



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

##### **TEMA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA EN TELA DE JEAN, EN LA  
CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTON ANTONIO, ANTE PROVINCIA DE IMBABURA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD  
Y AUDITORIA**

##### **AUTORA**

**MUESES ESTEVEZ MIRSAN MADELEY**

**DIRECTOR: Dr. FAUSTO LIMA**

**IBARRA 2017**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de ropa en tela de jean en la Ciudad de Atuntaqui Cantón Antonio Ante, provincia Imbabura. Por tal razón se analizó siete capítulos, a continuación, se presenta un resumen de los hallazgos más importantes de cada uno de ellos. Con el diagnóstico efectuado en la ciudad de Atuntaqui, se determinó que el lugar cuenta con las condiciones óptimas para el desarrollo del proyecto de producción y comercialización de ropa en tela de jean, además se pudo conocer las principales características del sector para establecer los aliados, oponentes, oportunidades y los riesgos que tendría el proyecto. En el marco teórico se contextualizó los términos utilizados en el desarrollo de la investigación mediante información utilizada. El estudio de mercado permitió identificar la demanda actual que existe en los almacenes comerciales por el producto, como también conocer el lugar de procedencia de los proveedores quienes se encargan de abastecer el producto en el mercado, llegando a la conclusión de que en la ciudad de Atuntaqui no existe producción de ropa en tela de jean. Del estudio técnico se determinó que el sector de Atuntaqui será la ubicación estratégica del proyecto, porque cuenta con aspectos que favorecen su implementación, como también se estableció los aspectos técnicos para realizar las actividades en forma eficiente. Los resultados obtenidos del estudio financiero determinaron que el proyecto es potencialmente factible de ser ejecutado, es decir sus ingresos respaldan la inversión inicial, siendo atractivo para los futuros inversionistas. En la parte organizacional y administrativa se estableció los lineamientos estratégicos, un organigrama vertical, como también las políticas y reglamentos que se deben aplicar para su funcionamiento. Los impactos que genera el proyecto son medios positivos, debido a que el proyecto está encaminado al desarrollo social y económico del sector.

## SUMMARY

The present study aims to determine the feasibility for the creation of a microenterprise for the production and marketing of clothes in jean cloth in the City of Atuntaqui, Cantón Antonio Ante, Imbabura province. For this reason, seven chapters were analyzed, and a summary of the most important findings of each is presented below. With the diagnosis made in the city of Atuntaqui, it was determined that the site has the optimum conditions for the development of the project of production and commercialization of jean cloth clothes, in addition it was possible to know the main characteristics of the sector to establish the allies, Opponents, opportunities and risks that the project would have. In the theoretical framework we contextualized the terms used in the development of research using information used. The market study allowed to identify the current demand that exists in the commercial warehouses for the product, as well as to know the place of origin of the suppliers who are in charge of supplying the product in the market, arriving at the conclusion that in the city of Atuntaqui there is no local production of clothing in jean cloth. The technical study determined that the Atuntaqui sector will be the strategic location of the project, because it has aspects that favor its implementation, as well as establishing the technical aspects to carry out the activities in an efficient way. The results obtained from the financial study determined that the project is potentially feasible to be executed, ie its income supports the initial investment, being attractive to future investors. In the organizational and administrative part, the strategic guidelines were established, a vertical organization chart, as well as the policies and regulations that should be applied to its operation. The impacts generated by the project are positive means, because the project is aimed at the social and economic development of the sector.

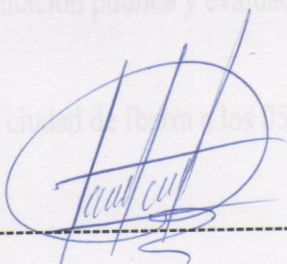
**AUTORÍA**

Yo **MIRSAN MADELEY MUESES ESTÉVEZ**, portadoras de la cédula de ciudadanía No. **100271699-9**, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.

COMERCIALIZADORA DE ROPA EN TELA DE JEAN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA IMBABURA.

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

En la ciudad de Ibarra los 11 días del mes de agosto del 2016.



---

**Mirsan Madeley Mueses Estévez**

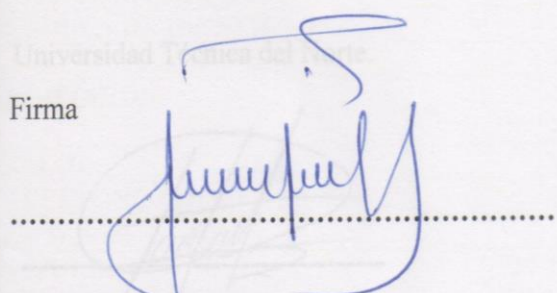
**100271699-9**

**CERTIFICACIÓN****DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Mirsan Madeley Mueses Estévez**, con cédulas de identidad No. **1002716999**, para optar por el Título de **INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA EN TELA DE JEAN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTON ANTONIO ANTE, PROVINCIA IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 05 días del mes de agosto del 2016.

Firma



**DR. FAUSTO LIMA**

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

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

Yo, **Mirsan Madeley Mueses Estévez**, con cédulas de identidad No. **100271699-9**, 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 autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA ENE TELA DE JEAN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTON ANTONIO ANTE, PROVINCIA IMBABURA”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la

Universidad Técnica del Norte.



**Madeley Mueses**

**100271699-9**

Ibarra a los 14 días del mes de febrero del 2017

100271699-9

Mueses Estévez Mirsan Madeley

Antonio Ante – Parroquia San Roque

San Miguel - Calle 1 de Agosto y García Moreno

Madelev81\_mun@gmail.com

TELÉFONO MÓVIL: 0988719031

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
ROPA EN TELA DE JEAN EN LA CIUDAD DE  
ATUNTAQUI CANTON ANTONIO ANTE  
PROVINCIA IMBABURA

Mirsan Madeley Mueses Estévez

2017-02-14

PREGRADO  POSGRADO

INGENIERA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORÍA CPA.

DR. FAUSTO LIMA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>		100271699-9	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>		Mueses Estévez Mirsan Madeley	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Antonio Ante – Parroquia san Roque San Miguel - Calle 1 de Agosto y García Moreno	
<b>EMAIL:</b>		Madeley81.mm@gmail.com	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062900535	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0988719051
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>		“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA EN TELA DE JEAN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTON ANTONIO ANTE PROVINCIA IMBABURA	
<b>AUTORA :</b>		Mirsan Madeley Mueses Estévez	
<b>FECHA: DDMMAAAA</b>		2017-02-14	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
<b>PROGRAMA:</b>		<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO	
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>		INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA.	
<b>ASCESOR / DIRECTOR:</b>		DR. FAUSTO LIMA	

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

Yo, **MIRSAN MADELEY MUESES ESTÉVEZ** con cédulas de identidad No. **100271699-9** en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.


### 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares 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.

M MADELEY MUESES

Ibarra, a los 14 días del mes de Febrero del 2017

#### LA AUTORA:

(Firma).....

Nombre: Mirsan Madeley Mueses Estévez

C.C.: 100271699-9

Facultado por resolución de Consejo Universitario.



## **DEDICATORIA**

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo darme muchas bendiciones, fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que encontraba en el camino, enseñándome a enfrentar las adversidades y no decaer en el intento.

Para mis padres +Carlos y +Emperatriz, los cuales a pesar de haberlos perdido, han estado siempre cuidando y guiando mis pasos desde el cielo.

A mi esposo Luis Miguel y a mis hijos Esteban y Diane, por el amor y apoyo incondicional, quienes han sido la razón de mi inspiración para seguir adelante.

A mis hermanos Alicia, Mabel, Merson, Samir y Joan por estar siempre presentes, acompañándome para poder realizarme como persona y por el cariño brindado.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

**MADELEY MUESES**

## **AGRADECIMIENTO**

Mi eterno agradecimiento al creador, por concederme la fuerza necesaria para seguir adelante y el deseo de superarme día tras día.

A mis padres, hermanos, esposo e hijos por su valioso apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

Agradezco a mis maestros de la Universidad Técnica del Norte, especialmente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por haber colaborado en el desarrollo y culminación de mi carrera profesional.

El debido agradecimiento a mi Director de Tesis por haberme entregado sus valiosos conocimientos para la culminación del presente trabajo.

**MADELEY MUESES**

## 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 TÉCNICA 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 TABLAS .....	xvii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xx
PRESENTACIÓN.....	xxii
INTRODUCCIÓN .....	xxiii
JUSTIFICACIÓN .....	xxv
OBJETIVOS .....	xxvii
Objetivo General.....	xxvii
Objetivos Específicos.....	xxvii
CAPÍTULO I .....	29
DIAGNOSTICO SITUACIONAL .....	29
Antecedentes .....	29
Objetivos del Diagnóstico.....	29
Objetivo General.....	29
Objetivos Específicos.....	29
Variables Diagnósticas.....	30
Indicadores.....	30
Matriz FODA .....	30
Fuentes de Información.....	32
Análisis de variables diagnósticas .....	32

Antecedentes Históricos.....	32
Aspectos Geográficos .....	33
Producción y comercialización textil en la ciudad de Atuntaqui.....	38
Diagnóstico Externo.....	38
Aliados .....	38
Oponentes .....	39
Oportunidad .....	39
Riesgos.....	39
Población de Estudio.....	40
Cálculo de la Muestra .....	40
Resultados de Investigación.....	41
Identificación de la oportunidad de la inversión.....	52
CAPÍTULO II.....	53
MARCO TEORICO.....	53
La Empresa .....	53
Características de la Empresa .....	54
Clasificación de las PYMES.....	55
La Microempresa .....	56
Clasificación de la Microempresa.....	57
Características de la Microempresa .....	58
Objetivos de la microempresa.....	59
Creación de la Microempresa .....	60
La administración.....	60
Objetivos de la administración.....	61
Proceso administrativo.....	61
Estudio de mercado.....	63
Mercado .....	63
Oferta .....	63
Demanda .....	64
Producto .....	64
Precio .....	64
Plaza.....	65
Promoción.....	65
Publicidad .....	65

Distribución - Comercialización .....	66
Ropa en jean.....	66
Características de la ropa en jean.....	66
Ventajas del uso de ropa en jean.....	67
Tela Jean .....	67
Prendas en jean .....	68
Fabricación.....	68
Maquinaria .....	69
Estudio Técnico .....	70
Tamaño del proyecto.....	70
Ingeniería del proyecto .....	70
Estudio Financiero .....	71
Costos de producción.....	71
Elementos del costo .....	71
Estados Financieros .....	71
Estado de situación financiera .....	72
Estado de Resultados .....	72
Estado de Evolución del Patrimonio.....	72
Estado de flujo de Efectivo .....	73
Notas aclaratorias a los estados financieros.....	73
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>74</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>74</b>
Objetivos del estudio de mercado .....	74
Objetivo general.....	74
Objetivo específico .....	74
Variables e indicadores .....	75
Descripción del producto .....	75
Prendas a elaborarse.....	76
Mercado Meta .....	79
Análisis de la oferta potencial.....	80
Oferta Actual.....	81
Análisis de la demanda potencial.....	82
Determinación de la muestra .....	83
Resultados de Investigación.....	84



Demanda Actual.....	95
Proyección de la demanda .....	95
Análisis de la oferta .....	97
Oferta actual.....	97
Demanda Potencial A Satisfacer.....	98
Demanda Sustitutiva Posible .....	99
Demanda a Captar por el Proyecto .....	101
Análisis de Precios.....	102
Estrategias Comerciales.....	102
Conclusiones del Estudio.....	104
CAPÍTULO IV.....	105
ESTUDIO TÉCNICO .....	105
Presentación .....	105
Localización del proyecto.....	106
Macro localización.....	106
Micro localización .....	107
Tamaño del proyecto.....	108
Factores condicionantes del tamaño del proyecto .....	108
Capacidad del proyecto.....	109
Distribución de la Planta.....	110
Diseño de la planta.....	111
Proceso de Producción.....	111
Diseño de ropa en tela de jean .....	111
Materiales a utilizarse para la confección de las diversas prendas .....	112
Insumos y accesorios .....	112
Maquinas utilizadas para la confección de ropa en tela de jean .....	113
Descripción del proceso de producción .....	115
Diagrama de procesos.....	117
Inversiones .....	118
Activos fijos.....	118
Financiamiento del Proyecto.....	121
Requerimiento de Talento Humano .....	122
CAPÍTULO V.....	123
ESTUDIO FINANCIERO .....	123

Ingresos.....	123
Proyección de Ingresos .....	123
Egresos.....	124
Costos de Producción.....	124
Gastos Administrativos.....	128
Gastos de Ventas.....	131
Financiamiento.....	132
Gastos Financieros.....	136
Depreciación .....	136
Gastos de estudios y constitución .....	137
Resumen de Egresos .....	137
Estados Proforma.....	137
Estado de situación inicial .....	137
Estado de Resultados .....	139
Flujo de Caja.....	140
Evaluación de la Inversión.....	140
Costo de Oportunidad .....	140
Tasa de Rendimiento Medio .....	141
Valor Actual Neto.....	141
Tasa Interna de Retorno .....	142
Recuperación de la Inversión.....	143
Costo Beneficio.....	144
CAPÍTULO VI.....	145
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	145
Aspecto estratégico .....	145
Nombre de la microempresa .....	145
Misión .....	145
Visión.....	145
Objetivos de la microempresa.....	146
Principios y Valores.....	146
Políticas de la microempresa .....	147
Aspecto Organizativo.....	148
Organigrama Estructural.....	148
Organigrama Funcional .....	148

Manual de Funciones .....	149
Aspecto Legal .....	154
Base legal .....	154
Permiso de Funcionamiento.....	155
CAPÍTULO VII .....	157
IMPACTOS .....	157
Evaluación de impactos .....	157
Impacto socio – económico .....	158
Impacto tecnológico.....	159
Impacto ambiental.....	160
CONCLUSIONES .....	161
RECOMENDACIONES.....	162
GLOSARIO DE TERMINOS.....	163
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA .....	166
ANEXOS .....	167
ANEXO A: IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS SEGÚN MODELO COSO ERM.....	168
ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A EL PUBLICO EN GENERAL LOS CUALES SERAN NUESTROS POSIBLES CLIENTES.....	175
ANEXO C: DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA.....	178
ANEXO D: COSTOS Y GASTOS.....	179

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz FODA .....	31
2. Población.....	40
3. Datos para cálculo.....	41
4. Preferencia al vestir.....	42
5. Adquisición .....	43
6. Comodidad al vestir .....	44
7. Elección de marcas .....	45
8. Preferencia en marcas .....	46
9. Compra de ropa.....	47
10. Lugares de compra.....	48
11. Precios bajos .....	49
12. Nueva marca .....	50
13. Creación de la microempresa.....	51
14. Locales comerciales .....	80
15. Empresas nacionales .....	81
16. Empresas extranjeras .....	82
17. Tiempo en la actividad.....	85
18. Producto que comercializa.....	86
19. Cantidad de prendas adquiridas .....	87
20. Prendas de mayor demanda .....	88
21. Clientes que más demandan.....	89
22. Marca que comercializa .....	90
23. Precio .....	91
24. Características del producto.....	92
25. Particularidades del producto.....	93
26. Adquisición del producto.....	94
27. Demanda actual de ropa en tela de Jean .....	95
28. Proyección de la demanda de ropa en tela de Jean .....	97
29. Empresas proveedoras .....	98
30. Demanda potencial a satisfacer de ropa en tela de Jean en unidades .....	99
31. Demanda sustitutiva posible de ropa en tela de Jean.....	101
32. Demanda a captar por el proyecto .....	101

33. Factores determinantes.....	107
34. Distribución de instalaciones .....	110
35. Terreno.....	118
36. Infraestructura .....	119
37. Maquinaria y equipo de trabajo .....	119
38. Vehículo.....	120
39. Muebles y enseres .....	120
40. Equipo de computación.....	120
41. Equipo de oficina .....	121
42. Resumen de activos fijos .....	121
43. Financiamiento del proyecto.....	122
44. Requerimiento de talento humano .....	122
45. Proyección de ingresos .....	124
46. Materia prima directa.....	125
47. Materia prima e insumos.....	125
48. Proyección del salario básico unificado.....	126
49. Proyección del salario básico unificado.....	126
50. Materiales y herramientas para la producción .....	126
51. Empaque .....	127
52. Servicios básicos.....	127
53. Maquinaria y equipo .....	127
54. Resumen de costos de producción .....	128
55. Proyección del salario básico unificado.....	128
56. Proyección del costo total de sueldos administrativos.....	129
57. Servicios básicos.....	129
58. Servicios de comunicación .....	129
59. Mantenimiento computación .....	130
60. Suministros de oficina.....	130
61. Resumen de gastos administrativos .....	131
62. Proyección del salario básico unificado.....	131
63. Proyección total de sueldos en ventas.....	131
64. Publicidad .....	132
65. Combustible y mantenimiento del vehículo .....	132
66. Resumen de gastos de ventas.....	132



67. Amortización anual.....	134
68. Tabla de amortización.....	135
69. Amortización mensual.....	135
70. Gastos financieros.....	136
71. Depreciación.....	136
72. Gastos de estudios y constitución.....	137
73. Resumen de egresos.....	137
74. Estado de situación inicial.....	138
75. Estado de resultados.....	139
76. Flujo de caja.....	140
77. Costo de oportunidad.....	141
78. Valor actual neto.....	142
79. Tasa interna de retorno.....	142
80. Recuperación de la inversión.....	143
81. Costo beneficio.....	144
82. Nómina de socios.....	154
83. Matriz de valoración de impactos.....	157
84. Socio-económico.....	158
85. Impacto tecnológico.....	159
86. Impacto ambiental.....	160

## ÍNDICE DE FIGURAS

1. Preferencia al vestir.....	42
2. Adquisición.....	43
3. Comodidad al vestir.....	44
4. Elección de marcas.....	45
5. Preferencia en marcas.....	46
6. Compra de ropa.....	47
7. Lugares de compra.....	48
8. Precios bajos.....	49
9. Nueva marca.....	50
10. Creación de la microempresa.....	51
11. Portada.....	75
12. Pantalón Jean.....	76
13. Short Jean.....	77
14. Falda Jean.....	77
15. Camisa Jean.....	77
16. Blusa Jean.....	78
17. Chaqueta Jean.....	78
18. Chompa Jean.....	78
19. Vestido Jean.....	79
20. Enterizo Jean.....	79
21. Tiempo en la actividad.....	85
22. Producto que comercializa.....	86
23. Cantidad de prendas adquiridas.....	87
24. Prendas de mayor demanda.....	88
25. Clientes que más demandan.....	89
26. Marca que comercializa.....	90
27. Precio.....	91
28. Características del producto.....	92
29. Particularidades del producto.....	93
30. Adquisición del producto.....	94
31. Mapa provincia de Imbabura.....	106
32. Diseño de instalaciones.....	111

33. Diagrama de procesos .....	118
34. Organigrama estructural de Deal – Jeans.....	148
35. Organigrama funcional de Deal – Jeans .....	149

## **PRESENTACIÓN**

En el presente trabajo titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ROPA EN TELA DE JEAN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTON ANTONIO ANTE, PROVINCIA IMBABURA. Se ha desarrollado los siguientes capítulos, con la finalidad de determinar su factibilidad.

Capítulo I Diagnóstico Situacional: En este capítulo se presenta el desarrollo de los objetivos que están relacionados con los aspectos históricos, geográficos, demográficos, sociales y económicos para determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: En este capítulo se estableció las bases teóricas que se tomaran en cuenta como guías de información para el desarrollo del proyecto.

Capítulo III Estudio de Mercado: en esta parte se realizó una investigación de campo a través de encuestas, cuyos resultados permitieron conocer la oferta y la demanda actual que existe en el mercado con respecto al producto.

Capítulo IV Estudio Técnico: El desarrollo del estudio técnico permitió determinar la localización óptima del proyecto, tamaño, la distribución de la planta, procesos e inversiones.

Capítulo V Estudio Financiero: en este estudio se realizó el análisis de ingresos y egresos para establecer los respectivos estados financieros para posteriormente determinar la factibilidad a través de la aplicación de evaluadores financieros.

Capítulo VI Estructura Organizacional: en este capítulo se definió los aspectos estratégicos, organizativos y legales para el funcionamiento de la microempresa.

## INTRODUCCIÓN

La historia de la tela jean se remonta al siglo XIX en el año 1853, época de la fiebre del oro en las minas de la zona oeste de los EE.UU. Su creación es producto del ingenio de un vendedor de origen bávaro quien analizó el mercado y encontró que la gente necesitaba ropa lo suficientemente fuerte como para aguantar los rigores de aquel trabajo extremo, es así que nacen los primeros jean.

En nuestro país y en el mundo podemos encontrar un sinnúmero de prendas de vestir con diversidad de diseños y de colores elaboradas en tela de jean, se las consigue en faldas, blusas, chaquetas, shorts, pantalones entre otras. Estas prendas se las puede encontrar en varios casos combinadas con diferente telas, a la cual también suele someterse a procesos de transformación para cambiar su tono, textura e implantarlo en la elaboración de nuevos modelos.

En nuestro país la producción y comercialización de ropa en jean se encuentra acentuada en Pelileo, población perteneciente a la provincia de Tungurahua, donde existen varias empresas que se dedican a la confección de prendas en tela de jean. En la Provincia de Imbabura y principalmente en Atuntaqui, su gente se dedica a la producción y comercialización de prendas de vestir, lo cual le hace poseedora de todas las características para incursionar en esta actividad.

