	181
Control interno financiero.....	181
Control interno de inventario .....	181
Análisis legal.....	182
Determinación de la forma jurídica .....	182
Registro único del contribuyente .....	183
Cámara de producción .....	184

Patentes municipales .....	184
Permiso de funcionamiento de los bomberos .....	184
Permiso sanitario.....	185
CAPÍTULO VII .....	186
ESTUDIO DE IMPACTOS .....	186
Análisis de impactos .....	186
Impacto económico.....	186
Impacto social .....	187
Impacto ambiental.....	187
Matriz de impacto social.....	188
Matriz de impacto económico.....	189
Matriz de impacto ambiental .....	191
Matriz general de impactos.....	192
CONCLUSIONES .....	193
RECOMENDACIONES:.....	195
BIBLIOGRAFÍA .....	197
LINKOGRAFÍA .....	198
ANEXOS .....	199
ANEXO A: ENCUESTA REALIZADA A PRODUCTORES .....	200
ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES POTENCIALES DE BORDADOS EN EL SECTOR DE ZULETA PROVINCIA DE IMBABURA. ....	202
ANEXO C: MODELOS DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO .....	204
ANEXO D PROFORMAS: .....	206

## ÍNDICE DE CUADROS

Matriz de relación .....	35
Estructura organizacional.....	37
Tiempo de trabajo .....	38
Tela utilizada.....	39
Prendas que confecciona.....	40
Frecuencia.....	41
Color de las prendas.....	42
Cantidad de blusas .....	43
Cantidad de manteles .....	44
Rentabilidad del negocio.....	45
Segmentación de mercado .....	75
Conocimiento de los bordados.....	78
Poder de compra .....	79
Material de los bordados.....	80
Aspectos.....	81
Tallas de blusas .....	82
Colores específicos .....	83
Tiempo de adquisición.....	84
Tiempo de adquisición.....	85
Precio sugerido.....	86
Frecuencia.....	87
Mercado preferencial .....	88
Creación de la microempresa.....	89
Cantidad de compra blusas .....	90
Cantidad de compra manteles .....	91
Producción anual blusas.....	93
Oferta histórica de las blusas .....	94
Proyección de la oferta blusas.....	95
Producción anual manteles .....	96
Oferta histórica bordados manteles.....	97
Proyección de la oferta manteles .....	98

Proyección de la demanda blusas .....	99
Proyección de la demanda manteles .....	99
Demanda potencial bordados blusas y manteles.....	100
Balance entre oferta y demanda potencial a satisfacer de bordados de blusas .....	101
Balance entre oferta y demanda potencial a satisfacer de manteles .....	101
Proyección de precios en dólares de las blusas talla M en el 2013.....	103
Proyección de precios en dólares de las blusas talla M del 2014 al 2018 .....	104
Proyección de precios en dólares de manteles .....	104
Proyección de precios en dólares de Manteles .....	104
Terreno.....	132
Descripción del área de producción:.....	132
Descripción del área administrativa.....	133
Descripción del área de ventas.....	133
Resumen de edificio.....	133
Maquinaria y equipo .....	134
Muebles y enceres.....	134
Equipos de oficina.....	135
Equipo de computación.....	135
Suministros de oficina.....	136
Requerimiento de talento humano .....	136
Requerimiento materia prima .....	137
Inversión a diferirse .....	137
Capital de trabajo e inversión diferida .....	137
Inversión total .....	138
Inversión del proyecto.....	139
Estructura del financiamiento .....	140
Terreno .....	141
Edificación .....	141
Maquinaria y equipo .....	142
Muebles y enseres .....	142
Equipo de computación.....	143
Equipos de oficina.....	143
Resumen de activos fijos .....	144
Inversión diferida .....	144

Capital de trabajo e inversión diferida .....	145
Oferta y demanda de blusas con capacidad de 85 % .....	146
Producción de blusas.....	146
Oferta y demanda de manteles .....	147
Producción de manteles .....	147
Blusas y manteles.....	148
Cantidad de materia prima – Tela.....	151
Producción anual de blusas y manteles.....	151
Cantidad de hilo en metros .....	152
Cantidad de hilo en carretes .....	152
Materia prima.....	153
Sueldos de producción .....	155
Costos generales de producción.....	156
Resumen de costos de producción .....	157
Gastos administrativos .....	158
Sueldos y salarios.....	159
Resumen de los gastos administrativos.....	160
Publicidad .....	161
Depreciación .....	162
Tabla de amortización.....	163
Método de capital constante.....	164
Resumen de presupuesto de costos y gastos .....	164
Balance de situación inicial .....	165
Flujo de efectivo proyectado.....	166
TMAR.....	167
Valor actual neto .....	168
Tasa interna de retorno.....	169
Costo beneficio .....	170
Periodo de recuperación.....	170
Punto de equilibrio del proyecto .....	171
Costos y gastos.....	171
Descripción .....	171
PE.....	172
Matriz de competencias gerente.....	179

Matriz de competencias contador .....	180
Matriz de competencias secretaria .....	180
Matriz de valoración .....	188
Matriz de impacto social .....	188
Matriz de impacto económico.....	189
Matriz de impacto ambiental .....	191
Matriz general de impactos .....	192

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Estructura organizacional.....	37
2. Tiempo de trabajo .....	38
3. Tela utilizada.....	39
4. Prendas que confecciona.....	40
5. Frecuencia .....	41
6. Color de las prendas.....	42
7. Cantidad de blusas .....	43
8. Cantidad de manteles .....	44
9. Rentabilidad del negocio.....	45
10. Conocimiento de los bordados.....	78
11. Poder de compra .....	79
12. Material de los bordados .....	80
13. Aspectos.....	81
14. Tallas de blusas .....	82
15. Colores específicos .....	83
16. Tiempo de adquisición .....	84
17. Tiempo de adquisición.....	85
18. Precio sugerido.....	86
19. Frecuencia .....	87
20. Mercado preferencial .....	88
21. Creación de la microempresa.....	89
22. Cantidad de compra blusas .....	90
23. Cantidad de compra manteles .....	91
24. Análisis entre oferta y demanda blusas.....	102
25. Análisis entre oferta y demanda manteles .....	102
26. Manteles de mesa.....	106
27. Blusas.....	106
28. Mapa de la provincia de Imbabura.....	112
29. Micro localización .....	114
30. Vías de comunicación .....	117
31. Diagrama de procesos productivos .....	125

32. Distribución física de la planta .....	131
33. Logotipo.....	174
34. Organigrama de la empresa .....	177

## PRESENTACIÓN

La presente investigación, denominada: Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de bordados en el sector de Zuleta provincia de Imbabura, ha sido desarrollada bajo la modalidad de Proyecto, la cual consta de siete capítulos los mismos que contienen el material recogido, analizado y elaborado, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

En el primer capítulo se desarrolló el Diagnóstico Situacional, que tuvo la finalidad de caracterizar el área de influencia del proyecto de microempresa a implantarse, en aspectos tales como: antecedentes históricos, aspectos geográficos, caracterización demográfica de la parroquia, situación socio-económica, producción y comercialización. Luego de realizar el diagnóstico situacional se llegó al problema de diagnóstico.

En el segundo capítulo se profundizó la investigación documental la cual hace referencia a través de conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo como por ejemplo la empresa, mercadotecnia, fundamentos administrativos, contables y evaluadores financieros, los cuales ayudaran de una mejor manera el entendimiento del tema a desarrollarse.

El capítulo tres corresponde al Estudio de Mercado, previamente se estableció la muestra poblacional para realizar una investigación de campo, mediante la aplicación de encuestas dirigidas a determinar a los productores y consumidores de este tipo de prendas de vestir, lo cual permitirá identificar los requerimientos y expectativas de cada uno de ellos, estableciendo el producto a ofertar, sus características, mercado meta, análisis y proyección de oferta y demanda.

También se realizaron los Análisis de la competencia, comercialización y precios, en relación al producto que se pretende brindar con el presente proyecto.

El cuarto capítulo es el Estudio Técnico, comprende la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la empresa, diseño y distribución de las instalaciones, diagrama y flujo gramas de proceso, pronóstico de ventas y el requerimiento de mano de obra, la valoración de inversiones fijas y su financiamiento.

El quinto capítulo, se registran todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la empresa como son activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable. Además se analiza la ventaja económica que brindará el proyecto.

En tanto que, en el capítulo sexto se diseña la Estructura Organizacional y que tendrá la empresa, en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias, políticas, organigrama estructural lo cual servirá de mucha ayuda para la correcta organización de la empresa.

El capítulo séptimo se redacta los Impactos que generará el proyecto en el ámbito económico, social, ambiental con sus respectivas conclusiones.

## INTRODUCCIÓN

La comunidad de Zuleta a lo largo del tiempo se ha caracterizado por ser un referente en cuanto a bordados se refiere, dando realce a la provincia de Imbabura, tanto a nivel local como internacional.

Nuestro país se encuentra en un medio geográfico y natural privilegiado, es eminentemente agrícola, pecuario, minero, artesanal y de gran legado cultural que garantiza una producción diversificada.

El desarrollo de las microempresas textiles ubicadas en el sector de Zuleta ha sido de gran ayuda en cuanto al crecimiento las cuales se caracterizan por su buena elaboración en cuanto a mano de obra y materiales que se utilizan.

La importancia de crear una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de prendas bordadas, radica en la necesidad de implementar unidades productivas las cuales fortalezcan el desarrollo de la región, ya que al futuro mediante el crecimiento que tengamos se beneficiarán los habitantes de este sector, los cuales al poseer estas habilidades son capaces de producir prendas de una excelente calidad.

Implementar el buen vivir en las comunidades es una de las prioridades que hay que tomar en cuenta, ya que mediante estos parámetros poder mejorar la calidad de vida de sus habitantes, garantizando su bienestar y la estabilidad que representa el tener una plaza de trabajo, la misma que proporciona confianza.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de bordados en el sector de Zuleta provincia de Imbabura

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional el cual demuestre las variables que podremos encontrar en el proyecto mediante un análisis AOOD.
- Efectuar un marco teórico para contar con las bases bibliográficas en todos los temas analizados en la investigación.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda del producto.
- Establecer un estudio técnico en cuanto a la macro y micro localización de la microempresa con la finalidad de poder definir la mejor estrategia de comercialización para implementar a nuestro producto.
- Realizar un estudio económico y financiero con el fin de determinar si el proyecto es sustentable mediante indicadores financieros como la TIR Y el VAN.
- Elaborar una estructura organizacional con el fin de determinar parámetros importantes dentro de la creación de una microempresa, mediante una estructura organizacional detallada en cuanto a visión, misión, valores y principios establecidos en la organización.
- Establecer los impactos que se generarían con el desarrollo y aplicación del proyecto, en los aspectos: económico, social y ambiental.

## JUSTIFICACIÓN

Es importante mencionar que con la creación de esta microempresa de producción y comercialización de bordados se tendrán unidades productivas más dinámicas las cuales elevarán las expectativas de desarrollo en este sector de la provincia de Imbabura.

Por esta razón el tema antes expuesto es factible llevarlo a cabo debido a que se cuenta con todos los recursos tanto humanos como técnicos permitiendo profundizar su estudio.

Cabe mencionar que los principales beneficiarios serán los habitantes de Zuleta por el hecho de que se generará fuentes de empleo en el sector, dinamizando su economía y cada vez atrayendo a más consumidores, los cuales harán que las entradas de efectivo para los habitantes.

Este tema mediante es de mucho interés, mediante la producción y comercialización de bordados se pretende mejorar los ingresos de las personas involucradas en este proyecto, y a su vez también se quiere cubrir la demanda existente a nivel local y nacional.

El tema en estudio es original ya que no se ha realizado una investigación de este tipo en el sector de Zuleta, por lo que es factible la realización del mismo.

## **ORGANIZACIÓN METODOLOGÍA.**

### **MÉTODO INDUCTIVO**

Este método se utilizará para plantear hipótesis basándonos en lo particular como son las encuestas y entrevistas para llegar a las afirmaciones generales, con el fin de llegar a los resultados buscando el verdadero origen de la problemática que se trata de solucionar con la creación de este proyecto.

Se aplicará la técnica de la entrevista, por medio de este método se puede estudiar, indagar a las personas y luego analizar las consecuencias provocando un resultado conciso para solucionar el problema

### **MÉTODO DEDUCTIVO**

Implica partir de una síntesis para llegar el mejor análisis de los fenómenos a los cual nosotros vamos a estar relacionados, es por eso que se debe utilizar desde el planteamiento del problema mediante técnicas como el fichaje, la experiencia sobre todo ayudará al desarrollo del tema. A este método se debe aplicar la técnica de encuesta con el fin de analizar las aplicaciones realizadas a los encuestados, comprobando la validez de sus respuestas y así dar solución a los problemas encontrados.

### **MÉTODO ANALÍTICO**

A este método se utilizará la técnica del fichaje con la cual recopilamos información sobre el problema así como también del producto en sí, para que de esta forma el proyecto que está siendo analizado sea mucho más conciso en temas de suma importancia en la investigación, analizando cada una de las partes por las que está compuesta y de esta manera explicar las causas de los problemas.

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes:

Imbabura es una provincia del norte de la serranía de Ecuador, conocida como la provincia de los Lagos, porque en ella se encuentran la mayoría de lagos del país como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuichocha y Yahuarcocha (lago de sangre en quichua).

La capital de la provincia es la ciudad de Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui y Urcuquí, limita al norte con la provincia del Carchi, al sur la provincia de Pichincha, al este la provincia de Sucumbíos, al oeste la provincia de Esmeraldas, con estos antecedentes realizamos una introducción acerca de la Comuna de Zuleta.

La Comuna Zuleta fue fundada el 11 de enero de 1943, posiblemente los primeros pobladores de este territorio fueron los Caranquis, quienes poblaron la zona desde los años 800 hasta aproximadamente el año 1470 D.C., cuando arribaron los Incas.

Después de la conquista española, los terrenos que corresponden a la hacienda y la Comuna de Zuleta fueron entregados a los misioneros jesuitas por la corona. En 1767, el Rey Carlos III expulsó a los jesuitas del país y los terrenos fueron confiscados y posteriormente vendidos al canónigo Gabriel Zuleta.

En 1898 la familia de los ex presidentes ecuatorianos Leónidas Plaza y Galo Plaza Lasso, compró los terrenos, llevando con ellos a sus “Yanapas” o colaboradores, quienes eran indígenas movilizados de sus comunidades de origen a Zuleta, para trabajar en la hacienda.

La primera familia se asienta a orillas del río Tahuano en el año de 1917. Posteriormente hacia el norte se registran los asentamientos mestizos y hacia el sur los asentamientos indígenas.

La Comuna Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura. Forma parte del Cantón Ibarra, Parroquia de Angochagua y tiene una superficie de 4770 hectáreas las mismas que en el año de 1995 fueron declaradas como “Bosque y Vegetación Protectora”.

Zuleta tiene alrededor de 1037 habitantes distribuidos en 329 familias. La población es en su mayoría indígena que habla kichwa y español, los cuales se dedican en su mayor parte a la agricultura, ganadería y a los bordados.

Esta parte de la provincia de Imbabura se destaca por su alto nivel para realizar diferentes tipos de bordados entre los cuales se destacan los ponchos, sacos, camisas etc., haciéndola un referente a nivel nacional.

Actualmente la gran demanda que generan estos productos, han hecho de este tipo de prendas de vestir se comercialice cada vez más, logrando tener una mayor acogida por parte de los consumidores.

Con la implementación de nuevas tecnologías, la mejor captación de materia prima y la capacitación constante por parte de las personas involucradas en el proyecto es conveniente realizar el estudio con el fin de tener nuevas perspectivas en cuanto al mejoramiento continuo y sobre todo el crecimiento de las microempresas ubicadas en nuestra provincia.

Es por esta razón que se ha tenido en cuenta el estudio de este proyecto ya que a través de este, las personas se verán beneficiadas optimizando recursos y sobre todo mejorando la calidad de vida de los mismos.

## **1.2 Objetivos diagnósticos**

### **1.2.1 General**

Realizar un diagnóstico situacional, con la finalidad de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en el proyecto.

### **1.2.2 Específicos**

- Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse
- Analizar los sistemas de producción textil de la zona
- Determinar el talento humano requerido en el sector
- Determinar el sistema de comercialización de los bordados en la zona

## **1.3. Variables diagnósticas**

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación detallamos:

- Situación socio-económica
- Producción textil
- Talento humano
- Comercialización

## **1.4. Indicadores de diagnóstico:**

De acuerdo a las variables expuestas anteriormente, a continuación se detallan sus correspondientes indicadores o aspectos más importantes para su determinado análisis.

#### **1.4.1. Situación socioeconómica**

- Organizaciones dedicadas a esta actividad
- Determinar los impactos económicos en la región
- Nivel de ingresos de la población a estudiar

#### **1.4.2. Producción textil**

- Tipos de productos
- Formas de producción
- Materia prima a utilizar
- Mano de obra
- Volumen de producción

#### **1.4.3. Talento humano**

- Mano de obra calificada
- Capacitación por parte de los productores
- Incentivos laborales
- Estabilidad
- Relación de dependencia

#### **1.4.4 Comercialización**

- Tipo de mercado
- Competencia
- Demanda
- Formas de comercialización
- Proveedores

## 1.5. Matriz de relación

**Cuadro N° 1**

**Matriz de relación**

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse	Situación Socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizaciones dedicadas a esta actividad</li> <li>• Determinar los impactos económicos en la región</li> <li>• Nivel de ingresos de la población a estudiar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> <li>• Consumidores</li> </ul>
Analizar los sistemas de producción textil de la zona	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de productos</li> <li>• Formas de producción</li> <li>• Materia prima a utilizar</li> <li>• Mano de obra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> <li>• Observación directa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> <li>• Consumidores</li> </ul>
Determinar el sistema de comercialización de los bordados en la zona	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de mercado</li> <li>• Competencia</li> <li>• Demanda</li> <li>• Formas de comercialización</li> <li>• Proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> <li>• Consumidores</li> </ul>
Determinar el talento humano	Talento Humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mano de obra calificada</li> <li>• Capacitación por parte de los productores</li> <li>• Incentivos laborales</li> <li>• Estabilidad</li> <li>• Relación de Depe.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primaria</li> <li>• Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores</li> <li>• Consumidores</li> </ul>

Fuente: Diagnostico

Elaborado por: El autor

## **1.6 Mecánica operativa del diagnóstico**

El presente diagnóstico se lo ha realizado en base a las diferentes técnicas estadísticas de investigación de campo con el fin de llegar a resultados más precisas dentro de la investigación de campo.

### **1.6.1 Identificación de la población**

En la actualidad en el sector de Zuleta en donde nosotros realizaremos el proyecto de investigación existen alrededor de 1037 habitantes los cuales se dedican a diversas actividades tales como: agricultura, ganadería, productos lácteos y la más mencionada a nivel provincial la cual se trata de los bordados elaborados por las mujeres de la localidad.

## 1.7. Tabulación de las encuestas realizadas a los productores de bordados en la zona de Zuleta.

### 1. ¿Tiene una estructura organizacional formada?

- Si ( )
- No ( )
- Porque:.....

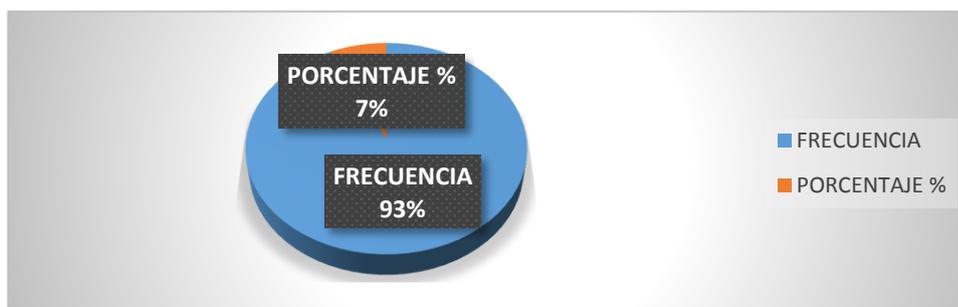
**Cuadro N° 2**

#### Estructura organizacional

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	10	77%
NO	3	23%
TOTAL	13	100%

**Gráfico N° 1**

#### Estructura organizacional



**Fuente:** Encuestas realizadas a productores  
**Elaborado:** Autor

### Análisis:

En las alternativas planteadas a los productores, nos supieron manifestar que un 77% de los mismos cuentan con una estructura organizacional, la misma que es indispensable debido a que las microempresas legalmente estructuradas deberían tener un orden lógico en cuanto a jerarquías y orden en los procesos de producción.

## 2. ¿Qué tiempo lleva dedicado a esta actividad?

- Menos de un año ( )
- De 1 a 3 años ( )
- De 4 a seis años ( )

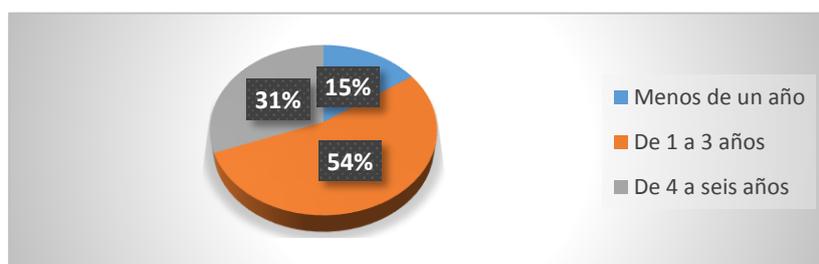
**Cuadro N° 3**

### Tiempo de trabajo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
MENOS DE UN AÑO	2	15%
DE 1 A 3 AÑOS	7	54%
DE 4 A SEIS AÑOS	4	31%
TOTAL	13	100%

**Gráfico N° 2**

### Tiempo de trabajo



**Fuente:** Encuestas realizadas a productores

**Elaborado:** Autor

### Análisis:

Tomando en cuenta que este tipo de trabajo, tiene ya algún tiempo en el mercado, de los productores entrevistados el 54 % tiene una experiencia amplia en cuanto a la producción y comercialización de los bordados, mientras que un 31 % nos manifestaron que tienen una experiencia de 6 años es decir que el negocio de los bordados elaborados a mano son rentables.

### 3. ¿Para elaborar sus textiles q tipo de material utiliza?

- Lienzo ( )
- Tela hindú ( )

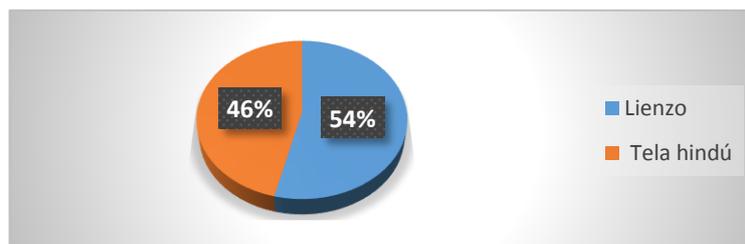
**Cuadro N° 4**

#### Tela utilizada

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
LIENZO	7	54%
TELA HINDÚ	6	46%
OTROS	0	0%
TOTAL	13	100%

**Gráfico N° 3**

#### Tela utilizada



**Fuente:** Encuestas realizadas a productores  
**Elaborado:** Autor

#### **Análisis:**

De las muestras de mercado el 54 % de las personas entrevistadas prefieren el lienzo debido a su calidad, textura y facilidad de manipulación en cuanto a trazabilidad de los bordados, sin dejar de lado el precio del mismo, ya que nos supieron aclarar que lo que más buscan los clientes es un material que sea durable y que sea apto para todo tipo de clima.

#### 4. ¿Qué tipo de prendas confecciona?

- Blusas ( )
- Camisas ( )
- Manteles ( )
- Pantalones ( )

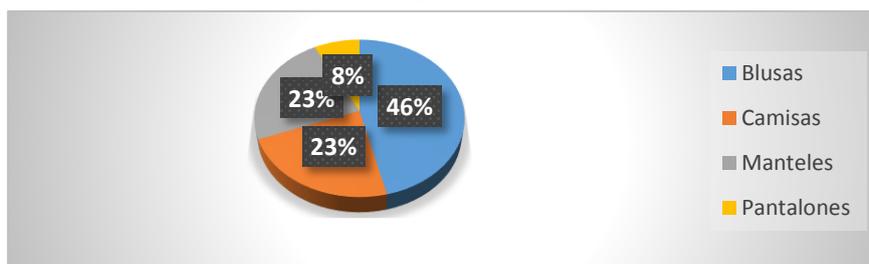
**Cuadro N° 5**

#### **Prendas que confecciona**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Blusas	6	46%
Camisas	3	23%
Manteles	3	23%
Pantalones	1	8%
TOTAL	13	100%

**Gráfico N° 4**

#### **Prendas que confecciona**



**Fuente:** Encuestas realizadas a productores  
**Elaborado:** Autor

#### **Análisis:**

Del mercado total entrevistado siendo 13 productores, se llegó a la conclusión de que el 46 % de los mismos confecciona blusas, las cuales son del agrado mayoritario de las mujeres debido a que cuentan con una gran variedad de diseños los mismos que se pueden plasmar en la tela, seguido de las camisas y manteles con un 23 % y el 8 % de pantalones los cuales no son tanto del agrado de las personas.

### 5. ¿Qué talla de blusas vende con mayor frecuencia?

- S ( )
- M ( )
- L ( )
- XL ( )

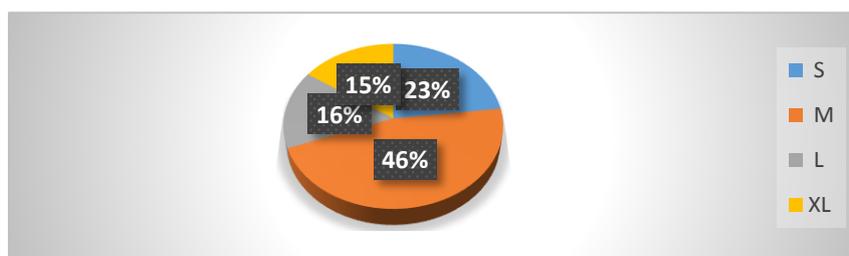
**Cuadro N° 6**

#### Frecuencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
S	3	23%
M	6	46%
L	2	15%
XL	2	15%
TOTAL	13	100%

**Gráfico N° 5**

#### Frecuencia



**Fuente:** Encuestas realizadas a productores  
**Elaborado:** Autor

### Análisis:

Siendo un factor determinante para poder conocer los gustos y preferencias de nuestro mercado, se procedió a formular la pregunta sobre las tallas, sobresaliendo con un 46 % la talla M la cual nos da la pauta para que nosotros accedamos a producir esta talla la cual es de preferencia mayoritaria, seguida por S con un 23 % lo cual servirá como directriz para empezar con la producción de las mismas

## 6. ¿Qué colores de vestir prefiere usted para la confección de prendas?

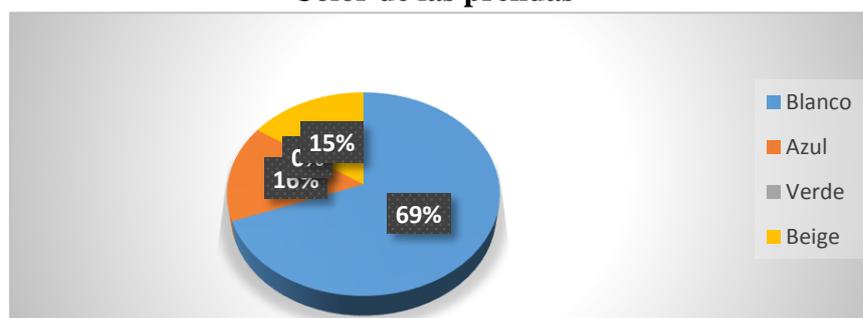
- Blanco ( )
- Azul ( )
- Verde ( )
- Beige ( )

**Cuadro N° 7**  
**Color de las prendas**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
BLANCO	9	69%
AZUL	2	15%
VERDE	0	0%
BEIGE	2	15%
TOTAL	13	100%

**Gráfico N° 6**

**Color de las prendas**



**Fuente:** Encuestas realizadas a productores  
**Elaborado:** Autor

### **Análisis:**

Se puso a consideración los colores, mismos que nos darán alternativas de uso en cuanto a las preferencias que tienes nuestros consumidores, el 69 % de los productores fabrican los bordados con el color blanco debido a que es un color llamativo y que se puede ocupar en cualquier ocasión.

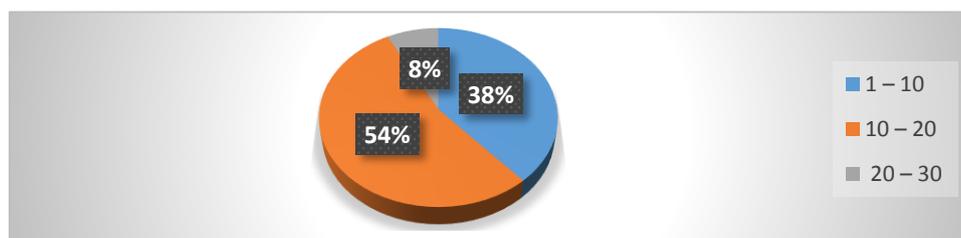
## 7. ¿Qué cantidad de prendas de vestir estimadamente vende mensualmente en blusas?

- Blusas
- 1 – 10 ( )
- 10 – 20 ( )
- 20 – 30 ( )

**Cuadro N° 8**  
**Cantidad de blusas**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1 – 10	5	38%
10 – 20	7	54%
20 – 30	1	8%
TOTAL	13	100%

**Gráfico N° 7**  
**Cantidad de blusas**



**Fuente:** Encuestas realizadas a productores  
**Elaborado:** Autor

### Análisis:

En la actualidad el precio es un factor determinante a la hora de comprar o vender un bien o servicio, es por eso que se analizó el poder adquisitivo que tiene nuestros consumidores, siendo que el 54 % de nuestros productores nos supieron manifestar que mensualmente venden de 10 a 20 camisas las cuales representan un alto grado de aceptación ya sea por su precio o calidad.

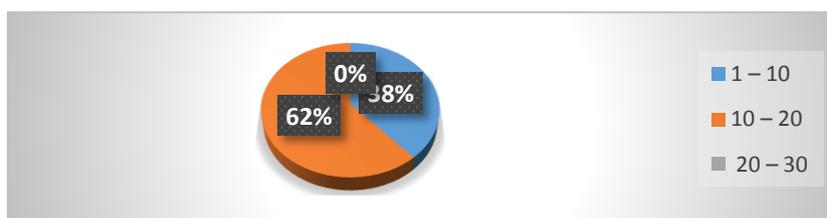
### 8. ¿Qué cantidad de prendas de vestir estimadamente vende mensualmente en manteles?

- Manteles
- 1 – 10 ( )
- 10 – 20 ( )
- 20 – 30 ( )

**Cuadro N° 9**  
**Cantidad de manteles**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1 – 10	5	38%
10 – 20	8	62%
20 – 30	0	0%
TOTAL	13	100%

**Gráfico N° 8**  
**Cantidad de manteles**



**Fuente:** Encuestas realizadas a productores  
**Elaborado:** Autor

### **Análisis:**

Hay que considerar que el sector de Zuleta se caracteriza por tener artesanos que no solamente fabrican ropa, si no también accesorios para mesas, de los productores entrevistados el 62 % fabrica manteles, los cuales son un atractivo para la decoración de espacios mismos que dan un realce mayor en ocasiones especiales, dándonos una proyección más elaborada de nuestro segmento de producción.