Atuntaqui es considerada como la más grande e importante ciudad en la Industria Textilera, cuenta con varias empresas las cuales acogen a un 80% de la mano de obra de los ciudadanos anteños y que a su vez viste al 20% de los ecuatorianos, según estudios realizados por la Cámara de comercio de Antonio Ante .A pesar de ser Atuntaqui uno de los sectores industriales más representativos del país, no cuenta con una empresa que produzca y comercialice ropa en tela de jean, ya que todas las pequeñas, medianas y grandes empresas



existentes en esta ciudad, se dedican a la confección y comercialización de ropa en telas como el jersey, licra, algodón, térmica y tejidos.

No obstante hay una gran competencia en la comercialización, ya que existen varios almacenes y boutiques que se dedican a la distribución del producto. Estos locales al tener que proveerse de esta mercadería que es de alta demanda y que por lo regular es traída del vecino país de Colombia ofrecen el mismo producto a precios elevados.

## JUSTIFICACIÓN

En la actualidad no existe una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de ropa en tela de jean en el norte del país, que pueda satisfacer la necesidad de este producto. Esto significa que se tiene una oportunidad de mercado con un producto sustituto al que se puede dirigir. Por lo tanto se ha considerado factible realizar el presente proyecto en esta ciudad cabecera cantonal de Antonio Ante.

Atuntaquí ha pasado a ser un referente fundamental de apoyo al cambio de la matriz productiva del país, contribuyendo al desarrollo integral de sus habitantes, tomando en consideración el Plan Nacional del Buen Vivir el cual en sus objetivos plantea:

### **OBJETIVO 9: GARANTIZAR EL TRABAJO DIGNO EN TODAS SUS FORMAS.**

*Para alcanzar este objetivo, debemos generar trabajos en condiciones dignas, buscar el pleno empleo priorizando a grupos históricamente excluidos, reducir el trabajo informal y garantizar el cumplimiento de los derechos laborales. Hay que establecer la sostenibilidad de las actividades de autoconsumo y autosustento, así como de las actividades de cuidado humano, con enfoque de derechos y de género. El fortalecimiento de los esquemas de formación ocupacional y capacitación necesita articularse a las necesidades del sistema de trabajo y a la productividad laboral. (Plan Nacional del buen Vivir, 2013 - 2017)*

### **OBJETIVO 10: IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN DE LA MATRIZ PRODUCTIVA.**

*La Constitución establece la construcción de un “sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo” (art. 276), en el que los elementos de transformación productiva se orienten a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento, la inserción estratégica en la economía mundial y la producción complementaria en la integración regional; a asegurar la soberanía alimentaria; a incorporar valor agregado con eficiencia y dentro de los límites biofísicos de la naturaleza; a lograr un desarrollo equilibrado e integrado de los territorios; a propiciar el intercambio justo*

*en mercados y el acceso a recursos productivos; y a evitar la dependencia de importaciones de alimentos. (Plan Nacional del buen Vivir, 2013 - 2017)*

Es aquí donde surge la idea de implementar dentro de este sector, una microempresa cuya principal labor será la confección y comercialización de ropa en tela de jean, DEAL-JEANS introduciendo así una nueva marca de ropa al mercado con diferente textura, la cual la diferenciará de las demás empresas de confecciones en el cantón Antonio Ante. Esta microempresa además de marcar la diferencia en su producción también nos permitirá generar una nueva fuente de trabajo contribuyendo de esta manera al desarrollo de la sociedad antañona.

La microempresa que se trata de crear se la manejará de manera eficiente en todos los aspectos tanto contables como administrativos y operacionales, con el fin de alcanzar los objetivos propuestos posibilitando así su crecimiento dentro del norte del país. Al ser productores se ingresaría al mercado con precios más bajos que la competencia, logrando así posesionarse en el mismo. Es por esa razón que se ha visto factible la aplicación de este proyecto como un modo de emprendimiento dentro del sector productivo antañona.

## OBJETIVOS

### Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de ropa en jean en la ciudad de Atuntaqui, Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, a partir de un estudio técnico y financiero que permita establecer la factibilidad económica del proyecto.

### Objetivos Específicos

- Estructurar un diagnóstico que permita conocer la situación actual de la producción y comercialización de ropa en tela de jean en la ciudad de Atuntaqui, mediante la aplicación de técnicas de investigación.
- Estructurar un marco teórico que se constituya en una base que sustente la buena realización del proyecto, mediante la investigación de fuentes bibliográficas y linkograficas.
- Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta, demanda, producción comercialización y precios de ropa en tela de jean en la ciudad de Atuntaqui, a través de la aplicación de herramientas de investigación como entrevistas y encuestas.
- Realizar un estudio técnico para determinar, todos los requerimientos necesarios para la realización del proyecto, mediante el uso de técnicas de investigación que permitan conocer el funcionamiento y operatividad del proyecto.
- Realizar el estudio financiero que permita establecer la factibilidad económica del proyecto mediante el uso de instrumentos de análisis financiero como, el Valor actual Neto, la tasa Interna de Retorno, Punto de Equilibrio entre otros indicadores.

- Proponer una estructura organizacional basada en una organización y fundamentada en un organigrama estructural que se constituya en una herramienta que permita el desarrollo y mantenimiento de un sistema administrativo ágil.
- Determinar los principales impactos que causan la implementación de la microempresa, mediante el uso de técnicas de evaluación, con la finalidad de minimizar los posibles efectos negativos y potencializar los positivos que pudieran generar el proyecto.

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL**

### **1.1. Antecedentes**

La ciudad de Atuntaqui cabecera cantonal de Antonio Ante, está ubicada al noroeste de Imbabura, cuenta con una geografía y clima privilegiado, es un pueblo tradicionalmente agrícola y artesanal además su cultura hace que se desarrolle mediante una producción diversa. Además Atuntaqui posee un gran potencial turístico, el cual ofrece dentro de sus aspectos una variedad de matices tanto Textiles, artesanales, gastronómicas como culturales.

Dentro de la industria textil existe un amplio número de personas ocupadas las cuales prestan sus servicios en cada una de las empresas y microempresa existentes en esta ciudad, las mismas que se dedican a elaborar una variedad de prendas de vestir entre ellas sacos, calcetines, edredones, sábanas, ropa casual, deportiva, entre otras.

### **1.2. Objetivos del Diagnóstico**

#### **1.2.1. Objetivo General**

Constituir un diagnóstico situacional para visualizar cual es la situación actual en cuanto a la producción y comercialización de ropa en tela de jean en la ciudad de Atuntaqui, con el objetivo de determinar las condiciones y características generales del área a realizar la investigación, el cual será el próximo entorno de operación de la microempresa a implantarse.

#### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar el área geográfica la cual será objeto de investigación.

- Establecer los aspectos sociales y económicos del sector donde el proyecto va a instituirse.
- Establecer los aspectos histórico-culturales de la ciudad de Atuntaqui.
- Determinar las características de la producción textilera de la ciudad de Atuntaqui.

### **1.3. Variables Diagnósticas**

Mediante un análisis se ha llegado a determinar las importantes variables las mismas que cuentan con sus indicadores respectivos los cuales se detallan a continuación:

- Situación geográfica
- Aspectos sociales y económicos
- Aspectos históricos culturales
- Producción y comercialización de la industria textil

#### **1.3.1. Indicadores**

- Información geográfica
- Datos sociales y económicos de la población
- Reseñas históricas
- Producción textil

#### **1.3.2. Matriz FODA**

La matriz FODA, es un instrumento que permite establecer un conjunto de estrategias, en base a las fortalezas, debilidades (análisis interno), oportunidades y amenazas (análisis externo).

A continuación, la siguiente matriz muestra el Análisis FODA que ayudará a la determinación de las estrategias a implementarse por la empresa:

Tabla 1

## Matriz FODA

MATRIZ FODA	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
ANALISIS INTERNO	ANALISIS EXTERNO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tecnología:</b> Utilización de tecnologías de manufactura en los diferentes procesos de producción.</li> <li>• <b>Calidad:</b> Alta calidad de los productos.</li> <li>• <b>Exclusividad:</b> En los diseños y materiales usados para la confección de productos textiles para todas las edades.</li> <li>• <b>Talento humano:</b> Con experiencia necesaria para la confección de prendas de vestir en tela de jean.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran oferta tecnológica y de equipamiento, ya sea referente a la industria textil y de confecciones, como también en el área de las comunicaciones.</li> <li>• Existencia de un mercado laboral con experiencia textil y de confecciones.</li> <li>• Gran demanda del producto.</li> <li>• Aceptación del producto en el mercado.</li> <li>• Creación y aplicación de un manual de políticas que ayuden a manejarse internamente.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
ANALISIS INTERNO	ANALISIS EXTERNO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Que la microempresa cuente con una estructura organizacional deficiente.</li> <li>• Que el efectivo disponible no alcance a cubrir las diferentes obligaciones de la microempresa.</li> <li>• Pérdida de recursos en la salida de desperdicios.</li> <li>• Falta de control en el desarrollo del proceso productivo.</li> <li>• Que el talento humano requerido no tenga la suficiente experiencia en confección.</li> <li>• Falta de promoción para dar a conocer a la microempresa y su producto.</li> <li>• Falta de experiencia en el mercado.</li> <li>• El no conocimiento de los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Impuestos:</b> Aplicación de impuestos a la materia prima que la microempresa requiere para realizar su actividad.</li> <li>• <b>Gobierno:</b> El cambio de gobierno que puede establecer nuevas políticas y leyes.</li> <li>• <b>La tecnología:</b> La velocidad de los cambios tecnológicos, que demandan de la empresa una permanente adaptación y renovación de la maquinaria y equipo.</li> <li>• <b>Negociación:</b> Aumento del poder de negociación por parte de los clientes que demandan mayor calidad, mejores servicios, menores plazos de entrega y costos reducidos.</li> <li>• <b>Tendencias:</b> Los cambios de moda pueden limitar la salida del producto.</li> </ul>



### **1.3.3. Fuentes de Información**

La información que se detalla a continuación, fue obtenida de la página web del Municipio de Antonio ante, la misma que ha sido posteriormente examinada antes de su redacción.

## **1.4. Análisis de variables diagnósticas**

### **1.4.1. Antecedentes Históricos**

Atuntaqui, es la cabecera cantonal de Antonio Ante ciudad que se encuentra ubicada en el centro de la provincia de Imbabura, rodeada de un hermoso paisaje interandino, es la ciudad con menor extensión territorial pero cuenta con un gran número de habitantes, se encuentra en la región norte del Ecuador a 8 kilómetros de la ciudad de Ibarra.

Atuntaqui, su nombre tiene muchos significados. En el idioma caras significa “tierra de muchos humos”. En dialecto de linaje caribe, significa “granero grande”. En el idioma de los colorados, significa “tierra rica en verdad”, debido a la riqueza en nutrientes que posee la tierra y sus abundantes cosechas que se dan en el cantón. Otros referentes etimológicos significan “lugar de posada”, o en voz quichua “Hatun”, que significa Grande y “Taqui”, Tambor, es decir “gran tambor”. También existe la hipótesis de que “Ton” es idioma cayapa que significa “cerrado, fuerte”; “Ta” idioma colorado que significa “abuelo”; y “QUI” o “KI” que significa “sitio o lugar”; por lo que la palabra “Tontaqui” significaría; “pueblo o lugar cerrado fuertemente”

La Ciudad de Atuntaqui fue fundada en el año de 1566 por el Fray Pedro de la Peña, la misma que el 16 de Agosto de 1868 fue destruida por un terremoto provocado por una falla geológica el cual devasto también a la provincia de Imbabura.

Tras su reconstrucción así como en su posterior progreso, desde los inicios del siglo xx, la historia de esta ciudad se ha desarrollado junto a la fábrica Imbabura, que fue en ese entonces el centro industrial más importante dentro de esta ciudad y provincia.

La fábrica textil Imbabura, fue fundada el 6 de Mayo de 1924, convirtiéndose en el eje del desarrollo económico de Atuntaqui, es que desde ese entonces esta ciudad se convierte en la ciudad industrial, donde la textilera se ha desarrollado con fuerza a nivel familiar y de asociaciones.

Desde el año 2000, esta ciudad se destaca por su industria textil y su artesanía. Aquí se desarrolla año tras año la Expo Atuntaqui, la cual es realizada en el feriado de carnaval, fecha en la cual esta ciudad acoge a un gran número de visitantes.

#### **1.4.2. Aspectos Geográficos**

- **Ubicación**

La ciudad de Atuntaqui se encuentra ubicada al Norte del país, a 99 Km. Al norte de Quito, con una altitud media de 2.405 metros sobre el nivel del mar, Sus límites son: al norte con Ibarra, al sur con Otavalo, al este con el cerro Imbabura y al oeste con Cotacachi y Urcuquí. y sus coordenadas son  $0^{\circ}21'S78^{\circ}14'O$  / -0.35, -78.23.

- **División Política**

El cantón Antonio Ante, cuya cabecera cantonal es Atuntaqui, se encuentra compuesta por dos parroquias urbanas Atuntaqui y Andrade Marín y cuatro parroquias rurales Imbaya, Natabuela, Chaltura y San Roque, con una superficie total de 79 Km<sup>2</sup>. de todo el cantón, una densidad poblacional de 456,36 hab/Km<sup>2</sup>.en todo el cantón,

- **Clima**

El clima en la ciudad de Atuntaqui es cálido semi - seco de 17 grados centígrados y baja hasta los 4° C.

- **Población**

De acuerdo a los datos del censo INEC 2010, el cantón Antonio Ante presenta una población total de 89 021 habitantes en las áreas urbana y rural. En el área urbana la población es de 46 358 habitantes, de los mismos 22 833 son hombres y 23 525 son mujeres; en cuanto al área rural la población es de 42 663 habitantes, de los cuales 22 684 son hombres y 19 979 son mujeres.

- **Población Económicamente Activa (PEA)**

Según datos del censo INEC 2010, en el cantón Antonio Ante la población en edad económicamente activa en su área urbana es de 9 972 habitantes que representan el 58,09 % del total de la población económicamente activa urbana del cantón, de los cuales 9 715 habitantes que representan el 97,42 % realizan alguna actividad; y 257 habitantes que representan el 2,58 % de la población activa están desocupados; mientras que 7 193 habitantes que representan el 41,91 % de la población es inactiva, compuesta por: estudiantes, personas que realizan quehaceres domésticos, discapacitados, rentistas, jubilados y otros.

- **Población ocupada por rama de actividad (PORA)**

Las actividades económicas representativas del cantón Antonio Ante según datos del censo INEC 2010, mayoritariamente son aquellas que están vinculadas al sector terciario y representa el 39,05 % en su conjunto, sobresaliendo el comercio al por mayor y menor con

16,78 %, enseñanza con 5,03 %, transporte y almacenamiento con 4,73 %, entre las principales.

El segundo sector más ocupado es el secundario con 36,24 % en su conjunto; resaltando actividades como: las industrias manufactureras con 31,31 %, luego la construcción con 6,54 %, seguido por el suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado con 0,18 %; y, por último la distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos con 0,17 %.

El sector primario es el que menor población ocupada tiene con 16,12 % en su conjunto, y abarca a las actividades relacionadas con la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; y, y la explotación de minas y canteras sobresaliendo el área rural. El 6,09 % y 2,47 % representa a trabajadores nuevos y no declarados respectivamente.

- **Actividades Productivas Relevantes**

Para la descripción y análisis de este apartado se han considerado como actividades productivas o económicas a aquellos procesos que realiza el ser humano con el fin de generar ingresos económicos a través de la extracción (sector primario), transformación (sector secundario), distribución y comercialización de recursos naturales, bienes o servicios (sector terciario) que satisfacen las necesidades del consumidor.

- **Actividades Agropecuarias**

El cantón Antonio Ante cubre una superficie total de 7 926,11 ha, lo que comprende el 31,35 % (2 485,19 ha) corresponden a áreas ocupadas con fines de protección y conservación, uso antrópico, (áreas urbanas, centros poblados, entre otros), tierras improductivas (bancos de arena) y agua (no aplicables para este estudio) y el 68,65 % (5 440,92 ha) se dedica a las actividades, agrícola, pecuaria, avícolas y forestal.

- **Comercio y servicios**

Dentro de este capítulo es imprescindible destacar que la actividad comercial se concentra en los centros urbanos sobre todo en la parroquia Atuntaqui; de acuerdo a estadísticas del INEC se conoce que aproximadamente el 39,05 % de la población se vincula al sector comercial y de servicios.

- Sector textil

También se observa que el segmento de manufacturas es representativo, esto se debería al importante número de pequeñas y medianas industrias relacionadas con textiles, trabajos relacionados con cuero y la fabricación de variedad de prendas de vestir.

- **El turismo**

La actividad turística en este cantón ha empezado su desarrollo, en el campo industrial la Feria Textil Anual de Atuntaqui produce masiva concurrencia de turismo local, nacional e internacional, debido a que en la feria se cierran las calles del centro y los almacenes textiles ofertan sus productos, además varios desfiles de moda y ferias gastronómicas y otros comercios de menor envergadura, actividades diversas que fortalecen la economía local.

- **Servicios Básicos**

El cantón Antonio Ante cuenta con una cobertura de servicios básicos a nivel urbano y rural, en esta localidad el GAD Municipal en alianza con las empresas que proveen de estos servicios han realizado un trabajo en conjunto con el objetivo de proveer a todo el cantón de los servicios básicos necesarios.

- **Educación**

La Educación, la Ciencia y la Cultura, se ha establecido en la ciudad de Atuntaqui como un derecho humano fundamental al que todos y todas deben tener acceso, en este proceso se denota como prioritaria la formación y capacitación constante del pueblo, pues éste constituye un pilar fundamental para mejorar sus condiciones de vida, permitiendo que los individuos promuevan sus intereses y se resistan a la explotación.

- **Analfabetismo**

Según el último censo realizado en el 2010, la tasa total de analfabetismo a nivel cantonal fue de 7,99 %, dato menor al registrado en el año 2001, donde se evidenció una tasa de 9,41 %. La parroquia Chaltura presenta el mayor decrecimiento de analfabetismo con una variación de 2,26 %, es decir en el año 2001 registró 9,41 % y para el 2010 está disminuyó a 7,15 %. La parroquia San Roque es la que presenta mayor tasa de analfabetismo con un 15,70 % para el año 2010 a comparación del año 2001 con 17,13 %, decreciendo en 1,43 %. Atuntaqui por ser cabecera cantonal ha mantenido su liderazgo en combatir el analfabetismo en su localidad, ya que para el año 2001 tuvo 6,59 %, y el año 2010 un 5,24 %, manteniendo una variación de 1,35 %. Imbaya ha erradicado el analfabetismo con una variación de 0,26 %, manteniendo similares porcentajes en el año 2010 con 7,42 % y para el 2001 con 7,68 %. Podemos evidenciar que pese a los programas para la erradicación del analfabetismo dentro del cantón, la tasa ha disminuido solo 1,42 %. Este bajo porcentaje de erradicar el analfabetismo se debe a las jornadas laborales y ocupacionales de los posibles alfabetizados, ya que esto dificulta la disponibilidad de estudio.

- **Nivel de Instrucción**

El nivel de instrucción más alto dentro del cantón Antonio Ante es el “primario” con 43,78 %, en segundo lugar se encuentra el nivel “secundario” con 18,09 %, luego el nivel “educación básica” con un 13,00 %. El nivel mínimo registrado corresponde a “posgrado”, con 0,26 %. Resalta el nivel “ninguno” con 8,17 %, superando a los otros niveles donde los habitantes si cursan sus estudios.

### **1.5. Producción y comercialización textil en la ciudad de Atuntaqui**

En la actualidad la gran demanda que existe a nivel local de este producto, ha provocado que estos productos sean vendidos por intermediarios que son los que explotan al microempresario, logrando por ende mejores beneficios económicos. Estos intermediarios son personas que tienen las facilidades de ingresar al mercado para ofertar los productos confeccionados en nuestra provincia.

La inexistencia de una microempresa de producción y comercialización de pantalones jean ha generado que los comerciantes se trasladen a los punto de fábrica por lo general son fuera de la provincia esto implica gasto de movilización y alimentación provocando que el producto sea vendido a un precio alto en el mercado local.

### **1.6. Diagnóstico Externo**

#### **1.6.1. Aliados**

- Mujeres anteñas con experiencia en el diseño y confección de prendas de vestir.
- Entes gubernamentales los cuales brindan apoyo a las microempresas que se dedican a la producción textil las mismas que se convierten en fuentes de empleo.
- Instituciones financieras las cuales brindan el apoyo económico e impulsan

- la formación de nuevos entes económicos.

### **1.6.2 Oponentes**

- Los comerciantes los cuales como intermediarios se dedican a la comprar y venta del producto ya sea nacional o importado.
- Las microempresas que se dedican a elaborar productos similares.
- Los pequeños productores que confeccionan y a la vez comercializan el producto a precios demasiado bajos.

### **1.6 3. Oportunidad**

- Mejorar los niveles de producción y por lo tanto introducir nuevas tecnologías
- Eficientes niveles de producción que permitan disminuir el precio de venta
- Potencializar la demanda de productos en tela de jean mediante un plan de marketing apropiado.
- Entidades financieras que otorgan créditos en corto tiempo.
- Adquirir materia prima directamente de los productores.

### **1.6.4. Riesgos**

- Mayor capacidad de producción de los competidores directos e indirectos.
- Mejor capacidad tecnológica de los competidores.
- marca de los competidores ya posesionados en el mercado.
- Los textiles que ofrecen la competencia sean de menor precio en el mercado.



## 1.7. Población de Estudio

Está definida por la población del cantón Antonio Ante, que hasta el año 2011, contaba con 43.484 habitantes entre urbano y rural, según datos proporcionados por el INEC.

**Tabla 2**  
**Población**

<b>POBLACIÓN</b>	<b>NÚMERO</b>
Económicamente Activa	23,873
Económicamente Inactiva	19,611
<b>TOTAL</b>	<b>43,484</b>

Elaborado por: La Autora

La muestra está tomada del total de la población económicamente activa de la ciudad de Atuntaqui que es 23.280 habitantes, quienes son los clientes potenciales y posibles consumidores de DEAL- JEANS.

### 1.7.1. Cálculo de la Muestra

La fórmula para la determinación del tamaño es la siguiente:

#### FORMULA

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

Simbología:

n = Tamaño de la muestra.

N = Universo o población a estudiar

e = Limite aceptable de error de muestra que varía entre (1% y 9%).

d = Varianza.

$z$  = Nivel crítico de prueba.

**Tabla 3**

**Datos para cálculo**

<b>DATOS:</b>	
N = Población o Universo	12.126
d = Varianza	0.25
$z^2$ = Nivel crítico de prueba	1.96
n = Tamaño del Muestreo	?
E = Error	5%

Elaborado por: La Autora

$$n = \frac{(1,96)^2(0,25)^2(12.126)}{(0,05)^2(12.126 - 1) + (1,96)^2 0,25^2}$$

**n = 385 familias**

Se aplicaran 385 encuestas a la población económicamente activa los cuales serán los posibles clientes de DEAL – JEAN

**1.7.2. Resultados de Investigación**

La presente encuesta fue aplicada al público, en general de las ciudades de Atuntaqui, Ibarra y Otavalo.

1. ¿Su preferencia y comodidad al vestir está en la elección del tipo de ropa seleccionada?

**Tabla 4**

**Preferencia al vestir**

VARIABLE	RECUENCIA	%
FORMAL	55	14%
CASUAL	232	60%
DEPORTIVA	98	26%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

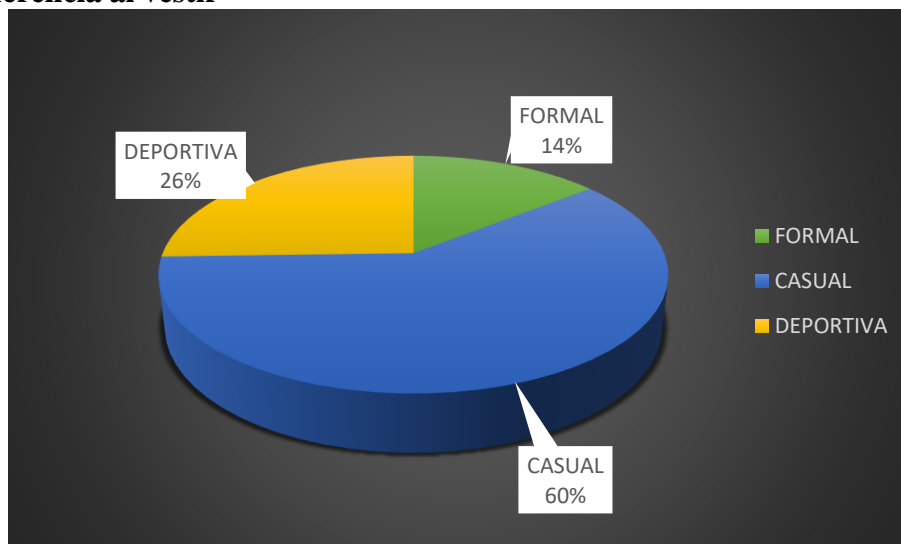
Fuente: Encuesta realizada a la población.

Elaborado por: La Autora

**Figura 1**

**Preferencia al vestir**

**Preferencia al vestir**



Elaborado por: La Autora

**ANÁLISIS**

El 60% de las personas encuestadas prefieren vestir de forma casual, lo que hace que nuestro producto sea preferido por los clientes.

2. ¿De acuerdo a su capacidad adquisitiva y a los constantes cambios en la moda cada que tiempo adquiere prendas de vestir?

**Tabla 5**

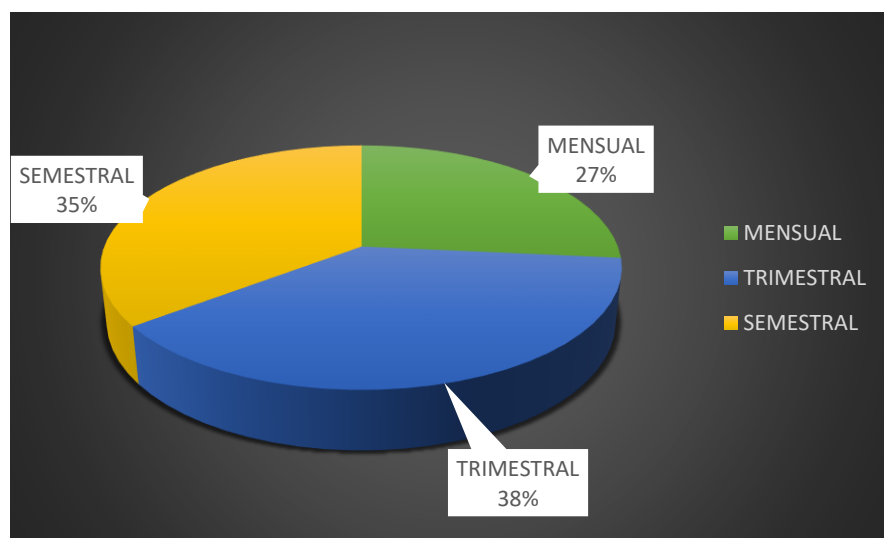
**Adquisición**

VARIABLE	RECUENCIA	%
MENSUAL	102	27%
TRIMESTRAL	147	38%
SEMESTRAL	136	35%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población.  
Elaborado por: La Autora

**Figura 2**

**Adquisición**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

De acuerdo a su capacidad adquisitiva las personas prefieren adquirir prendas de vestir cada trimestre, aunque que existe una leve diferencia en la preferencia por adquirir la ropa tanto mensual como semestral, esto nos da a conocer que nuestro producto será constantemente adquirido.

3. ¿Por elegancia, comodidad y modalidad viste al menos una vez por semana ropa en tela de jean?

**Tabla 6**

**Comodidad al vestir**

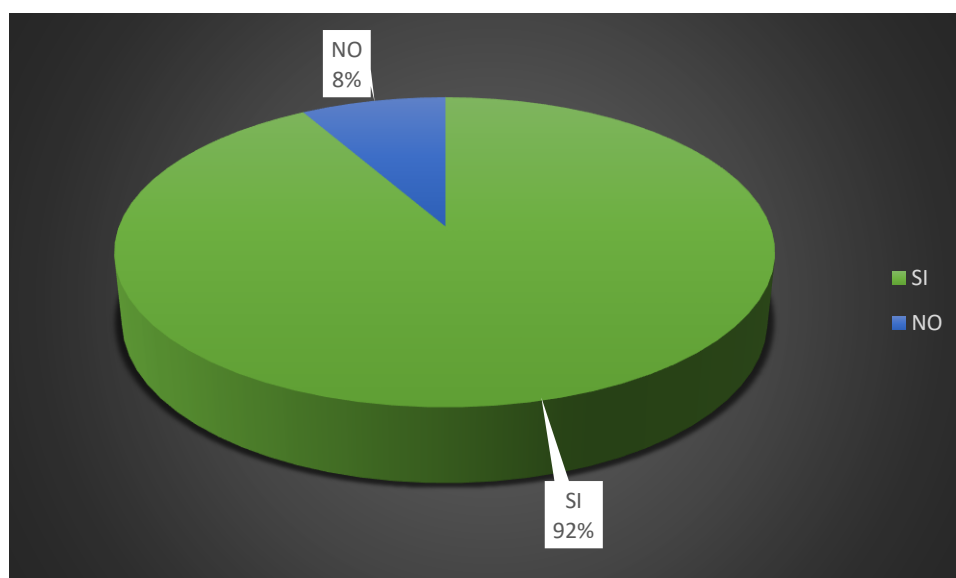
VARIABLE	RECUENCIA	%
SI	353	8%
NO	32	92%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población.

Elaborado por: La Autora

**Figura 3**

**Comodidad al vestir**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Por elegancia, comodidad y modalidad al vestir las personas tienen un alto porcentaje de preferencia por vestir seguidamente ropa en tela de jean, ya que esta se la puede usar en todo momento y ocasión.

4. ¿Optaría usted por elegir ropa de marca si su economía se lo permitiese?

**Tabla 7**

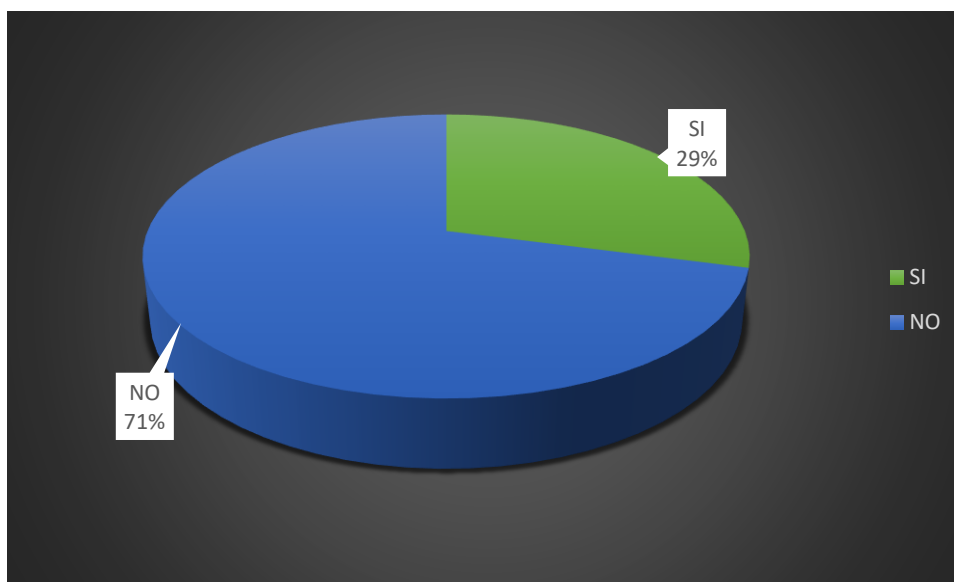
**Elección de marcas**

VARIABLE	RECUENCIA	%
SI	83	29%
NO	202	71%
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población.  
Elaborado por: La Autora

**Figura 4**

**Elección de marcas**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Las personas no optan por comprar y usar ropa de marca, ya que un 71% eligieron la opción NO, esto nos da una pauta para saber qué tipo de ropa producir para satisfacerlas necesidades de los clientes.

5. ¿Según su gusto y preferencia, tiene inclinación por algún tipo de marca de ropa jean en especial?

**Tabla 8**

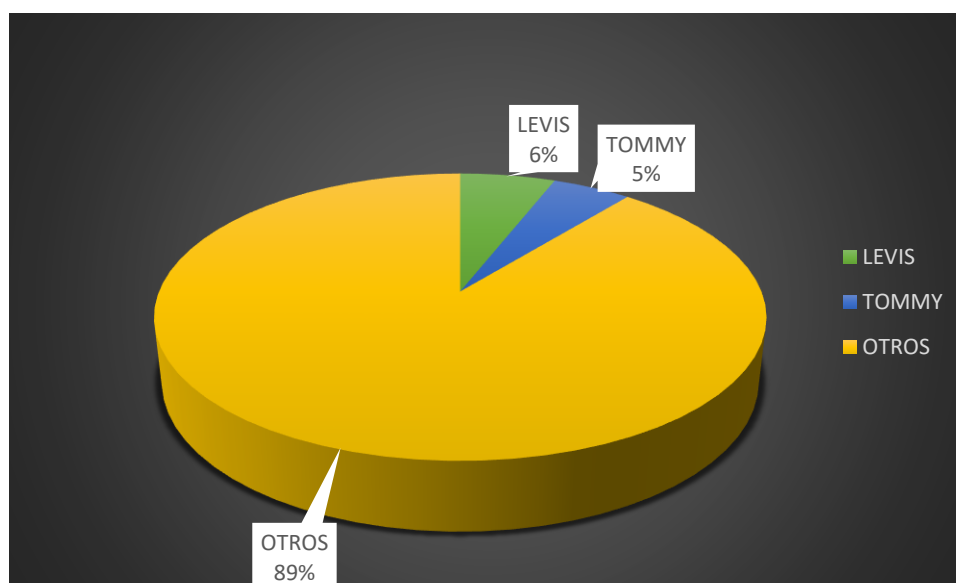
**Preferencia en marcas**

VARIABLE	RECUENCIA	%
LEVIS	23	6%
TOMMY	19	5%
OTROS	343	89%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población.  
Elaborado por: La Autora

**Figura 5**

**Preferencia en marcas**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

La ciudadanía por lo general prefiriere usar cualquier marca de ropa no se inclina por alguna en especial.

6. ¿Según sus ingresos económicos, cuanto de dinero suele destinara a la compra de ropa?

**Tabla 9**

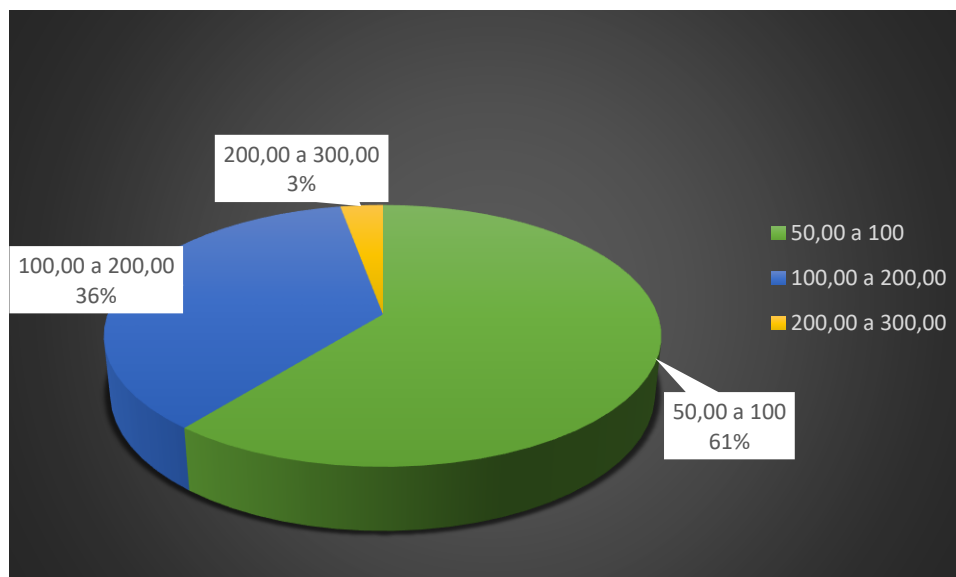
**Compra de ropa**

VARIABLE	RECUENCIA	%
50.00 a 100.00	295	61%
100.00 a 200.00	176	36%
200.00 a 300.00	14	3%
<b>TOTAL</b>	<b>485</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población.  
Elaborado por: La Autora

**Figura 6**

**Compra de ropa**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Se puede ver que la mayoría de las personas encuestadas, suele gastar entre 50,00 y 100,00 dólares en comprar prendas de vestir.



7. ¿Por facilidad, comodidad y economía cuál de los siguientes lugares frecuenta para adquirir su ropa?

**Tabla 10**

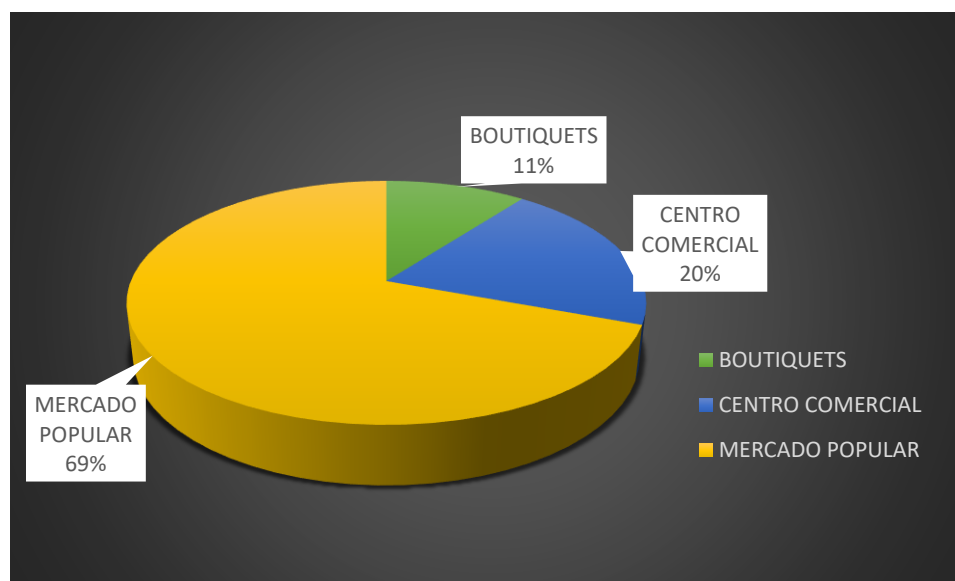
**Lugares de compra**

VARIABLE	RECUENCIA	%
BOUTIQUETS	40	11%
CENTRO COMERCIAL	78	20%
MERCADO POPULAR	267	69%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población.  
Elaborado por: La Autora

**Figura 7**

**Lugares de compra**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Existe una mayoría de personas que les gusta hacer sus compras de ropa en mercado popular, esto nos da una idea de por dónde direccionar nuestro producto.

8. ¿En qué lugar de distribución del producto considera usted que existen precios más bajos?

**Tabla 11**

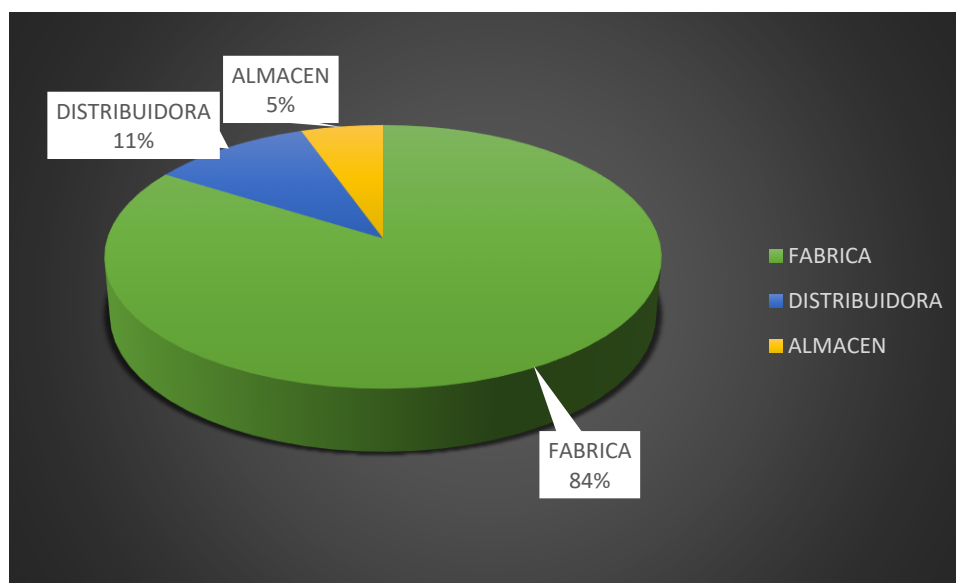
**Precios bajos**

VARIABLE	RECUENCIA	%
FABRICA	323	84%
DISTRIBUIDORA	41	11%
ALMACEN	21	5%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población.  
Elaborado por: La Autora

**Figura 8**

**Precios bajos**



Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

Un 84% de las personas opina que el mejor precio está en la fábrica, y están en lo correcto ya que el producto vendido directamente incurre en menos costos y gastos.

9. ¿Estaría usted dispuesta o dispuesto a probar una nueva marca de ropa en jean?

**Tabla 12**

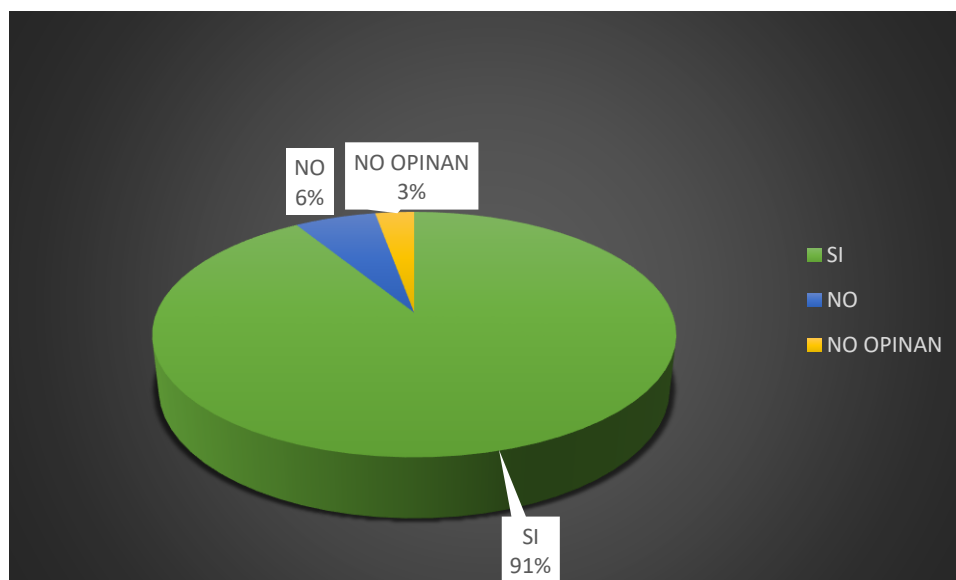
**Nueva marca**

VARIABLE	RECUENCIA	%
SI	351	91%
NO	23	6%
NO OPINAN	11	3%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>97%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población.  
Elaborado por: La Autora

**Figura 9**

**Nueva marca**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Mediante la encuesta realizada, podemos darnos cuenta que existe un alto porcentaje de personas que esta dispuestas a probar una nueva marca de ropa elaborada en tela de jean lo que nos da una oportunidad para llegar a la gente con nuestro producto.