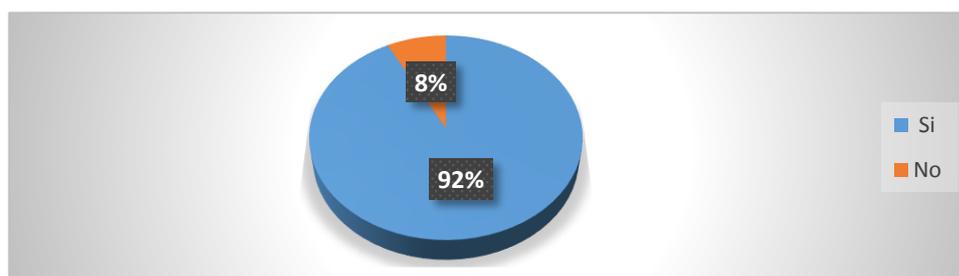
**9. ¿Considera usted que la comercialización de textiles es rentable?**

- SI ( )
- NO ( )

**Cuadro N° 10**  
**Rentabilidad del negocio**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	12	92%
NO	1	8%
TOTAL	13	100%

**Gráfico N° 9**  
**Rentabilidad del negocio**



**Fuente:** Encuestas realizadas a productores  
**Elaborado:** Autor

**Análisis:**

Como se especificó en la pregunta dos, hay una gran mayoría de productores los cuales ya tienen una participación dentro del mercado ya de algunos años, el 92 % nos manifestó que el negocio artesanal de los bordados es rentable debido a que son del agrado del público, y más ahora que mediante la tecnología se hace una mayor divulgación de este tipo de actividades las mismas que son aprovechadas para su beneficio.

## - Fuentes de información

La información que se recopiló para la realización del presente proyecto, fue previamente investigada con documentación proporcionada por el Municipio de Ibarra, y el INEC.

### 1.8. Información primaria

La recolección de la información primaria se ha realizado en base a lo siguiente:

- **ENCUESTAS:** las encuestas se las realizó a los productores y consumidores de la comuna de Zuleta, aplicando preguntas referentes a producción, formas de organización, aspectos relacionados con la actividad productiva las cuales se obtuvo importante información que nos permitió determinar de manera clara y concisa aspectos de mucho interés para la presente investigación.

### 1.9 Información secundaria

Para ampliar la información obtenida y que sirvió de sustento teórico sobre la producción y comercialización de bordados se recurrió a la siguiente información:

- Documentos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
- Ilustre Municipio de Ibarra
- Cámara de Comercio de Ibarra
- El internet que es un medio fabuloso que permitió ampliar la información científica y técnica de la investigación.

### 1.10. Determinación de la fuente AOOD

### 1.11. Aliados

- Amas de casa que se dedican al bordado en sus tiempos libres
- Personas que se dedican a la confección de prendas de vestir

- Disponibilidad de variedades de diseños
- Entidades gubernamentales las cuales apoyen el crecimiento de las microempresas dedicadas a este tipo de emprendimientos.
- Aprovechar el impulso que da el gobierno central con el uso de prendas elaboradas en Zuleta por altos Funcionarios del Estado

### **1.12. Oponentes**

- Asociaciones de personas que se dedican a la misma actividad
- Los intermediarios los cuales se dedican a comprar el producto y venderlo a nivel nacional, obteniendo mejores utilidades que los propios productores
- Productores del sector que confeccionan prendas de vestir
- Baja capacitación por parte de las personas dedicadas a esta actividad
- La salida de las artesanías mediante el contrabando hacia otros países

### **1.13. Oportunidades**

- Mejorar los niveles de producción en la zona
- Desarrollar procesos de mejoramiento de comercialización e introducir el producto a nuevos mercados.
- Existencia de entidades financieras que con facilidad otorguen créditos a microempresas.
- Potencializar la demanda de productos artesanales mediante un plan de marketing adecuado.

### **1.14 Riesgos**

- Mayor capacidad de producción de los competidores
- Aumento considerable de precios de la materia prima
- Saturación del mercado tanto local
- Inestabilidad política económica del país generan incertidumbre en las inversiones.

## **1.15. Cruces estratégicos**

### **1.15.1. Aliados y oportunidades**

- Aprovechar las condiciones de la mano de obra del Sector de Zuleta y satisfacer la creciente demanda del producto.
- Las organizaciones de la zona deben captar programas de créditos gubernamentales para mejorar la producción.

### **1.15.2. Aliados y riesgos**

- Utilizar variedad de materias primas adecuadas que mejoren la productividad de los diferentes bordados.
- Aplicar los programas del Ministerio de Turismo para mitigar los problemas en cuanto se refiere a la falta de conocimiento de esta zona por parte de Nacionales y Extranjeros.

### **1.15.3. Oponentes y oportunidades**

- Utilizar técnicas de producción para mejorar las condiciones de los diseños de los bordados.
- Para evitar la competencia desleal se debe buscar nuevos mercados que crecen a nivel regional, diversificando el producto con respecto a la presentación.
- Utilizar técnicas las cuales ayuden a facilitar los microcréditos para los microempresarios que quieran extender sus negocios.

### **1.15.4. Oponentes y riesgos**

- Utilizar materia prima de calidad para optimizar los costos y mantener un control adecuado.
- Gestionar ante instituciones gubernamentales dedicadas al control de importación de productos para evitar el comercio injusto.

### **1.16. Determinación del problema de investigación u oportunidades de inversión**

Una vez realizada la investigación se puede deducir que uno de los problemas más latentes que se han detectado es la desorganización de los pobladores de la Comunidad de Zuleta, ya que los mismos no cuentan con ayuda o financiamiento para su actividad.

De igual manera la producción y comercialización de los bordados tienen el siguiente problema:

- Inexistencia de una guía de comercialización y ventas.
- La mayor parte de artesanos se dedican a la elaboración de productos similares.
- No existe una entrada directa a los mercados.

En consecuencia es importante mencionar que la creación de una microempresa dedicada a este tipo de actividades artesanales es importante porque es una fuente de empleo para las personas involucradas en el mismo dinamizando su economía.

Por lo anteriormente manifestado se determina la necesidad de desarrollar un **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de bordados en el sector de Zuleta provincia de Imbabura”**, con la finalidad de contribuir a implementar nuevas estrategias las cuales ayuden al crecimiento microempresarial de la zona analizada.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

En esta parte del estudio se analiza el estado de la investigación sobre algunos aspectos los cuales son de gran importancia dentro de la investigación a realizarse. Se han tomado citas bibliográficas con el fin de aportar de una manera mucho más concreta el tema de estudio.

#### 2.1 La microempresa

##### 2.1.1 Definición

El estatuto de la microempresa 2010, dice: *“Entendemos como microempresa aquella actividad empresarial y/o profesional que se ejerza con un número máximo de diez trabajadores contratados, independientemente que este organizada en forma de persona física o jurídica”*. (Pág. 10).

Los pequeños negocios son los motores principales del desarrollo económico dentro de la sociedad, ya que los mismos impulsan el crecimiento, dinamizan los ingresos, optimizando la calidad de vida de su gente y la reducción de la pobreza.

La microempresa posee de 1 a 10 integrantes involucrados aproximadamente los cuales deciden emprender el montaje de la microempresa con el fin de dinamizar su economía, es administrado por su propietario el cual debe ser emprendedor, audaz, dinámico y sobre todo innovador.

Este tipo de iniciativas han sido generadas por emprendedores, con el fin de complementar los ingresos, o simplemente con el ánimo de utilizar habilidades y destrezas del recurso humano con que se cuenta.

### 2.1.2. Objetivos de la microempresa

Los objetivos de una microempresa apunta a un fin común, maximizar resultados en todas las áreas de la misma, por ello se jerarquizan, conformando un red para obtener en su conjunto el o los beneficios para los cuales fue constituida (su esencia).

- a) Unifican esfuerzos y los direccionan
- b) Representan la base para creación de estrategias.
- c) Orientan la asignación de recursos.
- d) Constituyen el eje para llevar a cabo actividades.
- e) Definen la eficacia de la microempresa (productividad) a través de la evaluación de los resultados en cada área.
- f) Establecen coordinación y control a nivel organizacional.
- g) Estimulan la motivación de los integrantes, ya que a través del grado de compromiso de los mismos, lograr los objetivos se traduce en satisfacción.

### 2.1.3 Características de la microempresa

*Las características posee una microempresa son las siguientes según <http://microempresa.blogdiario.com/i2008-03/>, nos dice:*

- *La microempresa cuenta con una administración independiente, la cual le permite la libre toma de decisiones por parte de la persona encargada de la misma.*
- *Capital suministrado por propietarios, los cuales designan un monto con el cual poder sustentar el desarrollo de la microempresa.*
- *Tamaño relativamente pequeño dentro del sector industrial, ya que el monto de la microempresa es relativamente pequeño y está enfocado directamente a favorecer a las personas locales que la conforman*

- *Fundamentalmente se encuentra en el área local ya que en la misma se encuentran personas las cuales conocen de la actividad a realizar.*
- *El consumidor se convierte en cliente permanente si obtiene calidad y confiabilidad del bien o servicio.*

#### **2.1.4 Clasificación de la microempresa**

- La Cámara Nacional de Microempresas clasifica a las microempresas por su razón de ser en:

➤ **De servicios**

*GALINDO RUIZ, Carlos Julio; Manual para la creación de una Empresa, Ediciones, Tercera Edición, Bogotá Colombia 2010, (Pág. 15) nos menciona:*

- *Está dirigida a prestar servicios al cliente, generalmente es brindado por el propietario del negocio. Este tipo de microempresas venden servicios en lugar de productos como por ejemplo hospitales sean públicos o privados; con o sin fines de lucro, atención a menores, entre otros.*

➤ **De producción**

- Este sector se encarga de procesar los productos que van ser ofrecidos a sus clientes, en el cantón Antonio Ante de nuestra provincia existen numerosos ejemplos de este tipo de microempresa. Son las microempresas que transforman materia prima en productos semi - elaborados o productos terminados.

### ➤ **De comercio**

- Su principal finalidad es el intercambio de un bien ya elaborado por una cantidad de dinero, hasta llegar al consumidor final.

#### **2.1.5. Ventajas de la microempresa**

La microempresa cuenta con ventajas las cuales ayudan a las personas que la integran a crecer de manera económica, mejorando su calidad de vida en cuanto a sus ingresos entre las más importantes características podemos mencionar:

- Las decisiones se toman de una forma rápida y oportuna.
- Todas tienen un sentido agudo de mercado y pueden obtener de forma rápida información para adaptarse a los requerimientos del mismo mercado y del cliente.
- Su principal ventaja es su autonomía, la producción o servicio a pequeña escala y su flexibilidad en la operación.
- Relaciones directas entre (dueño-trabajadores cliente).
- Crea empleos de inmediato a bajo costo.
- Implementa nuevas estrategias de competitividad.
- Desarrolla la iniciativa de las personas que se encuentran involucradas en la misma.

## **2.2. Producción**

### **2.2.1. Definición de producción**

La Producción es la creación de un bien o servicio mediante la combinación de factores necesarios para conseguir satisfacer la necesidad creada algunos elementos fundamentales para la producción son:

- a) Hombre
- b) Maquinaria
- c) Materiales

Con una buena administración de los elementos podremos tener productos que nos ayuden a generar una ganancia para la empresa, y por lo tanto esto traerá prosperidad.

### **2.2.2. Características**

La producción y el cambio de las mercancías se sistematizan en conformidad con la ley económica llamada ley del valor. La producción mercantil no constituye un modo de producción especial. La producción ya sea de un bien o servicio es de suma importancia dentro del desarrollo de un sector antes especificado ya que ayudara a dinamizar la economía brindando un desarrollo sostenible que garantice el buen vivir de las personas involucradas.

### **2.2.3 Importancia**

Esta área es importante porque es la encargada de la creación de un bien o servicio mediante la combinación de diversos factores, los cuales satisfagan las necesidades de las personas y cumplan con los estándares establecidos para que de esta manera la economía de dicho sector se dinamice.

## **2.3. Comercialización**

### **2.3.1 Definición**

Comprende de todos los servicios y actividades comerciales y de elaboración que permiten o facilitan la movilización y transformación de estos bienes desde el punto inicial de producción, hasta llegar a manos del consumidor.

De esta forma la comercialización tiende a tener un rol de suma importancia, ya que la misma es un eje primordial para el desarrollo de una microempresa.

### **2.3.2 Importancia**

Es parte importante de todo un sistema comercial destinado a suministrar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades. Al combinar producción y comercialización, se obtienen las cuatro utilidades económicas básicas: de forma, de tiempo, de lugar y de posesión, necesarias para satisfacer al consumidor. Con el fin de ofrecer satisfacción a las diferentes zonas o a su vez tener una tendencia en cuanto se refiere a cubrir las demandas de las personas la comercialización es un ente primordial en cuanto se refiere a dinamizar la economía.

A continuación detallaremos diferentes características las cuales son de suma importancia y que tenemos que tener en consideración:

- a) La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece.
- b) Utilidad de posesión significa obtener un producto y tener el derecho de usarlo o consumirlo.
- c) Utilidad de tiempo significa disponer del producto cuando el cliente lo desee.

### **2.3.3 Características**

A continuación se detalla algunas necesidades que tienden a tener los consumidores:

- a) Prever qué tipos de productos desearan los consumidores y decidir cuáles de estas personas tratara de satisfacer empresa.
- b) Estimar cuantas de esas personas compraran el producto en los próximos años.

- c) Determinar en dónde estarán los consumidores y como poner los productos a su alcance.
- d) Precio
- e) Promoción a convenir

## **2.4. Materiales**

*<http://www.aulafacil.com/manualidades-bordados/curso/Lecc-2.htm> nos dice: son todas las materias primas con las cuales se realiza la confección de los bordados para llegar al producto final.  
(Pág. 56)*

*Mediante una serie de procedimientos los cuales nombramos a continuación:*

- *Tela*
- *Hilo*
- *Tijera*
- *Cinta métrica*
- *Aguja*

### **2.4.1. Tela**

Una tela, es una estructura laminar flexible, resultante de la unión de hilos o fibras de manera coherente al entrelazarlos o al unirlos por otros medios.

A la industria que fabrica telas tejidas a partir de hilos se le llama en general tejeduría

### **2.4.2. Hilos**

Un hilo es una hebra larga, y delgada de un material textil, especialmente la que se usa para coser.

La mayor parte de las fibras textiles, salvo la seda y las fibras sintéticas, no exceden de algunos centímetros de longitud, por lo que es necesario el proceso de hilado. Los hilos se emplean ampliamente en la industria textil para coser, tejer, etc.

Toda clase de hilos pueden emplearse, aunque por el tipo de bordado unos sean más indicados que otros. Para cada punto de bordado te indicaremos el más apropiado, el color será al gusto de la bordadora.

Así mismo, podemos utilizar en lugar de hilos, cintas o listones de sedas para el mismo fin.

### **2.4.3. Tijeras**

Las más grandes y pesadas son usadas para cortar telas, las pequeñas y de puntas finas se usan en los bordados para cortar hilos, listones, etc; éstas debemos mantenerlas bien afiladas. Una forma de mantenerles el filo es cortar con ellas pedacitos de lija, no muy fina ni muy gruesa.

### **2.4.4. Agujas:**

Antes de iniciar el bordado es necesario establecer el tipo de hilos a utilizar y así poder elegir la aguja más adecuada.

Las más usadas para bordar son los números 8, 9 y 10 que es la más fina. También existen unas más gruesas y largas, otras con el ojo grande para poder introducir en ellas y los hilos gruesos o listones de sedas en caso de bordar con ellos.

## 2.5. Estrategia comercial

La estrategia comercial se utiliza en el proceso de desarrollo de la empresa comercializadora que indicara el triunfo o fracaso de la organización o sobrevivencia en un medio ambiente generalmente turbulento.

## 2.6 Estructura organizacional

*Según URBINA, Gabriel (2010) afirma: “La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes; y, entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar formalmente en tres formas básicas: por función, por producto/mercado en forma de matriz” (Pág. 97)*

De lo anteriormente mencionado podemos decir que la estructura organizacional comprende todo aquello a lo que respecta con la situación legal, misión, visión, políticas entre otros aspectos necesarios para un funcionamiento normal de la entidad.

### 2.6.1 Misión

*Según WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2008) dice: “la misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distinguen a una microempresa de otras de su tipo (Pág. 120)*

Es decir la misión dentro de una microempresa es fundamental debido a que es el eje principal, es la razón de ser de la misma la cual plantea las diferentes temáticas que tratara a lo largo de su existencia.

### **2.6.2 Visión**

Para D´ ALESSIO, Fernando (2010) afirma: *“la visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser, implica un enfoque de largo plazo.” (Pág. 61)*

La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser a futuro con el fin de que la microempresa tenga un desarrollo dentro del tiempo que se haya propuesto crecer ya sea a corto, mediano o largo plazo.

### **2.6.3 Organización estructural**

Según MUNCH, Galindo (2005) afirma: *“La organización estructural tiene que ver con el medio ambiente donde se desarrolla el proyecto, la autoridad, los mecanismos de coordinación, y los principios con los que se debe regir” (Pág. 285)*

La organización estructural está diseñada para lograr el óptimo funcionamiento de la empresa dependiendo de las exigencias técnicas y legales de la misma.

## **2.7. Estudio de mercado**

Según CORDOBA, Marcial (2006) afirma: *“El estudio de mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes, de un bien o servicio para llegar acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precios. (Pág. 68)*

El estudio de mercado es un punto estratégico para la investigación ya que recoge los temas más importantes como por ejemplo clientes, competidores y marcas, de esta forma se pretende entender como nosotros debemos mejorar las condiciones de nuestros productos y como ganar más cobertura en nuestro mercado.

### **2.7.1. Mercado meta**

El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar”, mediante un estudio profundo determinar el segmento de personas que pueden adquirir nuestro producto, ya que muchas desconocen totalmente de la existencia de Zuleta y a su vez de los bordados que ahí se confeccionan.

Mencionando uno de los principales problemas tenemos que en Imbabura no existe una correcta difusión de este tipo de productos, provocando su desconocimiento y otra de las desventajas es el estado de las vías para el acceso a este sector de la provincia.

### **2.8. Oferta**

BACA, Gabriel (2010) Afirma: *“La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”* (Pág. 93)

La oferta determina la existencia de proveedores en un mercado que está en la espera de adquirir un producto o servicio, ayudándonos de esta manera a tener un conocimiento más amplio con lo que se refiere a el producto que nosotros vamos a ofertar.

#### **2.8.1. Demanda**

FONTAINE, Ernesto; (2008) Manifiesta: *“Se relaciona con las preferencias que trata de explicar cómo es que los consumidores gastan su ingresos entre los artículos que tienen a su disposición para comprar.”* (Pág. 26)

La demanda está basada de acuerdo a la necesidad del mercado, que presenta problemas para la adquisición sea de productos o servicios, en donde el consumidor es la principal clave para conocer exactamente las necesidades que tiene.

La demanda es importante porque de ello dependerá cuando un productor debe producir, se debe considerar cuantos productos los clientes más o menos van a requerir, determinar gustos, preferencias, novedad, calidad. La microempresa a crear debe considerar todos estos factores para mejorar su producción.

### **2.8.2. Precio**

Según IPC (Índice de Precios al Consumidor), manifiesta lo siguiente: *“El precio es una variable de marketing que viene a resumir, en gran número de casos, la política comercial de la empresa, o por un lado tenemos las necesidades del mercado. (Pag.134)*

### **2.8.3 Comercialización**

BACA, Gabriel (2010) afirma: *“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Pág. 57).*

Es una estrategia la cual plantea que nuestro producto sea comercializado sin ningún problema. La comercialización es otra de las estrategias importantes del mercado porque busca mecanismos que le permita cumplir con los pedidos requeridos a tiempo.

- Los canales de distribución son un tema muy importante por lo cual se los menciona a continuación:
- Es la ruta que sigue un producto desde el agricultor, fabricante o importador original hasta el último consumidor

## **2.9. Promoción**

Para ROMERO, Antonio (2010) afirma que: *“la promoción es el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa.”* (Pág. 85)

Como sabemos la promoción son incentivos con los cuales nosotros podemos llegar a nuestros clientes con el fin de que se identifiquen con nuestro producto, o a su vez posicionarnos en el mercado.

### **2.9.1. Publicidad**

Según JEROME, Mc Carthy, Marketing (2002), Expresa *“Fundamentos de Marketing”*, definen la publicidad como *“cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado”* (Pág. 465)

Como vemos la publicidad es medio eficiente para que de esta manera nosotros podamos llegar a nuestros clientes a través de la televisión, radio, o a su vez por el internet.

## **2.10. Estudio técnico**

ROSALES (2007) afirma *“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”*. (Pág. 322)

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.

## 2.11. Tamaño del proyecto

[Http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/lecc-6.htm](http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/lecc-6.htm), afirma: *Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción.*

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada, ya sea diaria, semanal o anual.

### 2.11.1. Localización del proyecto

G. Baca Urbina, Afirma *“La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”*. (Pág. 362)

#### a) Macrolocalización

MENDEZ ALVAREZ Carlos E, Guía para la elaboración de diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas, 2da edición, Bogotá, McGraw-Hill, 2011 nos dice (Pág. 122)

*Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio. Describe sus características y establece ventajas y desventajas que se pueden comparar en lugares alternativos.*

#### b) Microlocalización

SAPAG, Reinaldo (2008) afirma que: *“La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa se debe indicar con la ubicación del proyecto. (Pág. 175)*

Definida la región se elige la zona y dentro de esta la localidad para finalmente elegir el sitio preciso. Localización urbana (Mejores sistemas de transporte, Mejor mercado laboral, Proximidad a negocios afines, Empresas de servicios). Localización rural (Mayor disponibilidad de agua, Terrenos abundantes y económicos, Menores restricciones), su ubicación es más específica y clara de identificar.

#### **c) Flujo gramas de procesos**

BACA URBINA, Gabriel (2010) describe el diagrama de flujo de proceso como: *“usa simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas durante un lapso de tiempo especificado”* (Pág. 235)

#### **d) Maquinaria y equipo**

Constituye un conjunto de máquinas u equipos indispensables con el único fin de intervenir directa o indirectamente en la transformación de un producto o servicio.

#### **e) Presupuesto técnico**

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo.

#### **f) Activo fijo**

Son aquellas propiedades, bienes materiales o derechos que en el curso normal de los negocios no están destinados a la venta, sino que representan la inversión de capital o patrimonio.

### **g) Activo intangible**

Es todo aquel bien que existe o que implica derechos y acciones de cobro, pues el activo intangible incluye el dinero disponible, las mercaderías elaboradas y en procesos de elaboración

### **h) Capital de trabajo**

El capital de trabajo es la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades a corto plazo

## **2.12. Estudio financiero**

*[http://florescanecon.mex.tl/871725\\_30--Definicion-de-Estudio-Financiero.html](http://florescanecon.mex.tl/871725_30--Definicion-de-Estudio-Financiero.html) Afirma:  
"Constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión". El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto.*

### **2.12.1 Ingresos**

Según BRAVO, Mercedes (2009) afirma: "*Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especies. (Pág. 224)*

### **2.12.2 Egresos**

Egreso son los desembolsos que se hayan realizado en un determinado mes y que corresponden a anticipos de sueldos, pagos anticipados, compra de materia prima, mano de obra etc.

- **Materia prima**

Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semi - elaborado.

- **Mano de obra**

Es la fuerza de trabajo que participa directa e indirectamente en la transformación de los materiales en producto acabados

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

Los costos indirectos de fabricación hacen referencia al grupo de costos utilizados para desarrollar la actividad productiva, exceptuando los materiales directos y la mano de obra directa.

- **Gastos administrativos**

Para SARMIENTO Rubén (2010) manifiesta: *“Los costos administrativos conocidos como gastos de administración; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de administración. (Pág. 233)*

- **Gastos de ventas**

Para SARMIENTO Rubén (2010) manifiesta: *“los costos de ventas conocidos como gastos de ventas; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento de ventas, agua luz teléfono. (Pág. 233)*

## **2.13 Estado de situación inicial**

Como su nombre le indica está indicando es el primer balance que se prepara en una empresa e indica su situación financiera de la empresa

### 2.13.1 Estado de resultados

Según ZAPATA, Pedro (2007) dice: *“El Estado de Resultados muestra el efecto de las operaciones de una empresa y su resultado final ya sea ganancia o pérdida.”* (Pág. 253)

Como podemos observar es una parte importante para conocer si nuestra microempresa tiene utilidades o a sus ves hay que ir ajustando varios aspectos para su correcto funcionamiento.

### 2.13.2 Flujo de caja

Según MIRANDA Juan J. (2001): afirma *“El Flujo Neto de Caja representa en una forma esquemática las salidas y las entradas de dinero, permitiendo aplicar ciertos criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero”* (Pág. 195)

El flujo de caja en un informe financiero que muestra los flujos de ingresos y egresos dentro de un determinado lapso de tiempo de acuerdo con el funcionamiento de la microempresa.

### 2.14 Valor actual neto

Según SAPAG, Nassir (2011) señala: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero.”* (Pág. 321)

$$V_{an} = \langle \text{inversión} \rangle + \sum FCN / (1 + TRM)^n$$

El VAN es medir el comportamiento de los flujos futuros en términos de valor actual.

### 2.14.1 Tasa interna de retorno

Según FONTAINE R. Ernesto, (2008), manifiesta: *“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”* (Pág. 262)

$$\text{TIR} = Ts1 + \text{VAN1} (Ts2 - Ts1) / (\text{VAN2} - \text{VAN1})$$

- **Costo / beneficio**

Según SAPAG, Nassier (2008) expresa: *“El análisis de costo – beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto.”* (Pág. 142)

- **Punto de equilibrio**

Según MUNCH, Galindo (2010) afirma: *“El punto de equilibrio es válido únicamente para el año uno del proyecto porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.”* (Pág. 321)

El punto de equilibrio no dice en qué momento se empieza a recuperar las inversiones fijas del proyecto.

- **Sensibilidad del proyecto**

<http://www.gilbertorojas.co.cc/index35.html>, manifiesta lo siguiente” *El análisis de sensibilidad es un cuadro resumen que muestra los valores de TIR para cualquier cambio previsible en cada una de las variables más relevantes de costos e ingresos del proyecto”*

Es decir la sensibilidad del proyecto muestra la manera de cómo está funcionando o evolucionando el proyecto, siendo un indicador importante debido a que nos podrá ayudar a la toma de decisiones importantes para nuestra microempresa.

## **2.15 Presupuesto técnico**

El presupuesto técnico consiste en determinar las inversiones fijas, diferidas y capital de trabajo los cuales son determinantes para nuestro estudio Financiero, y sobre todo para la puesta en marcha de nuestro proyecto.

### **a) Activo fijo**

Son aquellas propiedades, bienes materiales o derechos que en el curso normal de los negocios no están destinados a la venta, sino que representan la inversión de capital o patrimonio de una dependencia o entidad en las cosas usadas o aprovechadas por ella, de modo periódico, permanente o semi permanente, en la producción o en la fabricación de un artículo para venta o la prestación de servicios a la propia entidad, a su clientela o al público en general.

### **b) Activo intangible**

Es todo aquel bien que existe o que implica derechos y acciones de cobro, pues el activo intangible incluye el dinero disponible, las mercaderías elaboradas y en procesos de elaboración, las materias primas, títulos, acciones, entre otros.

### **c) Capital de trabajo**

El capital de trabajo es la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades a corto plazo, es decir la inversión que se realiza para que esta funcione.

Mediante este indicador es posible determinar la inversión que nuestra microempresa necesita para poner en marcha las actividades.

## 2.16 Misión - Empresarial

<http://www.slideshare.net/elizabethuisa/visin-y-misin> dice; *Misión es la imagen actual que enfoca los esfuerzos que realiza la organización para conseguir los propósitos fundamentales, indica de manera concreta donde radica el éxito de nuestra empresa.*

La visión consiste en definir el objetivo central de la empresa teniendo en cuenta sus valores donde si bien estos son estáticos, es por ello que la misión es cambio es dinámica.

## 2.17 Visión - Empresarial

Para D' ALESSIO, Fernando (2008) afirma: *“la visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser, implica un enfoque de largo plazo.” (Pág. 61)*

La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser a futuro es decir señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a lo que queremos ser.

## 2.18. Proyecto

Según MUNCH, Galindo (2011) afirma: *“Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo. Estas actividades se encuentran relacionadas” (Pág. 214)*

Alcanzar las metas en la organización son muy importantes al momento de poner en marcha cualquier tipo de proyectos es decir, mediante actividades tales como encuestas, entrevistas, nosotros podamos tener una idea mucho más clara acerca de los objetivos que tenemos planteados, dentro de la organización debe existir la solidez necesaria para que las cosas marchen de manera óptima.

## 2.19. Factibilidad

Según SAPAG, Nassir (2011) señala: *“Factibilidad es el término que nos indica que cierto programa, estudio o producto es realizable mediante un estudio tanto interno como externo del mismo”* (Pág. 312)

Mediante los indicadores que nosotros realizaremos dentro de nuestro proyecto, ellos nos indicarán si la puesta en marcha de nuestro proyecto será posible realizar, tratar de realizar las investigaciones necesarias será una prioridad para que nosotros como microempresa tengamos facilidades para llegar a nuestros clientes, ofreciendo una excelente materia prima y un servicio de calidad.

## 2.20. Impactos

<http://definicion.de/impacto/> nos menciona: *Si bien la palabra impacto, del latín “impactus” posee varias acepciones, todas remiten a una colisión o choque, ya sea de un objeto, de un ser vivo o de una sensación contra otra cosa material o inmaterial.*

Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generan en diferentes áreas.

## 2.21. Marco legal de la Microempresa

<http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/157/1/IAEN.018-2002.pdf> nos dice: *“El marco legal en que se desenvuelve la microempresa en el país, podría decirse que es de reciente creación, ya que La nueva Constitución Política en vigencia desde el 10 de agosto de 1998, por primera vez hace referencia a la microempresa en el art 269”.*

A partir de esta conquista, los gremios están empeñados en tramitar un marco legal Que permita el fortalecimiento del sector, y especialmente en conseguir cambios estructurales, que

permitirán mayor participación del sector involucrado en la producción, productividad, generación de empleo y elevar su nivel de vida.

Actualmente, la Cámara Nacional de Microempresas, ha venido tramitando la Ley Especial de la Microempresa, por la falta de un marco legal de orientación a la microempresa, esto hace que no se regulen ni se promocionen incentivos, facilidades e impulso para la estabilidad individual y asociativa de los ciudadanos.

Las áreas que el sector microempresarial enfatiza para diseñar un marco legal son: laboral, seguridad social, funcionamiento, tributación, servicios empresariales, democratización del crédito y competitividad.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado establece el comportamiento de los posibles consumidores en lo referente a la cantidad permisible de producción llamada oferta y la cantidad de personas que demandarán el bien del proyecto en estudio.