10. La creación de una microempresa productora y comercializadora de ropa en jean en la ciudad de Atuntaqui considera usted:

**Tabla 13**

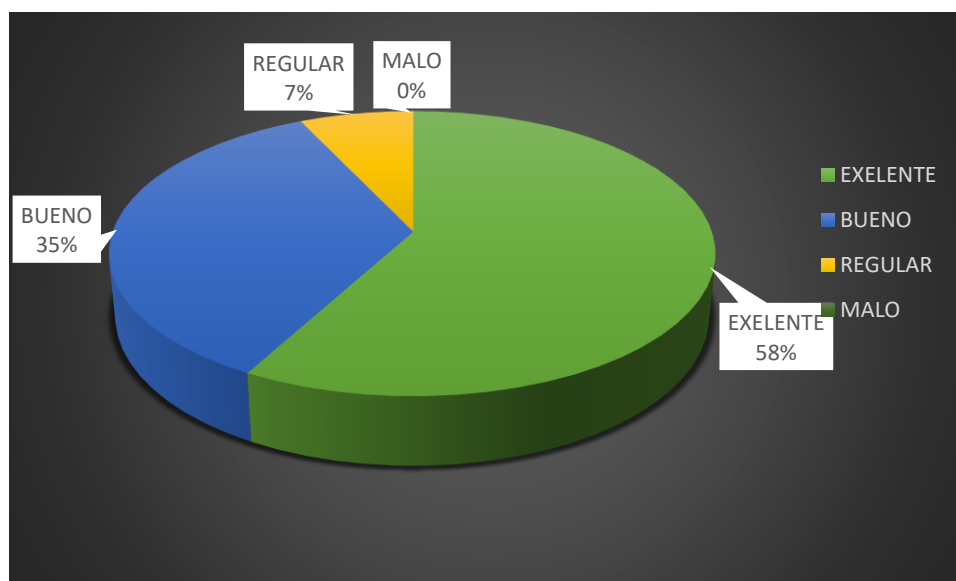
**Creación de la microempresa**

VARIABLE	RECUENCIA	%
EXELENTE	223	58%
BUENO	135	35%
REGULAR	27	7%
MALO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la población.  
Elaborado por: La Autora

**Figura 10**

**Creación de la microempresa**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

La idea de creación de una microempresa de ropa en tela de jean en el norte del país le gusta a la gente, por lo que se puede deducir que nuestro proyecto tiene una gran posibilidad de aceptación.

### **1.8. Identificación de la oportunidad de la inversión**

Ya efectuada la investigación de campo se puede concluir que existe un problema a más de una oportunidad de mercado ya que no existen una microempresa de producción y comercialización de ropa en tela de jean, en el norte del país lo antes mencionado se puede manifestar que se da por:

- Inexistencia de una microempresa dedicada exclusivamente a la producción de ropa en tela de jean.
- La mayor parte de microempresas se dedican a la elaboración de productos en licra, punto y tejidos.
- Existencia de intermediarios quienes se dedican a abastecer del producto obteniendo mayor rentabilidad.

Por lo anteriormente expuesto se determina desarrollar un **“Estudio de Factibilidad para la creación de una Microempresa de producción y comercialización de ropa en tela de jean”**, ya que insertaríamos al mercado diseños innovadores, de buena calidad y sobre todo con precios accesibles; fijando estrategias de mejoramiento continuo para la empresa.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEORICO

#### 2.1. La Empresa

*(RAMOS, 2013)Manifiesta: La empresa es un ente económico que posee capacidad financiera y técnica, lo que le permite desarrollar una actividad productiva ya sea de comercialización, producción de bienes o prestación de servicios, con el objetivo de satisfacer las necesidades de población y obtener rentabilidad. Pág. 47*

La empresa es una organización formada mediante el esfuerzo generado por una o varias personas emprendedoras las cuales visualizan de esta manera una forma de generar riqueza, mediante la inversión de capital económico y humano lo cual le permitirá desarrollar su actividad.

##### 2.1.1. Clasificación de la Empresa

Cada empresa posee características diferentes, ya que cada cual se estructura y se desarrolla de diferente forma y las tenemos así:

##### **Industrial**

Su actividad fundamental es la producción de bienes, mediante la transformación de la materia prima en producto terminado el cual debe ser apto para el consumo humano.

##### **Comercial**

- La actividad principal de este tipo de empresas es la compra y venta de productos terminados, convirtiéndose así en intermediarias entre el productor y el consumidor.

## **Servicios**

- Son aquellas que se dedican a brindar un servicio a la colectividad, como son las de transportes, financieras, educativas, salud, entre otras.

### **2.1.2. Características de la Empresa**

Al ser un ente productivo, la empresa posee varias características las cuales contienen varios elementos que la componen como son, los factores activos, pasivos y organización. Cada uno de estos factores constituye un papel importante dentro de una empresa y por ende son parte sustancial de su desarrollo.

#### **Factor Activo**

Al hablar de factor activo, nos referimos a las personas las cuales pueden ser naturales o jurídicas, que forman parte de una organización de manera directa o indirecta, realizando entre otras cosas aportaciones de capital ya sean estos monetarios o de tipo intelectual. Estas personas participan en el amplio desarrollo de la empresa, son los administradores, clientes, accionistas, trabajadores y toda aquella persona que de una u otra manera contribuya en el desarrollo institucional.

#### **Factor Pasivo**

Son todos aquellos elementos usados por los factores activos y que por medio de su aplicación o uso ayudan a alcanzar los objetivos trazados por la empresa, estos factores son: la tecnología, la maquinaria, la materia prima y todo aquello que forman parte del desarrollo eficiente de un ente productivo.

## **Organización**

Está constituida por la eficaz coordinación entre cada una de las áreas, por el trabajo en equipo, por el orden de cada factor, por el buen desarrollo productivo de la empresa, que es lo que le llevara a alcanzar las metas trazadas, forjar su desarrollo y alcanzar el éxito.

### **2.2. Clasificación de las PYMES**

Según la Ley de Compañías acogiendo a la Normativa implantada en la Comunidad Andina en su Resolución 1260 del año 2010 y la legislación interna vigente las PYMES se clasifican así:

#### **La Microempresa**

(CASTRO, 2013) Afirma: *“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores 51 productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”*. Pag.76

- Son aquellas que cuentan con un personal ocupado en un rango de 1 a 9, con un valor bruto de ventas anuales menores a 100.000 dólares y montos activos hasta US\$ 100.000 dólares.

#### **Pequeñas Empresas**

- Estas empresas cuentan con un personal ocupado en un rango de 10 a 49, un valor bruto en ventas anuales de 100.001 a 1.000.000 y además con montos activos de US\$ 100.001 a US\$ 750.000 dólares.



### **Mediana Empresa**

- Se encuentran constituidas por un personal ocupado de 50 a 199, más un valor bruto de ventas anuales de 1.000.001 a 5.000.000 y montos activos de US\$ 750.001 hasta US\$ 3,999.999.

### **Grande Empresa**

- Por lo general estas cuentan con un personal ocupado mayor a 200, un valor bruto en ventas anuales mayor a 5.000.000 y montos activos mayores a US \$ 4.000.000.

### **2.3. La Microempresa**

*(MIGUEL, 2011) Manifiesta: “Microempresa es una persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un establecimiento fijo o ambulante, que tiene un nivel de ventas brutas anuales de USD.100.000 Y hasta 10 trabajadores remunerados”. pág. 57*

Es una organización económica la cual se establece con la finalidad de realizar una actividad productiva la cual le genere utilidad, con la combinación de factores productivos los mismos que contribuyen a generar los bienes o servicios necesarios para satisfacer las necesidades de la colectividad.

La microempresa es una forma de organización, la cual se forma de la necesidad o de la oportunidad. Estos emprendimientos por lo general son de tipo familiar, y surgen de la necesidad de incrementar sus ingresos, de generar un medio de subsistencia y de cubrir las necesidades propias y de terceros.

Poseen un número bajo de empleados, que es comprendido entre 1 a 10 trabajadores, el capital económico generalmente es colocado por su propietario el cual debe administrar,

sus recursos de manera eficiente y eficaz, mediante la aplicación de sus conocimientos y experiencia.

### **2.3.1. Clasificación de la Microempresa**

La clasificación de las microempresas se la siguiente:

- **De Servicios**

Este tipo de microempresas se dedican a prestar sus servicios a los clientes, d modo que con este ayuden a cubrir una necesidad existente, por mencionar algunos tenemos los centros de estética, las clínicas, centros de capacitación, entre otros. Estos negocios por lo general son atendidos por sus propietarios.

- **De Producción**

Estos emprendimientos se encargan de realizar un proceso de transformación de la materia prima hasta convertirlo en nuevo producto, el cual satisfaga la necesidad de los clientes.

- **De Comercio**

Su actividad principal es la compra y venta de productos los cuales serán ofrecidos a sus clientes, convirtiéndose así en intermediarios entre el productor y el consumidor final, como ejemplo de ello tenemos a los supermercados, farmacias, distribuidoras de productos en general.

- **De Subsistencia**

Estas unidades productivas se hallan concentradas en el sector de las pequeñas y medianas empresas, son de tipo familiar y ayudan a cubrir las necesidades básicas de las personas.

- **De acumulación Simple**

Aquellas empresas que generan ingresos que cubren los costos utilizados en su actividad productiva. No cuentan con excedentes suficientes los cuales les permitan la inversión de capital.

- **De acumulación ampliada**

Las empresas consolidadas o de acumulación ampliada son aquellas que alcanzan a cubrir los costos incurridos en su actividad económica, y además cuentan con excedentes que le ayudan a incrementar su capital y crear puestos de trabajo.

### **2.3.2. Características de la Microempresa**

- Son de tipo familiar.
- Cuentan con un bajo número de empleados.
- Son grandes fuentes generadoras de empleo.
- Aportan en gran medida en el desarrollo económico del país.
- Son de carácter informal.
- Suelen tener una estrecha relación capital-trabajo.
- Uso intensivo de mano de obra.
- Sus miembros desempeñan múltiples funciones

- No es predominante dentro del sector productivo.
- Hoy en día las microempresas suelen surgir gracias al aporte económico de personas que buscan asociarse, de la reinversión de las utilidades generadas y de créditos otorgados por instituciones financieras.

### **2.3.3. Objetivos de la microempresa**

(RAMOS, 2013) *Son operativos y deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la microempresa.*

#### **De productividad**

- Debe emplear sus recursos de manera que le ayude a realizar su actividad de manera eficiente, estableciendo una combinación idónea de trabajadores, maquinaria, materias primas y de otros recursos para aumentar su producción y minimizar los costos totales del bien o servicio.

#### **De comercialización**

- La microempresa debe tener la capacidad de captar clientes mediante métodos y estrategias de ventas, para así construir un soporte para la producción y el mantenimiento de la misma.

#### **Objetivos de Innovación**

- Debe tener la capacidad de innovar, siendo esta la alternativa para seguir en el mercado, de lo contrario se verá desplazado por la competencia.

## **Objetivos de Marketing**

- Mediante la publicidad incrementar la notoriedad de la empresa y mantener el crecimiento de ventas. Existen varios medios por los cuales se puede dar a conocer la existencia de la empresa y los productos que esta ofrece, hoy en día la mejor alternativa de publicidad es el internet.

## **Objetivos de ventas**

Las empresas generan utilidades y cubren los gastos mediante la venta. Por tal motivo, esto constituye un importante elemento cuantitativo que ha de tenerse en cuenta cuando se establecen objetivos de ventas.

### **2.3.4. Creación de la Microempresa**

#### **Marco Legal**

Para la constitución de una microempresa se debe necesariamente cumplir con algunos requisitos para su funcionamiento legal.

- Nombre de la empresa o razón social
- Contar con el registro Único del contribuyente (RUC)
- Contar con el registro y pago de la patente municipal
- Estar registro en la cámara de la producción del Cantón

### **2.4. La administración**

(MUNCH, 2011) Manifiesta: *La administración es una actividad indispensable en cualquier organización de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad.* Pág. 57

La administración es el proceso en el cual se crea un ambiente propicio para que todas las personas que laboran dentro de una empresa alcancen con eficiencia y eficacia los objetivos trazados con la finalidad de conseguir el mayor beneficio ya sea de aspecto social o económico, para lo cual el administrador deberá velar por los intereses de la institución y el buen manejo de los recursos ya sean estos, materiales, humanos o económicos.

#### **2.4.1. Objetivos de la administración.**

- Establecer el camino correcto por el cual se podría alcanzar los objetivos trazados por la administración.
- Emplear menos recursos en el cumplimiento de metas trazadas.
- Aprovechar los recursos que posee la empresa de una manera eficiente y eficaz.

#### **2.4.2. Proceso administrativo**

(RAMOS, 2013) Manifiesta: *El proceso administrativo se refiere a alcance de la eficiencia y eficacia mediante todos los fines que se hayan planteado en la microempresa, en toda la organización la administración es de suma importancia porque sin ella se trabajaría sin objetivos a cumplir.* Pág. 57

Es el proceso con el cual se planea conseguir las metas propuestas por la organización, y es la administración la encargada de trabajar para conseguir los objetivos planteados mediante el alcance de la eficiencia y eficacia institucional.

- **Planeación**

Es el primer paso del proceso administrativo y es en el cual se plantean las acciones y estrategias a aplicar, para la consecución de los objetivos trazados, y los cuales ayudaran a la toma de decisiones.

- **Organización**

En este proceso la administración organiza cada una de las acciones planteadas en la planeación, coordina cada uno de los recursos de forma eficiente para alcanzar las metas trazadas.

- **Dirección**

Es la tarea de encaminar de manera correcta cada uno de los recursos que posee la organización, demostrando su responsabilidad y el buen desempeño de sus funciones.

- **Control**

Se trata de monitorear cada uno de las actividades anteriormente expuestas con la finalidad de certificar que las mismas se desarrollen de acuerdo a lo establecido en cada uno de los procesos.

- **Misión**

*(RAMOS, 2013) La misión es el propósito por el cual una empresa se organiza, esto quiere decir, lo que va a producir y para quien, esta parte de la planeación estratégica ayuda a que las empresas se guíen por un camino y destinen los recursos necesarios para conseguir lo planificado. Pág. 76*

Es el motivo o la razón de ser de una organización y es por lo cual, mediante una actividad productiva justifica lo que el grupo está realizando en un momento dado, el propósito exclusivo es satisfacer necesidades presentes en la sociedad, combinando recursos que le ayuden a alcanzar sus objetivos.

- **Visión**

*(RAMOS, 2013) La visión está representada por el propósito que desea alcanzar la empresa para su futuro. Este enunciado es una estrategia donde toda la organización trabaja para conseguirlo, para establecer una buena visión es necesario tener en cuenta aspectos como: involucramiento de toda la empresa, compartida con el equipo de trabajo, que exprese la dirección a seguir. Pág. 76*

La visión la empresa se refiere al ver hasta dónde está quiere llegar, como espera que sea su futuro, es una expectativa mediante la cual la organización se idea lo que en un futuro espera que ocurra.

## **2.5. Estudio de mercado**

### **2.5.1. Mercado**

*(RAMOS, 2013, pág. 59)Manifiesta: El mercado representa la economía de un país porque en el se realiza diferentes transacciones o intercambio de bienes o servicios entre individuos o asociaciones de individuos. El mercado persigue obtener lucros económicos para las empresas.*

Se considera mercado al lugar en el cual ofertantes y demandantes, realizan las transacciones comerciales ya sean de bienes o servicios. Este mercado representa la economía de un país, ya que mediante el cual existe una gran cantidad de dinero circulante y por ende promueve el desarrollo de una nación.

### **2.5.2. Oferta**

*(NUÑEZ, 2012) Manifiesta “La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”. Pág. 50.*



Son todos los bienes o servicios que una empresa ofrece a sus clientes, con el objetivo de satisfacer sus necesidades. La oferta también está dada por la variedad de productos que se encuentran en el mercado y que de igual manera ayudan a cubrir las necesidades del consumidor.

### **2.5.3. Demanda**

(NUÑEZ, 2012) *La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado*". Pág. 32.

La demanda se refiere a la cantidad de bienes o servicios que un grupo de individuos desean adquirir a un precio determinado con la finalidad de satisfacer o cubrir alguna necesidad existente.

### **2.5.4. Producto**

(CASTRO, 2013) *Manifiesta: Los productos son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que denota status, gusto, posición, logros y aspiraciones.* Pág.296

Cuando hablamos de producto nos referimos a un bien ya sea este tangible o intangible, el cual posee ciertas características lo que hace que se distinga de los demás productos, a la vez este posee una cierta marca la cual hace que se lo reconozca en el mercado.

### **2.5.5. Precio**

(RAMOS, 2013) *Manifiesta. "El precio es considerado como una variable que es controlada por el mercado es decir depende de la oferta y la demanda para conocer un precio para ello*

*intervienen los tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia como son producto, plaza y promoción”. Pág. 61*

Es el valor que se le designa a un producto ya sea bien o servicio, este es controlado por el mercado, este precio es el dinero que el cliente debe cancelar para poder concretar una transacción.

#### **2.5.6. Plaza**

La plaza hace referencia al entorno geográfico en el cual se va a mover el bien o servicio a ofertar, está compuesta por una cadena de distribución mediante la cual estos productos llegaran al consumidor.

#### **2.5.7. Promoción**

*(RAMOS, 2013)La promoción es utilizada para persuadir, estimular y motivar la compra y un producto o servicio, la promoción consiste en mejorar los niveles de venta de las empresas que persiguen fines de lucro. Pág. 72*

Es una técnica utilizada por las empresas con la finalidad de atraer al cliente, es una manera de incitarlo a realizar la adquisición de un bien o servicio con el propósito de incrementar sus ventas y generar utilidades.

#### **2.5.8. Publicidad**

*(NUÑEZ, 2012) Expresa: “Es una buena manera de informar y persuadir, ya sea que el propósito sea en vender y lograr que los consumidores prefieran el producto, ya que es una tarea específica de comunicación que se realiza con un público meta específico, durante un periodo determinado”. Pág. 461*

Es una herramienta, mediante la cual las empresas dan a conocer a la sociedad sobre el bien o servicio que ellos ofrecen y el cual desea vender. Mediante la aplicación de esta forma de comunicación, las empresas atraen clientes, y sus ventas y utilidad crecen.

### **2.5.9. Distribución - Comercialización**

(RAMOS, 2013) *La distribución es una herramienta de mercado la cual se utiliza para lograr que el producto llegue hacia el consumidor, en forma adecuada, en la medida exacta, momento y lugar preciso, de tal manera que el cliente se encuentre satisfecho.* Pág. 62

La distribución es el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor a través de los distintos canales de distribución como son directos e indirectos.

## **2.6. Ropa en jean**

(<http://www.definicionabc.com/general/jean.php>, s.f.) *Conocida como la prenda más representativa de la modernidad, el jean es sin dudas uno de los elementos más populares y básicos en la vestimenta de cualquier persona sin distinción de nivel socio-económico, estilo, creencia o ideología.*

La ropa en jean, se la puede considerar como la de mayor uso, se la encuentra en una gran variedad de diseños, y se la puede adquirir en muchos lugares, son prendas de fácil adaptación, de gran comodidad y no pasan de moda.

### **2.6.1. Características de la ropa en jean**

- Se caracteriza por ser ropa de aspecto rígido.
- Por lo general estas prendas se las encuentra en color azul.
- Son prendas de gran resistencia y se adaptan a cualquier situación.

### 2.6.2 Ventajas del uso de ropa en jean

<http://www.infored.com.mx/a/algunas-de-las-ventajas-de-los-jeans-de-mezclilla.html>. Se presentan algunas de las ventajas de utilizar ropa en tela de jean:

- Las prendas elaboradas en tela de jean se las puede utilizar en todas las épocas del año.
- El versátil y se la puede usar ya sea de forma casual y formal haciendo que el que lo usa luzca elegante en cual cualquier ocasión.
- Es durable y resistente por su combinación de fibras, algodón y más componentes en la elaboración de la tela.
- Es de fácil lavado, no necesita plancharse no se decolora ya que son prendas pre-lavadas y por ende también no se encogen.

### 2.6.3 Tela Jean

*<http://www.definicionabc.com/general/jean.php>: Es una tela de algodón asargado de trama blanca y azul, teñida de azul índigo, después que las máquinas hiladoras convierten el algodón en hilos, algunos de éstos son teñidos con una coloración azulada y se usan en el telar cruzándolos con otros blancos. Se le aplican diferentes tratamientos hasta obtener el demin (tela jean) en un proceso que dura 20 días.*

La tela en jean es elaborada, mediante la utilización de varias materias primas como el algodón, índigo FormulaC16H10N2O2, adhesivo, apresto sintético para súper-almidonado, suavizantes, ceras, soda caustica y resina, las cuales son combinadas, y mediante varios procesos como el urdido, encolado, tejeduría e inspección se produce la tela en jean la cual está lista para ser utilizada en la producción de las diferentes prendas de vestir.

#### **2.6.4. Prendas en jean**

**Existe una variedad de prendas elaboradas en tela jean tales como:**

- Pantalones
- Camisas
- Faldas
- Chaquetas
- Blusas
- Shorts
- Chompas
- Vestidos
- Enterizos

#### **2.6.5. Fabricación**

Cada una de las prendas tiene corte diferente pero una similar confección, por lo que se las podría agrupar para su fabricación de la siguiente manera: prendas superiores, blusas, camisas, chaquetas y chompas, prendas inferiores, pantalones, shorts y faldas; y prendas mixtas como vestidos y enterizos.

La fabricación de las prendas superiores se la realiza de la siguiente manera:

- Armado de cartera, bincha o falso en las dos partes delanteras.
- Elaboración de bolsillos ya sean de tipo sobrepuesto o perdido.
- Unión de hombros, colocación de mangas y cerrado de costados.
- Armado y colocación de cuello y puños.
- Dobles de mangas y bajos según el caso.

- Realización de ojales pegado de botones y colocación de etiquetas.
- Revisión, planchado y empaçado.

Para la elaboración de las prendas inferiores se procede así:

- Armado de braqueta, y colocación de cierre.
- elaboración y colocación de bolsillos tanto delanteros como traseros.
- Unión de costados, tiros y entre piernas.
- Armado y pegado de pretina y pasadores.
- Elaboración de ojales y pegado de broches y etiquetado
- Revisión, planchado y empaçado.

La elaboración de las prendas mixtas se presenta de la siguiente forma:

Al ser esta vestimenta una combinación entre las prendas superiores e inferiores, su fabricación se la realiza de acuerdo a su composición, si es el caso de un vestido se lo elaborara mediante la unión de los procesos de fabricación de una blusa con una falda, si es un enterizo se lo hará con la unión de procedimientos de confección de una blusa con un pantalón o short.

#### **2.6.6. Maquinaria**

Para la fabricación de la ropa en tela de jean se emplea varios tipos de maquinaria industrial, la cual ayuda a agilizar cada uno de los procesos en la elaboración de las prendas de vestir, a continuación se detalla la maquinaria a utilizarse:

- Máquina de puntada recta.
- Máquina de doble puntada recta.
- Máquina overlock.

- Máquina recubridora
- Maquina ojaladora y botonera
- Plancha industrial térmica o a vapor.

## **2.7. Estudio Técnico**

### **2.7.1. Tamaño del proyecto**

El tamaño del proyecto se lo define de acuerdo a la capacidad que tiene una empresa para producir un bien o prestar un servicio, durante un tiempo determinado.

Existen algunas variables que determinan o condicionan el tamaño del proyecto estas pueden ser:

- La disponibilidad de materia prima.
- La capacidad financiera.
- La capacidad tecnológica.
- La maquinaria.
- La dimensión del mercado.

### **2.7.2 Ingeniería del proyecto**

(RAMOS, 2013) Manifiesta: *La ingeniería del proyecto es la intervención en el manejo de los recursos para darles una utilización adecuada, dando el aprovechamiento necesario para la elaboración de un producto determinado. Pág. 67*

Se basa en la dirección y optimización de los recursos mediante el uso de varias técnicas, las cuales deben ser adecuadas para conseguir los objetivos previamente fijados, logrando la satisfacción de los miembros y más interesados en el proyecto.

Es por ello que la ingeniería del proyecto está basada en la habilidad y creatividad que tiene un individuo para liderar y ejecutar la creación de un nuevo producto.

## **2.8. Estudio Financiero**

### **2.8.1. Costos de producción**

Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

Basándonos el concepto anterior los costos de producción se definen como, el valor que se le otorga a cada uno de los insumos los cuales requieren las empresas para la fabricación de un determinado bien.

### **2.8.2. Elementos del costo**

Los elementos del costo son todos aquellos factores los cuales intervienen en la elaboración de un producto, estos son:

- Materia prima directa
- Mano de obra directa
- Costos indirectos de fabricación

## **2.9. Estados Financieros**

(<https://debitoor.es/glosario/definicion-estados-financieros>, s.f.) *Son los documentos de mayor importancia que recopilan información sobre la salud económica de la empresa, cuyo objetivo es dar una visión general de la misma*



Los estados financieros son documentos de gran importancia y necesarios para llevar el registro de los hechos económicos que realiza una empresa u organización, me refiero a ellos brevemente en los siguientes términos:

### **2.9.1. Estado de situación financiera**

(RAMOS, 2013) *El Estado Financiero muestra la situación financiera en que se encuentra la empresa, en una fecha determinada mediante la presentación de los activos pasivos y capital contable. Pág. 73*

El Estado de Situación Financiera o Balance General es uno de los documentos contables que muestra la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, el cual está formado por las cuentas de activo, pasivo y patrimonio.

### **2.9.2. Estado de Resultados**

(RAMOS, 2013) *El Estado de Resultados o también llamada Estado de Pérdidas y Ganancias, no es más que definir los ingresos y los egresos de una empresa para saber la utilidad o pérdida que se ha generado en un periodo contable. Pág. 73*

El Estado de Resultados también denominado Estado de Pérdidas y Ganancias, es uno más de los documentos con que una empresa debe contar, ya que en él se definen los ingresos y egresos de una empresa y refleja la utilidad o pérdida que se puede haber generado durante un cierto periodo económico.

### **2.9.3. Estado de Evolución del Patrimonio**

(RAMOS, 2013) *El Estado de Evolución de Patrimonio permite a los accionistas y dueños de las empresas conocer la evolución de su capital y todos los cambios que han generado esta evolución para la toma de decisiones correctas. Pág. 73*

El Estado de Evolución del Patrimonio o también llamado Estado de cambios en el patrimonio, da a conocer a cada uno de los socios los movimientos y diferencias en el patrimonio o capital contable además el capital social conformado por el aporte de los socios.

#### **2.9.4. Estado de flujo de Efectivo**

(RAMOS, 2013) *El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros de la empresa, es decir los ingresos y los egresos, durante su desarrollo. Pág. 74*

Es uno de los estados financieros básicos y el cual informa sobre todas las variaciones dadas mediante los movimientos de efectivo y sus equivalentes en un periodo económico dado.

#### **2.9.5. Notas aclaratorias a los estados financieros**

(<http://empresayeconomia.republica.com/general/notas-a-los-estados-financieros.html>, s.f.) *Las notas a los Estados Financieros representan aclaraciones o explicaciones de hechos o situaciones cuantificables o no que se presentan en el movimiento de las cuentas.*

Las notas a los estados financieros, son aquellos documentos que transmiten cierta información, la cual no se encuentra directamente reflejada en los estados presentados.

## **CAPÍTULO III**

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

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

El presente estudio tiene como propósito, demostrar que el proyecto de creación de una microempresa productora y comercializadora de ropa en tela de jean en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, es factible tanto en el ámbito social y económico, si su creación contribuirá con el desarrollo local, por lo que se considera de gran importancia detallar los antecedentes del lugar donde posiblemente se asentara el nuevo ente económico.

Este estudio se la realiza también con la intención de conocer el nivel de oferta y demanda del producto, las preferencias y gustos de los posibles consumidores.

#### **3.2. Objetivo general**

El propósito principal del estudio de mercado es el tener una noción clara de la cantidad de consumidores que podrían adquirir el producto que la microempresa desea comercializar.

#### **3.3. Objetivo específico**

- El estudio de mercado nos mostrara si el producto a venderse corresponde a los deseos de compra de los clientes.
- Nos dará a conocer cuales tipos de clientes son los posibles interesados en adquirir el bien a ofertar.

- Este estudio nos proporcionara información relacionada con el precio apropiado a colocar al producto, él cual nos permita competir en el mercado.
- También nos ayudara a conocer el tamaño indicado del negocio a instalar.
- El estudio de mercado nos ayudara a conocer los canales de distribución apropiados para el tipo de producto ofertado.

### 3.4. Variables e indicadores

A continuación se exponen las variables e indicadores del estudio de mercado:

- Identificación del producto
- Mercado meta
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Comercialización

### 3.5. Descripción del producto

*Figura 11*

*Portada*



Elaborado por: La autora

La ropa elaborada en tela jean es sin duda alguna, las prendas que representan la modernidad a más de la comodidad al vestir, se han convertido en elementos exclusivos y básicos en la vestimenta y atuendos de cualquier persona.

Esta clase de prendas de vestir es usada por la sociedad en general, sin ningún tipo de distinción económica y social.

Las prendas en jean se las logran encontrar en una variedad de diseños, colores y texturas, son de fácil combinación y adaptación y se las puede usar para cualquier ocasión.

Se podría decir que estas prendas formaran de manera permanente parte de los atuendos y del guardarropa de un sinnúmero de personas.

### **3.5.1. Prendas a elaborarse**

Existe una variedad de prendas las cuales se pueden confeccionar con la tela jean que hoy en día se encuentra en el mercado, ya que este ofrece una amplia gama de colores y texturas que hacen fácil el diseño y confección de los modelos requeridos y buscados por los clientes.

***Figura 12***

***Pantalón Jean***



***Figura 13***  
***Short Jean***



***Figura 14***  
***Falda Jean***



***Figura 15***  
***Camisa Jean***



**Figura 16**  
**Blusa Jean**



**Figura 17**  
**Chaqueta Jean**



**Figura 18**  
**Chompa Jean**



**Figura 19**  
**Vestido Jean**



**Figura 20**  
**Enterizo Jean**



### **3.6. Mercado Meta**

Es el mercado al cual está dirigido el producto, son los locales comerciales donde se vende la ropa en tela de jean en el norte del país, y su vez también está dirigido a los



consumidores finales los cuales podrán adquirir el producto directamente del punto de venta de la microempresa.

Existen varios almacenes a los cuales nuestra microempresa podría abastecer del producto, a continuación se detalla algunos de los establecimientos de la ciudad de Atuntaqui:

**Tabla 14**

**Locales comerciales**

---

LOCALES COMERCIALES
DE JEANS
ACTUALLE
CASA DEL JEAN
CENTRO DE LA MODA
BLUE JEANS
LEOPARDA
PUNTO JEANS
EXCLUSIVE
VARIEDADES
LEE
MARY BUTIQUE
AMERICAN JEANS
CAPTOOS

---

Elaborado por La Autora

### **3.7. Análisis de la oferta potencial**

Mediante el análisis de la oferta se puede identificar a los posibles competidores que existen dentro del área donde se asentara la microempresa, y como pueden estos afectar al desarrollo del proyecto y al producto a ofertar.

### 3.7.1. Oferta Actual

Con la investigación realizada en los establecimientos que comercializan el producto, se pudo verificar que en el norte del país no existe aún una empresa de confecciones que se dedique a la elaboración de este tipo de productos como son las prendas elaboradas en tela de jean. El producto que estos locales ofrecen a la ciudadanía es procedente de otras ciudades del país y hasta de países vecinos donde existen empresas que se dedican a elaborar este producto.

Podemos mencionar algunas de las empresas nacionales y extranjeras:

**Tabla 15**

***Empresas nacionales***

---

<b>EMPRESAS PRODUCTORAS DE ROPA EN TELA DE JEAN EN EL PAIS</b>	
<b>CIUDAD</b>	<b>EMPRESA</b>
PELILEO	RAM JEANS
PELILEO	KARITEX
PELILEO	KARA JEANS
QUITO	IMPERIO DE LA MODA
QUITO	MEDE JEANS
QUITO	ANGELY'S JEAN'S
QUITO	LEE

---

Elaborado por: La Autora

**Tabla 16**  
**Empresas extranjeras**

---

<b>EMPRESAS PRODUCTORAS DE ROPA EN TELA DE JEAN EN COLOMBIA</b>
<b>CIUDAD</b>
TENTACION JEANS
STAGE JEANS
MACONDO JEANS
TRUCCO'S FASHION
LOVE JEANS
URBANO JEANS
FULL JEANS

---

Elaborado por: La Autora

En los cuadros anteriores presentados podemos verificar que existen proveedores de ropa en tela de jean en varias ciudades del país, cabe mencionar que existe una variedad de producto extranjero procedente del vecino país Colombia.

### **3.8. Análisis de la demanda potencial**

Para la realización del análisis de la demanda se tomó en consideración todos los establecimientos donde se distribuye ropa en tela de jean en la ciudad de Atuntaqui, siendo 22 los locales de comercialización, este dato se lo determinado mediante una inspección realizada en el sector, se ha tomado en consideración a este número de establecimientos por las razones siguientes:

- La microempresa a establecerse, pretende ser la proveedora de productos que estos tipos de negocios comercializan.
- Mediante el estudio realizado a los locales comerciales, se ha verificado el movimiento de mercado y en ello de forma esencial la oferta y la demanda.

- Se pretende que los resultados que arroje la investigación sean sólidos, ya que los clientes que en este caso son los consumidores finales, adquieren el producto de este tipo de lugares.

### 3.8.1. Determinación de la muestra

A continuación de realizar el cálculo de la muestra correspondiente a la información recolectada sobre los establecimientos comerciales que expenden el producto en cuestión.

La fórmula a utilizarse es la que se presenta a continuación:

#### FORMULA

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

#### Simbología:

n = Tamaño de la muestra.

N = Universo o población a estudiar

e = Limite aceptable de error de muestra que varía entre (1% y 9%).

d = Varianza

z = Nivel crítico de prueba

#### Datos:

N = 161

d = 0,25

Z = 95% 1,53

e = 5% 0,05

$$n = \frac{(1,53)^2(0,25)^2(161)}{(0,05)^2(161 - 1) + (1,53)^20,25^2}$$

**n = 114 encuestas**

La investigación de campo será realizada a 114 locales que comercializan ropa en tela de jean.

### **3.8.2. Resultados de Investigación**

La presente encuesta fue aplicada a los propietarios y personal administrativo de los locales comerciales de ropa en jean en las ciudades de Atuntaqui, Ibarra y Otavalo

1. ¿Qué tiempo lleva usted realizando esta actividad económica?

**Tabla 17**

**Tiempo en la actividad**

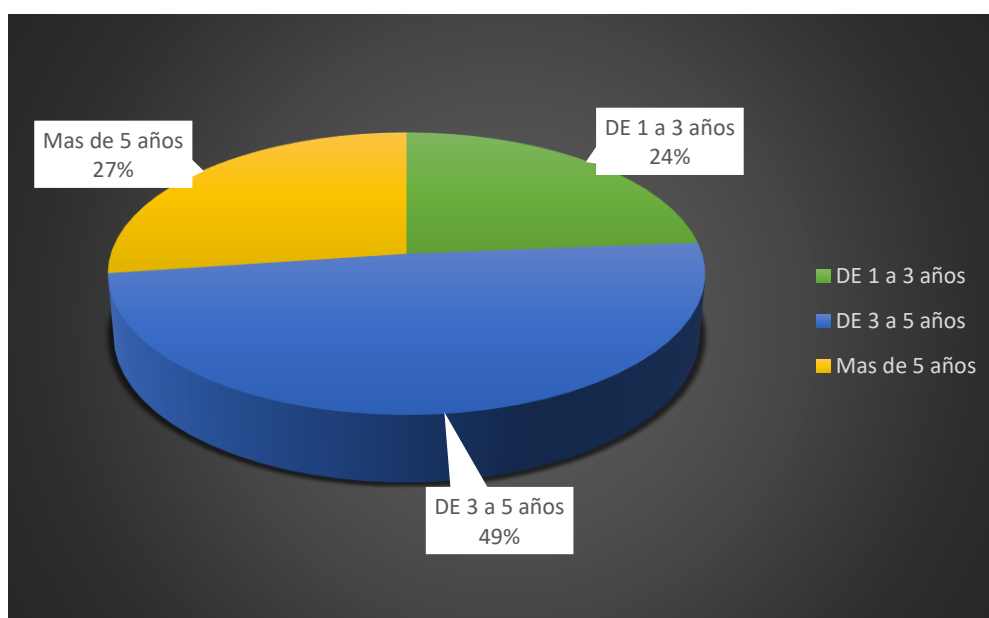
VARIABLE	FRECUENCIA	%
DE 1 a 3	27	24%
DE 3 a 5	56	49%
Más de 5	31	27%

Fuente: Entrevista a propietarios de locales

Elaborado por: La Autora

**Figura 21**

**Tiempo en la actividad**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

La mayoría de locales comerciales se encuentran realizando esta actividad ya más de 5 años, pues consideran que este tipo de negocios genera una buena rentabilidad, ya que este tipo de ropa elaborada en tela de jean es bastante demandada tanto por hombres y mujeres, existen varios locales que también tienen ya un tiempo razonable en el mercado y un bajo porcentaje de ellos se encuentran iniciando en el negocio y esperan mantenerse y crecer en el mercado.

2. ¿El producto que usted comercializa de qué lugar es proveniente?

**Tabla 18**

**Producto que comercializa**

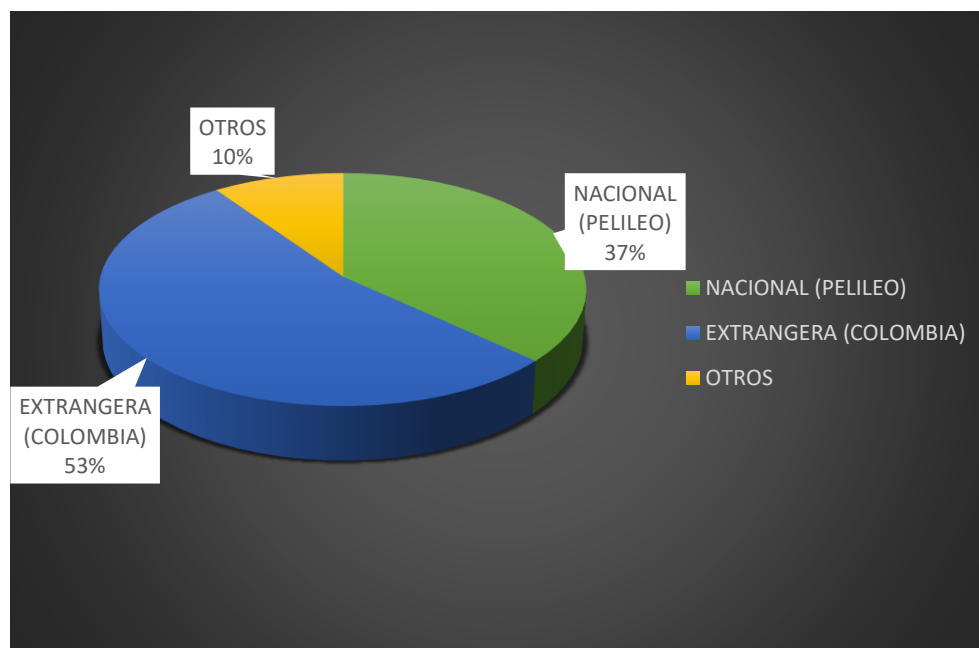
VARIABLE	FRECUENCIA	%
NACIONAL (PELILEO)	42	37%
EXTRANGERA (COLOMBIA)	61	53%
OTROS	11	10%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales

Elaborado por: La Autora

**Figura 22**

**Producto que comercializa**



Elaborado por: La Autora

## ANALISIS

Los dueños de los locales tienen preferencia por las prendas en tela de jean provenientes del exterior, como son las del vecino país Colombia ya que sostienen que es más demandada, por su calidad y diseños, y son los proveedores quienes directamente llevan el producto hacia los locales abasteciéndolos de lo necesario para competir en el mercado.

### 3. ¿Qué cantidad de prendas adquiere mensualmente para abastecer el mercado?

**Tabla 19**

**Cantidad de prendas adquiridas**

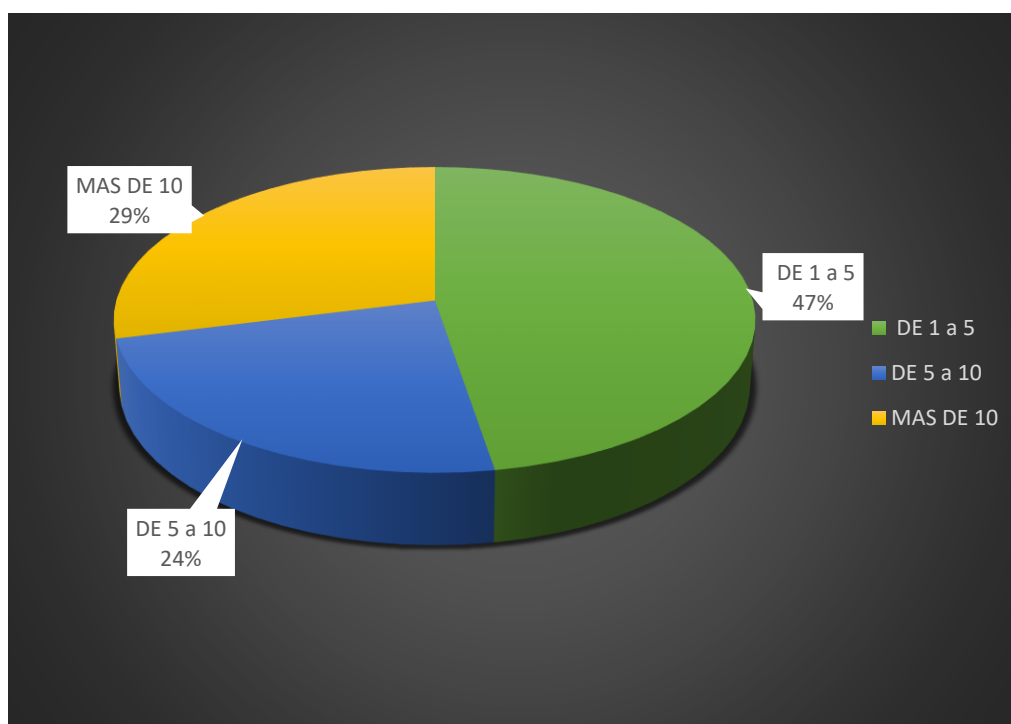
VARIABLE	FRECUENCIA	%
DE 1 a 5	54	47%
DE 5 a 10	27	24%
MAS DE 10	33	29%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales

Elaborado por: La Autora

**Figura 23**

**Cantidad de prendas adquiridas**



Elaborado por: La Autora

### ANALISIS

Se puede ver mediante el análisis que el 47% de los comerciantes de este producto comparan entre 1 y 5 docenas de prendas al mes la cual es la necesaria para abastecer la demanda y no quedarse con mercadería que luego es difícil de comercializar.