Determina la cantidad del producto que va a ser demandado, definiendo estrategias efectivas de precio, características del producto e inclusive abordando los problemas de comercialización y materia prima lineamientos que ayuda a un buen posicionamiento del producto en el mercado.

#### **3.1 Antecedentes**

##### **3.1.1. Finalidad del estudio de mercado**

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

Con la preparación de un proyecto se trata de que el riesgo de determinada inversión sea un riesgo calculado. Se parte del hecho evidente de que cualquier inversión entraña un riesgo. Con el estudio no se pretende eliminar este riesgo implícito, pero si cuantificar cuán grande o pequeño es el riesgo y hasta cierto punto tratar de minimizarlo.

El estudio de mercado pretende demostrar la viabilidad de invertir en la producción y comercialización de prendas bordadas, cuantificando el riesgo que este puede tener. Antes de enfocar el estudio de mercado debemos entender que mercado es el conjunto de operaciones de compra y venta de un bien o producto limitado, en el tiempo y en el espacio.

Con este estudio se intenta recabar la información necesaria para demostrar si es rentable la exportación de las prendas de vestir bordadas a mano, las mismas que se canalizaran por medio de la exportación indirecta que son los intermediarios independientes.

### **3.1.2. Objetivos del estudio de mercado**

- Recolectar información mediante un estudio de campo.
- Analizar y proyectar la oferta, demanda y determinar la demanda insatisfecha.
- Analizar la competencia existente con el fin de determinar las fortalezas para competir en el mercado.
- Segmentar el mercado meta del proyecto.
- Efectuar un análisis de precios y su proyección a futuro.

### **3.2. Segmentación de mercado y mercado meta**

Segmentar mercados es dividirlo en varias partes de acuerdo a diferentes variables. La segmentación en la actualidad cobra importancia debido a que las empresas deben centrarse en un mercado objetivo, y para escogerlos se debe primeramente segmentar de manera clara con el fin de que nosotros al momento de implantar el proyecto, sea mucho más fácil acoplar nuevas estrategias para nuestro desarrollo.

### 3.2.1. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado está dirigida a satisfacer las necesidades de los consumidores finales a nivel de la provincia de Imbabura, en la ciudad de Ibarra, parroquia Angochagua sector Zuleta.

A continuación se detalla las siguientes variables específicas a donde va dirigido el proyecto:

**Cuadro N° 11**

#### **Segmentación de mercado**

<b>VARIABLES</b>	<b>DIVISIONES TÍPICAS</b>
Geográficas: Regiones Tamaño de la Ciudad Sector donde vive	Sierra Ibarra Rural
Demográficas: Sexo Edad	Mujeres De 19 a 50
Socio - Económicas: Clase social Ocupación Educación	Media Estudiantes, Artesanos y Trabajo por cuenta propia Secundaria y Superior
Psicográficas: Estilo de vida Valores culturales	Conservadores y emprendedores Promuevan la cultura y acepten productos artesanales
Comportamiento: Cantidad de uso Actitud frente al producto Nivel de lealtad	Positivo y entusiasta Fuertemente leales y temporalmente leales Usuarios frecuentes y eventuales

Elaborado: Autor

### **3.2.2. Mercado meta**

La confección de las prendas de vestir bordadas a mano se producirá en el sector de Zuleta, su comercialización se hará a través del establecimiento de contactos con comerciantes de artesanías. Para lo cual la persona encargada de ventas y comercialización, a través de diversos mecanismos buscará acceder a la información sobre mercados.

Lo que se buscamos es llegar cada vez a mujeres las cuales sean nacionales como extranjeras buscan calidad en productos elaborados de manera artesanal sin dejar de lado el precio, los visitantes extranjeros serán un mercado potencial para nosotros por el motivo de que quieren empaparse de nuestras tradiciones y costumbres, es por eso que se pretende ofrecer prendas de vestir y accesorios decorativos como los manteles.

### **3.3. Identificación de la población y muestra investigadas**

En esta parte de la investigación es necesario tener identificada la población para que de esta manera se tenga una cifra mucho más exacta en cuanto al estudio de mercado.

Las encuestas permitirán obtener información por escrito de la producción y comercialización de los bordados a mano (manteles y blusas) de una muestra, mediante cuestionarios elaborados que permitirán obtener resultados decisivos para la ejecución y puesta en marcha de la microempresa.

#### **3.3.1. Población**

Para la presente investigación se tomará en cuenta el número de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan el sector de Zuleta, con la finalidad de tener una muestra más representativa del proyecto.

En la actualidad en el sector de Zuleta en donde nosotros realizaremos el proyecto de investigación existen alrededor de 1037 habitantes los cuales se dedican a diversas actividades tales como: agricultura, ganadería, productos lácteos y la más mencionada a nivel provincial la cual se trata de los bordados elaborados por las mujeres de la localidad.

### 3.3.2. Segmentación de la muestra

Para realizar la cuantificación de la demanda se ha elaborado la investigación de campo, para determinar el número de turistas nacionales y extranjeros que anualmente visitan Zuleta y los sectores aledaños, llegando a tener aproximadamente 1.900 personas, las cuales visitan esta comunidad según el INEC, deduciendo lo siguiente, siendo de 330 encuestas que se aplicarán:

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

DONDE:

n = Tamaño de la muestra

N = Número de unidades de la población

N-1 = Es una corrección

e = Límite aceptable de error de la muestra

$$\frac{1900}{0,05^2 \cdot (1900 - 1) + 1}$$

n=

$$n = 330$$

### 3.4. Resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los consumidores

#### 1. ¿Conoce Ud. Los bordados elaborados por artesanos en el sector de Zuleta?

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

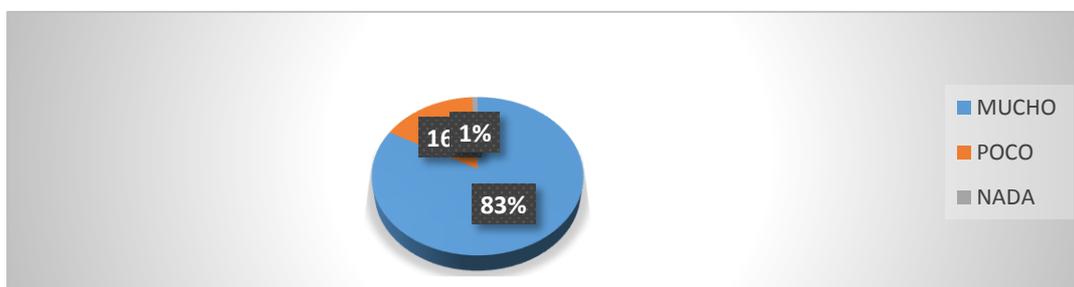
**Cuadro N° 12**

#### Conocimiento de los bordados

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
MUCHO	260	79%
POCO	50	15%
NADA	3	1%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 10**

#### Conocimiento de los bordados



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores  
**Elaborado:** Autor

#### Análisis:

De nuestra muestra total de personas encuestadas el 79 % manifiesta que conocen los diferentes productos que se ofertan en el sector de Zuleta los mismos que mediante la divulgación en redes sociales o cualquier otro medio publicitario conocen de la importancia de esta actividad dentro de la provincia.

## 2. Usted estaría dispuesto a comprar artesanías bordadas a mano?

Si ( ) No ( )

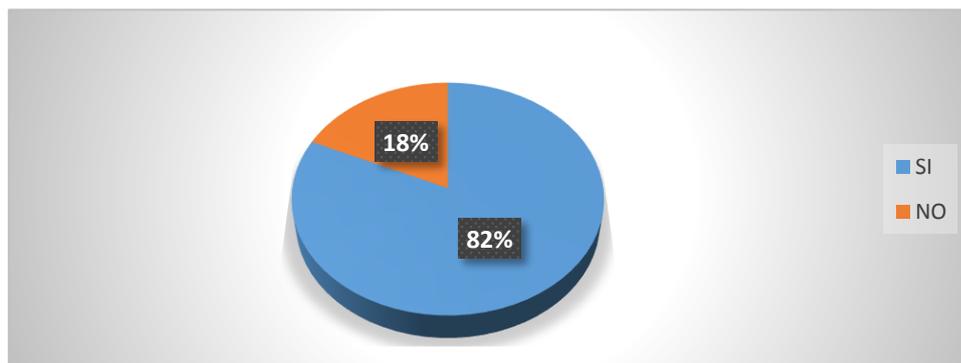
**Cuadro N° 13**

### Poder de compra

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	270	82%
NO	60	18%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 11**

### Poder de compra



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores  
**Elaborado:** Autor

### Análisis:

La mayoría de las personas que se encuestaron el 82 % supieron manifestar que si comprarían los productos que se fabrican en Zuleta, ya que también son conscientes que son hechos por personas que hacen este tipo de trabajos de forma manual, mientras que el 18 % tal vez por desconocimiento no compraría este tipo de productos.

### 3. ¿En qué tipo de material le gustaría que estén los bordados

- Lienzo
- Tela hindú
- Otros

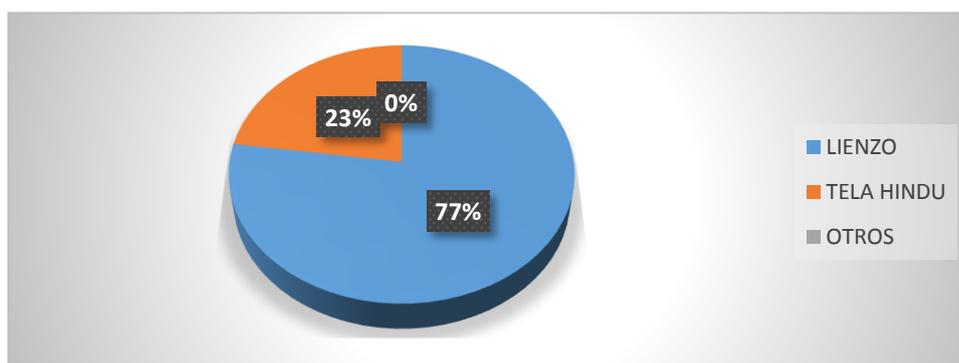
**Cuadro N° 14**

#### **Material de los bordados**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
LIENZO	255	77%
TELA HINDU	75	23%
OTROS	0	0%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 12**

#### **Material de los bordados**



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores  
**Elaborado:** Autor

#### **Análisis:**

El 77 % de las personas encuestadas les agrada adquirir prendas de vestir en Lino debido a su calidad, pero sobre todo por lo que representaría tener una prenda la cual es cómoda y a un precio accesible, pero sin embargo no hay que olvidar que el 23 % también le gustaría adquirir productos elaborados con tela hindú por lo cual es necesario que nosotros al futuro nos enfoquemos a satisfacer esta demanda.

#### 4. Para la compra de los artículos cuales de estos aspectos tomo en cuenta?

- Precio
- Calidad
- Diseño
- Buen Servicio

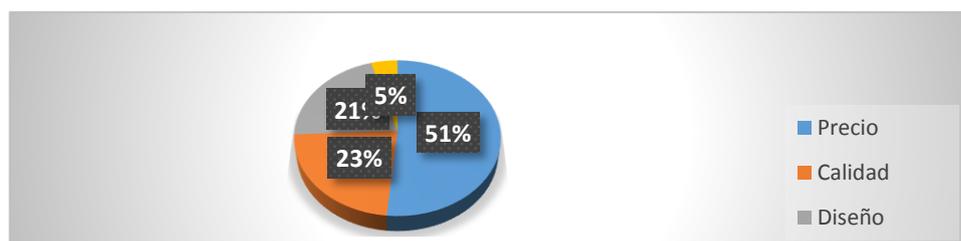
**Cuadro N° 15**

##### Aspectos

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
PRECIO	170	52%
CALIDAD	75	23%
DISEÑO	70	21%
BUEN SERVICIO	15	5%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 13**

##### Aspectos



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores  
**Elaborado:** Autor

#### **Análisis:**

Nuestros consumidores están de acuerdo que el precio es uno de los factores más importantes al momento de adquirir un producto es por eso que se pronunció con el 51 % de la muestra total, sin descuidar que el 23 % considera que la calidad es también importante al momento de adquirir este tipo de productos es por eso que se tomara en cuenta precio y calidad para satisfacer a nuestros clientes.

### 5. ¿Qué tallas habitualmente compraría?

- S ( )
- M ( )
- L ( )
- XL ( )

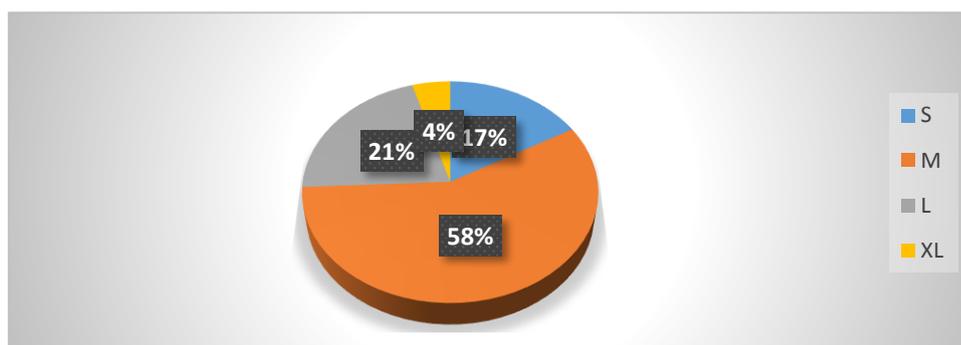
**Cuadro N° 16**

#### Tallas de blusas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
S	55	17%
M	190	58%
L	70	21%
XL	15	5%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 14**

#### Tallas de blusas



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores

**Elaborado:** Autor

#### Análisis:

La gran mayoría de nuestra población encuestada está de acuerdo que adquiriría habitualmente la talla M con un 58 % ya sea para uso personal como también para obsequiar ya que les agrada los diseños, mientras que con un 21 % se inclina por la talla L la cual es en poco más cómoda a la hora de usar.

## 6. ¿Qué color de prendas prefiere adquirir?

Blanco	( )
Azul	( )
Verde	( )
Beige	( )

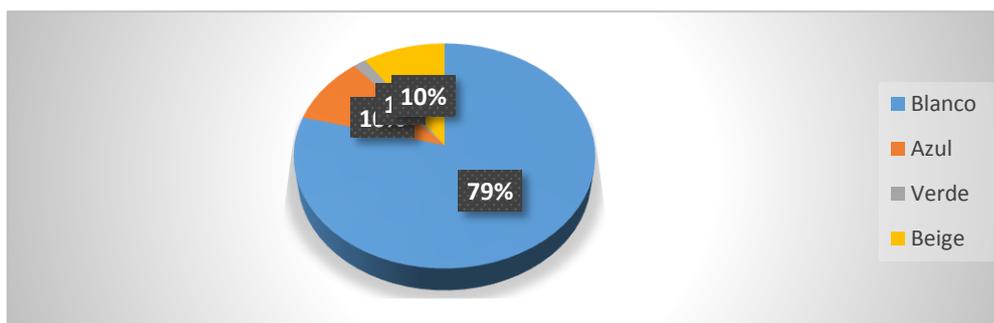
**Cuadro N° 17**

### Colores específicos

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
BLANCO	261	79%
AZUL	32	10%
VERDE	5	2%
BEIGE	32	10%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 15**

### Colores específicos



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores  
**Elaborado:** Autor

### Análisis:

La preferencia de nuestros consumidores con un 79 % de aceptación se inclina por el color blanco el cual nos supieron manifestar es un color el cual es jovial, y que se adapta a cualquier ocasión y con cualquier tipo de vestimenta, el beige y el azul también puedes ser parte de nuestra producción con un 10 % lo cual está un tanto aceptable.

## 7. Con que frecuencia usted adquiere blusas bordadas hechas a mano

Blusas ( )  
 Cada mes ( )  
 Cada 3 meses ( )  
 Cada 6 meses ( )  
 Cada año ( )

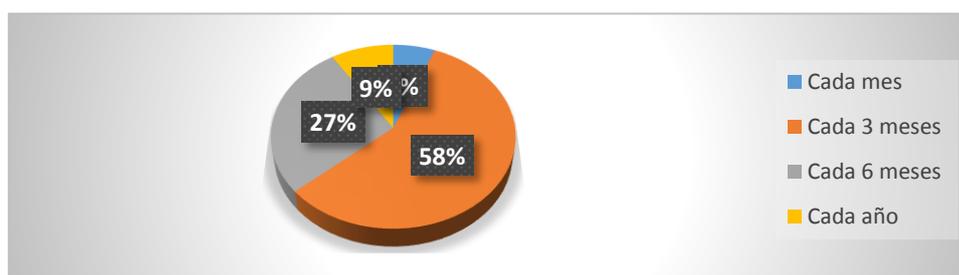
**Cuadro N° 18**

### Tiempo de adquisición

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
CADA MES	20	6%
CADA 3 MESES	190	58%
CADA 6 MESES	90	27%
CADA AÑO	30	9%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 16**

### Tiempo de adquisición



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores  
**Elaborado:** Autor

### Análisis:

Cada tres meses la población investigada con un porcentaje de 58 % nos manifestó que estarían de acuerdo a adquirir nuestras blusas lo cual demuestra que si existe mercado para que nosotros podamos impactar con nuestros productos, mientras que un porcentaje de 27 % nos manifiesta que comprarían cada 6 meses.

## 8. Con que frecuencia usted adquiere manteles bordadas hechas a mano

- Manteles
- Cada 6 meses ( )
- Cada año ( )
- Cada 2 años ( )

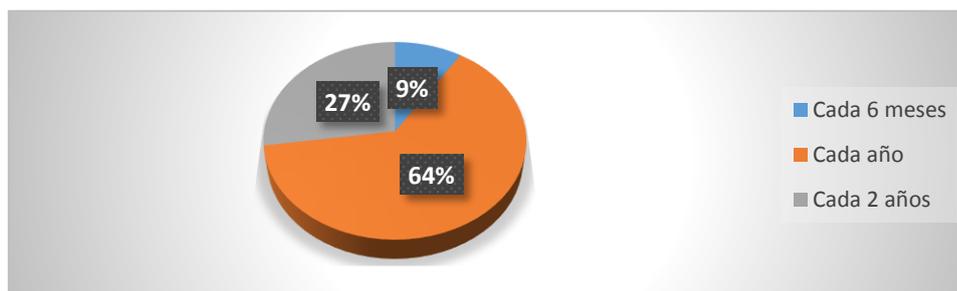
**Cuadro N° 19**

### Tiempo de adquisición

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
CADA 6 MESES	30	9%
CADA AÑO	210	64%
CADA 2 AÑOS	90	27%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 17**

### Tiempo de adquisición



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores

**Elaborado:** Autor

### Análisis:

El 64 % de nuestros consumidores están de acuerdo en adquirir nuestros productos cada año por el motivo de que son de un material el cual es duradero y resistente, el 90 % nos menciona que adquiriría cada dos años lo que significa que debemos de incursionar de una manera más agresiva en cuanto a la compra de nuestros productos.

**9. ¿Cuánto está usted dispuesta/o a pagar por una prenda de vestir por una blusa teniendo en cuenta que es artesanal?**

- 15– 25 ( )
- 25- 35 ( )
- 35 – 45 ( )

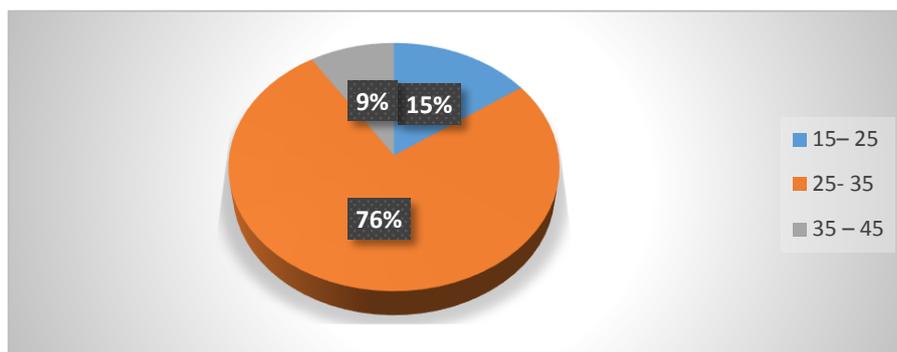
**Cuadro N° 20**

**Precio sugerido**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
15– 25	50	15%
25- 35	250	76%
35 – 45	30	9%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 18**

**Precio sugerido**



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores

**Elaborado:** Autor

**Análisis:**

La muestra encuestada que es el 76 % ha sugerido que el precio es bastante accesible para la compra de nuestros artículos, los cuales nosotros como futuros productores estaríamos dispuestos a ofrecer, el 15 % y 9 % estaría dispuesto a pagar un valor menor considerando la economía actual y el poder adquisitivo con el que cuentan.

**10. ¿Cuánto está usted dispuesta/o a pagar por un mantel teniendo en cuenta que es artesanal?**

- 10- 15 ( )
- 15- 20 ( )
- 25 – 30( )

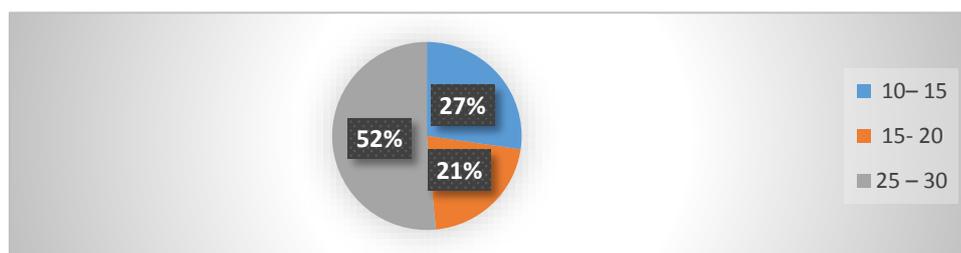
**Cuadro N° 21**

**Frecuencia**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
55 – 60	90	27%
65 – 70	70	21%
75 – 80	170	52%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 19**

**Frecuencia**



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores  
**Elaborado:** Autor

**Análisis:**

De la población total encuestada el 52 % manifiesta que estaría dispuesto a adquirir manteles bordados los mismo que tengan un precio de 25 a 30 dólares, ya que consideran que son elaborados de forma artesanal y que esto sería una forma de apoyo a las microempresas dedicadas a esta actividad, mientras que el 21 y 27 % mencionan pagar precios mucho más cómodos dependiendo el poder adquisitivo que tienen.

## 11. ¿En qué lugar le gustaría a Ud. obtener este producto?

Zuleta ( ) Mercados ( )

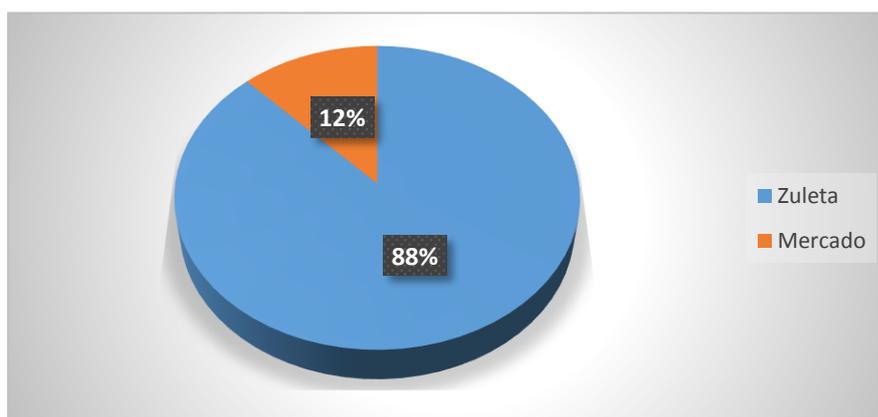
**Cuadro N° 22**

### **Mercado preferencial**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
ZULETA	290	88%
MERCADO	40	12%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 20**

### **Mercado preferencial**



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores

**Elaborado:** Autor

### **Análisis:**

Al ser un referente cultural la zona de Zuleta, la misma que ofrece varias actividades de recreación y turismo, el 88 % de nuestros encuestados preferirían hacer sus compras en este sector ya sea por su clima, comida o a su vez para realizar compras y conocer lo que ofrece al turista, y el 12 % considera realizar sus compras en el Mercado teniendo en cuenta que se encuentra más cerca de sus hogares y sobre todo por el tiempo que tardarían en llegar a Zuleta.

12. ¿Estaría Ud. de acuerdo que se cree una microempresa que ofrezca bordados hechos por artesanos?

Si ( )                      No ( )

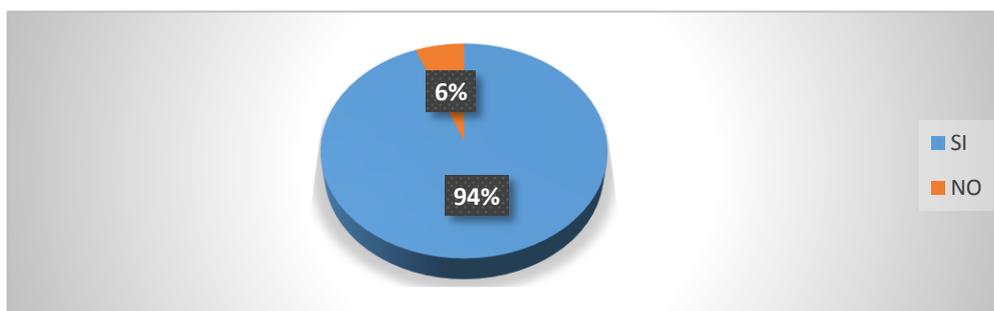
**Cuadro N° 23**

**Creación de la microempresa**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
SI	310	94%
NO	20	6%
TOTAL	330	100%

**Gráfico N° 21**

**Creación de la microempresa**



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores  
**Elaborado:** Autor

**Análisis:**

El porcentaje de aceptación para la creación de una microempresa por parte de nuestros clientes es elevado con un 94 % de aceptación es indispensable mencionar que de a poco el emprendimiento microempresarial está empezando a tomar forma, ganando cada vez más terreno en el mercado, lo cual es importante para el desarrollo de emprendedores que quieren hacer conocer sus productos, mientras que el 6 % no acepta su creación.

### 13. Cuántas unidades estaría dispuesto a adquirir?

#### A. BLUSAS

CADA MES \_\_\_\_\_

CADA TRES MESES \_\_\_\_\_

CADA SEIS MESES \_\_\_\_\_

CADA AÑO \_\_\_\_\_

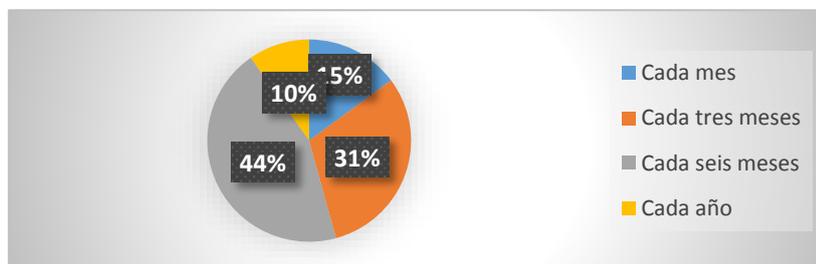
**Cuadro N° 24**

#### Cantidad de compra blusas

VARIABLE	FRECUENCIA	CANTIDAD DE BLUSAS
Cada mes	49	468
Cada tres meses	102	408
Cada seis meses	147	294
Cada año	32	32
Total	330	1.202

**Gráfico N° 22**

#### Cantidad de compra blusas



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores

**Elaborado:** Autor

#### Análisis:

El 44 % de la población encuestada estaría de acuerdo en adquirir blusas cada seis meses debido a que representa un tiempo prolongado para su adquisición, mientras que el 31 % considera que lo ideal para la adquisición es cada tres meses, dándonos una idea sobre el poder de adquisición que tienen nuestros consumidores, mismos que estarían dispuestos a adquirir prendas hechas a mano.

## B. MANTELES

CADA SEIS MESES \_\_\_\_\_

CADA AÑO \_\_\_\_\_

CADA DOS AÑOS \_\_\_\_\_

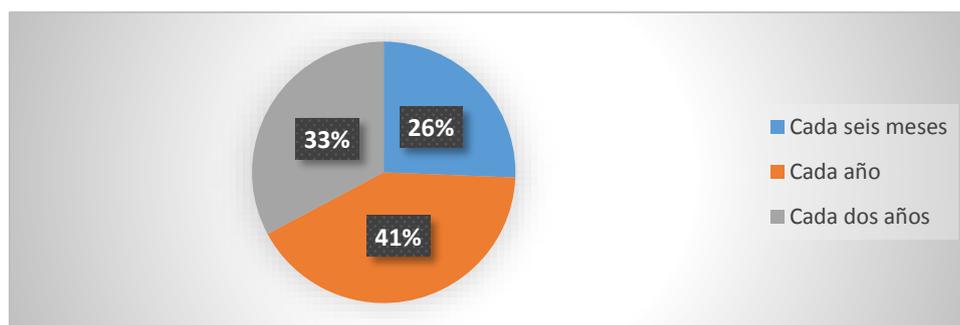
**Cuadro N° 25**

### Cantidad de compra manteles

VARIABLE	FRECUENCIA	CANTIDAD DE MANTELES
Cada seis meses	82	164
Cada año	133	133
Cada dos años	105	53
Total	215	297

**Gráfico N° 23**

### Cantidad de compra manteles



**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores

**Elaborado:** Autor

### Análisis:

El 41 % de las personas encuestadas están de acuerdo adquirir los manteles cada año esto significa que nuestro mercado a satisfacer están de acuerdo en la compra de nuestros bordados, mientras que el 33 % representando el 33 % consideran la compra cada dos años.

### **3.5. Oferta**

"Es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

La oferta al igual que la demanda está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales, etc.

La población de Imbabura se caracteriza por gente trabajadora de manos hábiles para las artesanías, que son elaborados con diversos materiales como: adornos en barro, piedra inca, madera, cabuya y prendas atractivas de lana y sobre todo los bordados elaborados a mano.

En el sector Zuleta Parroquia de Angochagua existen algunos productores dedicados específicamente a la elaboración de bordados, los mismos que ya llevan varios años involucrados en este negocio y a través de los datos recopilados se puede deducir que es rentable la creación de un microempresa, pero existen pequeñas producciones que no alcanzan a cubrir la demanda existente, por esta razón nace la oportunidad de implementar una microempresa dedicada a esta actividad, para cubrir las expectativas del mercado en general.

Mediante la creación de nuestra microempresa se pretende fortalecer el desarrollo del sector, dinamizando la economía de las personas involucradas en la misma.

#### **3.5.1 Oferta histórica de las blusas**

Mediante la investigación Directa se pudo obtener los datos de producción de los artesanos de Zuleta, los cuales arrojan el siguiente crecimiento el cual servirá para realizar la proyección de la Oferta y mediante este indicador poder determinar el número de demanda insatisfecha.

Las artesanías que se elaboran en este sector son de importancia económica en la actualidad debido a que la misma ha dado un impulso de crecimiento y dinamización de recursos económicos los cuales han incentivado varios emprendimientos arrojando resultados positivos en la provincia de Imbabura.