## 4. ¿Qué tipo de prenda es la de mayor demanda?

Tabla 20

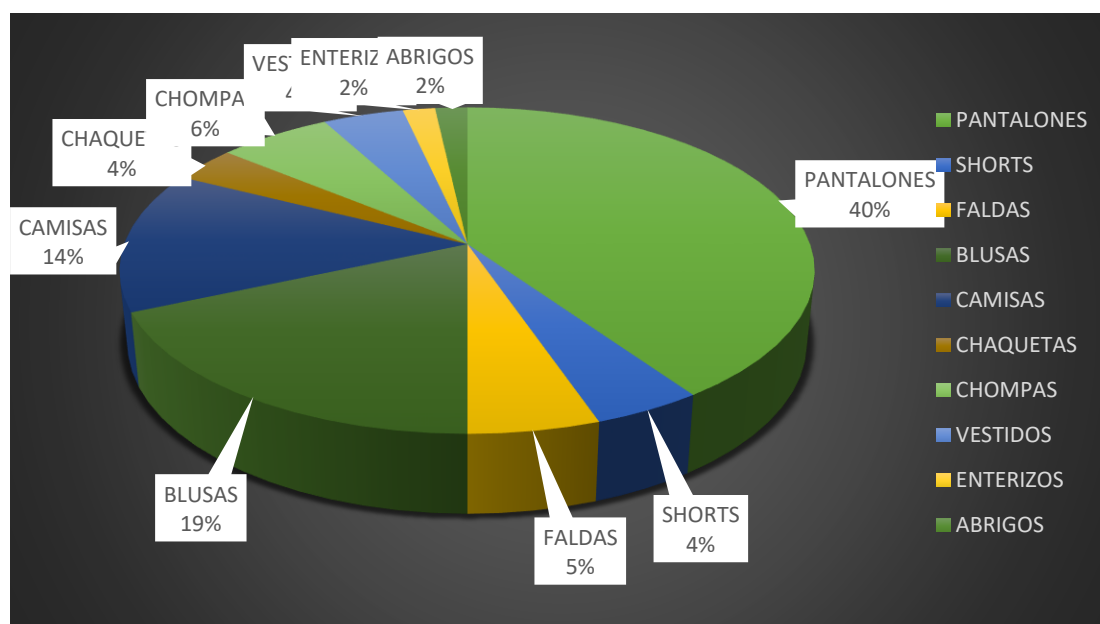
*Prendas de mayor demanda*

VARIABLE	FRECUENCIA	%
PANTALONES	46	40%
SHORTS	5	4%
FALDAS	6	5%
BLUSAS	21	19%
CAMISAS	16	14%
CHAQUETAS	4	4%
CHOMPAS	7	6%
VESTIDOS	5	4%
ENTERIZOS	2	2%
ABRIGOS	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales

Elaborado por: La Autora

Figura 24

*Prendas de mayor demanda*

Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

La prenda con mayor demanda en el mercado es el pantalón jean, ya que esta es parte básica de la vestimenta de damas, caballeros y niños y por lo tanto según la investigación realizada existe un 40% de preferencia por el mismo

5. ¿Cuál es el tipo de clientes que más demanda el producto?

**Tabla 21**

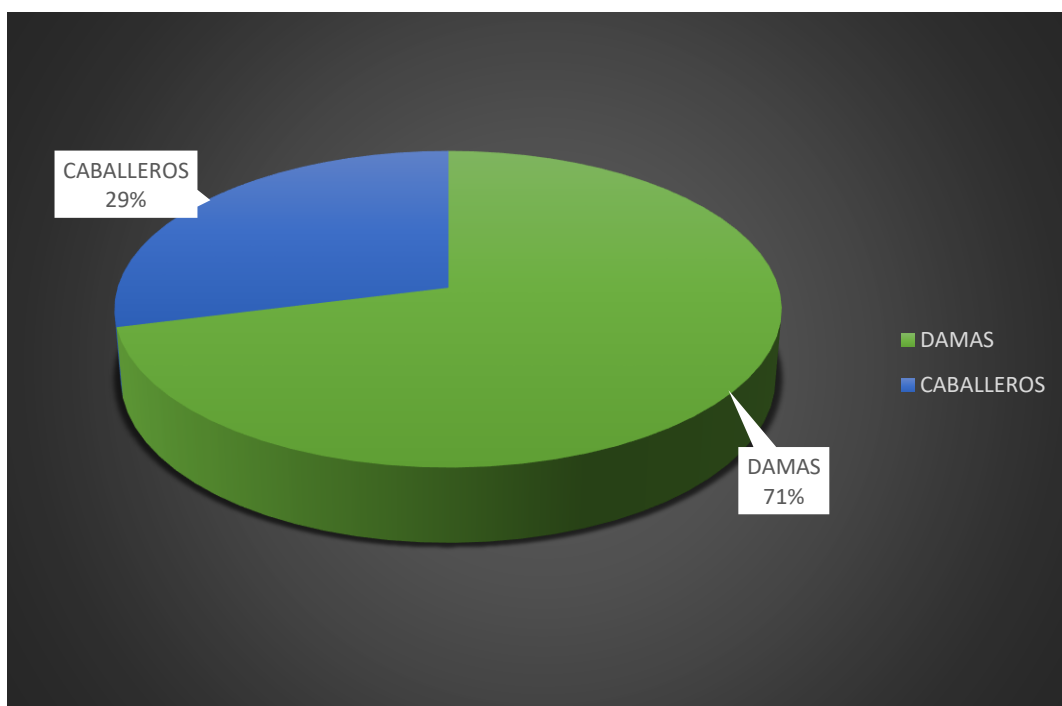
**Cientes que más demandan**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
DAMAS	81	71%
CABALLEROS	33	29%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales  
Elaborado por: La Autora

**Figura 25**

**Cientes que más demandan**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Mediante el análisis de la investigación realizada se puede observar que es el sexo femenino el mayor demandante de prendas de vestir en tela de jean, por lo que la mayoría de prendas que los locales comerciales venden esta direccionada a este tipo de cliente.

6. ¿Cuál es la marca de ropa en tela de jean que usted comercializa?

**Tabla 22**

**Marca que comercializa**

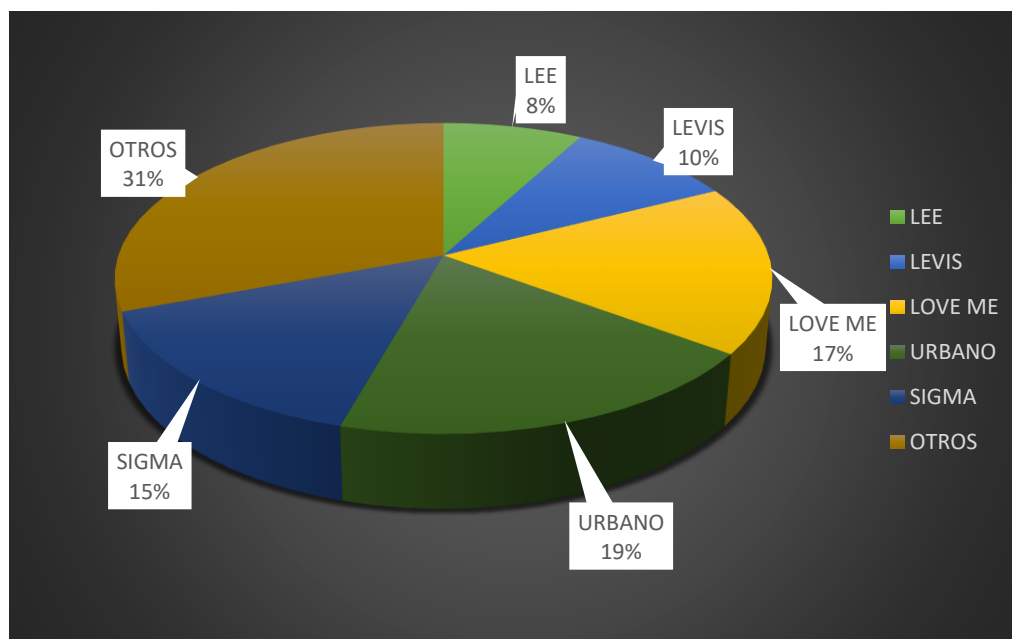
VARIABLE	FRECUENCIA	%
LEE	9	8%
LEVIS	11	10%
LOVE ME	20	17%
URBANO	<b>22</b>	19%
SIGMA	17	15%
OTROS	35	31%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales

Elaborado por: La Autora

**Figura 26**

**Marca que comercializa**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Como se puede observar la marca no es de mayor influencia al momento de proveerse de la mercadería para la venta, ya que los comercializadores de ropa en tela de jean adquieren su mercadería mediante otras distinciones del producto.

7. ¿Los precios de las prendas en tela de jean que usted adquiere para la venta como los considera usted?

**Tabla 23**

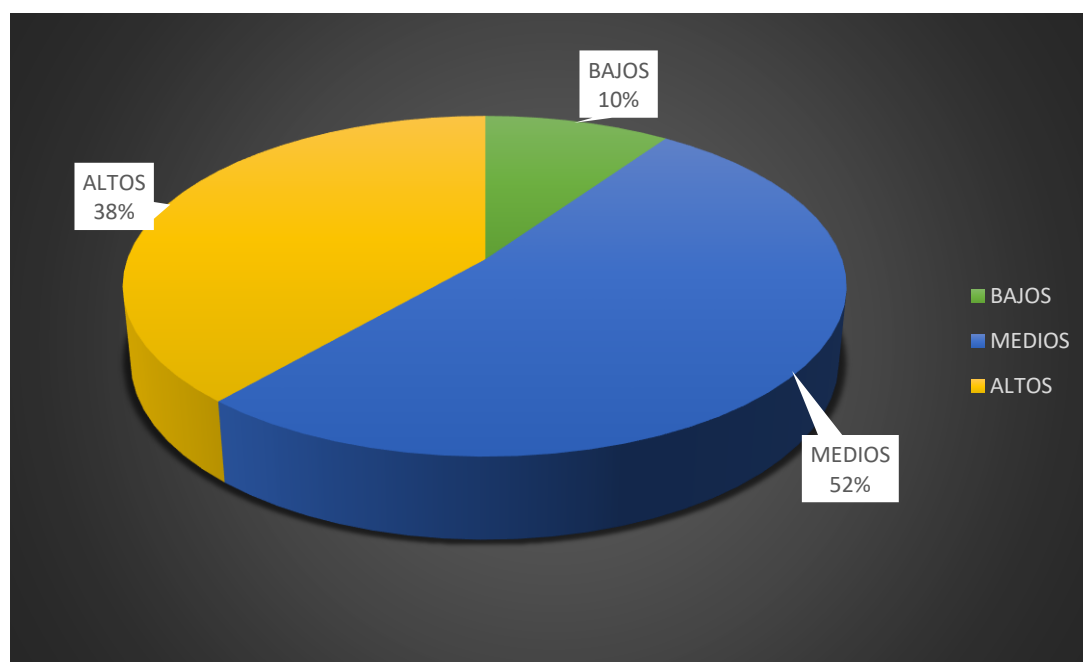
**Precio**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
BAJOS	11	10%
MEDIOS	59	52%
ALTOS	44	38%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales  
Elaborado por: La Autora

**Figura 27**

**Precio**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Los dueños y administradores de los locales comerciales sostienen que los precios de los productos que ellos comercializan son aceptables ya que les permiten competir en el mercado y tener una buena rentabilidad.

8. ¿En qué características del producto que comercializa, se fija usted para adquirirlos?

**Tabla 24**

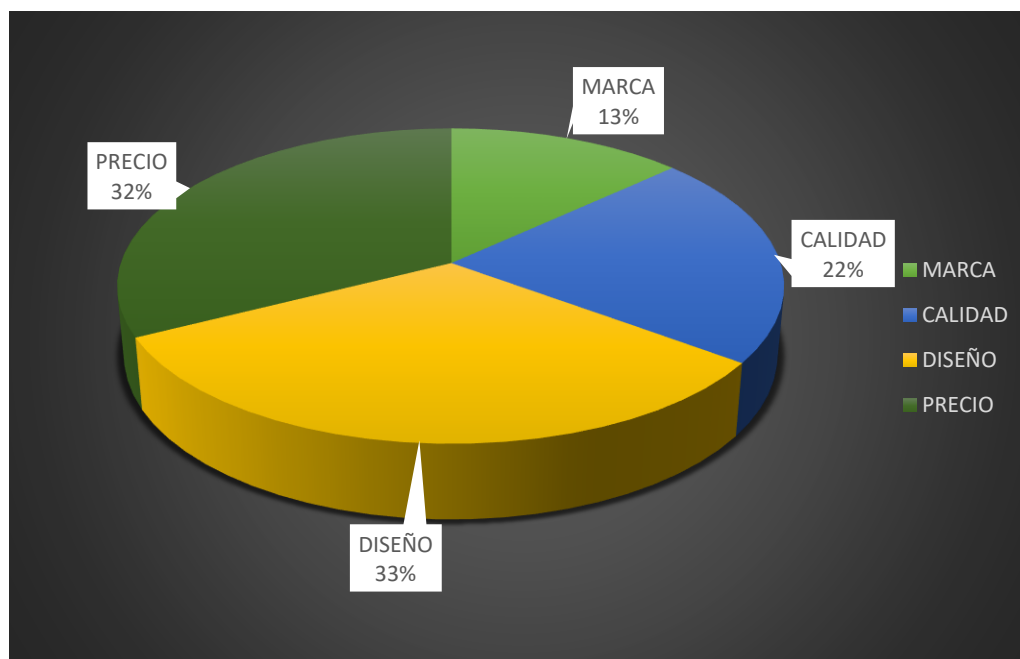
**Características del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
MARCA	15	13%
CALIDAD	25	22%
DISEÑO	37	33%
PRECIO	37	32%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales  
Elaborado por: La Autora

**Figura 28**

**Características del producto**



Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Los comercializadores del producto se fijan más en el diseño y precio ya que si los diseños que ellos adquieren atraen al cliente pues sus ventas subirán, y de igual manera si el precio es cómodo ellos podrán vender su producto a mejor precio que la competencia e incrementar sus ingresos.

9. ¿Cuáles de los siguientes particularidades considera usted que es la más importante para que el producto pueda ser vendido?

**Tabla 25**

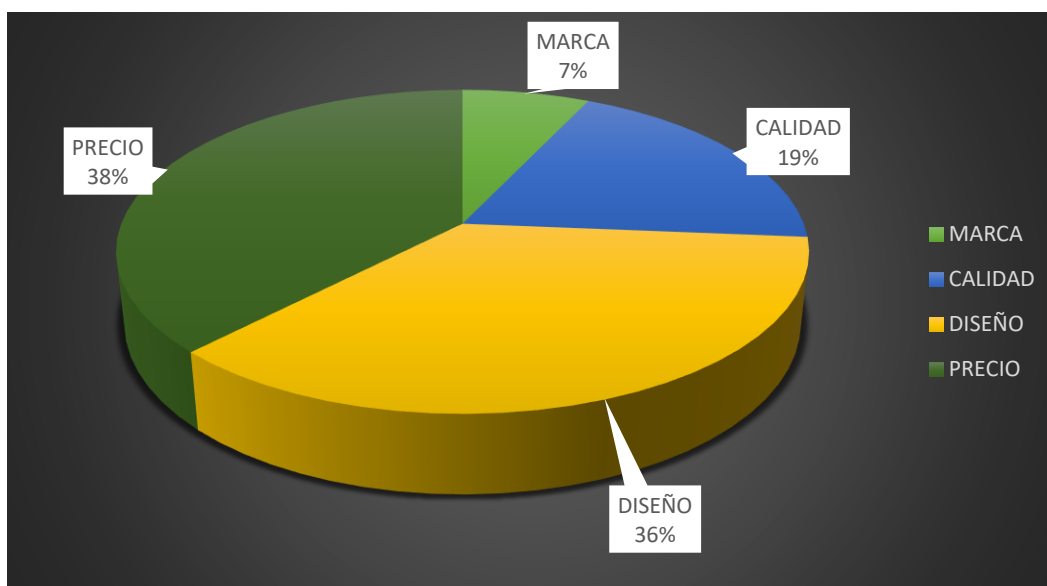
**Particularidades del producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	%
MARCA	8	7%
CALIDAD	22	19%
DISEÑO	41	36%
PRECIO	43	38%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales  
Elaborado por: La Autora

**Figura 29**

**Particularidades del producto**



Elaborado por: La Autora

## ANÁLISIS

Los clientes en este caso se fijan en el precio y diseño del producto más que en la marca y calidad, ya que según los dueños de los locales que comercializan la ropa elaborada en tela de jean, es estas dos características lo que más atrae a los consumidores.

10. ¿Estaría dispuesto a adquirir ropa en tela de jean de producción local si está llena sus expectativas?

**Tabla 26**

**Adquisición del producto**

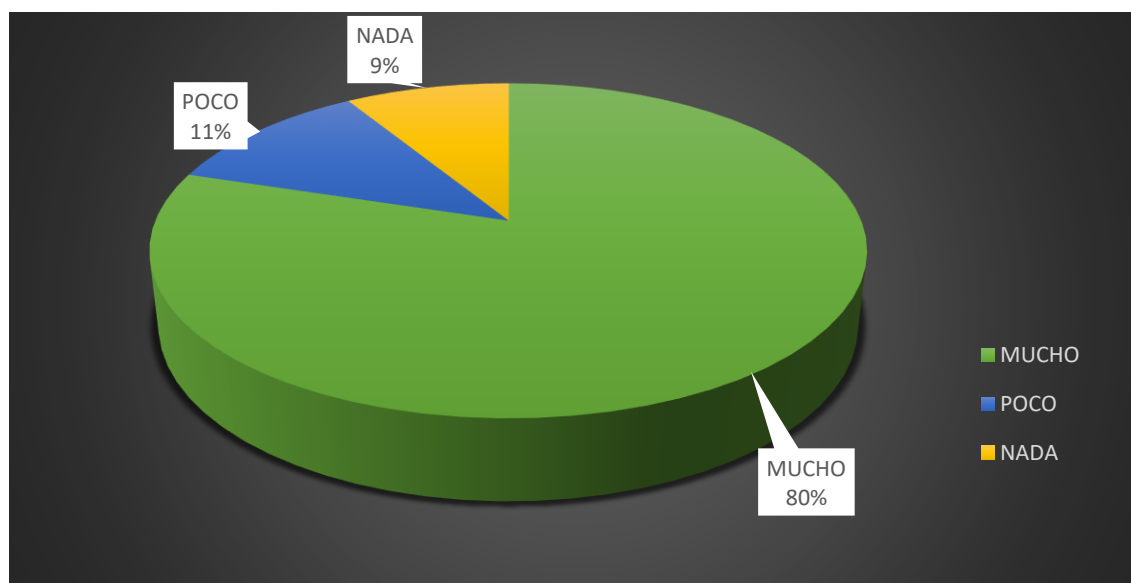
VARIABLE	FRECUENCIA	%
MUCHO	91	80%
POCO	13	11%
NADA	10	9%
<b>TOTAL</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales

Elaborado por: La Autora

**Figura 30**

**Adquisición del producto**



Elaborado por: La Autora

## ANALISIS

En lo referente a la adquisición del producto, la mayor parte de las personas que son el 80%, dueñas de establecimientos, están dispuestas a adquirir ropa en tela de jean de producción local, manifiestan que si el producto tendrá un precio menor, esto generará mayor rentabilidad, existes comerciantes en menor porcentaje que no desean adquirir el producto de otro proveedor.

### 3.9. Demanda Actual

Para proyectar la demanda actual se analizó la investigación de campo anteriormente realizada a través de encuestas aplicadas a cada uno de los establecimientos comerciales, donde mediante la respuesta obtenida de la pregunta No. 3, la cantidad de prendas que adquieren mensualmente para abastecer el mercado emiten los siguientes resultados:

De las 114 tiendas que comercializan ropa en tela de jean el 47% pertenece a 54 locales los cuales adquieren de 1 a 5 docenas de prendas al mes, a su vez existen 27 tiendas que adquieren de 5 a 10 docenas mensuales lo cual corresponde al 24%, y más de 10 docenas adquiridas por 33 tiendas dando un porcentaje del 29%.

Para lograr obtener el número de unidades adquiridas al mes se realizó el cálculo mediante la multiplicación, de lo cual se obtuvo la cantidad de unidades obtenidas al año para la venta.

**Tabla 27**

#### *Demanda actual de ropa en tela de Jean*

TIENDAS DE ROPA QUE COMERCIALIZAN ROPA EN TELA DE JEAN	PREFERENCIA		DOCENAS DE PRENDAS REQUERIDAS	PROMEDIO DE REQUERIMIENTO	UNIDADES POR DOCENA	PERIODO DE COMPRA	DEMENDA ANUAL EN UNIDADES DE ROPA EN TELA DE JEAN
	%	ESTABLECIMIENTOS					
114	47%	54	De 1 a 5	3	12	12	23.328
	24%	27	De 5 a 10	7.5			29.160
	29%	33	Más de 10	10			47.520
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>114</b>					<b>100.008</b>

Fuente: Entrevista a propietarios de locales

Elaborado por: La Autora

#### 3.9.1. Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de ventas de las tiendas comercializadoras de ropa en tela de jean se efectuó el siguiente cálculo:



**Formula**

$$\mathbf{Dn = Do (1+i)^n}$$

Donde:

Dn= Demanda Futura

Do= Demanda determinada en las encuestas

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

$$\mathbf{Dn = Do(1+i)^n}$$

$$Dn = 100008 * (1 + 0,05)^1$$

$$\mathbf{Dn = 105.008,4}$$

$$Dn = 105008,4 * (1 + 0,05)^1$$

$$\mathbf{Dn = 110.258,82}$$

$$Dn = 110258,82 * (1 + 0,05)^1$$

$$\mathbf{Dn = 115.771,76}$$

$$Dn = 115771,76 * (1 + 0,05)^1$$

$$\mathbf{Dn = 121.560,35}$$

$$Dn = 121560,35 * (1 + 0,05)^1$$

$$\mathbf{Dn = 127.638,37}$$

**Tabla 28****Proyección de la demanda de ropa en tela de Jean**

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE ROPA EN TELA DE JEAN EN UNIDADES
2017	105.008,40
2018	110.258,82
2019	115.771,76
2020	121.560,35
2021	127.638,37

Fuente: Investigación  
Elaborado por: La Autora

**3.10. Análisis de la oferta**

Este análisis se lo realiza con el fin de identificar a los competidores en el área donde se encuentra acentuado el proyecto, para identificar cuáles pueden ser las posibles afectaciones hacia el producto propuesto por el proyecto.