A continuación se detalla el consumo histórico que fue proporcionado por La Comuna Zuleta:

**Cuadro N° 26**  
**Producción anual blusas**

NÚMERO	TALLER ARTESANAL	PRODUCCION DE BLUSAS				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	COSAS LINDAS	55	59	64	67	69
2	BORDADOS MARGARITA	248	252	257	270	266
3	BORDADOS GERTRUDIS	366	370	375	378	402
4	BORDADOS ESTHELITA	119	123	128	131	139
5	TETE BORDADOS	217	221	226	229	256
6	LILIAN BORDADOS	55	59	64	67	69
7	BORDADOS ZULETA	251	265	270	273	279
8	BORDADOS MYRIAM	44	48	53	56	58
9	LUPE BORDADOS	0	1	2	5	6
10	BORDADOS KARINA	0	1	4	7	7
11	LUZMILA BORDADOS	126	130	135	138	141
12	BORDADOS MORELIA	56	60	65	68	71
13	ELENA YANEZ	268	272	277	280	248
<b>TOTAL</b>		<b>1.815</b>	<b>1.861</b>	<b>1.920</b>	<b>1.959</b>	<b>2.014</b>

Fuente: Datos Históricos

Elaborado: Autor

Como podemos observar el crecimiento a lo largo del tiempo, se ha incrementado es por eso que nosotros a través de estos indicadores queremos llegar a satisfacer la demanda insatisfecha debido a que la mayoría de personas las cuales se investigó nos dan una respuesta positiva para la creación de nuestra microempresa, a continuación proyectaremos la oferta para los años futuros:

### Cuadro N° 27

#### Oferta histórica de las blusas

$$M=C(1+I)^{n-1}$$

AÑO	OFERTA HISTÓRICA BORDADOS BLUSAS	$M=C(1+I)^{n-1}$
2015	1.815	
2016	1.861	
2017	1.920	
2018	1.959	
2019	2.047	3,05 %

Elaborado: Autor

La tasa de crecimiento de la oferta es igual a 3,05 %, con este factor se calculará la oferta proyectada hasta el año 2018, para realizar las proyecciones respectivas de nuestro proyecto.

### 3.6. Proyección de la oferta blusas

Para proyectar la oferta se utilizará la tasa de crecimiento anual del 3,05%, que se obtiene a través de los datos históricos a continuación se presenta el cuadro de la oferta futura:

**Cuadro N° 28****Proyección de la oferta blusas**

AÑO	OFERTA FUTURA BORDADOS BLUSAS
2015	2.109
2016	2.173
2017	2.239
2018	2.307
2019	2.377

**Elaborado:** Autor

La oferta futura de los bordados en blusas presenta un crecimiento considerable en el sector Zuleta parroquia de Angochagua.

En el cuadro resumen antes presentado se encuentra la oferta de blusas, proyectada para los próximos 5 años.

**3.7. Oferta histórica de manteles**

No solamente los bordados captan la atención de nuestros clientes, los manteles han sido una elección preferencial al momento de realizar compras en este sector, por diferentes factores tales como: la calidad, el diseño, durabilidad y precio, se vio conveniente realizar un estudio el cual demuestre el crecimiento de los manteles para conocer el comportamiento de ventas a lo largo de un periodo de tiempo, a continuación se presenta el siguiente cuadro:

## Cuadro N° 29

## Producción anual manteles

NÚMERO	TALLER ARTESANAL	PRODUCCION DE BLUSAS				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	COSAS LINDAS	1	3	4	7	10
2	BORDADOS MARGARITA	11	13	14	17	21
3	BORDADOS GERTRUDIS	10	12	13	16	20
4	BORDADOS ESTHELITA	20	22	23	26	30
5	TETE BORDADOS	31	33	34	37	44
6	LILIAN BORDADOS	1	3	4	7	9
7	BORDADOS ZULETA	19	21	22	25	30
8	BORDADOS MYRIAM	0	1	2	5	9
9	LUPE BORDADOS	3	5	6	9	11
10	BORDADOS KARINA	1	3	4	7	8
11	LUZMILA BORDADOS	11	13	14	17	21
12	BORDADOS MORELIA	0	2	3	6	8
13	ELENA YANEZ	11	13	14	17	20
TOTAL		119	144	157	196	241

Fuente: Datos Históricos

Elaborado: Autor

Mediante este cuadro el cual indica el comportamiento de manteles se puede realizar la tasa de crecimiento la cual será importante al momento de determinar la demanda insatisfecha, a continuación se realiza la proyección para los siguientes años:

### Cuadro N° 30

#### Oferta histórica bordados manteles

$$M=C(1+I)^n-1$$

AÑO	OFERTA HISTÓRICA BORDADOS MANTELES	$M=C(1+I)^n-1$
2015	119	
2016	144	
2017	157	
2018	196	
2019	241	1.19%

Fuente: Datos Históricos

Elaborado: Autor

La tasa de crecimiento de la oferta es igual a 1.19%, con este factor se calculara la oferta proyectada hasta el año 2018, en lo que se refiere a manteles.

### 3.8. Proyección de la oferta manteles

Para proyectar la oferta de manteles se utilizará la tasa de crecimiento anual del 1,19%, que se obtiene a través de los datos históricos, los mismos que fueron proporcionados por la Asociación Comunidad Zuleta.

### Cuadro N° 31

#### Proyección de la oferta manteles

AÑO	OFERTA FUTURA BORDADOS MANTELES
2015	291
2016	294
2017	297
2018	301
2019	305

Fuente: Datos Históricos

Elaborado: Autor

En el cuadro resumen antes presentado se encuentra la oferta de blusas, proyectada para los próximos 5 años.

### 3.9. Demanda

Luego de haber realizado el análisis aplicada a los posibles consumidores, se puede determinar que en el sector Zuleta parroquia de Angochagua gran parte de la población mostro interés en la compra de los bordados hechos a mano, por lo que demuestra que es bueno porque va a ser aceptado por el mercado y la mayoría de personas van a comprar el producto.

Se considera que la producción de bordados a mano es alentadora debido a que hay una reducida oferta en el mercado, razón por la cual existe un alto grado de demanda insatisfecha.

#### 3.9.1 Proyección de la demanda blusas y manteles

Para la proyección de la demanda se tomará los datos recopilados en la encuesta, los cuales arrojan el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 32****Proyección de la demanda blusas**

BLUSAS					
Alternativas	Cantidad de personas	Porcentaje	Cantidad de Blusas	Población Investigada	Total Consumo al Año
Cada mes	39	12%	468	225	2.695
Cada tres meses	102	31%	408	587	2.349
Cada seis meses	147	45%	294	846	1.693
Cada año	32	10%	32	184	184
N/P	10	3%	-	58	-
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100%</b>	<b>1.202</b>	<b>1.900</b>	<b>6.921</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a consumidores

**Elaborado:** El Autor

**Cuadro N° 33****Proyección de la demanda manteles**

MANTELES					
Alternativas	Cantidad de personas	Porcentaje	Cantidad de Manteles	Población Investigada	Total Consumo al Año
Cada seis mes	82	25%	164	472	944
Cada año	133	40%	133	766	766
Cada dos años	105	32%	53	605	305
N/P	10	3%	0	58	-
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100%</b>	<b>350</b>	<b>1.900</b>	<b>2.015</b>

**Fuente:** Encuestas realizada a consumidores

**Elaborado:** El Autor

El consumo de blusas y manteles para el año 2013 es de 6.921 y 2.015 unidades; respectivamente, a continuación se realizará la proyección para los años investigados.

Para proyectar la demanda futura se utilizará la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

En donde:

C<sub>n</sub>= Consumo futuro

$C_0$ = Demanda determinada en la investigación

$i$ = Tasa de Crecimiento

$n$ = Año proyectado

Para determinar la proyección de la demanda se consideró la tasa de crecimiento 1.60% según las estadísticas emitidas por el INEC, según el último censo realizado sobre los turistas nacionales y extranjeros que anualmente visitan Zuleta y los sectores aledaños.

**Cuadro N° 34**

**Demanda potencial bordados blusas y manteles**

AÑO	DEMANDA FUTURA DE BLUSAS ( $C_n=C_0(1+i)^n$ )	DEMANDA FUTURA DE BORDADOS MANTELES ( $C_n=C_0(1+i)^n$ )
2015	7.031	2.047
2016	7.143	2.079
2017	7.257	2.112
2018	7.373	2.146
2019	7.490	2.180

Elaborado: Autor

**3.10. Balance entre oferta y demanda (Demanda Insatisfecha)**

El análisis de la Oferta versus la Demanda, indica la factibilidad o no del proyecto.

Para lo cual se tomará en cuenta los siguientes conceptos:

OFERTA – DEMANDA = NEGATIVO; Proyecto Aceptable

OFERTA – DEMANDA = POSITIVO; Se descarta el Proyecto

**Cuadro N° 35****Balance entre oferta y demanda potencial a satisfacer de bordados de blusas**

BORDADOS DE BLUSAS			
AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEFICIT DE OFERTA
2015	2138	7031	-4893
2016	2233	7143	-4910
2017	2333	7257	-4924
2018	2437	7373	-4936
2019	2546	7490	-4944

Elaborado: Autor

**Cuadro N° 36****Balance entre oferta y demanda potencial a satisfacer de manteles**

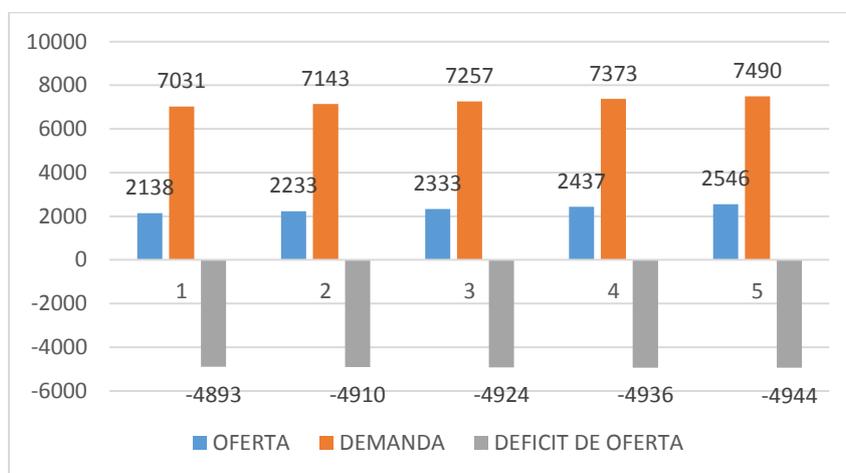
BORDADOS DE MANTELES			
AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEFICIT DE OFERTA
2015	291	2047	-1756
2016	294	2079	-1785
2017	297	2112	-1815
2018	301	2146	-1845
2019	305	2180	-1875

Elaborado: Autor

Después de haber analizado los resultados del cuadro anterior que reflejan la existencia de la oferta muy por debajo de la capacidad de consumo, se puede asegurar que la propuesta del proyecto es factible.

Gráfico N° 24

## Análisis entre oferta y demanda blusas

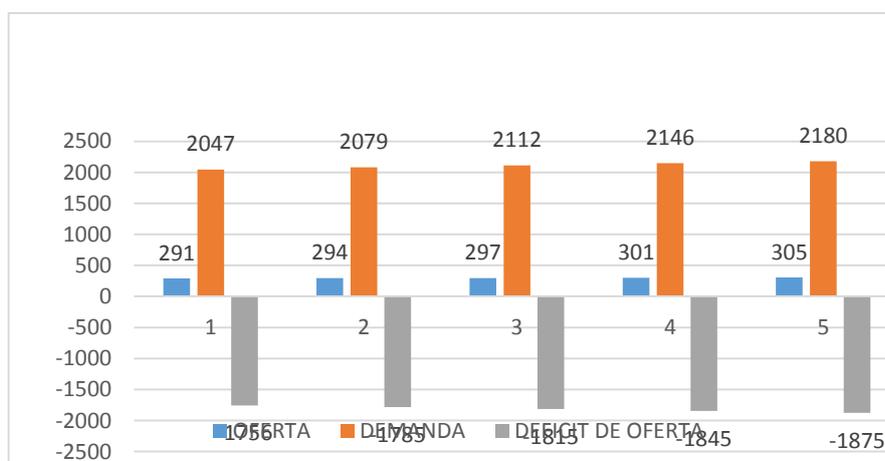


Fuente: Análisis entre Oferta y Demanda Blusas

Elaborado: El Autor

Gráfico N° 25

## Análisis entre oferta y demanda manteles



Fuente: Análisis entre Oferta y Demanda Manteles

Elaborado: El Autor

## 3.11. Análisis de precios

Se determinó que el precio de los bordados es consecuencia directa de su producción y funcionalidad. De su producción porque al ser de tipo artesanal y manual su costo es elevado en relación a otras prendas atractivas elaboradas con hilo sintético y lana. Y de su funcionalidad por la por aportar en el ámbito cultural al ser utilizados estos productos tanto personas nacionales como extranjeros

Cabe mencionar que el precio puede variar de acuerdo a las tallas y diseños tanto para blusas y manteles. Sin embargo mediante la información recolectada a través de la observación directa realizada a los artesanos fabricantes de este producto, el precio de una blusa talla XL se encuentra en \$20.

Esto hace que el precio que actualmente se ofrece en el mercado concuerde con la encuesta realizada a los consumidores de este producto, en donde, el 44% de los encuestados están dispuestos a pagar este valor.

### 3.12. Proyección de precios

Para esta la determinación de los precios de nuestros productos en cuanto a blusas y manteles mediante las encuestas realizadas a productores y consumidores es posible determinar que la Talla M es la de mayor aceptación por parte de nuestros consumidores, mismos que aceptan el precio el cual es de 20 dólares, en cuanto a los manteles el precio sugerido es de 25 dólares, hay que aclarar que la medida de los mismos son para centros de mesa es por eso que se sugirió este precio.

Mediante la tasa inflación del 4.2 % establecida por el Banco Central mediante datos de los últimos años, se procedió a realizar el cálculo proyectado para los años siguientes a continuación se presentan los cuadros respectivos:

**Cuadro N° 37**

#### **Proyección de precios en dólares de las blusas talla M en el 2013**

AÑO	PRECIO EN DOLARES DE LAS BLUSAS TALLA M
2014	15.00

**Fuente:** Análisis de precios blusas

**Elaborado:** El Autor

**Cuadro N° 38****Proyección de precios en dólares de las blusas talla M del 2014 al 2018**

AÑOS	PRECIO EN DOLARES DE LAS BLUSAS TALLA M
2015	15.54
2016	15.95
2017	16.38
2018	16.82
2019	17.27

**Fuente:** Análisis de precios blusas

**Elaborado:** El Autor

Como podemos observar a través de la proyección es necesario mencionar que existe un incremento moderado en cuanto a las blusas, por esta misma razón se aprovechará el mercado mediante estrategias las cuales encaminen el crecimiento de nuestra microempresa.

A continuación se realiza la proyección de los manteles sugiriendo la misma tasa de interés antes mencionada:

**Cuadro N° 39****Proyección de precios en dólares de manteles**

AÑO	PRECIO EN DOLARES DE MANTELES
2014	75.00

**Fuente:** Análisis de precios manteles

**Elaborado:** El Autor

**Cuadro N° 40****Proyección de precios en dólares de Manteles**

AÑOS	PRECIO EN DOLARES DE MANTELES
2015	77.00
2016	79.00
2017	81.00
2018	83.00
2019	85.00

**Fuente:** Análisis de precios manteles

**Elaborado:** El Autor

El incremento que se puede observar en los manteles es moderado a través del tiempo, es decir que los precios que sugerimos a nuestros consumidores en las encuestas que realizamos es el indicado para la compra de los mismos.

Cabe mencionar que el precio en nuestros dos productos están basados también en las encuestas que se realizaron a nuestros productores de bordados en el Sector de Zuleta.

### **3.13. Comercialización de los bordados**

La comercialización de los bordados en el sector de Zuleta ha sido un referente en cuanto a precios y calidad.

Los bordados de Zuleta son conocidos en nuestro país y en varios países del extranjero por su mejor acabado y la variedad de colores vivos los mismos que no se comparan a su competencia de los bordados de la Otavalo.

Hay que mencionar que cada 15 días se realiza una feria la cual sería una oportunidad de crecimiento para nosotros como microempresa, la comercialización de nuestros bordados se realizará en forma directa en el Taller y mediante Ferias en la Casa Comunal de Zuleta, en vista que por 10 años ha mantenido una buena acogida tanto por los clientes nacionales como los extranjeros.

Asimismo se pretende buscar nuevos mercados a nivel nacional a corto plazo, dando a conocer nuestro producto mediante la participación en exposiciones y ferias en las cuales hará más conocida esta actividad y activando el sector productivo del sector.

### 3.14. Determinación del producto

Los productos sujetos al estudio de mercado son prendas de vestir textiles elaborados con materia prima de buena calidad la cual garantiza la durabilidad de las mismas.

Como antes mencionamos se comercializará camisas, blusas y manteles los cuales se realizarán sus diseños de manera totalmente a mano.

**Gráfico N° 26**

**Manteles de mesa**



**Gráfico N° 27**

**Blusas**



- **Características del producto**

Las características de los productos son muy importantes debido a que es el rasgo distintivo los cuales reflejan la calidad que nosotros estamos ofreciendo a continuación de una manera más detallada se menciona lo anteriormente dicho:

- **Prendas**

Las principales prendas de vestir son las siguientes:

- a) Blusas
- b) Manteles

- **Análisis de la competencia**

Mediante el diagnostico situacional se ha llegado a determinar que los talleres de confección situados en Caranqui, Santa Rosa son los mayores competidores del producto, ya que su producción es significativa en relación a la producción de Zuleta.

La competencia para nosotros es dura ya que como se mencionó la producción de los lugares anteriormente mencionados es grande nosotros como microempresa implementaremos medidas para la búsqueda de nuevos clientes y sobre todo de mercados, ofreciendo calidad, y buenos precios los cuales sean aceptados.

- **Comercialización**

Para sortear las dificultades que implican la creación y posicionamiento de una nueva microempresa, se debe aunar esfuerzos en el producto, la plaza, promoción como estrategias de comercialización hacia los clientes.

- **Estrategia de diferenciación**

Una estrategia de diferenciación basada en la calidad del producto, a través del cumplimiento de normas de calidad, legales y de seguridad garantizando el acabado y terminado del producto.

- **Plaza**

Debido a que los bordados de Zuleta es un producto que no ha tenido una difusión adecuada, muchas personas desconocen su existencia, esto se debe también a que inclusive el sector pasa desapercibido ya sea por las vías de comunicación las cuales dificultan la llegada o por falta de iniciativa de las organizaciones encargadas de realizar una correcta difusión para que este tipo de bordados sean conocidos.

Otra causa se debe a que nuestros productos en muchas ocasiones son confundidos con las artesanías de Otavalo, productos que no tienen punto de comparación con la calidad de los nuestros.

En los últimos años se han realizado coordinaciones con el Consejo Provincial de Imbabura, con la finalidad de mejorar vías de acceso a este sector turístico de la provincia y del país.

- **Estrategia de promoción**

Como estrategia de promoción se utilizara medios de comunicación para difundir la imagen y marca de la microempresa, además se hará publicidad en páginas web asociadas a la compra y venta de productos y sobre todo a las redes sociales las cuales tienen un gran poder de alcance en el tiempo que estamos viviendo.

- **Estrategia de precio**

El precio es un factor importante es por eso que se tomará en cuenta factores como la materia prima, mano de obra directa – indirecta, y la maquinaria y equipo con la finalidad de que los precios sean competitivos y sobre todo cómodos con el fin de satisfacer al cliente, los cuales se ajusten a su poder adquisitivo lógicamente hay que analizar que, la complejidad de los bordados llevan tiempo para poder realizarlos, mediante las encuestas que se realizaron, los consumidores de nuestro producto están de acuerdo con la comodidad en cuanto a valores se trata.

### **3.15. Canales de distribución**

“Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria.

En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista.

La comercialización de este proyecto en la venta de bordados a mano de Zuleta será una distribución directa ya que nuestro producto será del productor al consumidor final, sin la existencia de intermediarios.

Como ya se mencionó antes el sector de Zuleta ofrece una feria cada 15 días la misma que es una oportunidad para que nuestros consumidores puedan conocer nuestros bordados.

### 3.16. Conclusiones del estudio de mercado

- Existe una tradición cultural de generación en generación para la confección de textiles bordados a mano como camisas, blusas, manteles, tapetes, entre otros.
- Las personas encuestadas están de acuerdo con el valor de las prendas de vestir, debido a que nuestros materiales utilizados son de calidad y su precio está de acorde a su poder adquisitivo.
- Lo más factible es realizar la venta en el sector de Zuleta, por la razón que nosotros debemos aprovechar los días de feria, en los cuales existe mayor afluencia de consumidores que visitan el sector.
- Las diversas formas de los bordados para nuestras diferentes prendas de vestir son diversos por lo cual es fundamental realizar constantes cambios en cuanto a la innovación de los mismos.
- La difusión de nuestros productos debería ser más agresiva en cuanto a darlos a conocer, mediante el medio tecnológico nosotros poder llegar a más segmentos de mercado tanto a nivel local como nacional.
- Las oportunidades de crecimiento de nuestra microempresa son diversas en lo que se refiere a la Oferta y Demanda existente, las mismas que nos indican que el proyecto es factible realizarlo, obteniendo ganancias las cuales son beneficiosas para nosotros.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

El presente capítulo se realiza con el fin de determinar la localización y ubicación óptima del proyecto de acuerdo a las características de su entorno, así como también establecer los requerimientos necesarios para el óptimo desarrollo del proyecto.

El resultado fundamental del Proyecto tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado efectuado, el mismo arrojó datos concluyentes los cuales sirvieron para el desarrollo del mismo. En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos como son: localización del proyecto, tamaño de la unidad productiva propuesta, aspectos técnicos o de ingeniería y el Presupuesto Técnico: inversiones fijas, variables y diferidas, requeridas para el arranque del Proyecto.

#### **4.1 Localización del proyecto**

El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para la instalación de la nueva unidad productiva propuesta: la macro y la micro localización, la cual nos ayudara de una mejor manera a la toma de decisiones dentro del proyecto.

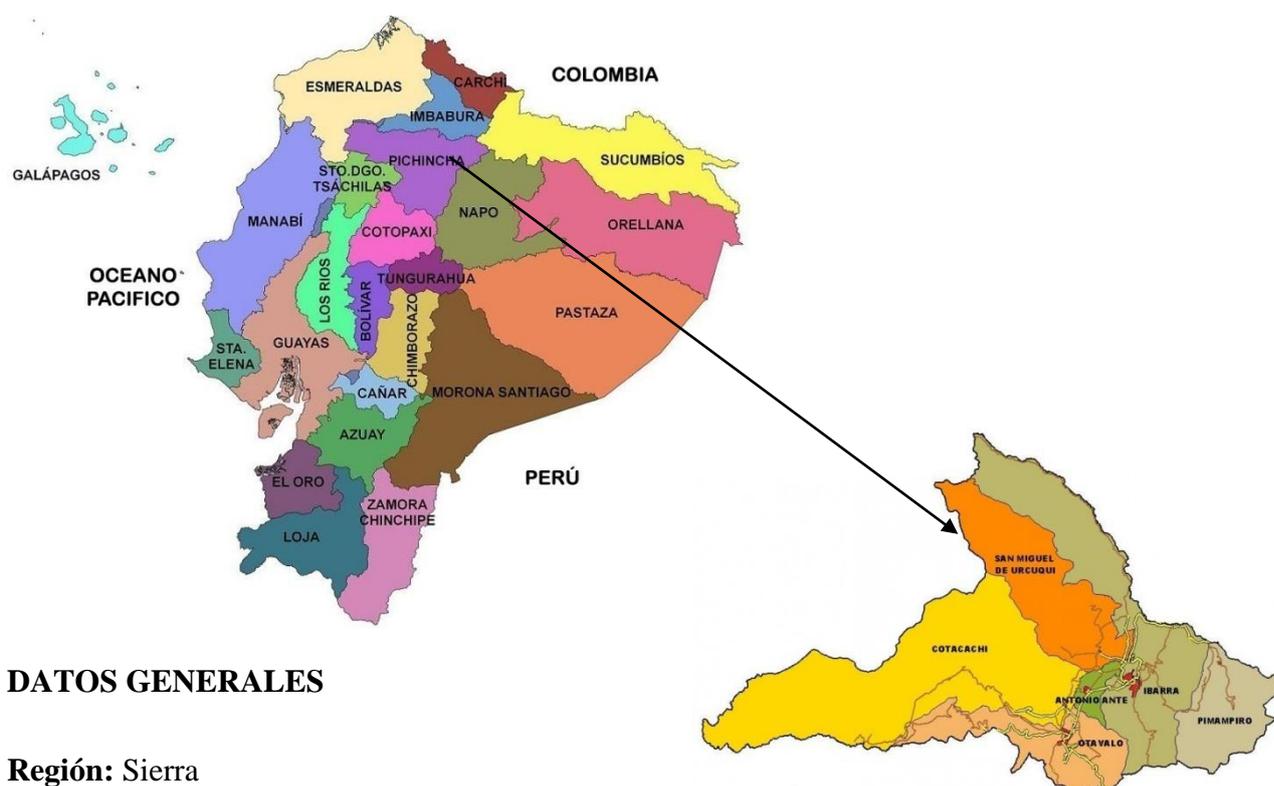
##### **4.1.1 Macro localización**

Consiste en determinar la zona, región, provincia o área geográfica más idónea en la cual se pueda implementar la microempresa, se deberá localizar la unidad de producción tratando de reducir al mínimo los costos de transporte.

La microempresa estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, Sector de Zuleta, que se caracteriza por su gran legado cultural, en el que se puede encontrar algunos atractivos turísticos y deleitarse de la gastronomía propia del sector. La ubicación óptima que brinda Zuleta es un referente en la provincia de Imbabura debido a que cuenta con un clima privilegiado para una visita placentera de parte de turistas nacionales como extranjeros. A continuación se detalla la ubicación de la Provincia de Imbabura en el mapa Territorial del Ecuador.

**Gráfico N° 28**

**Mapa de la provincia de Imbabura**



**DATOS GENERALES**

**Región:** Sierra

**Provincia:** Imbabura

**Latitud:** 00° 21' N

**Longitud:** 078° 07' O"

**Clima:** 8° C a 24° C

**Población:** 138000

**Fundación:** 28 de Septiembre de 1606

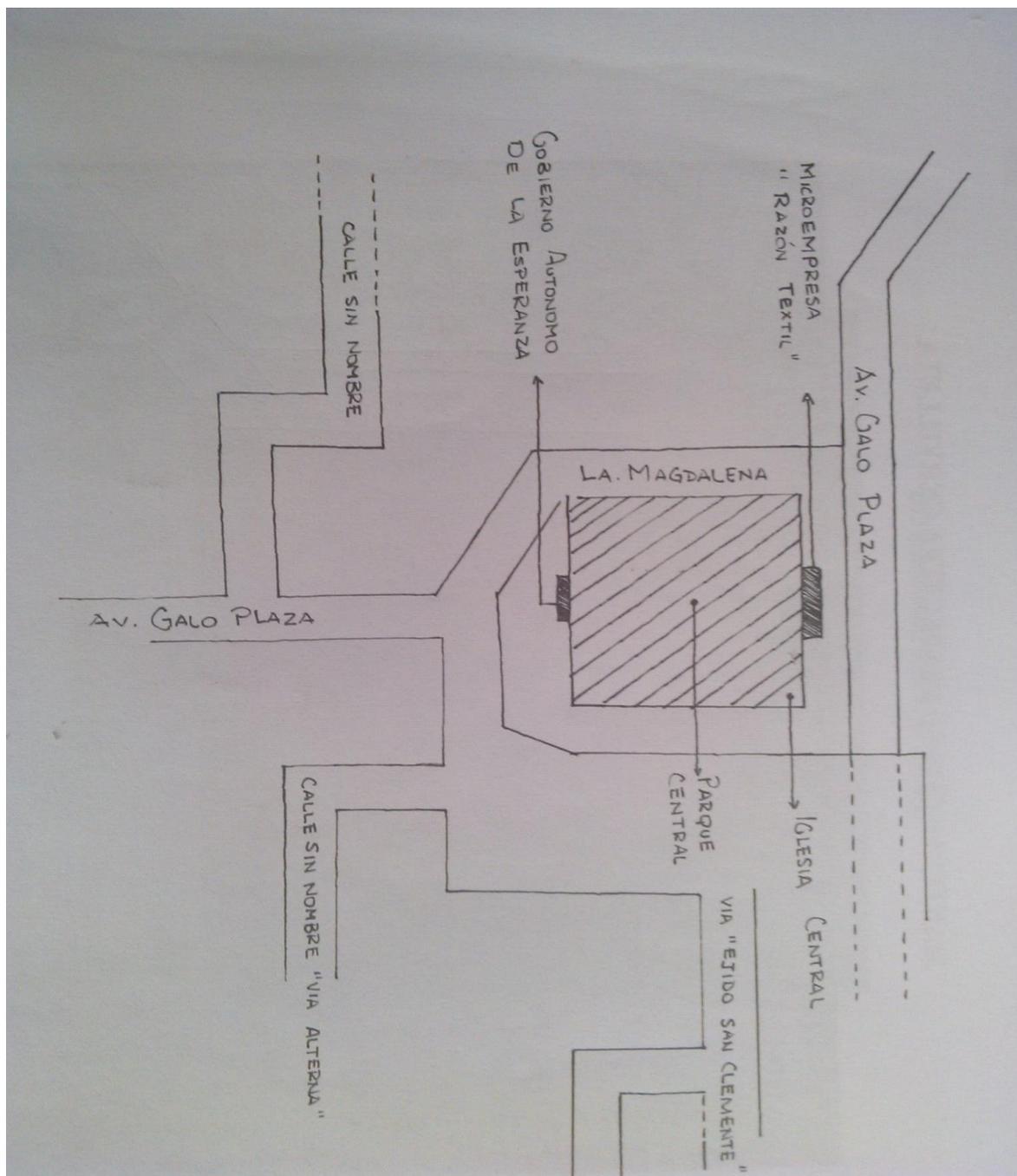
*Imbabura es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador, conocida como la "Provincia de los Lagos" por la cantidad de lagos grandes que se encuentran dentro de la provincia, como son el lago San Pablo y las lagunas de Cuicocha, Yaguarcocha ("lago de sangre") y Puruhanta en Pimampiro, así como otros menores: laguna San Marcos, lagunas de Piñán, lagos de Mojanda y Laguna Negra entre Sigsipamba y Monte.*

*La capital de la provincia es Ibarra y las principales ciudades son Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui y Urcuqui. Aparte de sus lagos, la provincia tiene muchos otros puntos de interés, por ejemplo los volcanes Imbabura y Cotacachi. La provincia también es conocida por sus contrastes poblacionales es así que la población está marcada por diferentes factores demográficos, además desde siempre ha sido núcleo de artesanías y cultura. Además tiene dos zonas climáticas: la primera cálida y seca o estepa, conocida como la Hoya del Chota donde también se encuentra la capital Ecuador y las cálidas subtropical andina, conocidas como la zona de Intag y la de Lita (límite con la provincia de Esmeraldas). Imbabura tiene una población de 398244 habitantes, según los datos del INEC (2010).*

#### 4.1.2. Micro localización

Gráfico N° 29

#### Micro localización



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: El Autor

La empresa estará ubicada al sur de la ciudad de Ibarra, en el sector de Zuleta, a pocos minutos de la misma, la cual contará con todos los servicios básicos como agua, luz y teléfono.

Zuleta se encuentra en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura, en el límite provincial con la Provincia de Pichincha, a 40 minutos de la ciudad de Ibarra por la carretera vieja Ibarra-Quito. También se encuentra en la parte oriental del Lago San Pablo a 30 minutos.

El aspecto físico de Zuleta está ubicado en un valle rodeado de sistemas montañosos de la cordillera central, bajo el nevado Cayambe, el río Taguando atraviesa todo el pueblo de

Zuleta, su terreno es muy irregular y bastante húmedo y la vegetación es exuberante, los páramos se encuentran cubiertos de pajonales, que los habitantes utilizan como pasto para la cría de animales y para la construcción de vivienda. El clima es generalmente frío, tiene una altura de 2.800 a 3.890 metros sobre el nivel del mar y la temperatura oscila entre los 10° y 16°. En el sector se encuentran numerosas tolas artificiales (amontonamientos de tierras que cubren antiguas sepulturas).

Es de fácil acceso a través lo cual permitirá al cliente acceder a la empresa sin inconvenientes, se encuentra ubicada en una zona estratégica para la llegada los vehículos. Además facilita la entrada y salida de materias primas mismas que son importantes para el abastecimiento de nuestra microempresa.

A continuación se mencionan las condiciones más apropiadas para la ubicación de la microempresa mediante varios factores como los siguientes:

- **Posición estratégica:** ya que el producto que se ofrece en la comunidad de Zuleta es apreciado y al existir constantemente una feria el lugar escogido es el indicado.

- **Costo del suelo:** es aceptable debido a que hay personas que constantemente ofrecen sus predios y que van de acorde a los precios indicados para su venta.
- **Seguridad:** las organizaciones locales se encargan de salvaguardar la integridad de los bienes materiales así mismo seguridad privada que se implementa en el sector.
- **Disponibilidad de espacio físico:** el sitio donde se va a establecer la planta es amplio, seguro y además cuenta con espacio para ampliarnos si el caso lo amerita debido a que los productos cada vez son más conocidos a nivel local y también nacional.
- **Accesibilidad:** la planta cuenta con un amplio parqueadero tanto para clientes como para empleados de la misma.
- **Vías de comunicación:** la empresa se encuentra en una ubicación estratégica debido a su fácil accesibilidad vial puesto que las vías de acceso a comunidad de la Esperanza son las apropiadas.

#### 4.2 Vías de comunicación

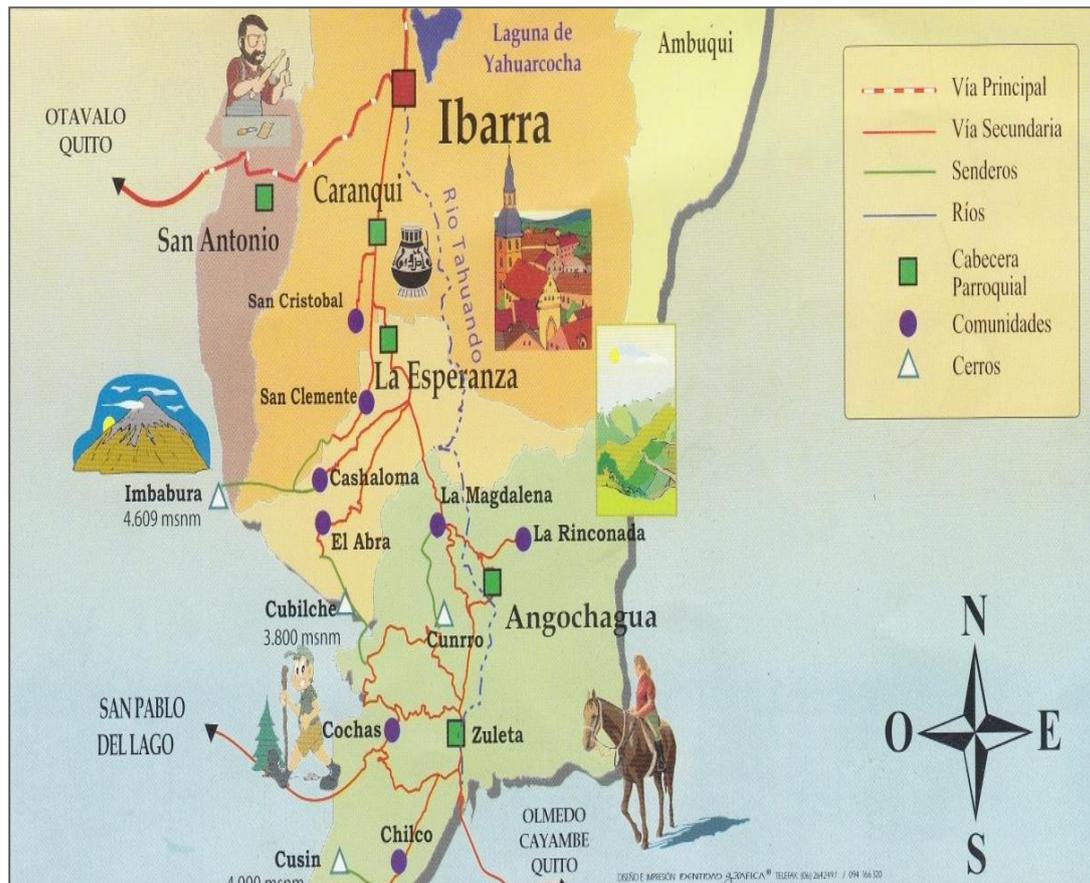
La comunidad de Zuleta se encuentra ubicada al sur de la ciudad de Ibarra, con un tiempo aproximado de medio hora de llegada, las vías de acceso son en su mayoría empedradas por lo cual, en la actualidad se necesita vías de acceso las cuales favorezcan a los visitantes, dinamizando el tiempo de llegada debido a que es importante la conexión que existe entre la ciudad y el sector.

A través del tiempo las vías no han mejorado mucho, siendo un inconveniente para el desarrollo de las microempresas ubicadas en este sector, las mismas que procuran que sus productos sean conocidos dentro y fuera de la provincia de Imbabura.

A continuación presentamos un cuadro en el cual se explica la ruta a seguir.

## Gráfico N° 30

### Vías de comunicación



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: El Autor

### 4.3 Disponibilidad de mano de obra

El análisis de este factor es significativo ya que permitirá que la organización acceda a mano de obra con altas capacidades en la confección y bordado de estas prendas de vestir. Existen personas las cuales tienen esta capacidad de elaborar estos bordados ya que de generación en generación se han ido transmitiendo, lo que se procura es que personas las cuales son aptas para esta actividad participen activamente en el desarrollo de la Zona y también mejorando las condiciones de vida de los mismos.

#### **4.4 Factor de materia prima**

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

La materia prima es importante y sobre todo indispensable para que la producción no se detenga, esto sería un problema en cuanto al crecimiento de nuestra microempresa, es por eso que se pretende optimizar recursos en cuando a la adquisición de la materia prima e insumos necesarios para la producción de nuestros bordados.

#### **4.5 Disponibilidad de servicios básicos**

Los servicios básicos son agentes que contribuyen significativamente al correcto desenvolvimiento de las actividades operativas del proyecto priorizando comodidad y minimización de costos.

La microempresa dispondrá de Energía eléctrica, Agua potable, Servicio telefónico, Alcantarillado, Alumbrado público, Recolección de basura, lo cual cubre con las necesidades básicas de las personas que vayan a contribuir a la producción de los bordados.

#### **4.6 Tamaño del proyecto**

Este pronóstico es indispensable para llegar a determinar los ingresos que generará la microempresa.

El proyecto prevé cubrir en un inicio un determinado porcentaje de nuestro mercado, ya que realizando un análisis de factores determinantes como son la mano de obra, materia prima, proveedores y competencia, lo que pretende nuestra microempresa es de a poco empezar

a posicionarse en el mercado con productos innovadores los cuales sean del agrado de nuestros clientes.

El tamaño tiene incidencia en el nivel de inversiones y costos, por un lado, y por otro, el nivel de operación que determinara los ingresos. Por lo tanto, el tamaño tiene incidencia en la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. Las conclusiones del Estudio de Mercado son la base para determinar el tamaño óptimo.

El del tamaño de un proyecto relaciona factores técnicos y económicos los mismos que se encuentran relacionados con el propósito de la óptima toma de decisiones y crecimiento de la microempresa; éstos condicionan la capacidad de uso, a continuación se mencionan algunos de los factores más importantes:

- La cuantía de la demanda
- La disponibilidad de los insumos
- La tecnología
- La capacidad financiera de los inversionistas
- La organización

Como se puede ver la determinación del tamaño del proyecto tiene mucho que ver con los factores que anteriormente se mencionan. Por lo mismo es necesario que se realice los respectivos análisis para determinar de cuanto sería el alcance de nuestro proyecto.

#### **4.7. Factores del tamaño del proyecto**

- **La demanda**

Es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse, en caso de que la demanda sea claramente superior a

dicho tamaño. Si el tamaño propuesto fuese igual a la demanda no se recomendaría llevar a cabo su ejecución puesto que sería muy riesgoso. Cuando la demanda es claramente superior al tamaño propuesto, este debe ser tal que solo se pretenda cubrir un bajo porcentaje de la demanda, normalmente no más de un 10%. Siempre y cuando haya mercado libre.

De acuerdo a la capacidad instalada y a la mano de obra existente en el sector de Zuleta y sus alrededores, nuestra microempresa realizará la producción anual cubrirá las expectativas para poder cubrir la demanda insatisfecha en cuanto a blusas y manteles.

#### - **Tecnología**

Para los procesos de producción que desarrollará el proyecto el factor tecnología es un implemento fundamental debido a las garantías de calidad que se ofrecerá, el volumen de producción y el derivado de la materia prima, sin olvidar los costos de producción en los que incurren.

Al comenzar nuestras operaciones se vio conveniente adquirir maquinarias las cuales mediante su funcionamiento puedan abastecer la demanda insatisfecha requerida por nuestros clientes paulatinamente se irán aumentando con la finalidad de ampliar nuestro mercado.

#### - **El financiamiento**

Para arrancar las operaciones de una unidad productiva debemos contar con un factor importante el cual es el capital con el cual se asumirán los gastos y costos necesarios para adquirirlos implementos que harán posible poner en funcionamiento el proyecto, mejorando considerablemente la calidad de vida de los habitantes del sector.

## **4.8 Procesos productivos**

Los procesos de producción que se requieren para confeccionar estas prendas de vestir están en función a los diagramas y planes definidos en el ámbito del presente proyecto, con la finalidad de que la producción cubra en términos económicos y financieros las inversiones iniciales del proyecto y costos de operación del mismo.

Mediante esta representación gráfica (diagrama de bloques) se puede interpretar los procesos de producción como un modelo que genera las etapas que componen el mismo.

A continuación se presenta el diagrama de bloques los cuales servirán para realizar los procesos para la producción de nuestros bordados, con el fin de tener un orden lógico para el óptimo funcionamiento de nuestra microempresa.

### **4.8.1 Descripción sistemática del proceso de producción**

- **Recepción de materia prima**

En esta etapa los criterios fundamentales de recepción de materia prima, serán los considerados con respecto a la calidad de los mismos como: textura de las telas, su color, ensamblaje y comportamiento una vez que la prenda sea utilizada por el cliente. Con la recepción de la materia prima es importante que nuestra microempresa este siempre abastecida de lo necesario para que no pare su producción.

- **Almacenamiento**

Para el almacenamiento de las diferentes telas, hilos, y otros insumos será necesario que se aplique normas de almacenamiento-apilamiento que rige para el sector textil. El material de las telas es un factor importante debido a que su fragilidad en cuanto a los factores externos,

los cuales pueden dañarla es por eso que se deberá mantenerla en una zona de almacenamiento con las condiciones climáticas adecuadas.

- **Trazar**

El trazado de la tela se realizara de acuerdo a los patrones de confección diseñados para los diferentes tipos y modelos de prendas. En el trazado se extenderá las telas en las mesas de trabajo y se procederá a dibujar los distintos elementos que forman parte de las prendas. Para el trazado se seguirá la normatividad técnica que establece el proceso de producción. Las medidas de confección dependerán de las necesidades y requerimientos de nuestros clientes en cuanto a la comodidad que nuestras prendas ofrezca.

- **Cortar**

Una vez efectuado el trazado se procederá a cortar los diferentes elementos que forman parte de las prendas. Para el cortado se utilizara tijeras convencionales las cuales empezarán a dar forma a nuestras diferentes prendas de vestir, para que tengamos una acogida la cual sea positiva se procurará realizar cortes que vayan de acuerdo con las necesidades de nuestros clientes.

- **Ensamblar**

A este proceso de producción corresponde las actividades de unir las diferentes piezas o elementos que constituyen la prenda, tomando en cuenta que la materia prima que nosotros vamos a utilizar es delicada es por eso que la unión de las piezas será importante para el producto final.

- **Dibujar el tipo de bordado**

Se procederá a dibujar los distintos bosquejos, figuras que tendrán los bordados a mano en las prendas. Para el bordado será recomendable utilizar agujas e hilo orlón o suizo en distintos colores y matices, mediante el estudio de mercado que realizamos en el tercer capítulo nos menciona que el diseño es uno de los factores más importantes en cuanto a la hora de realizar compras, es por eso que se procurará adaptare a los modelos y exigencias de nuestros clientes.

- **Lavar**

El proceso de lavar es importante porque se elimina las impurezas de fabricación que traen consigo las distintas telas e hilos y otros insumos que forman parte de estos artículos.

- **Secar**

El secado de las prendas se realizará de preferencia bajo sombra; para que no altere los colores iniciales de las telas e hilos utilizados en la confección.

- **Planchar**

El planchado es un proceso mediante el cual al aplicar una cierta presión y temperatura sobre las prendas se pretende dar firmeza, moldura y estética a las mismas. Para el planchado se deberá seguir las diferentes normas de seguridad tanto operativas como para el personal que ejecuta esta actividad.

- **Empacar**

Las prendas confeccionadas son empacadas mediante formas y maneras que exige el mercado local, el método mejor utilizado es el de apilamiento el cual sirve para que las texturas

de la tela no se arruguen debido a que las mismas estarán inmobilizadas hasta la hora de la venta a realizarse.

- **Atención al cliente**

El cliente es la fuente de vida de la microempresa por lo tanto debe recibir una atención esmerada, respetuosa y eficiente, para así captar su atención y la adquisición del producto. Los pasos que conllevan la atención del usuario son:

- El cliente solicita información sobre el producto
- A continuación se indica precios
- El cliente decide si adquiere o no el producto
- El usuario realiza el pedido
- Se firma convenio de requerimiento del producto
- Para finalizar se procede a cobrar el pedido

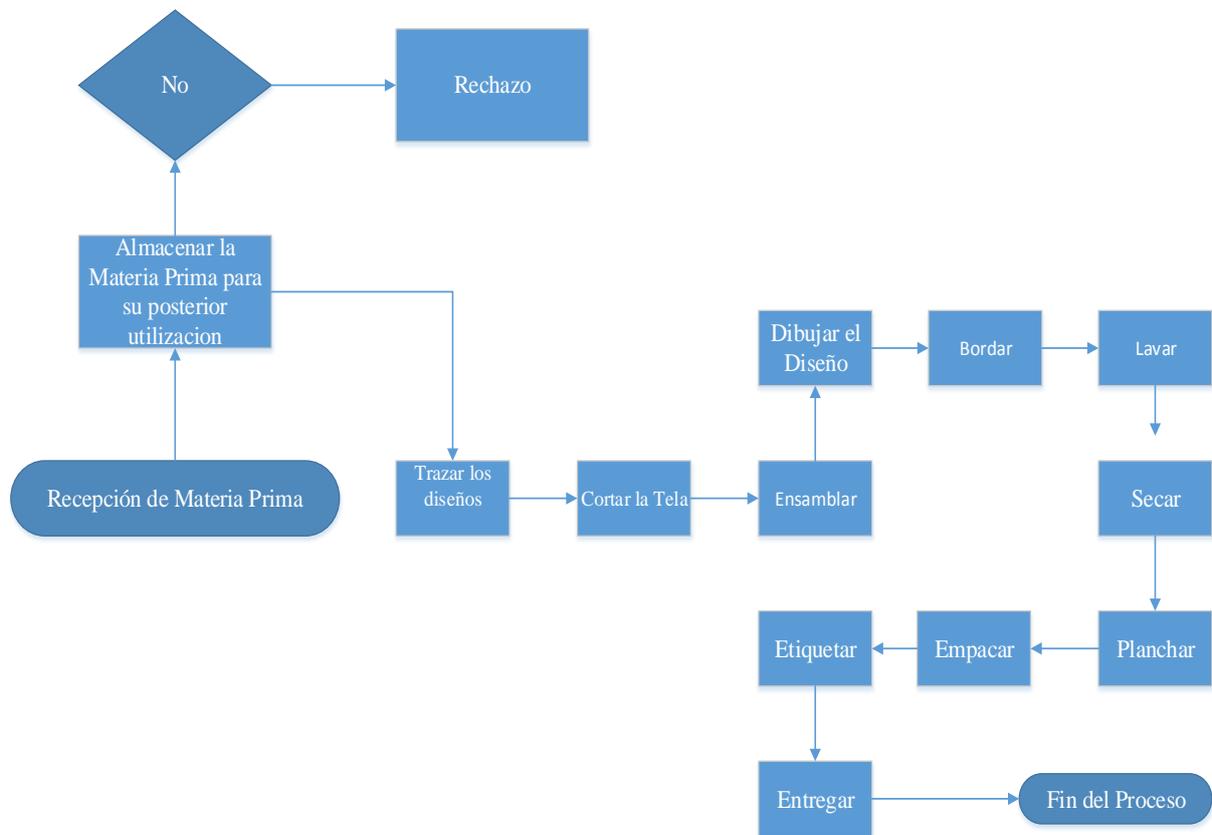
Una vez realizados estos pasos se procede en realizar el flujograma con la finalidad de tener más claros los procedimientos que vamos a realizar dentro de la microempresa.

Una buena atención al cliente es una de nuestras prioridades ya que si nos enfocamos en realizar un buen trabajo es posible que nuestros consumidores estén complacidos nos solo con nuestros productos sino también con la apertura que les demos.

A continuación se presenta el Diagrama de Procesos Productivos:

Gráfico N° 31

## Diagrama de procesos productivos

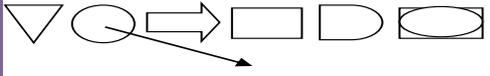
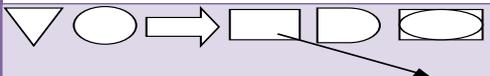
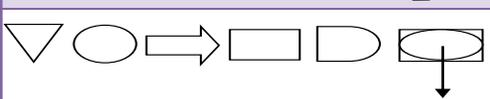


**Fuente:** Diagrama de procesos productivos  
**Elaborado:** El Autor

## CURSO GRAMA ANALÍTICO DE ACTIVIDADES

## Gráfico N° 32

## Plantilla para la producción y comercialización de bordados

DISEÑO DE PLANTILLA PARA PRODUCCIÓN DE BORDADOS			
SIMBOLOGÍA	Nº	LISTADO DE ACTIVIDADES	TIEMPO ESTIMADO MINUTOS / HORAS
	A	Recepción de la materia prima	0.30
	B	Control de materia prima	0.25
	C	Cortar, bordar, dibujar, ensamblar, lavar, secar	0.55
	D	Empacar	0.30
	E	Etiquetado	0.35
	F	Producto final y embodegado	0.25
		<b>TOTAL EN HORAS</b>	<b>2</b>

Fuente: Diagrama de procesos productivos

Elaborado: El Autor

#### 4.9. Obras civiles

El Terreno constará de 300 metros cuadrados el mismo que tendrá un valor de 25,000 dólares el mismo que tendrán distribuidas las diferentes áreas las cuales servirán para la producción y comercialización de nuestros bordados.

##### ➤ Áreas productivas

Área productiva de la empresa es un espacio se ha distribuido con el fin de brindar comodidad a cada uno de los empleados, adecuándolos con todos los requerimientos para que cumplan con su trabajo de manera oportuna.

## ➤ **Características constructivas**

Los ambientes físicos estarán sujetos a las condiciones técnicas del proceso productivo y a las normas municipales del cantón Ibarra en cuanto a su reglamentación de patente de funcionamiento y ambiental.

Todas las áreas destinadas a la confección de prendas tendrán los requerimientos que se exige para este tipo de actividad económica en los referente a alturas, tipo de paredes o mampostería, pisos, ingresos de luz directa y ventilación.

### **a. Estructura**

La estructura que tendrá la construcción civil del proyecto es en hormigón armado, basado en columnas localizadas de forma que permitan un soporte estructural adecuado, de acuerdo a las normas técnicas.

Los materiales utilizados acero de refuerzo o hierro y hormigón para columnas, vigas superiores, cadenas inferiores y superiores de acuerdo al diseño estructural.

### **b. Pisos o pavimentos**

El piso será de hormigón simple, se recubrirá con cerámica antideslizante para su fácil limpieza y seguridad del personal en sus operaciones.

### **c. Paredes**

Las paredes serán de ladrillo, revestidos por mortero de cemento gris y arena. Se colocara barrederas de cerámica y su textura pintado de color blanco.

**d. Puertas y ventanas**

Deberán cerrar herméticamente y estarán provistos de dispositivos especiales para evitar la introducción de insectos, roedores, aire contaminado por automotores y sobre todo tomando en cuenta la contaminación auditiva que esto ocasionaría.

**e. Cubierta**

La cubierta será de losa, hormigón simple, con la finalidad de mantener un adecuado equilibrio en la temperatura y humedad relativa en los ambientes físicos del área de producción.

**f. Las instalaciones hidrosanitarias**

Serán acordes a los parámetros que establecen las Normas INEM respecto a estos locales.

**g. Condiciones técnicas del punto de venta**

- Adecuada separación entre los mostradores y las paredes para un fácil acceso de los clientes y permitan una mejor exhibición de los artículos.
- El piso del local será de hormigón simple y revestido de cerámica de preferencia blanca.
- Sus paredes serán pintadas de colores acogedores, lo que permitirá tener belleza estética.

**4.10. Distribución de la planta****4.10.1. Área de administración:**

Esta área es donde nosotros contaremos con todo lo necesario para poder administrar los diferentes recursos con los que contará la empresa como por ejemplo la recepción de la

materia prima, insumos, proveedores mismos que serán manejados de una forma prioritaria ya que los que buscamos como microempresa es obtener utilidades.

#### **4.10.2. Área de producción**

El área de producción será donde nosotros pongamos en marcha nuestra producción en cuanto a ensamblar, cortar, planchar, bordar, estampar, almacenamiento a continuación se detallan:

#### **4.10.3. Bordado**

Aquí estarán ubicadas cuatro máquinas bordadoras con las que nosotros realizaremos el trabajo.

#### **4.10.4. Estampado**

Esta área de servicio de estampado tendrá una extensión de 3 estampadoras las cuales servirán para realizar las actividades de nuestra microempresa.

#### **4.10.5. Cortado y trazado**

Esta área es importante ya que la misma contará con las herramientas oportunas para el corte y en cuanto al trazado se procurará que mediante los moldes el trabajo se dinamice para que de esta forma el factor tiempo no esté en contra de nosotros.

#### **4.10.6. Cosido**

El área de cosido contará de 3 máquinas bordadoras las cuales dinamizaran la producción de nuestros bordados, en esta área se procurará que los moldes los cuales servirán

para nuestras prendas sea el más óptimo con la finalidad de que los productos en confección sean los ideales para la venta.

#### **4.10.7. Área de empaçado y almacenamiento:**

Se procurará que las prendas de vestir y los manteles se mantengan en un ambiente fresco es decir que la temperatura no exceda ya que la tela, y el bordado tienden a dañarse a través del contacto con el calor.

#### **4.10.8. Área de ventas:**

En esta área lo que se procurará es hacer conocer nuestro productos a nuestros clientes los cuales como ya se mencionó antes anteriormente tendremos cada 15 días un exposición de los diferentes bordados que nosotros tenemos, realizando también una correcta atención al cliente para que ellos vean que el producto y la atención son nuestra prioridad a la hora de realizar ventas directas.

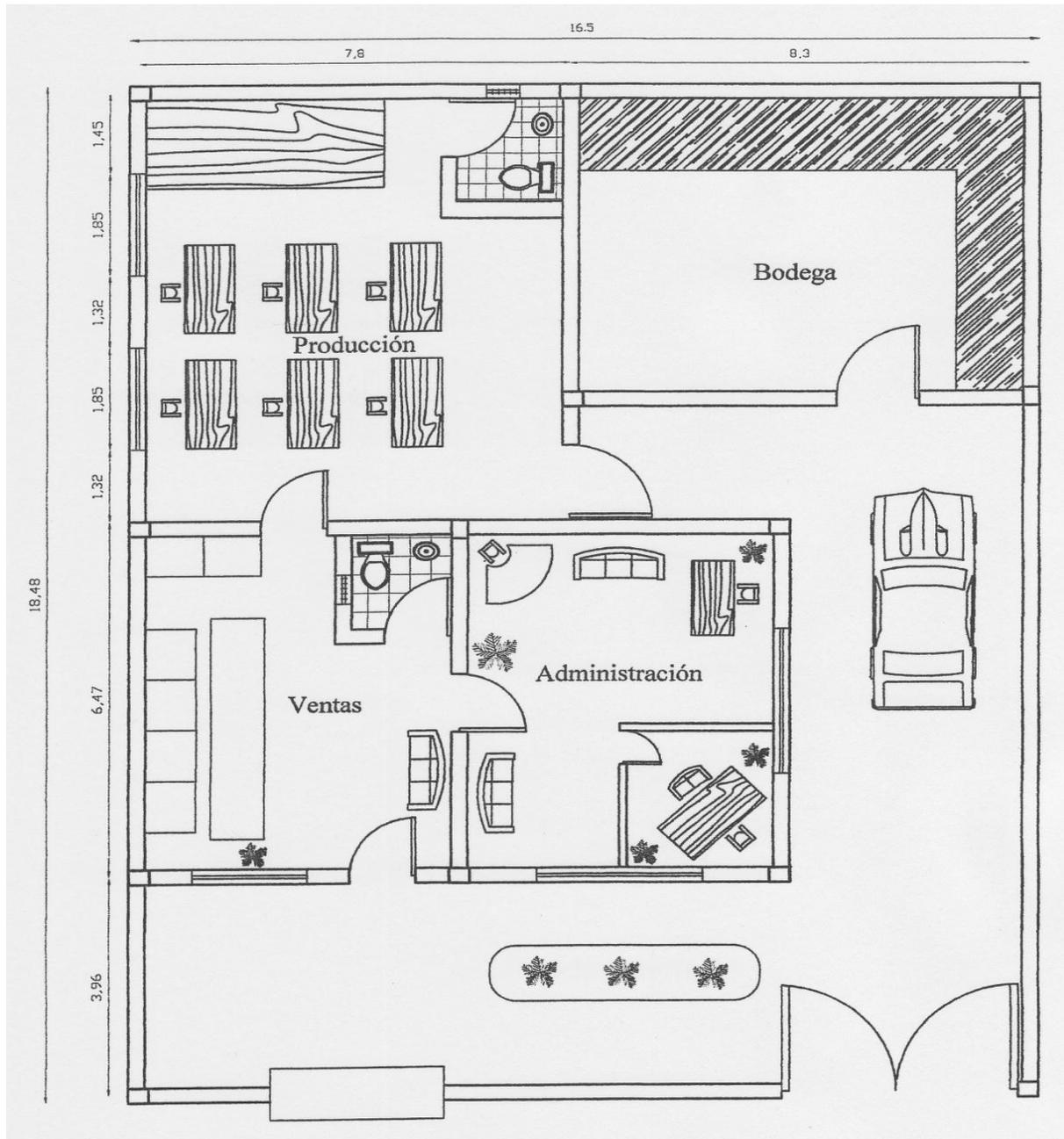
#### **4.10.9. Bodega:**

Este será un espacio adecuado especialmente para guardar nuestra mercadería con el fin de que no se estropee, los diferentes factores que pueden dañar nuestro producto son: la humedad y el calor por lo cual el método que utilizaremos es el de apilamiento esto mejorará el tiempo del planchado en las camisas y los manteles.

#### 4.11 Distribución física de la planta

Gráfico N° 33

#### Distribución física de la planta



Fuente: Investigación Profesional  
Elaborado: El Autor

## 4.12 Presupuesto técnico

### 4.12.1. Terreno

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno aproximadamente de 300 m<sup>2</sup>, el mismo que está evaluado en 25.000 dólares, por lo que el metro cuadrado, el mismo que es un factor determinante para la puesta en marcha de nuestro proyecto.

**Cuadro N° 41**

#### Terreno

CONCEPTO	m <sup>2</sup>	COSTO EN USD
Terreno	300	25.000,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

## 4.13 Infraestructura - Edificio

### 4.13.1. Descripción del área de producción:

El área de producción es el motor de nuestra microempresa por lo mismo se ha tomado en cuenta la importancia de la misma, para la realización de nuestros bordados a continuación se menciona como estará distribuida el área.

**Cuadro N° 42**

#### Descripción del área de producción:

ÁREA	m <sup>2</sup>	COSTO EN USD
ÁREA DE PRODUCCIÓN	50,00	17.500,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

#### 4.13.2. Descripción del área administrativa

**Cuadro N° 43**

##### Descripción del área administrativa

ÁREA ADMINISTRATIVA	6,00	2.100,00
------------------------	------	----------

Fuente: Investigación directa  
Elaborado: El Autor

#### 4.13.3. Descripción del área de ventas

**Cuadro N° 44**

##### Descripción del área de ventas

ÁREA DE VENTAS	6,00	2.100,00
-------------------	------	----------

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado: El Autor

#### 4.14. Resumen de edificio

**Cuadro N° 45**

##### Resumen de edificio

ÁREA	m2	COSTO EN USD
ÁREA DE PRODUCCIÓN	50,00	17.500,00
ÁREA ADMINISTRATIVA	6,00	2.100,00
ÁREA DE VENTAS	6,00	2.100,00
TOTAL	62,00	21.700,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado: El Autor

#### 4.15. Maquinaria y equipo

La maquinaria y equipo necesaria para la producción de bordados, es un factor determinante para que nosotros podamos comenzar las actividades productivas de nuestra empresa tales como maquinas las bordadoras, estampadoras y cortadoras en el área de producción, a continuación se detalla en el siguiente cuadro.