**3.10.1. Oferta actual**

Mediante la investigación realizada, se ha verificado que dentro de la zona textil antañá no existe una empresa que se dedique a la elaboración de ropa en tela de jean, por lo que este producto es traído de diferentes ciudades del país y del extranjero.

Por mencionar a algunas:

**Tabla 29****Empresas proveedoras**

<b>EMPRESAS PROVEEDORAS</b>	
PELILEO	RAM JEANS
PELILEO	KARITEX
PELILEO	KARA JEANS
QUITO	ANGELY'S JEAN'S
QUITO	IMPERIO DE LA MODA
QUITO	MEDE JEANS
COLOMBIA	STAGE JEANS
COLOMBIA	MACONDO JEANS
COLOMBIA	TRUCCO'S FASHION

Fuente: Investigación  
Elaborado por: La Autora

**ANALISIS**

Como se puede observar en el anterior cuadro, existen varias empresas tanto ecuatorianas como del vecino país Colombia, las cuales abastecen del producto.

Mediante este análisis es que se puede deducir que el mercado se encuentra lleno de productos en tela de jean, proveído de las empresas anteriormente mencionadas.

**3.10.2. Demanda Potencial A Satisfacer**

Efectuado el análisis se establece que en las ciudades de Atuntaqui, Ibarra y Otavalo no existe demanda potencial a satisfacer, ya que la investigación realizada revela que la demanda de ropa en tela de jean en las ciudades mencionadas, está cubierta por los ofertantes de otras ciudades, por tanto la demanda es igual a la oferta. A continuación se representa mediante un cuadro lo antes enunciado.

**Tabla 30*****Demanda potencial a satisfacer de ropa en tela de Jean en unidades***

AÑO	PROYECCIÓN DE LA		DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE ROPA EN TELA DE JEAN EN UNIDADES
	DEMANDA DE ROPA EN TELA DE JEAN EN UNIDADES	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE ROPA EN TELA DE JEAN EN UNIDADES	
2017	105.008,40	105.008,40	0
2018	110.258,82	110.258,82	0
2019	115.771,76	115.771,76	0
2020	121.560,35	121.560,35	0
2021	127.638,37	127.638,37	0

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La autora

**3.10.3. Demanda Sustitutiva Posible**

Tomando en consideración que el proyecto no presenta demanda potencial a satisfacer, se planteó la siguiente alternativa, incursionar en el mercado como demanda sustitutiva, ofreciendo productos de mejor calidad los cuales replacen a los ya existentes en el mercado, claro está que para esto se debe entregar un producto de innovador, que presente nuevos beneficios y satisfaga los gustos y exigencias de los consumidores.

El proyecto presenta ventajas competitivas para poder sustituir a la competencia entre las principales se encuentran:

- La producción será realizada en la ciudad de Atuntaqui, lo que hace q se genere un ahorro en el transporte para la distribución del producto.
- El precio del producto el cual será menor a la competencia.
- Variedad de diseños, los cuales se entregara al mercado en función de las exigencias de los clientes.
- En caso de insatisfacción con el producto la microempresa remplazara el producto defectuoso.

- La planta productora contara con el personal idóneo que cuente con la experiencia necesaria para la confección de los diversos productos en tela de jean.
- El buen manejo en las ventas con personas que conocen el medio y el producto que se oferta.

Para plantear la demanda sustitutiva posible se tomó en cuenta la investigación efectuada a los establecimientos donde se comercializa ropa en tela de jean, cuyos resultados arrojan que el 80% de los establecimientos están de acuerdo en sustituir sus proveedores actuales por el productor local, siempre y cuando se provee un producto competitivo, como también se indagó la cantidad y frecuencia de consumo en la pregunta No. 12. Obteniendo los siguientes resultados.

De los 114 establecimientos el 80% que representa 91 establecimientos están dispuestos adquirir ropa en tela de jean de producción local de la siguiente manera: el 60% que corresponde a 55 establecimientos adquirirán entre 1 y 5 docenas de ropa en tela de jean que en promedio son 3 docenas mensuales, seguido del 17% que corresponde a 15 establecimientos adquirirán entre 5 y 10 docenas de ropa en tela de jean que en promedio son 7.5 docenas mensuales, finalmente el 23% que corresponde a 21 establecimientos adquirirán más de 10 docenas de ropa en tela de jean que en promedio son 10 docenas mensuales

Para obtener el número de unidades que adquirirán al año se multiplicó por 12 unidades que tiene la docena y por 12 meses que tiene el año.

**Tabla 31*****Demanda sustitutiva posible de ropa en tela de Jean***

ESTABLECIMIENTOS QUE COMERCIALIZAN ROPA EN TELA DE JEAN DISPUESTOS A ADQUIRIRLOS	PREFERENCIA		ALTERNATIVAS DE DEMANDA EN UNIDADES	DEMANDA PROMEDIO EN UNIDADES	UNIDADES POR DOCENA	PERIODO DE COMPRAS	DEMANDA ANUAL EN UNIDADES DE ROPA EN TELA DE JEAN
	%	ESTABLECIMIENTOS					
91	60%	55	De 1 a 5	3	12	12	23760
	17%	15	De 5 a 10	7,5			16200
	23%	21	Más de 10	10			30240
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>91</b>					<b>70200</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La autora

**3.11. Demanda a Captar por el Proyecto**

Para plantear la demanda a captar por el proyecto se tomó en cuenta la capacidad operativa y administrativa del mismo, que la veremos detalladamente en el capítulo IV numeral, así como también la existencia de mercado a sustituir cuyos datos los obtuvimos en las encuestas realizadas a los dueños y administradores de establecimientos comerciales de ropa en tela de jean de las ciudades de Atuntaqui, Ibarra y Otavalo de ahí que para el primer año la microempresa producirá para la venta 11.088,00 prendas con un creciente del 10% anual siendo alentadores, ya que se utilizará estrategias comerciales para alcanzar los objetivos propuestos.

**Tabla 32*****Demanda a captar por el proyecto***

AÑO	PRONOSTICO DE VENTAS EN UNIDADES
2017	11.088,00
2018	12.196,80
2019	13.416,48
2020	14.758,13
2021	16.233,94

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La autora

El proyecto en su primer año de funcionamiento captará o cubrirá entre un 17 y 18% de la demanda sustitutiva identificada.

### **3.12. Análisis de Precios**

El precio de la ropa en tela de jean que actualmente se comercializan en la ciudad se lo determinó a través de la investigación efectuada a base de observación directa. El precio del proveedor se encuentra entre \$ 20,00 a \$ 30,00 dólares por unidad, lo que incrementa el precio final de venta para el consumidor.

Como se puede observar esta variable es muy volátil y no estandarizada, debido a que depende de diferentes factores como: Lugar de venta, calidad del producto, diseño del producto, entre otras.

#### **30.12.1. Estrategias Comerciales**

Las estrategias que se toman en cuenta para la comercialización de los productos están basadas en las 4 P. (Producto, precio, promoción, plaza).

### **PRODUCTO**

- Para la venta del producto se realizará un empaque el mismo llevará detallado el nombre de la microempresa.
- El producto llevará etiquetado la talla además una pequeña información de cómo se debe tratar el producto.
- Antes de disponerse el producto para la venta pasará por varios controles para garantizar su calidad.
- Se lo realizará con una materia prima 100% de calidad que garantice la venta del producto.

## **PRECIO**

- El precio que se aplique al producto estará basado de acuerdo a la competencia.
- Dependerá de la cantidad de compra para realizar ciertos descuentos que favorecen al comprador.
- Se dará varias condiciones de pago dependiendo el monto de consumo.
- Se realizará descuentos y promociones dependiendo la temporada o fechas especiales.

## **PROMOCIÓN**

Para promocionar el producto se tomará en cuenta las siguientes estrategias:

- Se contratará publicidad radial en donde se promocióne a la microempresa.
- Además se elaboraran volantes donde se presentes imágenes de la variedad de diseños de ropa en tela de jean que la microempresa produce.
- Se creará una página web donde contenga información sobre la microempresa, el producto y las distintas maneras de obtener el mismo.
- También se anunciará a la microempresa a través de la prensa escrita que contenga una información sobre el producto ofertado.

## **PLAZA**

- Se implementaran a futuro puntos de venta en los lugares más estratégicos de la provincia.
- La venta del producto se la realizará de manera directa o también a través de intermediarios.
- Se buscará convenios con almacenes para la realización de la entrega directa del producto.



### 3.13. Conclusiones del Estudio

Una vez efectuado el análisis de las variables que componen el mercado se ha determinado los siguientes hallazgos.

- En lo referente a la demanda local existe un buen número de establecimientos que comercializan ropa e tela de jean siendo estos 114, los cuales tienen proveedores de diferentes lugares del país y del extranjero.
- Con respecto a la oferta o competencia a nivel local no existe productores de ropa en tela de jean lo que genera la ventaja competitiva para el proyecto.
- Se determinó que no existe demanda potencial a satisfacer ya que la competencia tiene ganado el mercado, lo que marca la pauta para tratar de sustituir a los proveedores de otras ciudades con la producción del proyecto.
- Los precios de los productos en tela de jean no son estandarizados debido a que dependen de muchos factores como: lugar de venta, calidad del producto, diseños, entre otros.
- Las estrategias comerciales diseñadas están dirigidas a captar el mercado primeramente local y luego nacional, ofreciendo un producto nuevo con características singulares el cual sea acogido por la población.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1. Presentación

Este estudio se lo desarrolla con el objetivo fundamental de trazar las funciones adecuadas que permitan aprovechar de manera eficiente los recursos existentes, para de esta manera lograr la eficacia en la producción de ropa en tela de jean, para lo cual es importante realizar el análisis de varios aspectos.

- Localización del proyecto
- Tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto
- División de la planta productora
- Procesos productivo
- Inversión

Realizado el estudio de los aspectos anteriormente mencionados se podrá contestar a las siguientes interrogantes:

¿En qué lugar estará ubicado el proyecto?

¿Cuál será el tamaño del proyecto?

¿Cuál será la capacidad de operación del proyecto?

¿Cómo estará dividida la planta?

¿Cuál será el proceso productivo?

¿Cuál es el monto de la inversión?

## 4.2. Localización del proyecto

En este aspecto se analizó tanto la macro como la micro localización del proyecto

### 4.2.1. Macro localización

La macro localización está orientada a constituir el lugar geográfico donde se acentuara el proyecto.

La microempresa productora y comercializadora de ropa en tela de jean se ubicara:

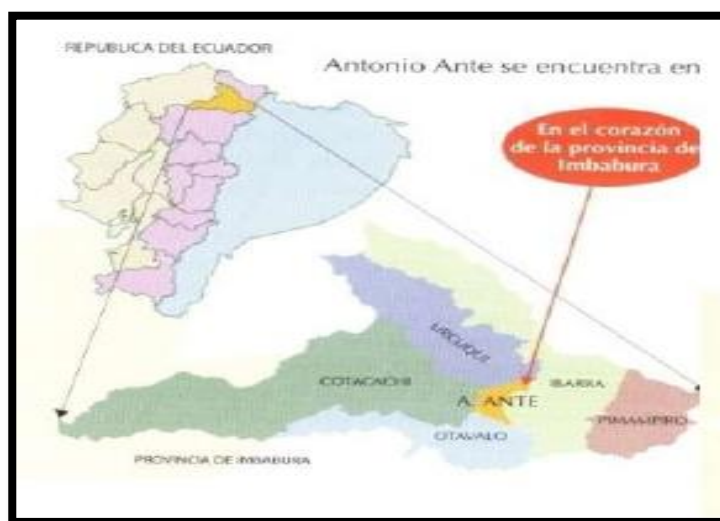
País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Cantón: Antonio Ante

**Figura 31**

**Mapa provincia de Imbabura**



Elaborado por: La Autora  
Fuente: Internet

#### 4.2.2. Micro localización

Para definir la micro localización, se analizó los factores más relevantes para establecer el lugar factible de ubicación del proyecto.

Se ha considerado algunos factores importantes para fijar la localización del proyecto:

- Condiciones legales
- Costo del terreno
- Distancia con el mercado
- Infraestructura

**Tabla 33**

#### *Factores determinantes*

FACTORES	CALIFICACIÓN FACTORES SOBRE 1	UBICACIÓN			
		SAN MIGUEL DE ATUNTAQUI		CENTRO DE ATUNTAQUI	
		PUNTUACIÓN 0 a 10	PONDERACIÓN	PUNTUACIÓN 0 a 10	PONDERACIÓN
Restricción legal	0,4	8	20	7	17,5
Costos del terreno	0,2	8	40	7	35
Cercanía al mercado	0,1	7	70	8	80
Infraestructura	0,1	8	80	8	80
Seguridad	0,2	8	40	7	35
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>250</b>		<b>247,5</b>

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al cuadro presentado se puede deducir que la microempresa se ubicara en el sector de San Miguel, ya que de acuerdo a los factores anteriormente descritos favorecen la acentuación en dicho lugar.

Por lo cual, la micro localización será:

Cantón: Antonio Ante

Parroquia: San Roque

Sector: San Miguel

Calle: 1 de Agosto Y García Moreno

### **4.3. Tamaño del proyecto**

Para establecer el tamaño del proyecto se analizó los aspectos primordiales los cuales influyen en el desarrollo de las actividades de la microempresa.

#### **4.3.1. Factores condicionantes del tamaño del proyecto**

Los factores que se tomaron en consideración son los siguientes:

- La demanda actual
- Disponibilidad de la materia prima
- Tecnología
- Financiamiento

##### **➤ La demanda actual**

Es importante conocer la demanda actual para poder determinar el tamaño del proyecto, que disponibilidad presentan los consumidores vitales del producto, ya que ellos son la base principal para que el proyecto de producción y comercialización de ropa en tela de jean tenga el éxito deseado.

##### **➤ Disponibilidad de materia prima.**

La ciudad de Atuntaqui del cantón Antonio Ante al ser la ciudad industrial textil, cuenta con varios centros proveedores de materia prima y de insumos necesarios para la elaboración del producto. Para la confección de los productos se requerirá de materia prima e insumos tales como tela jean, cierres, broches, botones, elásticos, hilos, gafetes, entre los más importantes.

➤ **Disponibilidad de mano de obra**

El lugar cuenta con la mano de obra suficiente debido a que el entorno textil anteño lo requiere, para lo cual existen centros de capacitación tanto particulares como públicos que se dedican a la enseñanza de cómo elaborar las prendas, además algunas de las empresas existentes capacitan a su personal operativo antes y durante la prestación de su servicio dentro de la empresa, por lo cual también se incrementa su experiencia en la materia.

➤ **Tecnología**

La tecnología que se utilizara será la que vaya de acuerdo a la producción de la ropa en tela de jean, debido que para su confección se necesita de maquinaria industrial automatizada la cual ayudara al rendimiento productivo en cada uno de los procesos de elaboración de los productos.

La aplicación de esta tecnología se basara en la reducción de costos de producción y en el incremento del producto elaborado en el menor tiempo posible.

➤ **Financiamiento**

La ciudad de Atuntaqui cuenta con varias instituciones financieras las cuales están prestas a otorgar créditos directamente para la implementación de microempresas, esto representa una ventaja ya que se contara con el capital requerido para la inversión.

#### **4.4. Capacidad del proyecto.**

Para poder determinar la capacidad del proyecto se tomó en consideración la cantidad de maquinaria más el talento humano del área productiva la cual arroja la siguiente información:

- Producción mensual: 806
- Horas diarias de trabajo: 8 horas
- Días de trabajo al mes: 24 días
- Porcentaje de tiempo perdido en el trabajo: 12%
- Tiempo real de trabajo: 7 horas
- Tiempo total de elaboración por prenda: 50 minutos aproximadamente

#### 4.5. Distribución de la Planta

La distribución de la planta productora se la realizará en un área aproximada de 168 m<sup>2</sup>, para los siguientes departamentos.

**Tabla 34**

***Distribución de instalaciones***

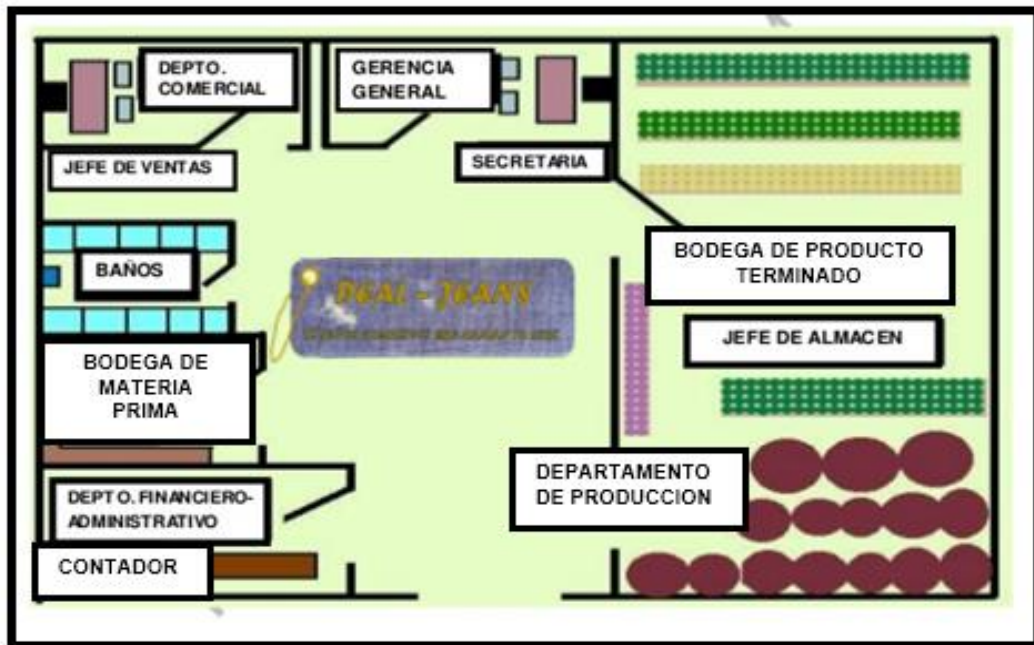
<b>No.</b>	<b>AREAS</b>	<b>m<sup>2</sup></b>
1	ADMISTRACIÓN	24
2	PRODUCCIÓN	56
3	VENTAS	42
4	BODEGA DE MATERIA PRIMA	20
5	BODEGA DE MERCADERIAS	20
6	BAÑOS	6
	<b>TOTAL</b>	<b>168</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.5.1. Diseño de la planta

*Figura 32*

*Diseño de instalaciones*



#### 4.6. Proceso de Producción.

El proceso de producción iniciara con la adquisición de la materia prima e insumos, los cuales se utilizaran en la elaboración de ropa en tela de jean.

##### 4.6.1. Diseño de ropa en tela de jean

Para la elaboración de las prendas en tela de jean se debe seguir el siguiente proceso:

- Diseño del patrón
- Corte de la prenda
- Armado de la prenda
- Acabados
- Control de calidad



- Empacado

#### **4.6.2. Materiales a utilizarse para la confección de las diversas prendas**

- **Tela**

Es uno de los materiales más importantes, forma parte de la materia prima directa, se caracteriza por ser de textura rígida aun que en la actualidad ya se la puede encontrar en diferentes tejidos, para los bolsillos se utilizara tela plana la cual es totalmente rígida y 100% algodón.

#### **4.6.3. Insumos y accesorios**

- **Hilo**

Los hilos que se utilizan son 100% algodón y de fibras resistentes los cuales permiten realizar un mejor acabado de las prendas.

- **Botones y broches**

Son de material plástico, metálico y madera se utilizan de acuerdo al deño de la prenda.

- **Cierres**

Se utilizan según el tipo y diseño de la prenda, estos se los puede encontrar en dientes plásticos o de metal, en los plásticos existen dos tipos los de diente grueso y los de hilo.

- **Remaches**

Son de metal están compuestos de dos piezas y se los utilizan para reforzar la parte de los bolsillos.

- **Etiquetas**

Son parte esencial de las prendas ya que en ella se visualiza la marca de la ropa, de lo cual depende su imagen y distinción, también se puede observar la talla, referencias, precio y más, estas se las encuentra en tela, cuero y metal las cuales van adheridas a la prenda.

#### **4.6.4. Maquinas utilizadas para la confección de ropa en tela de jean**

Para la elaboración de ropa en tela de jean es de gran importancia contar con la maquinaria adecuada para su confección, la misma que debe estar calibrada de acuerdo a la textura de la tela a utilizarse en el proceso productivo, en este caso al ser un material rígido la maquinaria debe de contar con complementos resistentes como las agujas, los pies de máquina, los tensionadores etc.