**Cuadro N° 46**

#### Maquinaria y equipo

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ÁREA DE PRODUCCIÓN	Máquina de Bordados	4	600,00	2.400,00
	Máquina Cortadora	4	350,00	1.400,00
	Máquina Estampadora	4	500,00	2.000,00
	Herramienta Menor	4	250,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>6.800,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

#### 4.16. Muebles y enseres

**Cuadro N° 47**

#### Muebles y enseres

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ÁREA DE PRODUCCIÓN	Mesas de Corte	4	300,00	1.200,00
	Sillas	7	7,00	49,00
	Estanterías	3	75,00	225,00
ÁREA ADMINISTRATIVA	Silla Giratoria	1	40,00	40,00
	Archivador	1	99,00	99,00
	Escritorio	1	120,00	120,00
	Pizarrón	1	40,00	40,00
	Mesa de Reunión	1	100,00	100,00
ÁREA DE VENTAS	Escritorio	1	120,00	120,00
	Silla Giratoria	1	40,00	40,00
	Archivador	1	99,00	99,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.132,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

#### 4.17. Equipos de oficina

**Cuadro N° 48**

#### Equipos de oficina

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA	Perforadora	1	3,50	3,50
	Grapadora	1	3,50	3,50
	Saca Grapas	1	1,50	1,50
	Guillotina	1	10,00	10,00
	Porta papel	1	7,00	7,00
	Teléfono	1	50,00	50,00
	Sumadora	1	30,00	30,00
ÁREA DE VENTAS	Perforadora	1	3,50	3,50
	Grapadora	1	3,50	3,50
	Saca Grapas	1	1,50	1,50
	Porta papel	1	7,00	7,00
	Sumadora	1	30,00	30,00
	Teléfono	1	50,00	50,00
<b>TOTAL</b>				201,00

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado:** El Autor

#### 4.18. Equipo de computación

**Cuadro N° 49**

#### Equipo de computación

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA	Computador	1	695,20	695,20
	Impresora Samsung Laser	1	74,25	74,25
	EPSON MATRICIAL LX-300+II	1	225,00	225,00
<b>TOTAL</b>				994,45

**Fuente:** Investigación directa

**Elaborado:** El Autor

## 4.19. Suministros de oficina

Cuadro N° 50

## Suministros de oficina

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ÁREA ADMINISTRATIVA	Lápiz	3	0,17	0,50	5,94
	Resma de papel bond A4 75 gr.	2	3,38	6,76	81,12
	Bolígrafos Bic pm	2	0,21	0,42	5,04
	Marcador de tiza líquida	1	0,63	0,63	7,50
	Corrector líquido en bolígrafo	1	0,65	0,65	7,82
	Juego separador alfabético de papel	1	0,80	0,80	9,54
	Borrador de queso	1	0,16	0,16	1,93
	Caja de clips	1	0,21	0,21	2,46
	Caja de grapas 26/6 x 5000u	1	0,73	0,73	8,78
	Archivador oficio lomo 8	2	1,64	3,29	39,43
ÁREA DE VENTAS	Lápiz	2	0,17	0,33	3,96
	Borrador de queso	1	0,16	0,16	1,93
	Bolígrafos Bic pm	1	0,21	0,21	2,52
	Resma de papel bond A4 75 gr.	1	3,38	3,38	40,56
	Portacatálogos A4 x 30h	1	2,02	2,02	24,22
	Carpeta de cartón s/v	1	0,15	0,15	1,82
<b>TOTAL</b>				<b>11,93</b>	<b>143,16</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

## 4.20. Requerimiento de talento humano

Cuadro N° 51

## Requerimiento de talento humano

REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO								
ÁREA	Descripción	Personal	Sueldo Básico Unificado	IESS	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Fondos de Reserva	Total
ÁREA DE PRODUCCIÓN	Trabajadores	5	354,00	43,01	29,50	28,33		2.198,88
ÁREA ADMINISTRATIVA	Gerente - Contador	1	600,00	72,90	50,00	28,33		751,23
ÁREA DE VENTAS	Vendedor	2	400,00	48,60	33,33	28,33		875,95
<b>TOTAL</b>		<b>8</b>	<b>1.200,00</b>	<b>155,52</b>	<b>106,67</b>	<b>84,99</b>		<b>3.817,06</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

#### 4.21. Requerimiento materia prima

Cuadro N° 52

#### Requerimiento materia prima

Descripción	Por Metro Blusas	Por Metro Manteles	TOTAL
Cantidad	3.949	5.970	9.920
Precio	\$ 4,00	\$ 5,00	
<b>TOTAL</b>	15.798	29.852	45.650

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

#### 4.22 Inversión a diferirse

Cuadro N° 53

#### Inversión a diferirse

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Estudios de Factibilidad e Ingeniería	400,00
Asesoría Legal (Constitución)	650,00
Gastos Preoperativos	740,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.790,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

#### 4.23 Capital de trabajo e inversión diferida

Cuadro N° 54

#### Capital de trabajo e inversión diferida

CAPITAL DE TRABAJO E INVERSIÓN DIFERIDA	
Detalle	Valor
Materia Prima Directa	5.500,16
Mano de Obra Directa	2.189,89
Costos Indirectos de Fabricación	343,71
Gastos Administrativos	2.446,57
Gastos de Venta	812,97
<b>TOTAL</b>	<b>11.293,30</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

#### 4.24. Inversión total

Cuadro N° 55

#### Inversión total

<b>ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Propiedad Planta y Equipo	56.827,45
Activos Diferidos	1.790,00
Capital de Trabajo	11.293,30
<b>TOTAL</b>	<b>69.910,75</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: El Autor

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se realizará un análisis minucioso de las inversiones requeridas, los ingresos a obtenerse, los gastos y flujos de efectivo, proyectados para cinco años de funcionamiento de la microempresa.

Además se formularán los estados financieros proforma, los indicadores más importantes tales como la TIR Y EL VAN, con el fin de orientar la gestión contable financiera y, finalmente, se procederá al cálculo de los evaluadores financieros del Proyecto, con la finalidad de determinar su factibilidad.

#### 5.1 Inversión del proyecto

La inversión requerida para nuestro proyecto está detallada en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 56**

#### **Inversión del proyecto**

<b>ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Propiedad Planta y Equipo	56.827,45
Activos Diferidos	1.790,00
Capital de Trabajo	11.293,30
<b>TOTAL</b>	<b>69.910,75</b>

Fuente: Estudio Técnico- Financiero

Elaborado: Autor

Como anteriormente se mencionó en el Capítulo IV parte de nuestra inversión total será financiada con una entidad financiera la cual apoye al crecimiento de las Microempresas.

## 5.2. Financiamiento de la inversión

Cuadro N° 57

### Estructura del financiamiento

<b>ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Aporte Socios	42.809,75
Inversión Financiada	27.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>69.910,75</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: El Autor

## 5.3 Inversión fija

La inversión fija para la empresa, constará básicamente de los activos fijos necesarios para el desarrollo de las actividades los mismos que serán de motor inicial para el funcionamiento de la microempresa y que a continuación se detallan.

### 5.3.1 Terrero

Para iniciar las actividades de la empresa, se ha visto necesario adquirir un espacio físico el cual debe ser adecuado de forma necesaria para el funcionamiento de nuestra microempresa, cabe recalcar que en el sector de Zuleta si cuenta con una plaza la cual los fines de semana se llevan a cabo diferentes exposiciones de prendas de vestir.

**Cuadro N° 58****Terreno**

CONCEPTO	m2	COSTO EN USD
Terreno	300	25.000,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

**5.3.2. Edificación**

En cuanto a la Edificación la microempresa constará con tres áreas: Producción, Administrativa y Ventas:

**Cuadro N° 59****Edificación**

ÁREA	m2	COSTO EN USD
ÁREA DE PRODUCCIÓN	50,00	17.500,00
ÁREA ADMINISTRATIVA	6,00	2.100,00
ÁREA DE VENTAS	6,00	2.100,00
TOTAL	62,00	21.700,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: El Autor

**5.3.3 Maquinaria y equipo**

La maquinaria y el equipo que se utilizará para dinamizar el tiempo en el cual nosotros llevemos a cabo la producción de los diferentes productos que nosotros vamos a ofertar.

A continuación se detalla en el cuadro:

**Cuadro N° 60**  
**Maquinaria y equipo**

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ÁREA DE PRODUCCIÓN	Máquina de Bordados	4	600,00	2.400,00
	Máquina Cortadora	4	350,00	1.400,00
	Máquina Estampadora	4	500,00	2.000,00
	Herramienta Menor	4	250,00	1.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>6.800,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

### 5.3.4 Muebles y enseres

Los muebles y enseres necesarios para el desarrollo de las actividades de la microempresa, se describen a continuación:

**Cuadro N° 61**  
**Muebles y enseres**

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ÁREA DE PRODUCCIÓN	Mesas de Corte	4	300,00	1.200,00
	Sillas	7	7,00	49,00
	Estanterías	3	75,00	225,00
ÁREA ADMINISTRATIVA	Silla Giratoria	1	40,00	40,00
	Archivador	1	99,00	99,00
	Escritorio	1	120,00	120,00
	Pizarrón	1	40,00	40,00
	Mesa de Reunión	1	100,00	100,00
ÁREA DE VENTAS	Escritorio	1	120,00	120,00
	Silla Giratoria	1	40,00	40,00
	Archivador	1	99,00	99,00
<b>TOTAL</b>				<b>2.132,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

### 5.3.5 Equipo de computación

El equipo de computación es necesario para tener un registro en cuanto a las actividades que se realizan en nuestra microempresa a continuación se detallan en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 62****Equipo de computación**

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA	Computador	1	695,20	695,20
	Impresora Samsung Laser	1	74,25	74,25
	EPSON MATRICIAL LX-300+II	1	225,00	225,00
<b>TOTAL</b>				994,45

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Autor

**5.3.6. Equipos de oficina****Cuadro N° 63****Equipos de oficina**

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA	Perforadora	1	3,50	3,50
	Grapadora	1	3,50	3,50
	Saca Grapas	1	1,50	1,50
	Guillotina	1	10,00	10,00
	Porta papel	1	7,00	7,00
	Teléfono	1	50,00	50,00
	Sumadora	1	30,00	30,00
ÁREA DE VENTAS	Perforadora	1	3,50	3,50
	Grapadora	1	3,50	3,50
	Saca Grapas	1	1,50	1,50
	Porta papel	1	7,00	7,00
	Sumadora	1	30,00	30,00
	Teléfono	1	50,00	50,00
<b>TOTAL</b>				201,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: El Autor

**Cuadro N° 64****Resumen de activos fijos**

<b>Resumen de Activos Fijos</b>	
Terreno	25.000,00
Infraestructura	21.700,00
Maquinaria y Equipo	6.800,00
Muebles y Enseres	2.132,00
Equipo de Computación	994,45
Equipo de Oficina	201,00
<b>Total</b>	<b>56.827,45</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: Autor

**5.4 Inversión diferida**

La Inversión diferida lo constituye los gastos de constitución en otras palabras son aquellos que detallan los gastos de constitución de la microempresa.

A continuación se detalla el total de gastos.

**Cuadro N° 65****Inversión diferida**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Estudios de Factibilidad e Ingeniería	400,00
Asesoría Legal (Constitución)	650,00
Gastos Preoperativos	740,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.790,00</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: El Autor

## 5.5 Capital de trabajo

Cuadro N° 66

### Capital de trabajo e inversión diferida

CAPITAL DE TRABAJO E INVERSIÓN DIFERIDA	
Detalle	Valor
Materia Prima Directa	5.500,16
Mano de Obra Directa	2.189,89
Costos Indirectos de Fabricación	343,71
Gastos Administrativos	2.446,57
Gastos de Venta	812,97
<b>TOTAL</b>	<b>11.293,30</b>

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado: El Autor

## 5.6 Ingresos

Son los ingresos que la empresa obtendrá por la venta que nosotros realicemos de las diferentes prendas de vestir.

### 5.6.1 Proyección de los ingresos

Para el presupuesto de costos y gastos se presentan los rubros que deberán utilizarse para el funcionamiento de la microempresa a partir del primer período operativo. En cada año se justifica el gasto, el cual está presupuestado para cada período el cual es de 5.

Cabe recalcar que para realizar el cálculo de estos valores se los realizo en base a investigación efectuada de forma directa, los precios que se utilizaron para las proyecciones son de 12, 15, 20 en lo que se refiere a las blusas, y manteles con un precio de 75 dólares.

Para determinar correctamente los precios y el nivel de ingresos es necesario especificar varias consideraciones las cuales son de interés como por ejemplo en los siguientes cuadros se especifica la cantidad de prendas mediante una producción del 85 %, cabe recalcar que se

encuentran calculados con una tasa inflacionaria del 4,2 % tomada del Banco Central del Ecuador:

### Cuadro N° 67

#### Oferta y demanda de blusas con capacidad de 85 %

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DÉFICIT DE OFERTA	CAPACIDAD DEL 85% DE PRODUCCIÓN
2010	2109	7031	4.922	4.184
2011	2173	7143	4.970	4.225
2012	2239	7257	5.018	4.265
2013	2307	7373	5.066	4.306
2014	2377	7490	5.113	4.346

Fuente: Análisis de la Oferta y Demanda

Elaborado: El Autor

Con el cuadro anterior se realizó la producción de blusas, mediante una operación matemática que consiste en multiplicar la capacidad de producción del 85 % y el % de producción obteniendo los datos para los años posteriores.

### Cuadro N° 68

#### Producción de blusas

PRODUCCIÓN DEL PROYECTO (BLUSAS)							
PRODUCTO	% PRODUCCIÓN	PRECIO VTA	2015	2016	2017	2018	2019
Talla S	0,2000	16,00	837	845	853	861	869
Talla M	0,6000	18,00	2.510	2.535	2.559	2.584	2.608
Talla XL	0,2000	20,00	837	845	853	861	869
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>4.922</b>	<b>4.970</b>	<b>5.018</b>	<b>5.066</b>	<b>5.113</b>

Fuente: Producción de blusas

Elaborado: El Autor

En cuanto a la producción de manteles se tomaron las mismas consideraciones que con las blusas, a continuación se presenta el cuadro:

**Cuadro N° 69****Oferta y demanda de manteles**

<b>AÑOS</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>DÉFICIT DE OFERTA</b>	<b>CAPACIDAD DEL 85% DE PRODUCCIÓN</b>
2010	291	2047	1.756	1.493
2011	294	2079	1.785	1.517
2012	297	2112	1.815	1.543
2013	301	2146	1.845	1.568
2014	305	2180	1.875	1.594

**Fuente:** Análisis de la Oferta y Demanda de manteles

**Elaborado:** El Autor

**Cuadro N° 70****Producción de manteles**

<b>PRODUCCIÓN DEL PROYECTO (MANTELES)</b>							
<b>PRODUCTO</b>	<b>% PRODUCCIÓN</b>	<b>PRECIO VTA</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Manteles	1,0000	75,00	1.493	1.517	1.543	1.568	1.594
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>1.493</b>	<b>1.517</b>	<b>1.543</b>	<b>1.568</b>	<b>1.594</b>

**Fuente:** Producción de manteles

**Elaborado:** El Autor

Una vez proyectados los precios tanto para blusas como manteles es necesario especificar que el proyecto es factible realizarlo, la capacidad que tenemos para nuestros dos productos es la ideal, para cada año de producción es necesario dividirlo para 12 meses teniendo las unidades reales que iremos a producir.

## Cuadro N° 71

## Blusas y manteles

DETALLE	MEDIDA	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2019	AÑO 2019
BLUSAS TALLA S	UNIDADESAL MES	70	70	71	72	72
PRECIO	POR UNIDAD	12	12,5	13,03	13,58	14,15
INGRESO MENSUAL	USD	840	875	925,13	977,76	1.018,80
PERIODO	MESES	12	12	12	12	12
TOTAL ANUAL	USD	10.080,00	10.500,00	11.101,56	11.733,12	12.225,60
BLUSAS TALLA M	UNIDADES	209	211	213	215	217
PRECIO	POR UNIDAD	15	15,63	16,29	16,97	17,68
INGRESO MENSUAL	USD	3.135,00	3.297,93	3.469,77	3.648,55	3.836,56
12 MESES	MESES	12	12	12	12	12
TOTAL	USD	37.620,00	39.575,16	41.637,24	43.782,60	46.038,72
BLUSAS TALLA XL	UNIDADES	70	70	71	72	72
PRECIO	POR UNIDAD	20	20,84	21,72	22,63	23,58
INGRESO MENSUAL	USD	1.400,00	1.458,80	1.542,12	1.629,36	1.697,76
12 MESES	MESES	12	12	12	12	12
TOTAL	USD	16.800,00	17.505,60	18.505,44	19.552,32	20.373,12
MANTELES	UNIDADES	124	126	129	131	133
PRECIO	POR UNIDAD	75	78,15	81,43	84,85	88,42
INGRESO MENSUAL	USD	9.300,00	9.846,90	10.504,47	11.115,35	11.759,86
12 MESES	MESES	12	12	12	12	12
TOTAL	USD	111.600,00	118.162,80	126.053,64	133.384,20	141.118,32
TOTAL INGRESOS	USD	176.100,00	185.743,56	197.297,88	208.452,24	219.755,76

DETALLE	MEDIDA	2015	2016	2017	2018	2019
TELA						
BLUSAS TALLA S	METROS	58,8	58,8	59,64	60,48	60,48
COSTO UNITARIO	POR METRO	4	4,17	4,34	4,53	4,72
COSTO MENSUAL	USD	235,2	245,2	258,84	273,97	285,47
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.822,40	2.942,35	3.106,05	3.287,69	3.425,59
BLUSAS TALLA M	METROS	190,19	192,01	193,83	195,65	197,47
COSTO UNITARIO	POR METRO	4	4,17	4,34	4,53	4,72
COSTO MENSUAL	USD	760,76	800,68	841,22	886,29	932,06
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	9.129,12	9.608,18	10.094,67	10.635,53	11.184,70
BLUSAS TALLA XL	METROS	80,5	80,5	81,65	82,8	82,8
COSTO UNITARIO	POR METRO	4	4,17	4,34	4,53	4,72
COSTO MENSUAL	USD	322	335,69	354,36	375,08	390,82
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	3.864,00	4.028,22	4.252,33	4.501,01	4.689,79

MANTELES	METROS	496	504	516	524	532
COSTO UNITARIO	POR METRO	5	5,21	5,43	5,66	5,89
COSTO MENSUAL	USD	2.480,00	2.625,84	2.801,88	2.965,84	3.133,48
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	29.760,00	31.510,08	33.622,56	35.590,08	37.601,76
<b>HILOS</b>						
BLUSAS TALLA S	CONOS DE HILO	33	33	34	34	34
COSTO UNITARIO	POR CONO	2,1	2,19	2,28	2,38	2,48
COSTO MENSUAL	USD	69,3	72,27	77,52	80,92	84,32
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	831,6	867,24	930,24	971,04	1.011,84
BLUSAS TALLA M	CONOS DE HILO	100	101	102	103	104
COSTO UNITARIO	POR CONO	2,1	2,19	2,28	2,38	2,48
COSTO MENSUAL	USD	210	221,19	232,56	245,14	257,92
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.520,00	2.654,28	2.790,72	2.941,68	3.095,04
BLUSAS TALLA XL	CONOS DE HILO	33	33	34	34	34
COSTO UNITARIO	POR CONO	2,1	2,19	2,28	2,38	2,48
COSTO MENSUAL	USD	69,3	72,27	77,52	80,92	84,32
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	831,6	867,24	930,24	971,04	1.011,84
MANTELES	CONOS DE HILO	146	148	152	154	156
COSTO UNITARIO	POR CONO	2,1	2,19	2,28	2,38	2,48
COSTO MENSUAL	USD	306,6	324,12	346,56	366,52	386,88
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	3.679,20	3.889,44	4.158,72	4.398,24	4.642,56
<b>BOTONES</b>						
BLUSAS TALLA S	BOTONES	840	840	852	864	864
COSTO UNITARIO	POR BOTONES	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
COSTO MENSUAL	USD	210	218,4	230,04	241,92	250,56
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.520,00	2.620,80	2.760,48	2.903,04	3.006,72
BLUSAS TALLA M	OJALA	2.508	2.532	2.556	2.580	2.604
COSTO UNITARIO	POR OJAL	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
COSTO MENSUAL	USD	627	658,32	690,12	722,4	755,16
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	7.524,00	7.899,84	8.281,44	8.668,80	9.061,92
BLUSAS TALLA XL	OJALA	840	840	852	864	864
COSTO UNITARIO	POR OJAL	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
COSTO MENSUAL	USD	210	218,4	230,04	241,92	250,56
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.520,00	2.620,80	2.760,48	2.903,04	3.006,72
TOTAL COSTOS MATERIA PRIMA		66.001,92	69.508,47	73.687,93	77.771,19	81.738,48

**Fuente:** Producción de blusas y manteles

**Elaborado:** El Autor

## **5.7. Egresos**

Los egresos son los valores que se pagarán por costos y gastos necesarios para la ejecución del proyecto a continuación se detallan:

### **5.7.1 Costos de producción**

En cuanto se refiere a los costos de producción estará conformado por materia prima, mano de obra y los gastos generales de producción los cuales están detallados a continuación:

### **5.7.2. Materia prima**

Para determinar la adquisición de la materia prima se tomó en cuenta, que cantidad se necesita para la venta, el precio de la materia prima se determinó en base a precios reales para nuestro producto.

Mediante la tasa de inflación del 4,2 % se pudo determinar los precios para las diferentes prendas, mismos que a través de investigación directa se obtuvieron valores, y los metros necesarios para las diferentes tallas de ropa.

Como podemos ver para cada producto que nosotros vamos producir utilizaremos las cantidades que en el cuadro se está especificando.

Para obtener los datos de cada uno de ellos es necesario multiplicar la cantidad de unidades a producirse las mismas que se encuentran especificadas en el cuadro de los ingresos por la cantidad en centímetros necesaria para obtener los datos reales.

**Cuadro N° 72****Cantidad de materia prima – Tela**

PRODUCTO	MATERIA PRIMA		METRO
	PRECIO POR CM	CANTIDAD POR CM	
Talla S	4,00	84	100
Talla M	4,00	91	
Talla XL	4,00	115	
Manteles	5,00	400	

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado:** El Autor

Para determinar la cantidad de hilo que se necesitará es necesario especificar que por cada blusa es se emplean 122 metros de hilo necesario, para la confección completa de cada una de las prendas a elaborar.

A continuación se presenta el cuadro de la producción de blusas y manteles.

**Cuadro N° 73****Producción anual de blusas y manteles**

Produccion Anual					
Talla S	70	70	71	72	72
Talla M	209	211	213	215	217
Talla XL	70	70	71	72	72
Manteles	124	126	129	131	133

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado:** El Autor

**Cuadro N° 74****Cantidad de hilo en metros**

Metros					
Talla S	8540	8540	8662	8784	8784
Talla M	25498	25742	25986	26230	26474
Talla XL	8540	8540	8662	8784	8784
Manteles	15128	15372	15738	15982	16226

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado:** El Autor

Considerando que las microempresas dedicadas a esta actividad utilizan carretes o conos de hilo se consideró mediante investigación directa se dedujo que hay 255,13 metros en cada uno.

**Cuadro N° 75****Cantidad de hilo en carretes**

Carretes					
Talla S	33	33	34	34	34
Talla M	100	101	102	103	104
Talla XL	33	33	34	34	34
Manteles	59	60	62	63	64

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado:** El Autor

## Cuadro N° 76

## Materia prima

DETALLE	MEDIDA	2015	2016	2017	2018	2019
TELA						
BLUSAS TALLA S	METROS	58,8	58,8	59,64	60,48	60,48
COSTO UNITARIO	POR METRO	4	4,17	4,34	4,53	4,72
COSTO MENSUAL	USD	235,2	245,2	258,84	273,97	285,47
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.822,40	2.942,35	3.106,05	3.287,69	3.425,59
BLUSAS TALLA M	METROS	190,19	192,01	193,83	195,65	197,47
COSTO UNITARIO	POR METRO	4	4,17	4,34	4,53	4,72
COSTO MENSUAL	USD	760,76	800,68	841,22	886,29	932,06
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	9.129,12	9.608,18	10.094,67	10.635,53	11.184,70
BLUSAS TALLA XL	METROS	80,5	80,5	81,65	82,8	82,8
COSTO UNITARIO	POR METRO	4	4,17	4,34	4,53	4,72
COSTO MENSUAL	USD	322	335,69	354,36	375,08	390,82
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	3.864,00	4.028,22	4.252,33	4.501,01	4.689,79
MANTELES	METROS	496	504	516	524	532
COSTO UNITARIO	POR METRO	5	5,21	5,43	5,66	5,89
COSTO MENSUAL	USD	2.480,00	2.625,84	2.801,88	2.965,84	3.133,48
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	29.760,00	31.510,08	33.622,56	35.590,08	37.601,76
HILOS						
BLUSAS TALLA S	CONOS DE HILO	33	33	34	34	34
COSTO UNITARIO	POR CONO	2,1	2,19	2,28	2,38	2,48
COSTO MENSUAL	USD	69,3	72,27	77,52	80,92	84,32
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	831,6	867,24	930,24	971,04	1.011,84
BLUSAS TALLA M	CONOS DE HILO	100	101	102	103	104
COSTO UNITARIO	POR CONO	2,1	2,19	2,28	2,38	2,48
COSTO MENSUAL	USD	210	221,19	232,56	245,14	257,92
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.520,00	2.654,28	2.790,72	2.941,68	3.095,04
BLUSAS TALLA XL	CONOS DE HILO	33	33	34	34	34

COSTO UNITARIO	POR CONO	2,1	2,19	2,28	2,38	2,48
COSTO MENSUAL	USD	69,3	72,27	77,52	80,92	84,32
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	831,6	867,24	930,24	971,04	1.011,84
MANTELES	CONOS DE HILO	146	148	152	154	156
COSTO UNITARIO	POR CONO	2,1	2,19	2,28	2,38	2,48
COSTO MENSUAL	USD	306,6	324,12	346,56	366,52	386,88
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	3.679,20	3.889,44	4.158,72	4.398,24	4.642,56
BOTONES						
BLUSAS TALLA S	BOTONES	840	840	852	864	864
COSTO UNITARIO	POR BOTONES	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
COSTO MENSUAL	USD	210	218,4	230,04	241,92	250,56
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.520,00	2.620,80	2.760,48	2.903,04	3.006,72
BLUSAS TALLA M	OJALA	2.508	2.532	2.556	2.580	2.604
COSTO UNITARIO	POR OJAL	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
COSTO MENSUAL	USD	627	658,32	690,12	722,4	755,16
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	7.524,00	7.899,84	8.281,44	8.668,80	9.061,92
BLUSAS TALLA XL	OJALA	840	840	852	864	864
COSTO UNITARIO	POR OJAL	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
COSTO MENSUAL	USD	210	218,4	230,04	241,92	250,56
PERIODOS	MESES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.520,00	2.620,80	2.760,48	2.903,04	3.006,72
TOTAL COSTOS MATERIA PRIMA		66.001,92	69.508,47	73.687,93	77.771,19	81.738,48

### 5.7.3. Mano de obra directa

Las especificaciones en cuanto a la mano de obra directa se encuentran a continuación, con 5 personas con las que empezaremos las actividades de producción para nuestra microempresa:

**Cuadro N° 77**  
**Sueldos de producción**

DETALLE	AÑOS	1	2	3	4	5
OPERARIOS	HOMBRES	5	5	5	5	5
SALARIO BÁSICO	USD	340	354,28	369,16	384,66	400,82
TOTAL SALARIO	USD	1.700,00	1.771,40	1.845,80	1.923,30	2.004,10
APORTE PATRONAL	12,15%	206,55	215,23	224,26	233,68	243,5
DÉCIMO TERCERO	SB/12	141,67	147,62	153,82	160,28	167,01
DÉCIMO CUARTO	SBV/12	141,67	147,62	153,82	160,28	167,01
FONDOS DE RESERVA	SB/12		147,62	153,82	160,28	167,01
TOTAL MES		2.189,89	2.429,49	2.531,52	2.637,82	2.748,63
PERIODO	MESES	12	12	12	12	12
TOTAL ANUAL	USD	26.278,68	29.153,88	30.378,24	31.653,84	32.983,56

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado:** El Autor

## 5.8. Costos generales de producción

Cuadro N° 78

## Costos generales de producción

DETALLE	MEDIDA	1	2	3	4	5
<b>LUZ ELÉCTRICA</b>						
Consumo eléctrico	Kw/h	300	318	337	357	378
Costo unitario	Kw/h	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09
Costo mensual	USD	24	25,44	30,33	32,13	34,02
periodos	12	12	12	12	12	12
Costo anual	USD	288	305,28	363,96	385,56	408,24
<b>AGUA POTABLE</b>						
Consumo agua potable	m3	45	48	51	54	57
Costo unitario	m3	0,45	0,47	0,49	0,51	0,53
Costo mensual	USD	20,25	22,56	24,99	27,54	30,21
periodos	12	12	12	12	12	12
Costo anual	USD	243	270,72	299,88	330,48	362,52
<b>ETIQUETAS</b>						
ADESHIVAS	UNIDADES	473	477	484	490	494
Costo unitario	POR ADHESIVO	0,5	0,52	0,54	0,57	0,59
Costo mensual	USD	237	248	261	279	291
periodos	12	12	12	12	12	12
Costo anual	USD	2.844,00	2.976,00	3.132,00	3.348,00	3.492,00
<b>PRODUCTO QUIMICO</b>						
PRODUCTO	ENVASE	15	15	15	15	15
Costo unitario	POR ENVASE	2,5	2,61	2,71	2,83	2,95
Costo mensual	USD	38	39	41	42	44
periodos	12	12	12	12	12	12
Costo anual	USD	456	468	492	504	528
<b>AUJAS</b>						
AUJAS	JUEGOS	10	10	10	10	10
Costo unitario	POR JUEGO	1,5	1,56	1,63	1,7	1,77
Costo mensual	USD	15	15,6	16,3	17	17,7
periodos	12	12	12	12	12	12
Costo anual	USD	180	187,2	195,6	204	212,4
<b>ENVOLTURA</b>						
PLASTICO	UNIDADES	473	477	484	490	494
Costo unitario	POR UNIDAD	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Costo mensual	USD	9,46	9,54	9,68	9,8	9,88
periodos	12	12	12	12	12	12
Costo anual	USD	113,52	114,48	116,16	117,6	118,56
TOTAL CIF	USD	4.124,52	4.321,68	4.599,60	4.889,64	5.121,72

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

## 5.9. Resumen de costos de producción

**Cuadro N° 79**

### **Resumen de costos de producción**

COSTO OPERATIVO	2015	2016	2017	2018	2019
	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)	(USD)
MATERIAS PRIMAS	66.001,92	69.508,47	73.687,93	77.771,19	81.738,48
MANO DE OBRA DIRECTA	26.278,68	29.153,88	30.378,24	31.653,84	32.983,56
COSOS INDIRECTOS	4.124,52	4.321,68	4.599,60	4.889,64	5.121,72
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>96.405,12</b>	<b>102.984,03</b>	<b>108.665,77</b>	<b>114.314,67</b>	<b>119.843,76</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado:** El Autor

## 5.10. Gastos administrativos

Los gastos administrativos son los gastos que el proyecto tendrá en el desarrollo del mismo y los que servirá para poner en marcha a la empresa, estos crecen anualmente en función de la tendencia de la inflación de los últimos cinco años como son:

**Cuadro N° 80**  
**Gastos administrativos**

DETALLE	MEDIDA	2015	2016	2017	2018	2019
<b>SUMINISTROS OFICINA</b>						
PAPELERÍA	RESMAS	2	2	2	2	2
COSTO UNITARIO	POR RESMA	5,5	5,73	5,97	6,22	6,48
COSTO MENSUAL	USD	11	11,46	11,94	12,44	12,96
PERIODOS	12	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	132	137,52	143,28	149,28	155,52
<b>BOLÍGRAFOS</b>						
BOLÍGRAFOS	UNIDADES	15	15	15	15	15
COSTO UNITARIO	POR UNIDAD	0,45	0,47	0,49	0,51	0,53
COSTO MENSUAL	USD	6,75	7,05	7,35	7,65	7,95
PERIODOS	12	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	81	84,6	88,2	91,8	95,4
<b>GRAPAS</b>						
GRAPAS	UNIDADES	1	1	1	1	1
COSTO UNITARIO	POR UNIDAD	0,5	0,52	0,54	0,57	0,59
COSTO MENSUAL	USD	0,5	0,52	0,54	0,57	0,59
PERIODOS	12	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	6	6,24	6,48	6,84	7,08
<b>CLIPS</b>						
CLIPS	UNIDADES	1	1	1	1	1
COSTO UNITARIO	POR UNIDAD	0,5	0,52	0,54	0,57	0,59
COSTO MENSUAL	USD	0,5	0,52	0,54	0,57	0,59
PERIODOS	12	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	6	6,24	6,48	6,84	7,08
<b>ARCHIVADORES</b>						
ARCHIVADORES	UNIDADES	20	20	20	20	20
COSTO UNITARIO	POR UNIDAD	0,7	0,73	0,76	0,79	0,83
COSTO MENSUAL	USD	14	14,6	15,2	15,8	16,6
PERIODOS	12	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	168	175,2	182,4	189,6	199,2
<b>SEPARADORES</b>						
SEPARADORES	UNIDADES	20	20	20	20	20
COSTO UNITARIO	POR UNIDAD	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
COSTO MENSUAL	USD	5	5,2	5,4	5,6	5,8
PERIODOS	12	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	60	62,4	64,8	67,2	69,6
TOTAL SUMINISTROS	USD	453	472,2	491,64	511,56	533,88
<b>SERVICIOS</b>						
<b>TELEFONO</b>						
CONSUMO	MIN	120	120	120	120	120
COSTO UNITARIO	POR MIN	0,11	0,12	0,12	0,13	0,13
COSTO MENSUAL	USD	13,44	14,4	14,4	15,6	15,6
PERIODOS	12	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	161,28	172,8	172,8	187,2	187,2
<b>INTERNET</b>						
CONSUMO	PAQUETE	1	1	1	1	1
COSTO UNITARIO	POR PAQUETE	212	22,09	23,02	23,98	24,99
COSTO MENSUAL	USD	212	22,09	23,02	23,98	24,99
PERIODOS	12	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	254,4	265,08	276,24	287,76	299,88
TOTAL SERVICIOS	USD	415,68	437,88	449,04	474,96	487,08

### 5.10.1. Sueldos y salarios

Se identifica los sueldos y salarios que el personal administrativo percibirán en un año y proyectado hasta los cinco años de durabilidad del proyecto.

#### Cuadro N° 81

#### Sueldos y salarios

DETALLE	MEDIDA	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
<b>GERENTE</b>						
PERFIL	PUESTO	1	1	1	1	1
SUELDO BÁSICO	USD	800	833,6	868,61	905,09	943,11
TOTAL SUELDO	USD	800	833,6	868,61	905,09	943,11
APORTE PATRONAL	12,15%	97,2	101,28	105,54	109,97	114,59
DÉCIMO TERCERO	SB/12	66,67	69,47	72,38	75,42	78,59
DÉCIMO CUARTO	SBV/12	28,33	29,52	30,76	32,06	33,4
FONDOS DE RESERVA	SB/12		69,47	72,38	75,42	78,59
TOTAL MES		992,2	1.103,34	1.149,67	1.197,96	1.248,28
PERIODO	MESES	12	12	12	12	12
TOTAL ANUAL	USD	<b>11.906,40</b>	<b>13.240,08</b>	<b>13.796,04</b>	<b>14.375,52</b>	<b>14.979,36</b>
<b>CONTADOR</b>						
PERFIL	PUESTO	1	1	1	1	1
SUELDO BÁSICO	USD	600	625,2	651,46	678,82	707,33
TOTAL SUELDO	USD	600	625,2	651,46	678,82	707,33
APORTE PATRONAL	12,15%	72,9	75,96	79,15	82,48	85,94
DÉCIMO TERCERO	SB/12	50	52,1	54,29	56,57	58,94
DÉCIMO CUARTO	SBV/12	28,33	29,52	30,76	32,06	33,4
FONDOS DE RESERVA	SB/12		52,1	54,29	56,57	58,94
TOTAL MES	USD	751,23	834,88	869,95	906,5	944,55
PERIODO	MESES	12	12	12	12	12
TOTAL ANUAL	USD	<b>9.014,76</b>	<b>10.018,56</b>	<b>10.439,40</b>	<b>10.878,00</b>	<b>11.334,60</b>
<b>SECRETARIA</b>						
PERFIL	PUESTOS	1	1	1	1	1
SUELDO BÁSICO	USD	500	521	542,88	565,68	589,44
TOTAL SUELDO	USD	500	521	542,88	565,68	589,44
APORTE PATRONAL	12,15%	60,75	63,3	65,96	68,73	71,62
DÉCIMO TERCERO	SB/12	41,67	43,42	45,24	47,14	49,12
DÉCIMO CUARTO	SBV/12	28,33	29,52	30,76	32,06	33,4
FONDOS DE RESERVA	SB/12		43,42	45,24	47,14	49,12
TOTAL MES	USD	630,75	700,66	730,08	760,75	792,7
PERIODO	MESES	12	12	12	12	12
TOTAL ANUAL	USD	7.569,00	8.407,92	8.760,96	9.129,00	9.512,40
TOTAL SUELDOS	USD	<b>28.490,16</b>	<b>31.666,56</b>	<b>32.996,40</b>	<b>34.382,52</b>	<b>35.826,36</b>

### 5.11. Resumen de los gastos administrativos

**Cuadro N° 82**

#### **Resumen de los gastos administrativos**

DETALLE	MEDIDA	1	2	3	4
PAPELERIA	132	137,52	143,28	149,28	155,52
BOLIGRAFOS	81	84,6	88,2	91,8	95,4
GRAPAS	6	6,24	6,48	6,84	7,08
CLIPS	6	6,24	6,48	6,84	7,08
ARCHIVADORES	168	175,2	182,4	189,6	199,2
SEPARADORES	60	62,4	64,8	67,2	69,6
TELEFONO	161,28	172,8	172,8	187,2	187,2
INTERNET	254,4	265,08	276,24	287,76	299,88
SUELDOS	28.490,16	31.666,56	32.996,40	34.382,52	35.826,36
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>29.358,84</b>	<b>32.576,64</b>	<b>33.937,08</b>	<b>35.369,04</b>	<b>36.847,32</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: El Autor

### 5.12. Publicidad

Indica el valor de la publicidad que costará en los años que el proyecto durará, la misma que nos ayudará a que nuestros productos sean conocidos a continuación se presenta el siguiente cuadro:

## Cuadro N° 83

## Publicidad

DETALLE	MEDIDA	2015	2016	2017	2018	2019
EJECUTIVO DE VENTA						
PERFIL	PUESTOS	1	1	1	1	1
SUELDO BÁSICO	USD	340	354,28	369,16	384,66	400,82
TOTAL SUELDO	USD	340	354,28	369,16	384,66	400,82
APORTE PATRONAL	12,15%	41,31	43,05	44,85	46,74	48,7
DÉCIMO TERCERO	SB/12	28,33	29,52	30,76	32,06	33,4
DÉCIMO CUARTO	SBV/12	28,33	29,52	30,76	32,06	33,4
FONDOS DE RESERVA	SB/12		29,52	30,76	32,06	33,4
TOTAL MES	USD	437,97	485,89	506,29	527,58	549,72
PERIODO	MESES	12	12	12	12	12
TOTAL SUELDO	USD	5.255,64	5.830,68	6.075,48	6.330,96	6.596,64
RADIO						
SPOTS	CUÑAS AL MES	10	10	10	10	10
COSTO UNITARIO	POR CUÑA	20	20,84	21,72	22,63	23,58
COSTO MENSUAL	USD	200	208,4	217,2	226,3	235,8
PERIODOS	MES	12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.400,00	2.500,80	2.606,40	2.715,60	2.829,60
PRESA						
ANUNCIOS	Publicación	5	5	5	5	5
COSTO UNITARIO	por publicación	35	36,47	38	39,6	41,26
COSTO MENSUAL	USD	175	182,35	190	198	206,3
PERIODOS		12	12	12	12	12
COSTO ANUAL	USD	2.100,00	2.188,20	2.280,00	2.376,00	2.475,60
TOTAL GASTOS	USD	9.755,64	10.519,68	10.961,88	11.422,56	11.901,84

### 5.13. Depreciación

**Cuadro N° 84**

#### **Depreciación**

DETALLE	VALOR	VALOR DESCHO	BASE	VIDA ÚTIL	2015	2016	2017	2018	2019	VALOR AL FINAL DEL PROYECTO	VALOR DE VENTA POR DESCHO
EQUIPOS Y MAQUINARIA	6.800,00	1.020,00	5.780,00	10	578	578	578	578	578	2.890,00	1.020,00
MOBILIARIO	2.132,00	319,8	1.812,20	10	181,22	181,22	181,22	181,22	181,22	906,1	319,8
EQUIPO DE OFICINA	101	15,15	85,85	5	17,17	17,17	17,17	17,17	17,17	-	15,15
EQUIPO DE COMPUTO	994,45	149,17	845,28	3	281,76	281,76	281,76			-	149,17
REPOSICIÓN EQUIPO OFICINA	1.125,09	168,76	956,33	3				318,78	318,78	318,77	168,76
EQUIPO DE COMUNICACIÓN	100	15	85	10	8,5	8,5	8,5	8,5	8,5	42,5	15
TOTAL	11.152,54	1.672,88	9.479,66		1.066,65	1.066,65	1.066,65	1.103,67	1.103,67	4.114,87	1.672,88

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado:** El Autor

### 5.14 Financiamiento

En cuanto se refiere al financiamiento, se tramitará un crédito al Banco Nacional de Fomento, con un interés del 11,20 % de interés para microempresas según la Corporación Financiera Nacional:

## Cuadro N° 85

## Tabla de amortización

		préstamo	27.000,00		
		tasa	11,20%	0,009333333	
		plazo	5		
		periodo	12		
		pagos		60	
	FECHA	CUOTA	INTERÉS	CAPITAL	ACUMULADO
					27.000,00
1	ene-14	702	252	450	26.550,00
2	feb-14	697,8	247,8	450	26.100,00
3	mar-14	693,6	243,6	450	25.650,00
4	abr-14	689,4	239,4	450	25.200,00
5	may-14	685,2	235,2	450	24.750,00
6	jun-14	681	231	450	24.300,00
7	jul-14	676,8	226,8	450	23.850,00
8	ago-14	672,6	222,6	450	23.400,00
9	sep-14	668,4	218,4	450	22.950,00
10	oct-14	664,2	214,2	450	22.500,00
11	nov-14	660	210	450	22.050,00
12	dic-14	655,8	205,8	450	21.600,00
13	ene-15	651,6	201,6	450	21.150,00
14	feb-15	647,4	197,4	450	20.700,00
15	mar-15	643,2	193,2	450	20.250,00
16	abr-15	639	189	450	19.800,00
17	may-15	634,8	184,8	450	19.350,00
18	jun-15	630,6	180,6	450	18.900,00
19	jul-15	626,4	176,4	450	18.450,00
20	ago-15	622,2	172,2	450	18.000,00
21	sep-15	618	168	450	17.550,00
22	oct-15	613,8	163,8	450	17.100,00
23	nov-15	609,6	159,6	450	16.650,00
24	dic-15	605,4	155,4	450	16.200,00
25	ene-16	601,2	151,2	450	15.750,00
26	feb-16	597	147	450	15.300,00
27	mar-16	592,8	142,8	450	14.850,00
28	abr-16	588,6	138,6	450	14.400,00
29	may-16	584,4	134,4	450	13.950,00
30	jun-16	580,2	130,2	450	13.500,00
31	jul-16	576	126	450	13.050,00
32	ago-16	571,8	121,8	450	12.600,00
33	sep-16	567,6	117,6	450	12.150,00
34	oct-16	563,4	113,4	450	11.700,00
35	nov-16	559,2	109,2	450	11.250,00
36	dic-16	555	105	450	10.800,00
37	ene-17	550,8	100,8	450	10.350,00
38	feb-17	546,6	96,6	450	9.900,00
39	mar-17	542,4	92,4	450	9.450,00
40	abr-17	538,2	88,2	450	9.000,00
41	may-17	534	84	450	8.550,00
42	jun-17	529,8	79,8	450	8.100,00
43	jul-17	525,6	75,6	450	7.650,00
44	ago-17	521,4	71,4	450	7.200,00
45	sep-17	517,2	67,2	450	6.750,00
46	oct-17	513	63	450	6.300,00
47	nov-17	508,8	58,8	450	5.850,00
48	dic-17	504,6	54,6	450	5.400,00
49	ene-18	500,4	50,4	450	4.950,00
50	feb-18	496,2	46,2	450	4.500,00
51	mar-18	492	42	450	4.050,00
52	abr-18	487,8	37,8	450	3.600,00
53	may-18	483,6	33,6	450	3.150,00
54	jun-18	479,4	29,4	450	2.700,00
55	jul-18	475,2	25,2	450	2.250,00
56	ago-18	471	21	450	1.800,00
57	sep-18	466,8	16,8	450	1.350,00
58	oct-18	462,6	12,6	450	900
59	nov-18	458,4	8,4	450	450
60	dic-18	116,07	4,2	450	-
			7.686,00	27.000	

### 5.15. Método de capital constante

**Cuadro N° 86**

#### Método de capital constante

DETALLE	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	TOTAL
INTERES	1.108,40	907,78	684,69	436,62	160,76	3.298,26
CAPITAL	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	27.000,00

### 5.16. Resumen de presupuesto de costos y gastos

**Cuadro N° 87**

#### Resumen de presupuesto de costos y gastos

Detalle	1	2	3	4	5
Ingresos Ventas	176.100,00	185.743,56	197.297,88	208.452,24	219.755,76
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>176.100,00</b>	<b>185.743,56</b>	<b>197.297,88</b>	<b>208.452,24</b>	<b>219.755,76</b>
- Costo Operativos	96.405,12	102.984,03	108.665,77	114.314,67	119.843,76
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>79.694,88</b>	<b>82.759,53</b>	<b>88.632,11</b>	<b>94.137,57</b>	<b>99.912,00</b>
- Gastos Administrativos	29.358,84	32.576,64	33.937,08	35.369,04	36.847,32
- Gastos publicidad	9.755,64	10.519,68	10.961,88	11.422,56	11.901,84
- Gasto Depreciaciones	1.066,65	1.066,65	1.066,65	1.103,67	1.103,67
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>39.513,75</b>	<b>38.596,56</b>	<b>42.666,50</b>	<b>46.242,30</b>	<b>50.059,17</b>
- Gastos Financieros	1.108,40	907,78	684,69	436,62	160,76
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES</b>	<b>38.405,35</b>	<b>37.688,77</b>	<b>41.981,81</b>	<b>45.805,68</b>	<b>49.898,41</b>
- 15% Participación Trabajadores	5.760,80	5.653,32	6.297,27	6.870,85	7.484,76
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>32.644,55</b>	<b>32.035,45</b>	<b>35.684,54</b>	<b>38.934,83</b>	<b>42.413,65</b>
- Impuesto Rentas	0,22	0,22	0,22	0,22	0,22
	7.181,80	7.047,80	7.850,60	8.565,66	9.331,00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>25.462,75</b>	<b>24.987,65</b>	<b>27.833,94</b>	<b>30.369,17</b>	<b>33.082,65</b>

Fuente: Investigación del Quinto Capitulo

Elaborado: El Autor

### 5.17. Estados financieros pro-forma

Estos permiten vigilar tres condiciones financieras básicas de la organización:

- a. **Liquidez:** capacidad de convertir activos en dinero.
- b. **Situación financiera general:** equilibrio a Largo Plazo entre endeudamiento y capital contable.
- c. **Rentabilidad:** capacidad de obtener utilidades constantes en un largo período.

### 5.18. Balance general

Es el estado básico, que demuestra la situación financiera de una empresa, a una fecha determinada, preparado de acuerdo con los principios básicos de contabilidad.

#### Cuadro N° 88

##### Balance de situación inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTE		PASIVO A LARGO PLAZO	
CAJA	11.293,30	PRÉSTAMO	27.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS		TOTAL PASIVOS	\$ 0,00
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	400		
CONSTITUCIÓN EMPRESA	650		
GASTOS PREOPERACIONALES	740		
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
TERRENO	25.000,00	CAPITAL SOCIAL	
EDIFICIO	21.700,00	TOTAL PATRIMONIO	42.910,75
MOBILIARIO	2.132,00		
EQUIPOS Y MAQUINARIA	6.800,00		
EQUIPO DE COMPUTO	994,45		
EQUIPO DE OFICINA	101		
EQUIPO DE COMUNICACIÓN	100		
TOTAL ACTIVOS	69.910,75	TOTAL PASIVO PATRIMONIO	69.910,75

Elaboración: El Autor

### 5.19. Flujo de efectivo proyectado

Este indicador proyecta los ingresos que anteriormente se realizaron tomando en cuenta los ingresos, depreciaciones, venta de activos, reinversión y el capital constante a continuación se presenta el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 89**

#### Flujo de efectivo proyectado

DETALLE	0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN	-69.910,75					
INGRESOS						
UTILIDAD NETA		25.462,75	24.987,65	27.833,94	30.369,17	33.082,65
DEPRECIACIONES		1.066,65	1.066,65	1.066,65	1.103,67	1.103,67
VENTA DE ACTIVOS						5.787,75
EGRESOS						
REINVERSIÓN					-1.125,09	
-PAGO PRINCIPAL		5400	5400	5400	5400	5400
FLUJO NETO DE CAJA	-69.910,75	21.129,40	20.654,30	23.500,59	24.947,75	34.574,07

Fuente: Investigación directa.

Elaborado: El Autor

### 5.20. Evaluación financiera

La evaluación financiera tiene como objetivos: calcular, estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realizará en la implementación de la microempresa productora de prendas de vestir bordadas a mano, para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación financiera como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de retorno (TIR), Relación Beneficio/Costo y Período de Recuperación.

### 5.21. Determinación del costo del capital

Para realizar el cálculo del costo del capital debemos primero establecer la TMAR (Tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión.

## TMAR

Para el cálculo de la Tasa Mínima de Rentabilidad se tomó en cuenta el 8 % correspondiente a las microempresas dedicadas a la actividad textil según la Bolsa de Valores de Quito.

**Cuadro N° 90**

### TMAR

FINANCIADA	60,00%	27.000,00	11,20%	4,37%
PROPIA	40,00%	42.809,75	8,00%	4,88%
TOTAL	100,00%	69.910,75	CK	9,25%
			INFLACIÓN	4,20%
			TMAR	17,82%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

## 5.22. Valor actual neto

Este nos muestra la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente de la inversión.

$$VAN = \frac{FlujoAño1}{(1+i)^1} + \frac{FlujoAño2}{(1+i)^1} + \frac{FlujoAño3}{(1+i)^1} + \frac{FlujoAño4}{(1+i)^1} + \frac{FlujoAño5}{(1+i)^1} - Inversión$$

**En donde:**

**II=** Inversión inicial

**FC=** Flujo de Caja

**i=** Tasa de rendimiento medio

## Cuadro N° 91

## Valor actual neto

PERIODOS	FLUJOS DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS
		17,82%	
0	-69.910,75		-69.809,75
1	21.129,40	0,8487523	17.933,62
2	20.654,30	0,7203805	14.878,96
3	23.500,59	0,6114247	14.368,84
4	24.947,75	0,5189481	12.946,59
5	34.574,07	0,4404584	15.228,44
			5.546,69

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

**INTERPRETACIÓN:** después de haber invertido 69.910,75 usd en el proyecto y puesto en marcha la actividad económica se obtiene 5.546,69 usd adicionales a parte del dinero invertido en el negocio a valor presente, determinándose conveniente y factible por su rentabilidad al día de hoy

### 5.23. Tasa interna de retorno

Es el segundo indicador más utilizado en evaluación de un proyecto, consiste en una medida de rentabilidad más adecuada, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista.

Entonces la TIR de un proyecto es la tasa de interés que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. Luego si el VAN (i) = 0, entonces TIR= (i)

$$TIR = \langle Inversión \rangle \frac{\sum FNE}{(1+i)^n}$$

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN.Ti}{VAN.Ti - Van.Ts}$$

## Cuadro N° 92

## Tasa interna de retorno

PERIODOS	FLUJOS DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 20%	FLUJOS ACTUALIZADOS 22%
0	-69.910,75	-69.809,75	-69.809,75
1	21.129,40	17.608,43	17.319,76
2	20.654,30	14.344,24	13.877,78
3	23.500,59	13.601,26	12.943,23
4	24.947,75	12.032,76	11.262,90
5	34.574,07	13.896,90	12.794,52
VAN		1.673,85	-1.611,57

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

POR INTERPOLACIÓN TIR 21%

**INTERPETACIÓN:** para una tasa referencial del 17,82% se obtiene una tasa interna de retorno del 21%, es decir cuatro puntos adicionales a la tasa esperada, confirmándose así que el proyecto es rentable, por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene veinte centavos de beneficio futuro de rentabilidad

#### 5.24. Costo beneficio

Es la relación que refleja el valor que tiene la inversión en el nuevo proyecto con relación a los beneficios y costos.

A continuación se detalla en el siguiente cuadro:

$$B/C = \frac{\sum [B/(1+i)^n]}{\sum [C/(1+i)^n]}$$

**Cuadro N° 93****Costo beneficio**

PERIODO	INGRESOS	COSTOS Y GASTOS	FACTOR ACTUALIZACIÓN AL 17,82%	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS Y GASTOS ACTUALIZADOS
1	176.100,00	137.694,65	0,8487523	149.465,28	116.868,65
2	185.743,56	148.054,79	0,7203805	133.806,04	106.655,78
3	197.297,88	155.316,07	0,6114247	120.632,80	94.964,08
4	208.452,24	162.646,56	0,5189481	108.175,89	84.405,13
5	219.755,76	169.857,35	0,4404584	96.793,27	74.815,10
<b>TOTAL</b>				<b>608.873,28</b>	<b>407.898,99</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

$$B/C = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$C/B = 1,49$$

**INTERPRETACIÓN:** por cada dólar de costo u gasto empleado para el funcionamiento del proyecto se obtiene, 49 centavos de dólar de ingreso, determinado así un ingreso económico beneficio para los inversionistas.

**5.25. Periodo de recuperación**

Refleja el tiempo en el que nosotros recuperaremos nuestra inversión mediante los indicadores que anteriormente analizamos a continuación se presentan el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 94****Periodo de recuperación**

PERIODOS	UTILIDAD	UTILIDAD ACUMULADA
0	-69.810,75	-69.910,75
1	25.462,75	-44.347,00
2	24.987,65	-19.359,35
3	27.833,94	8.474,59
4	30.369,17	
5	33.082,65	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

El tiempo de recuperación normal es de dos años tres meses lo cual indica que se encuentra en un rango aceptable para la recuperación de la inversión.

### 5.26. Punto de equilibrio del proyecto

**Cuadro N° 95**

#### Punto de equilibrio del proyecto

MENSUAL	ANUAL	PRECIO	Q
Ventas del Primer Año	\$ 176.100,00	\$ 30,50	1488

**Cuadro N° 96**

#### Costos y gastos

COSTOS Y GASTOS	TIPO	VALOR ANUAL
Materias Primas	VARIABLE	5.500,16
Mano de Obra	VARIABLE	26.278,68
Costos Indirectos	VARIABLE	343,71
Gastos Administrativos	FIJO	29.358,84
Gastos Ventas	FIJO	9.755,64
Gastos Financieros	FIJO	1.108,40
Gastos Depreciación	FIJO	1.066,65
<b>TOTAL</b>		<b>73.412,08</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 97**

#### Descripción

DESCRIPCIÓN	TOTAL ANUAL
Costos y Gastos Fijos	41.289,53
Costos y Gastos Variables	32.122,55
<b>TOTAL</b>	<b>73.412,08</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

**Cuadro N° 98****PE**

	<b>ANUAL</b>	<b>MENSUAL</b>
<b>PE</b>	29,00%	2,00%
<b>PE</b>	50.501,57	4.208,46
<b>PE CANTIDAD</b>	1656	137,98

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** El autor

El punto de equilibrio de la microempresa muestra que al vender 137,98 unidades se empieza a recuperar los activos fijos y costos fijos.

## **CAPÍTULO VI**

### **ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

El presente estudio busca determinar la parte organizacional de la empresa en la cual se incluye la filosofía, estructura de cargos, manual de funciones y procedimientos requeridos para su conformación.

Es importante realizar el presente estudio ya que nos dará a conocer las diferentes fortalezas que tendrá nuestra empresa.

#### **6.1 Análisis interno de la microempresa**

##### **6.1.1 Nombre**

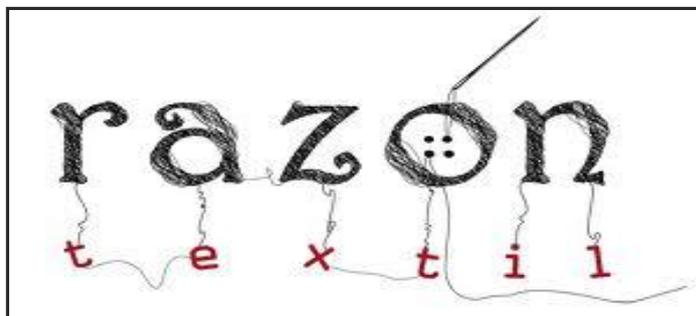
La empresa que se encontrará ubicada en la de ciudad de Ibarra, específicamente en el sector de Zuleta y se llamara “Razón Textil”

##### **6.1.2 Logotipo**

Para comenzar con las actividades de una microempresa es necesaria la implementación de un logotipo el cual servirá para que la marca empiece a ser reconocida por las personas que realizan sus compras en nuestra microempresa.

## Gráfico N° 34

### Logotipo



Fuente: Investigación propia  
Elaborado: El Autor

### 6.2 Misión

“Razón Textil” es una microempresa que ofrece diversos productos y servicios textiles de excelente precio y calidad para satisfacer los requisitos de nuestros clientes. Estamos comprometidos con el desarrollo del capital humano, el crecimiento rentable y la protección medio-ambiental.

### 6.3 Visión

Ser un modelo de empresa textil que ofrece la mejor calidad siendo líder a nivel regional, para en el año 2020 satisfacer las diferentes necesidades de nuestros consumidores y sobre todo con precios accesibles.

### 6.4 Objetivos empresariales

- Instalar la microempresa de comercialización de bordados en el sector de Zuleta, provincia de Imbabura.
- Potencializar la creatividad e iniciativa de los trabajadores para obtener un mayor desarrollo de los mismos.

- Buscar el desarrollo y mejoramiento de las condiciones de vida de nuestros trabajadores y de las personas que se encuentren cerca de nosotros.
- Mitigar el desempleo mediante la identificación de oportunidades de negocio.
- Comercializar productos de óptima calidad que satisfaga las necesidades de los consumidores los cuales son el factor más importante para el desarrollo de la microempresa.
- Realizar reuniones periódicas con los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.

## **6.5 Políticas de la empresa**

- Realizar eficientemente el trabajo asignado a cada puesto de acuerdo con lo que establece el reglamento interno, tomando en cuenta las metas propuestas anteriormente mediante una planificación programada.
- Todos los integrantes de la empresa deben mantener un comportamiento ético y de responsabilidad.
- Guardar respeto y consideración en el trato con sus superiores, y compañeros.
- La falta de puntualidad o inasistencia injustificada, serán sancionados y de darse el caso el despido.

## **6.6 Principios y valores**

### **6.6.1 Principios**

- **Responsabilidad**

Es uno de los principios más importantes de la empresa, ya que mediante esta se cumplirán la puntualidad en el trabajo en cuanto se refiere a la entrega de nuestro producto.

- **Mejoramiento continuo**

Según las necesidades del mercado nosotros estaremos en constantes capacitaciones y sobre todo implementando nuevas estrategias de mercado y el equipamiento de maquinaria para una mayor producción.

- **Compromiso**

Actitud de responsabilidad sobre las acciones encaminadas y adquiridas, tanto con el intermediario como con el consumidor final del producto a ofertarse.

- **Trabajo en equipo.**

Una actitud positiva en cuanto al trabajo en equipo es importante para que la microempresa tenga un ambiente más tranquilo y sobre todo el ánimo entre los trabajadores sea de amistad entre ellos, es importante también mencionar que mediante un buen ambiente los trabajadores trabajan mejor y más motivados.

## **6.6.2 Valores**

- **Honestidad**

Trabajo con honestidad, equidad y transparencia reflejada día a día en cuanto a la elaboración del producto y cada uno de los empleados de la misma.

- **Creatividad**

La capacidad de crear nuevas ideas, proyectos para beneficio de la empresa y sobre todo aportando con nuevas iniciativas.

### ➤ **Ética**

Elaborar todas y cada una de las actividades dentro de la empresa como hacia el cliente, con transparencia y rectitud.

### ➤ **Calidad**

En el desempeño administrativo, organizacional ya que esto se refleja en el producto y en la satisfacción del cliente.

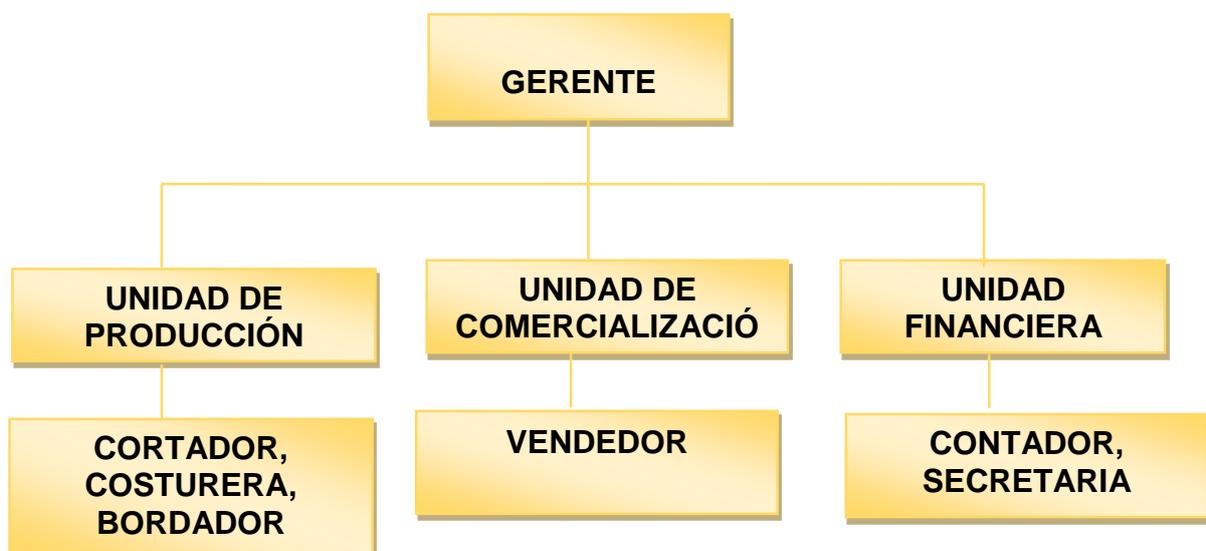
## **6.7 Estructura orgánica de la empresa**

### **6.7.1 Organigrama de la empresa**

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una microempresa que refleja en forma esquemática la posición de los diferentes esquemas de la organización de la microempresa.

**Gráfico N° 35**

**Organigrama de la empresa**



**Fuente:** Investigación propia  
**Elaborado:** El Autor

### 6.7.2 Niveles administrativos

Los niveles administrativos de la microempresa productora y comercializadora de bordados son:

- Nivel Ejecutivo
- Nivel Administrativo / Apoyo
- Nivel Operativo

- **Nivel ejecutivo**

Este nivel directivo o Ejecutivo está integrado por el Gerente de la empresa, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar, la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

- **Nivel operativo**

Está conformado por el departamento técnico el cual es el responsable de la producción y las actividades acordes a este, garantizando la calidad de los productos.

- **Jefe de producción**

Es el encargado de la planificación, organización, ejecución y control del proceso productivo. Cada una de las áreas en relación a las características de las tareas, con su respectivo almacenamiento y conservación del producto.

- **Secretaria**

Será la encargada de las acciones administrativas y financieras necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa y el cumplimiento de las actividades de la empresa.

- **Vendedor**

Se dedicará hacer contactos con los clientes para ofertar el producto en los diferentes mercados, indicando la garantía del producto.

### 6.7.3 Orgánico funcional

Para el correcto funcionamiento de la empresa deberá contar con el orgánico funcional que constituye una norma de cumplimiento obligatorio el cual es el cumplimiento que cada área y persona deberá tener.

### 6.7.4. Matriz de competencias

**Cuadro N° 99**

**Matriz de competencias gerente**

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
<b>GERENTE</b>	<b>ESTRUCTURALES:</b> <b>PROFESIONALES</b> • Tolerancia a la Presión • Capacidad de planificación y Organización • Iniciativa e innovación <b>ESTRUCTURALES</b> • Amable • Responsable • Trabajo en equipo • Puntual • Prudencia y Autocontrol	• Profesional de tercer nivel • Capacidad para dirigir microempresas. • Mantener un espíritu emprendedor y dinámico • Contar con iniciativa y emprendimiento	• Representar legalmente a la Empresa • Orientar y ejecutar la política administrativa, técnica y financiera de la microempresa. • Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de los estatutos y reglamentos de la microempresa. • Presentar mensualmente los informes a para hacer conocer la situación actual de la microempresa.	• Título en Administración de Empresas y/o carreras a fines • Tener experiencia mínima de 3 años en cargos similares.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado:** El Autor

Cuadro N° 100

## Matriz de competencias contador

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
<b>CONTADOR</b>	<b>ESTRUCTURALES</b> Ética profesional Confidencialidad Organización <b>LABORALES</b> Trabajo en equipo Destreza matemática Monitoreo y control Pensamiento analítico y conceptual.	Manejo de contabilidad Conocimiento leyes tributarias. Buenas relaciones humanas.	Llevar los registros contables de la empresa. Elaborar el cronograma de pagos. Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros. Llenar y enviar formularios de compensación a trabajadores. El contador debe tener una estrecha relación con los departamentos.	Instrucción Formal: Contabilidad Superior y Auditoría Edad: Entre 24 a 28 años. Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

Cuadro N° 101

## Matriz de competencias secretaria

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
<b>SECRETARIA</b>	<b>PROFESIONALES</b> • Aprendizaje continuo y búsqueda de información en el área financiera • Tolerancia a la Presión • Iniciativa • Innovación <b>ESTRUCTURALES</b> • Prudencia y autocontrol. • Responsable	• Tener buena Presencia • Responsabilidad y cumplimiento de sus actividades • Demostrar buen trato • Saber trabajar en equipo • Capacidad de responder al trabajo bajo presión • Buena presencia y excelente atención al cliente	• Profesional de Tercer Nivel • Poseer información básica sobre los productos y precios de la microempresa. • Facturar los productos a los clientes. • Adquisición de suministros de oficina con autorización de gerencia. • Manejar el fondo de caja chica • Organizar y actualizar con claridad los inventarios de todos los bienes muebles e inmuebles de la empresa. • Realizar los pagos correspondientes al personal que labora en la organización.	• Título de secretaria. • Tener experiencia de un año mínimo en cargos similares. • Conocimientos básicos de contabilidad. • Conocimientos de idiomas.

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

## **6.8 Controles internos en la empresa**

### **6.8.1 Control interno financiero**

- Depositar diariamente las ventas con el fin de tener un registro diario de los movimientos económicos de la misma.
- El dinero deberá ser utilizado para el fin que indique la microempresa.
- Arqueos periódicos de caja para verificar que las transacciones hechas sean las correctas.
- Hacer un conteo físico de los activos que en realidad existen en la microempresa y a su vez verificarlos.
- Tener una numeración de los comprobantes de contabilidad en forma consecutiva los cuales sean fáciles de manejar
- Analizar si los rendimientos financieros e inversiones hechas están dando los resultados esperados.
- Verificar que se están cumpliendo con todas las normas tanto tributarias, fiscales y civiles.

### **6.8.2 Control interno de inventario**

- Conteo físico de los inventarios por lo menos una vez al año.
- Mantenimiento eficiente de compras, recepción y procedimientos de los inventarios para que no exista robos.
- Mantener registros de inventarios perpetuos para las mercancías de alto costo unitario.
- Comprar el inventario en cantidades económicas.
- Mantener suficiente inventario disponible para prevenir situaciones de déficit, lo cual conduce a pérdidas en ventas.

- No mantener un inventario almacenado demasiado tiempo, evitando con eso el gasto de tener dinero restringido en artículos innecesarios.

## **6.9. Análisis legal**

### **6.9.1 Determinación de la forma jurídica**

La forma jurídica de es una Compañía de Responsabilidad Limitada, con capacidad legal para realizar actividades de comercio, para lo cual son necesarios los siguientes requisitos:

- **Apertura de una cuenta**

La apertura de la cuenta se lo realiza en principio para cumplir lo legal ya que para crear una compañía se necesita un capital social pagado de \$800 como mínimo según la ley de compañías. Este capital de la empresa es recuperable.

- **Elaboración de la minuta ante un abogado**

Se debe elaborar una minuta ante un abogado donde se detalla el capital social, con todo lo necesario para la conformación de la microempresa.

- **Registrar notaría pública**

Luego de elaborar la minuta se debe elevar a escritura pública, para que se legalice la creación de la microempresa.

- **Registro mercantil**

Continuando con la creación de la compañía de responsabilidad limitada se debe realizar el registro mercantil. Un requisito indispensable si esta compañía desea celebrar un contrato con cualquier persona natural o jurídica.

### **6.9.2. Registro único del contribuyente**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria, constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias. Para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) con esta denominación el Servicio de Rentas Internas solicita:

- a) Copias de la constitución de la compañía y del nombramiento del representante legal actual.
- b) Original y copia de cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación del representante legal y contador
- c) Para extranjeros original y copia del pasaporte con cualquier visa (excepto de transeúnte).
- d) Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, o Pago del Impuesto Predial (año actual) o pago del servicio de Tv cable o telefonía celular o estados de cuenta que este a nombre del sujeto pasivo (contribuyente) de máximo tres meses atrás desde la fecha de emisión (no Servipagos)
  - Del domicilio actual y,
  - Del lugar en que realiza la actividad económica (si es el caso) contrato de arrendamiento legalizado o notariado por el inquilinato, donde conste obligatoriamente el número de RUC del arrendador.

### **6.9.3. Cámara de producción**

Toda actividad productiva aunque no de manera obligatoria deberá afiliarse a la respectiva cámara según la actividad, en este caso a la cámara de la producción del cantón Ibarra. Los requisitos para esta afiliación son:

- Copia del RUC
- Copia de la cedula de ciudadanía
- Certificado de honorabilidad
- Declaración juramentada del capital invertido
- Pago mensual, del proyecto
- Fotografías (3), para el carné y el registro

### **6.10. Patentes municipales**

Para obtener la Patente Municipal son necesarios los siguientes requisitos:

Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.

Copia de la cédula de ciudadanía Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.

Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa

#### **6.10.1. Permiso de funcionamiento de los bomberos**

Conjuntamente con la patente municipal se cobra la Tasa de autorización de funcionamiento para el Cuerpo de Bomberos por un monto correspondiente al 10% del

impuesto de patente, pero nunca será mayor de USD \$ 100,00. El valor recaudado será entregado al Cuerpo de Bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y Evaluación de los medios de prevención contra incendios, al fortalecimiento del Plan Fuego, a los programas de capacitación sobre prevención de incendios y a la Unidad Especializada de Quemados.

Los requisitos para la obtención de este permiso son:

- a) Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de bomberos de Ibarra y adjuntar. Informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Ibarra.
- b) Copia de la Patente Municipal.
- c) Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante Legal en el caso de persona jurídica.
- d) Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
- e) Copia de la inspección del año anterior en caso de existir

#### **6.10.2. Permiso sanitario**

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

## **CAPÍTULO VII**

### **ESTUDIO DE IMPACTOS**

#### **7.1. Análisis de impactos**

Ecuador ha sido tradicional e históricamente conocido por una importante actividad textil, que ha dado a la población por varias generaciones más efectos positivos que negativos. No obstante, hay que reconocer que la actividad fabril si tiene efectos adversos. Situación que necesariamente deberá ser tomada en cuenta por el Proyecto, debido al masivo deterioro de varios elementos ambientales como la contaminación de los ríos, suelos, aire, problemas graves como la deforestación, la paulatina deforestación de zonas ecologistas no gubernamentales.

Por lo tanto, todo proyecto de desarrollo o de inversión debe garantizar el cuidado de impactos negativos tanto para el ambiente como el desarrollo humano.

Por estas razones es de gran importancia el desarrollo del análisis de los impactos que más adelante se detallan.

#### **7.2 Impacto económico**

Este proyecto tiene una incidencia económica de vital importancia para la sociedad, ya que se está creando fuentes de trabajo especialmente para los pobladores del sector de Zuleta, donde se ubicará la microempresa. La generación de empleo estará dada por la necesidad de incorporar mano de obra calificada y no calificada. Se mejorará el nivel de calidad de vida, ya que se elaborarán productos siguiendo las normas de calidad señaladas por el INEN,

garantizando su consumo, por lo tanto mejorando la vestimenta de las familias. Las personas involucradas en la comercialización incrementarán sus ingresos económicos con la introducción de nuevas marcas o diseños al merca

### **7.3 Impacto social**

Es importante resaltar que el impacto social generado por el proyecto será de suma importancia debido a que las personas involucradas en el proyecto se beneficiaran directamente dinamizando su economía y sobre todo generando fuentes de empleo.

### **7.4 Impacto ambiental**

La operación de la microempresa de confecciones, provocará importantes alteraciones sobre el vestir de las personas, mejorando sus condiciones de vida. Las maquinas que la microempresa va a utilizar, por ser eléctricas, emiten sonidos moderados que es tolerable por los seres humanos. Para los vecinos de la planta no tiene ningún efecto dañino ya que no genera desperdicios químicos.

En este capítulo se analizará los posibles impactos que representan efectos y consecuencias positivas y negativas, existentes en la investigación realizada en el proyecto, dentro de los ámbitos: económico, social, empresarial, y ambiental.

Con la finalidad de efectuar un análisis cuantitativo y cualitativo se ha realizado una matriz de valoración.

Instrumento con el cual analizaremos individualmente a cada impacto para luego concluir con un análisis general como se muestra a continuación en la matriz se señala una valoración -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

**Cuadro N° 102****Matriz de valoración**

<b>VALORACIÓN</b>	<b>NIVEL DE IMPACTO</b>
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Una vez establecido los niveles de Impacto a cada indicador, se procede a la sumatoria de los valores, esta medición se la realiza en base a una medida ponderada que nos indicará si el resultado es positivo o negativo.

$$\frac{\sum}{N1} = \frac{\text{Sumatoria de indicadores}}{\text{Numero de indicadores}}$$

**7.5 Matriz de impacto social****Cuadro N° 103****Matriz de impacto social**

<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Calidad de vida</b>						x		<b>2</b>
<b>Seguridad familiar</b>						x		<b>2</b>
<b>Migración</b>					x			<b>1</b>
<b>Bienestar comunitario</b>						x		<b>2</b>
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>6</b>		<b>7</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado:** El Autor

$$\Sigma = \frac{7}{4}$$

$$= 1,75$$

El resultado del Impacto Social equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

### ANÁLISIS:

Con la implementación de la empresa propuesta en el presente proyecto permitirá la participación directa de las personas que habitan en el sector de Zuleta, dándoles la oportunidad de ser los que promuevan la mejora de su producción y de esta manera promover el bienestar comunitario lo cual tendrá un impacto medio positivo , como también mejorar la calidad de vida de todas las familias, ya que con la ejecución del proyecto tendrá un impacto medio positivo porque permitirá evitar la migración de los trabajadores del campo a la ciudad como fuera del país.

### 7.6 Matriz de impacto económico

**Cuadro N° 104**

#### **Matriz de impacto económico**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>Oferta de empleo</b>							x	<b>3</b>
<b>Demanda de mano de obra</b>					x			<b>1</b>
<b>Estabilidad económica familiar</b>						x		<b>2</b>
<b>Capacidad de compra</b>						x		<b>2</b>
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>8</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

$$= 2,00$$

El resultado del Impacto Económico equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

### **ANÁLISIS:**

Dentro del Impacto Económico se puede evidenciar que existirá oferta de empleo obteniendo un impacto alto positivo porque mediante la creación de la empresa permitirá el ingreso de varios agricultores que deseen formar parte de la misma.

Al solucionar el problema del desempleo, también se evitará problemas sociales como la delincuencia, drogadicción, alcoholismo, entre otros, y de esta manera se contribuirá a mejorar la estabilidad económica familiar de esta zona cuyo impacto será medio positivo, en lo que se refiere a capacidad de compra tendrá un impacto medio positivo porque existirá un lugar en donde se pueda adquirir un producto de acuerdo a las exigencias del consumidor es decir de buena calidad y presentación.

## 7.7 Matriz de impacto ambiental

**Cuadro N° 105**

### Matriz de impacto ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>Manejo de productos químicos</b>	x							<b>3</b>
<b>Contaminación auditiva</b>		x						<b>2</b>
<b>Conservación y uso racional del suelo</b>			x					<b>1</b>
<b>Polución ambiental</b>		x						<b>2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>					<b>8</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

$$\Sigma = \frac{8}{4}$$

$$= 2,00$$

El resultado del Impacto Ambiental equivale a 2 lo cual tendrá un Impacto medio positivo.

### ANÁLISIS:

El Impacto Ambiental es uno de mayor importancia en el desarrollo de este tipo de proyectos ya que el buen manejo de este permitirá mantener al medio ambiente en buenas condiciones, es por ello que con la ejecución del proyecto tendrá como resultado un impacto medio positivo en lo que se refiere a polución ambiental porque se evitará el uso excesivo de abonos agroquímicos que se usa para la siembra, como también permitirá la conservación y uso racional del suelo obteniendo un impacto bajo positivo porque se implementará nuevas maneras de siembra y cosecha, se mejorará el manejo de productos químicos obteniendo un

impacto alto positivo porque se utilizarán bajo contenido de químicos durante el proceso de la siembra del fréjol, en lo que se refiere a contaminación Auditiva como resultado se obtiene un impacto medio positivo porque en el proyecto se utilizará máquinas en donde se minimiza el ruido que afecte a las personas.

### 7.8 Matriz general de impactos

**Cuadro N° 106**

**Matriz general de impactos**

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
<b>Social</b>						x		<b>2</b>
<b>Económico</b>						x		<b>2</b>
<b>Ambiental</b>						X		
								<b>2</b>
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>		<b>6</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado: El Autor

$$\Sigma = \frac{6}{3}$$

$$= 2$$

### ANÁLISIS:

Como resultado del análisis de impactos se obtiene que con la ejecución del proyecto tenga un Impacto medio positivo, ya que con la puesta en marcha de la empresa, beneficiará significativamente por qué no afectara a ningún sector sino, más bien beneficia a la población en general.

## CONCLUSIONES

- En base a los resultados obtenidos al diagnóstico situacional se destacan importantes aliados los cuales permitirán la creación y desarrollo de la microempresas, generando de esta manera recursos económicos para el país y mejorando el estilo de vida de quien las crea.
- Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto ya que nos ayudaron en información la cual fue de gran importancia para el desarrollo del tema.
- El estudio de mercado permitió hacer un análisis preliminar de los potenciales nichos de mercado de destino, y en base a estos direccionar la producción en el sentido correcto, el cual permitirá emprender un proceso de producción y comercialización proporcionando una estandarización de nuestro producto con el fin de que el proyecto sea más rentable.
- Del estudio técnico realizado se desprende que existen las condiciones físicas, recursos económicos, recursos tecnológicos y talento humano como para lograr una eficiente actividad de producción.
- En base a la evaluación financiera del proyecto, se concluye que éste es factible financieramente, debido a que presenta un VAN y un TIR positivo el cual ayuda para el desarrollo de cada uno de los componentes de la microempresa.

- La estructura organizacional es muy importante debido a que hace mención al correcto manejo de las políticas internas de la microempresa y a su vez al funcionamiento sistematizado de la misma.
  
- Del análisis de impactos del Proyecto se desprende que éste beneficiará directamente, a las artesanas de la localidad y a la comunidad en general

### **RECOMENDACIONES:**

- Conforme a los resultados del diagnóstico situacional es necesario crear y fortalecer una microempresa legalmente constituida a fin de que enfrente los mercados actuales, que demandan de comercialización de productos innovadores y ante todo con calidad en la producción.
- En cuanto a las bases teóricas científicas del marco legal nacional, tiene muchas bondades para el artesano, cumpliendo así los objetivos de desarrollar y fomentar esta actividad, por lo cual es prudente que haya un control gubernamental serio y responsable
- Las microempresas deben Incursionar en el desarrollo de productos menos específicos y de mayor valor comercial pero que aborden el mismo mercado de forma que se amplíen las ventas y se mejoren los márgenes de rentabilidad del proyecto.
- Para el éxito del presente proyecto se estima conveniente que las instituciones financieras presten facilidades de financiamiento, con el fin de garantizar los niveles de producción propuestos.
- En cuanto al estudio técnico la organización de las microempresas deben de tener reglamentos las cuales sean la directriz para el correcto cumplimiento de las normas que se establecen, con el fin de llegar a un desarrollo sustentable, tanto para la economía de la zona como también para el desarrollo de las personas involucradas.
- Otro punto importante es el hecho de genera conciencia de los diferentes aspectos que hay que considerar en cuanto al hecho de poner en marcha la creación de una microempresa ya

que la misma generara fuentes importantes de empleo para cada una de las personas involucradas en la misma mediante una estructura organizacional eficiente.

- Los impactos cada vez se deben de ir aminorando tanto para grandes como pequeñas empresas, lo cual significara un desarrollo mucho más grande ya que un factor importante es el ambiente al cual toca tratarle de una forma en la cual nosotros aportemos mediante programas y nuevas tecnologías las cuales ayuden a cuidarlo.

**BIBLIOGRAFÍA**

BACA URBINA, Gabriel; Evaluación de Proyectos; Quinta Edición; Año 2009.

CORDOBA, Marcial; Estudio de mercado; Año 2011

D' ALESSIO Fernando; Investigación empresarial; Año 2010

EL ESTATUTO DE LA MICROEMPRESA 2010

FONTAINE, Ernesto; Economía; Año 2011

GALINDO RUIZ, Carlos Julio; Manual para la creación de una Empresa, Ediciones, Tercera Edición, Bogotá Colombia 2008, Pág. 15.

IPC ; Índice de precios del consumidor; Año 2010

MENDEZ ALVAREZ Carlos E, Guía para la elaboración de diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas, 2da edición, Bogotá, McGraw-Hill, 1995.

ORTEGA CASTRO, Alfonso; Proyectos de Inversión; Edición 2010.

ROMERO, Antonio; Estrategias de mercado; Año 2010

ROSALES; Estudio Técnico; Año 2010

SAPAG, Reinaldo; Estudio de Mercado; Año 2010

SHEELLEN Thomas; Proyectos de Investigación; Año 2011

## LINKOGRAFÍA

- [www.microempresa.blogdiario.com](http://www.microempresa.blogdiario.com)
- [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- [www.ministeriodeindustriayproductividad.gov.ec](http://www.ministeriodeindustriayproductividad.gov.ec)
- [www.monografias.com/trabajo24/exportaciones.shtml](http://www.monografias.com/trabajo24/exportaciones.shtml)
- [www.aulafacil.com](http://www.aulafacil.com)
- [www.comunidadzuleta.com](http://www.comunidadzuleta.com)
- [Es.wiktionary.org/wiki/champi%C3%B1on.](http://es.wiktionary.org/wiki/champi%C3%B1on)
- <http://www.monografias.com/trabajos14/administracion-emorasas-administracion-empradas.shtml>
- <http://www.monpgrafias.com/trabajos5/contab.shtml>
- [www.monografias.com/Administraciony Finanzas/Contabilidad](http://www.monografias.com/AdministracionyFinanzas/Contabilidad)
- [www.monografias.com/trabajos/mercado](http://www.monografias.com/trabajos/mercado)
- <http://www.foromarketing.com>
- [www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing](http://www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing)

# **ANEXOS**

## ANEXO A: ENCUESTA REALIZADA A PRODUCTORES

1. ¿Tiene una estructura organizacional formada?

- Si ( )
- No ( )
- Porque:.....

2. ¿Qué tiempo lleva dedicado a esta actividad?

- Menos de un año ( )
- De 1 a 3 años ( )
- De 4 a seis años ( )

3. ¿Para elaborar sus textiles q tipo de material utiliza?

- Lienzo ( )
- Tela hindú ( )

4. ¿Qué tipo de prendas confecciona?

- Blusas ( )
- Camisas ( )
- Manteles ( )
- Pantalones ( )

5. ¿Qué talla de blusas vende con mayor frecuencia?

- S ( )
- M ( )
- L ( )
- XL ( )

6. ¿Qué colores de vestir prefiere usted para la confección de prendas?

- Blanco ( )
- Azul ( )
- Verde ( )
- Beige ( )

7. ¿Qué cantidad de prendas de vestir estimadamente vende mensualmente en blusas?

- Camisas
- 1 – 10 (      )
- 10 – 20 (      )
- 20 – 30 (      )

8. ¿Qué cantidad de prendas de vestir estimadamente vende mensualmente en manteles?

- Manteles
- 1 – 10 (      )
- 10 – 20 (      )
- 20 – 30 (      )

9. ¿Considera usted que la comercialización de textiles es rentable?

- Si (      )
- No (      )

**ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES POTENCIALES DE BORDADOS EN EL SECTOR DE ZULETA PROVINCIA DE IMBABURA.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE  
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORIA**

**Objetivo: Determinar La Factibilidad Para La Creación De Una Microempresa Dedicada A La Producción Y Comercialización de bordados en el sector se Zuleta, Provincia de Imbabura.**

**INSTRUCCIONES**

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestar
- Marque con X la respuesta que crea conveniente

**DATOS TÉCNICOS**

**Sexo: M ( ) F ( )      Edad: 15-25a ( ) 26-35a ( ) 36-45a ( ) más de 46 ( )**

**Nivel de instrucción: Primaria ( ) Secundaria ( ) Superior ( ) Post - Grado ( )**

**1. ¿Conoce Ud. Los bordados elaborados por artesanos en el sector de Zuleta?**

Mucho ( )      Poco ( )      Nada ( )

**2. Usted estaría dispuesto a comprar artesanías bordadas a mano?**

Si ( )      No ( )

**3.¿En qué tipo de material le gustaría que estén los bordados**

Lienzo

Tela hindú

Otros

4. Para la compra de los artículos cuales de estos aspectos tomo en cuenta?

Precio  
Calidad  
Diseño  
Buen servicio

5. ¿Qué tallas habitualmente compraría?

S ( )  
M ( )  
L ( )  
XL ( )

6. ¿Qué color de prendas prefiere adquirir?

Blanco ( )  
Azul ( )  
Verde ( )  
Beige ( )

7. Con que frecuencia usted adquiere bordados hechos a mano

Blusas  
Cada mes ( )  
Cada 3 meses ( )  
Cada 6 meses ( )  
Cada año ( )

8. Con que frecuencia usted adquiere bordados hechos a mano

Manteles  
Cada 6 meses ( )  
Cada año ( )  
Cada 2 años ( )

9. Cuanto está usted dispuesta/o a pagar por una prenda de vestir por una blusa teniendo en cuenta que es artesanal?

15– 25  
25- 35  
35 – 45

10. ¿En qué lugar le gustaría a Ud. obtener este producto?

Mercados ( ) Zuleta ( )

11. ¿Estaría Ud. de acuerdo que se cree una microempresa que ofrezca bordados hechos por artesanos?

Si ( ) No ( )

**ANEXO C: MODELOS DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO**

**MUJERES REALIZANDO LA LABOR DE LOS BORDADOS**



**MANTELES REALIZADOS EN LA ZONA**



**BORDADOS EN CAMISAS****MANTELES**

**ANEXO D PROFORMAS:**

<b>FACTURA PROFORMA</b>							
Fecha: 29 de Enero del 2014							
<b>Local</b> <u>Papeleria Amazonas</u> _____ _____  <b>Condiciones de Venta:</b> <u>Froforma</u>        <b>Contacto:</b> _____ _____  <b>Dirección:</b> <u>Los Ceibos Rio Patate 3 - 60</u> _____  <b>Teléfono:</b> <u>640 - 916</u> _____ _____  <b>E-mail:</b> _____ _____							
Cantidad	REF	DESCRIPCIÓN	EMBALAJE	UNIDAD ES	PESO TOTAL	USD/EUR UNITARIO	VALOR SUB-TOTAL
1	142	Maquina bordadora		4		600,00	2.400,00
		Maquina Cortadora		4		350,00	1.400,00
		Maquina Estampadora		4		500,00	2.000,00
<b>Total</b>		Maquinaria Menor		<b>4</b>		250,00	1000,00
				<b>0</b>	<b>0</b>		<b>6.800,00</b>
Firma Autorizada							

## FACTURA PROFORMA

Fecha: 29 de Enero del 2014

<b>Local</b>	La Eficiencia
<b>Condiciones de Venta:</b>	Proforma
<b>Contacto:</b>	
<b>Dirección:</b>	Los Ceibos Rio Patate 3 - 60
<b>Teléfono:</b>	640 - 916
<b>E-mail:</b>	

Cantidad	REF	DESCRIPCIÓN	EMBALAJE	UNIDAD ES	PESO TOTAL	USD/EUR UNITARIO	VALOR SUB-TOTAL
1	142	Mesas de corte		4		300,00	1.200,00
		Sillas		7		7,00	49,00
		Estanterias		3		75,00	225,00
<b>Total</b>		Sillas Giratorias		1		40,00	40,00
				<b>0</b>	<b>0</b>		<b>1.514,00</b>

Firma Autorizada

## FACTURA PROFORMA

Fecha: 29 de Enero del 2014

<b>Local</b>	Provesum
<b>Condiciones de Venta:</b>	Proforma
<b>Contacto:</b>	
<b>Dirección:</b>	Calle Salinas 12 .45
<b>Teléfono:</b>	954 - 266
<b>E-mail:</b>	

Cantidad	REF	DESCRIPCIÓN	EMBALAJE	UNIDAD ES	PESO TOTAL	USD/EUR UNITARIO	VALOR SUB-TOTAL
1	142	Archivador		1		99,00	99,00
		Escritorio		1		120,00	120,00
		Pizarron		1		40,00	40,00
<b>Total</b>		Mesas de Reunion		1		100,00	100,00
				<b>0</b>	<b>0</b>		<b>359,00</b>

Firma Autorizada

## FACTURA PROFORMA

**Fecha:** 29 de Enero del 2014

**Local** Provesum

**Condiciones de Venta:** Froforma

**Contacto:** \_\_\_\_\_

**Dirección:** Calle Salinas 12 .45

**Teléfono:** 954 - 266

**E-mail:** \_\_\_\_\_

Cantidad	REF	DESCRIPCIÓN	EMBALAJE	UNIDAD ES	PESO TOTAL	USD/EUR UNITARIO	VALOR SUB-TOTAL
1		Perforadora		1		3,50	3,50
		Grapadora		1		3,50	3,50
		Saca grapas		1		1,50	1,50
		Guillotina		1		10,00	10,00
		Porta papel		1		7,00	7,00
		Telefono		1		50,00	50,00
		<b>Sumadora</b>		1		30,00	30,00
		Perforadora		1		3,50	3,50
							109,00

Firma Autorizada

## FACTURA PROFORMA

**Fecha:** 29 de Enero del 2014

**Local** Word Computers

**Condiciones de Venta:** Froforma

**Contacto:** \_\_\_\_\_

**Dirección:** Calle Juan Leon Mera

**Teléfono:** 956 - 430

**E-mail:** \_\_\_\_\_

Cantidad	REF	DESCRIPCIÓN	EMBALAJE	UNIDAD ES	PESO TOTAL	USD/EUR UNITARIO	VALOR SUB-TOTAL
1		Computadora		1		695,20	695,20
		Impresora		1		74,25	74,25
		Impresora Matricial		1		225,00	225,00
							994,45

Firma Autorizada

**FACTURA +A1:AA28PROFORMA**

Fecha: 29 de Enero del 2014

Local ProvesumCondiciones de Venta: Froforma

Contacto: \_\_\_\_\_

Dirección: Calle Juan Leon MeraTeléfono: 956 - 430

E-mail: \_\_\_\_\_

Cantidad	REF	DESCRIPCIÓN	EMBALAJE	UNIDAD ES	PESO TOTAL	USD/EUR UNITARIO	VALOR SUB-TOTAL
1		Lapiz		3		5,94	5,94
		Resmas		2		81,12	81,12
		Boligrafos		2		5,04	5,04
		Marcadores		1		7,50	7,50
		Corrector		1		7,82	7,82
		Borrador		1		9,54	9,54
		<b>Caja de clips</b>		1		1,93	1,93
		Caja de Grapas		1		2,46	2,46
							116,31

Firma Autorizada

## FACTURA PROFORMA

**Fecha:** 29 de Enero del 2014

**Local:** Provesum

**Condiciones de Venta:** Proforma

**Contacto:**

**Dirección:** Calle Juan Leon Mera

**Teléfono:** 956 - 430

**E-mail:**

Cantidad	REF	DESCRIPCIÓN	EMBALAJE	UNIDAD ES	PESO TOTAL	USD/EUR UNITARIO	VALOR SUB-TOTAL
1		Tela Indu		1			45,00
		Tela Artesanal		1			65,00
		Lienzo		1			45,00
		Lino		1			45,00
		Botones		1			70,00

Firma Autorizada