Para la elaboración de las prendas en jean se hará uso de la siguiente maquinaria:

- **Máquina cortadora**

Es utilizada para cortar los trazos de las prendas realizados en la tela, existen 2 tipos de cortadoras la semi industrial la cual es disco, y la industrial que utiliza una cuchilla recta y es de más capacidad.

- **Maquina Overlock**

Esta máquina se utiliza para el armado de la prenda, utiliza cinco hilos, cuenta con dos agujas las cuales realizan puntadas de seguridad para dar mejor resistencia a la prenda.

- **Maquina pretinadora o plana**

Es utilizada para pegar pretinas en los pantalones, shorts y faldas se guía mediante un folder el que se coloca en la máquina de acuerdo al ancho deseado posee cuatro agujas y utiliza ocho hilos.

- **Máquina recta**

Este tipo de máquina se utiliza para pegado de bolsillos, armado de vinchas o cartera, armado y pegado de cuellos, pegado de puños en blusas y chaquetas, esta trabaja con un hilo en la parte superior y una bovina con carrete donde se coloca el hilo en la parte inferior, esta máquina realiza puntada recta.

- **Máquina tracadora**

Esta máquina se la utiliza para dar seguridad en ciertos puntos de la prendas como inicio, final y unión de costuras, forma costura en puntada recta y zigzag.

- **Máquina remachadora**

Su principal función es colocar los remaches y broches en las prendas, esta trabaja mediante aire a presión.

- **Máquina recubridora**

Es utilizada para asentar los bajos o bordes de ciertas prendas, utiliza regularmente 2 agujas y tres hilos aunque también puede colocarse una tercera aguja y cinco hilos para realizar puntada decorativa.

- **Máquina ojaladora y botonera**

Se utiliza para realizar ojales de todo tipo, realiza puntada tipo cadena en este proceso, a su vez esta máquina se adapta para el pegado de botones cambiando su modalidad a estática de igual manera cambia su tipo de puntada a recta progresiva y regresiva.

- **Equipo de planchado**

Este se usa para dar una mejor presentación a las prendas, este equipo está constituido por planchas térmicas a vapor.

#### **4.6.5. Descripción del proceso de producción**

Se relaciona con cada una de las actividades que establece la parte operativa del proyecto para la obtención del producto en cuestión.

- **Diseño y patronaje**

En este punto se realiza el diseño del producto utilizando la creatividad de acuerdo a las nuevas tendencias de la moda y a las exigencias y gustos del mercado, para lo cual se procederá de la siguiente manera:

- Exploración de nuevas tendencias
- Trazar el modelo
- Confección de muestras
- Aprobación de muestras

- **Tendido trazo y corte**

Es la colocación de la tela en las mesas de corte mediante las medidas requeridas según el diseño, donde se aplicara el trazo de las prendas y se procederá a cortar cada uno de

las piezas las cuales formaran una prenda de vestir. Para que estos cortes pasen al área de confección debe seguirse los pasos siguientes:

- Verificar las piezas cortadas
- Ingresar datos en la orden de producción
- Organizar piezas
- Entregar piezas

- **Confección**

Es el proceso de armado de las prendas mediante la unión de las piezas que la componen, esto se lo realiza en forma secuencial, lo cual hace que la elaboración de las prendas sea más rápida, en cuanto a costuras y unión de piezas, acabados revisión y entrega del producto terminado.

- **Lavado y planchado**

Este proceso se lo realizara de acuerdo al tipo de prenda ya que todas no necesariamente necesitan ser sometidas a estos pasos, las prendas que si necesitan de este procedimiento lograran una mejor textura y un mejor acabado.

- **Tinturado y envejecimiento**

A este proceso son sometidas solo las prendas que lo requieran ya que aquí la prenda en jean toma diferente tono que al clásico ya conocido esto se lo hace de acuerdo a los diseños de moda actuales.

- **Suavizado**

Todas las prendas son sometidas a un lavado con suavizantes especiales para hacer que estas cojan una textura agradable al tacto.

- **Decoración**

Esto consiste en dar a las prendas un toque diferente mediante la aplicación de adornos u objetos decorativos que realcen el diseño de la prenda.

- **Etiquetado y empaçado**

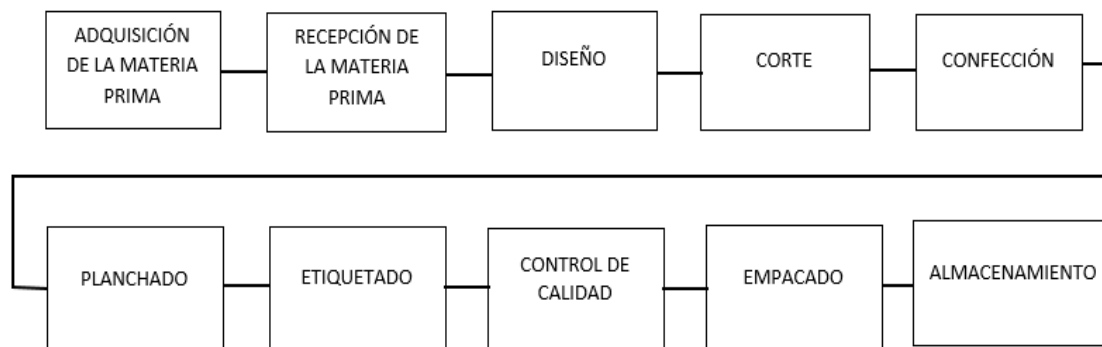
Este proceso consiste en colocar las etiquetas las cuales tienen prescrita la marca del producto, la descripción, talla e instrucciones de uso se la coloca en una parte visible para que el cliente la pueda observar, y como parte final de todo el proceso viene el empaçado esto consiste en doblar la prenda de manera que no se sufra daños y es colocada dentro de una funda o empaque en donde la prenda se conserve en buen estado hasta su adquisición.

- **Almacenamiento**

Se almacena las prendas ubicándolas en las perchas de forma ordenada y de acuerdo a la talla, color y modelo, también se las empaça en cartones o fundones en los cuales se realiza el traslado de las prendas hasta de mercadería hasta llegar al consumidor final.

#### **4.7. Diagrama de procesos**

El diagrama de procesos presenta cada una de las etapas principales necesarias para realizar cada fase del ciclo productivo de la ropa elaborada en tela de jean.

**Figura 33****Diagrama de procesos****4.8. Inversiones**

Las inversiones realizadas para la ejecución del proyecto son las que se detallan a continuación:

**4.8.1. Activos fijos**

Corresponde a la adquisición de la propiedad planta y equipo necesario para el proyecto.

- **Terreno**

Se cuenta con el terreno para realizar las obras de infraestructura

**Tabla 35****Terreno**

DESCRIPCIÓN	m2	VALOR POR m2	VALOR TOTAL
Terreno	308	30,00	9.240,00

Elaborado por: La Autora

- **Infraestructura**

**Tabla 36**

**Infraestructura**

DESCRIPCIÓN	m2	VALOR POR m2	VALOR TOTAL
Terreno	168	175,00	29.400,00

Elaborado por: La Autora

- **Maquinaria y equipo**

Para empezar con la actividad productiva de la microempresa es necesario contar con la siguiente maquinaria y equipo.

**Tabla 37**

**Maquinaria y equipo de trabajo**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CORTADORA DE CUCHILLA VERTICAL	1	750,00	750
CORTADORA DE DISCO	1	500,00	500
MÁQUINA OVERLOCK	3	1400,00	4200
MÁQUINA PLANA	1	1500,00	1500
MÁQUINA RECTA	3	950,00	2850
MÁQUINA TRACADORA	1	1000,00	1000
MÁQUINA REMACHADORA	1	1600,00	1600
MÁQUINA RECUBRIDORA	2	2000,00	4000
MÁQUINA OJALADORA Y BOTONERA	1	1500,00	1500
EQUIPO DE PLANCHADO	1	1400,00	1400
<b>TOTAL</b>			<b>19300</b>

Elaborado por: La Autora

- **Vehículo**

Para poder trasladar el producto al lugar de venta y ocuparlo en más actividades, se adquirirá una furgoneta Chevrolet 2011 la cual será de medio uso.



**Tabla 38****Vehículo**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	ALOR UNITARI	VALOR TOTAL
Furgoneta Chevrolet	1	8000,00	8.000,00

Elaborado por: La Autora

- **Mueble y enseres**

Cada área estará dotada de muebles y enseres necesarios para el proceso productivo.

**Tabla 39****Muebles y enseres**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>			
ESCRITORIOS	2	220,00	440,00
SILLAS	10	18,00	180,00
ARCHIVADORES	3	200,00	600,00
<b>AREA DE PRODUCCIÓN</b>			
MESA PARA CORTE	1	250,00	250,00
PERCHAS	2	200,00	400,00
SILLAS	3	18,00	54,00
ESCRITORIO	1	220,00	220,00
TABURETES	10	10,00	100,00
CAJONES	5	8,00	40,00
<b>TOTAL</b>			<b>2284,00</b>

Elaborado por: La Autora

- **Equipo de computación**

Tanto el equipo de cómputo como el de oficina son indispensables, para llevar los inventarios correspondientes de las entradas y salidas de la producción.

**Tabla 40****Equipo de computación**

DFESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio	2	1.200	2400
<b>TOTAL</b>			<b>2400</b>

Elaborado por: La Autora

- **Equipo de oficina**

**Tabla 41****Equipo de oficina**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Impresora multifunciones	1	190,00	190,00
Teléfono fijo	2	85,00	170,00
Calculadora	2	20,00	40,00
	<b>TOTAL</b>		<b>400,00</b>

Elaborado por: La Autora

**Tabla 42****Resumen de activos fijos**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	9.240,00
Infraestructura	29.400,00
Maquinaria Y Equipo	19.300,00
Vehículo	8.000,00
Muebles y enseres	2.284,00
Equipos de computación	2.400,00
Equipos de oficina	400,00
<b>TOTAL</b>	<b>71.024,00</b>

Elaborado por: La Autora

**4.8.2 Financiamiento del Proyecto**

La inversión total del proyecto será en un 78% capital propio cuyo monto se lo tiene una parte en efectivo y otra en activos fijos, el 22% a través de un préstamo que se lo solicitará al Banco del Pichincha.

**Tabla 43****Financiamiento del proyecto**

DESCRIPCION	TOTAL	%
Capital Propio	63.642,90	78%
Capital Financiado	20.000,00	22%
<b>TOTAL</b>	<b>83.642,90</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La Autora

**4.8.3 Requerimiento de Talento Humano**

El talento humano que se requiere, para las distintas dependencias es el siguiente:

**Tabla 44****Requerimiento de talento humano**

DESCRIPCION	No.
Gerente	1
Secretaria	1
Contador	1
Técnico de Producción	1
Operarios	5
Vendedor	1
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

Elaborado por: La Autora

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

En este capítulo se determinara la operatividad de la microempresa en cuanto a los ingresos y gastos, esto nos permitirá establecer si es no factible el proyecto desde el punto de vista económico.

#### **5.1. Ingresos.**

Los ingresos se darán por la venta de la ropa en tela de jean, lo cual producirá y comercializara durante todo el periodo de gestión.

##### **5.1.1. Proyección de Ingresos**

Para la proyección de ingresos se ha considerado prudente tomar 5 años a partir del 2015 en los cuales se cogió como base la realización de estudio de mercado, donde se puede ver que la empresa obtiene los siguientes ingresos por la venta de los productos elaborados, tomando en consideración que los precios están fijados de acuerdo a la competencia y a los costos y gastos que se hayan suscitado para su elaboración, los mismos que crecen de acuerdo a la tasa de inflación del año 2015 la cual es del 4,55% anual según datos del INEC.

**Tabla 45****Proyección de ingresos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas, pantalones y chaquetas en tela de jean en unidades	11.088,00	12.196,80	13.416,48	14.758,13	16.233,94
Precio Unitario	17,29	18,08	18,90	19,76	20,66
<b>TOTAL</b>	<b>191711,52</b>	<b>220477,83</b>	<b>253560,53</b>	<b>291607,29</b>	<b>335362,96</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

**5.2. Egresos.**

Egreso es todo gasto relacionado con el efectivo que tendrá la microempresa para la ejecución de su actividad económica, estos gastos corresponden a los gastos de producción, administrativos y de ventas.

**5.2.1. Costos de Producción.**

Estos costos están relacionados directamente con la producción de la ropa en tela de jean que será elaborada por la microempresa, y esta dado por los costos directos e indirectos de fabricación. La microempresa pretende producir el 20% de pantalones jean de dama y caballero y el 80% de las demás prendas ya que la demanda del mercado así lo requiere.

- **Materia Prima Directa e insumos**

Para establecer el precio unitario de una de las prendas de vestir y conocer cuál es el costo unitario de la materia prima e insumos, se ha aplicado los conocimientos personales en la confección de prendas de vestir.

Además cabe indicar que se ha promediado la materia prima e insumos que se utilizan en la elaboración de tres de las prendas en tela de jean a elaborarse para facilitar los cálculos.

**Tabla 46****Materia prima directa**

DESCRIPCIÓN	MEDIDA	CANTIDAD	COSTO	
			UNITARIO	TOTAL
TELA JEAN	METROS	1,25	4,20	5,25
HILOS	TUBO	1	0,20	0,20
ETIQUETAS	UNIDAD	1	0,08	0,08
BROCHES	UNIDAD	3	0,10	0,30
REMACHES	UNIDAD	3	0,05	0,15
LAVADO Y				
TUNTARADO	UNIDAD	1	1,00	1,00
<b>COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS POR PRENDA ELABORADA</b>				<b>6,98</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

**Tabla 47****Materia prima e insumos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Blusas , pantalones y chaquetas en tela de jean en unidades	11.088,00	12.196,80	13.416,48	14.758,13	16.233,94
Costo unitario materia prima e insumos	6,98	7,30	7,63	7,98	8,34
<b>TOTAL</b>	<b>77.394,24</b>	<b>89007,25</b>	<b>102362,78</b>	<b>117722,32</b>	<b>135386,55</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora.

- **Mano de Obra Directa.**

Dentro de la mano de obra se encuentra el diseñador de modas, el técnico de producción y operarios quienes realizaran la elaboración del producto, estos crecen según el crecimiento del sueldo básico de los últimos años el cual estuvo en el 3.39%.

**Tabla 48****Proyección del salario básico unificado**

No.	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Técnico de					
1	producción	480,00	496,27	513,10	530,49	548,47
5	Operarios	1830,00	1.892,04	1.956,18	2.022,49	2.091,05
	<b>MENSUAL</b>	<b>2.310,00</b>	<b>2.388,31</b>	<b>2.469,27</b>	<b>2.552,98</b>	<b>2.639,53</b>
	<b>ANUAL</b>	<b>27.720,00</b>	<b>28.659,71</b>	<b>29.631,27</b>	<b>30.635,77</b>	<b>31.674,32</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

**Tabla 49****Proyección del salario básico unificado**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	27720,00	28659,71	29631,27	30635,77	31674,32
Aporte Patronal	2619,54	2708,34	2800,16	2895,08	2993,22
Fondos de Reserva		2.309,08	2.387,35	2.468,28	2.551,96
Décimo tercero	2310,00	2388,31	2469,27	2552,98	2639,53
Décimo cuarto	2196,00	2270,44	2347,41	2426,99	2509,26
<b>Total Costo de la mano de obra</b>	<b>34845,54</b>	<b>38335,88</b>	<b>39635,47</b>	<b>40979,11</b>	<b>42368,30</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

- **Costos Indirectos de fabricación**

**Tabla 50****Materiales y herramientas para la producción**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales y herramientas para la producción	195,00	203,87	213,15	222,85	232,99
<b>TOTAL</b>	<b>195,00</b>	<b>203,87</b>	<b>213,15</b>	<b>222,85</b>	<b>232,99</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

- **Empaque**

**Tabla 51**

***Empaque***

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaques	1.260,00	1.317,33	1.377,27	1.439,93	1.505,45
<b>TOTAL</b>	<b>1.260,00</b>	<b>1.317,33</b>	<b>1.377,27</b>	<b>1.439,93</b>	<b>1.505,45</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

- **Servicios básicos**

**Tabla 52**

***Servicios básicos***

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	1260,00	1317,33	1377,27	1439,93	1505,45
Agua	300,00	313,65	327,92	342,84	358,44
<b>TOTAL</b>	<b>1560,00</b>	<b>1630,98</b>	<b>1705,19</b>	<b>1782,78</b>	<b>1863,89</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

- **Maquinaria y Equipo**

**Tabla 53**

***Maquinaria y equipo***

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Maquinaria	360,00	376,38	393,51	411,41	430,13
<b>TOTAL</b>	<b>360,00</b>	<b>376,38</b>	<b>393,51</b>	<b>411,41</b>	<b>430,13</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora



**Tabla 54****Resumen de costos de producción**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTOS DIRECTOS</b>					
Materia Prima	77394,24	89007,25	102362,78	117722,32	135386,55
Mano de Obra	34845,54	38335,88	39635,47	40979,11	42368,30
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
Materiales para la producción	195,00	203,87	213,15	222,85	232,99
Empaques	1260,00	1317,33	1377,27	1439,93	1505,45
Servicios Básicos	1560,00	1630,98	1705,19	1782,78	1863,89
Mantenimiento Maquinaria	360,00	376,38	393,51	411,41	430,13
<b>TOTAL</b>	<b>115614,78</b>	<b>130871,69</b>	<b>145687,36</b>	<b>162558,39</b>	<b>181787,31</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

**5.2.2 Gastos Administrativos.**

Los gastos administrativos están dados por los sueldos del personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento computación.

**Tabla 55****Proyección del salario básico unificado**

No.	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	800,00	827,12	855,16	884,15	914,12
1	Contador	400,00	413,56	427,58	442,07	457,06
	<b>MENSUAL</b>	<b>1.200,00</b>	<b>1.240,68</b>	<b>1.282,74</b>	<b>1.326,22</b>	<b>1.371,18</b>
	<b>ANUAL</b>	<b>14400,00</b>	<b>14888,16</b>	<b>15392,87</b>	<b>15914,69</b>	<b>16454,19</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

**Tabla 56****Proyección del costo total de sueldos administrativos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	14400,00	14888,16	15392,87	15914,69	16454,19
Aporte Patronal	1360,80	1406,93	1454,63	1503,94	1554,92
Fondos de Reserva		1.199,52	1.240,18	1.282,23	1.325,69
Décimo tercero	1200,00	1240,68	1282,74	1326,22	1371,18
Décimo cuarto	1062,00	1098,00	1135,22	1173,71	1213,50
<b>Total Sueldos Administrativos</b>	<b>18022,80</b>	<b>19833,29</b>	<b>20505,64</b>	<b>21200,78</b>	<b>21919,49</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

- **Servicios básicos**

Los gastos de servicios básicos son los que generalmente se los realiza por el consumo.

**Tabla 57****Servicios básicos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	306,00	319,92	334,48	349,70	365,61
Agua	120,00	125,46	131,17	137,14	143,38
<b>TOTAL</b>	<b>426,00</b>	<b>445,38</b>	<b>465,65</b>	<b>486,83</b>	<b>508,99</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

- **Servicios de comunicación**

**Tabla 58****Servicios de comunicación**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	480,00	501,84	524,67	548,55	573,51
Internet	240,00	250,92	262,34	274,27	286,75
<b>TOTAL</b>	<b>720,00</b>	<b>752,76</b>	<b>787,01</b>	<b>822,82</b>	<b>860,26</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

- **Mantenimiento Computación**

Se lo debe realizar de manera constantes para obtener el funcionamiento adecuado de los equipo de cómputo para la microempresa.

**Tabla 59**

**Mantenimiento computación**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento					
Computación	180,00	188,19	196,75	205,70	215,06
<b>TOTAL</b>	<b>180,00</b>	<b>188,19</b>	<b>196,75</b>	<b>205,70</b>	<b>215,06</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

- **Suministros de Oficina.**

**Tabla 60**

**Suministros de oficina**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel (resma)	18	3,75	67,50	69,78	72,14	74,58	77,10
Carpetas	10	0,40	4,00	4,14	4,27	4,42	4,57
libretas para apuntes	10	1,20	12,00	12,41	12,82	13,26	13,71
Lápices	24	0,30	7,20	7,44	7,69	7,96	8,22
Esferos gráficos	30	0,30	9,00	9,30	9,62	9,94	10,28
Borradores	10	0,20	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Tinta para impresora	8	8,00	64,00	66,16	68,40	70,71	73,10
Basureros	4	6,00	24,00	24,81	25,65	26,52	27,41
Factureros	6	6,00	36,00	37,22	38,47	39,78	41,12
<b>TOTAL</b>			<b>225,70</b>	<b>233,33</b>	<b>241,22</b>	<b>249,37</b>	<b>257,80</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

**Tabla 61****Resumen de gastos administrativos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos Administrativos	18022,80	19833,29	20505,64	21200,78	21919,49
Suministros de oficina	225,70	233,33	241,22	249,37	257,80
Servicios Básicos	426,00	445,38	465,65	486,83	508,99
Servicios de comunicación	720,00	752,76	787,01	822,82	860,26
Mantenimiento					
Computación	180,00	188,19	196,75	205,70	215,06
<b>TOTAL</b>	<b>19574,50</b>	<b>21452,95</b>	<b>22196,27</b>	<b>22965,51</b>	<b>23761,60</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

**5.2.3 Gastos de Ventas.**

Los gastos de ventas están conformados por: los gastos por sueldos, publicidad y promoción que se realizan para dar a conocer el producto y mejorar el nivel de ventas.

**Tabla 62****Proyección del salario básico unificado**

No.	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Vendedor	354,00	366,00	378,41	391,24	404,50
	<b>MENSUAL</b>	354,00	366,00	378,41	391,24	404,50
	<b>ANUAL</b>	<b>4.248,00</b>	<b>4392,01</b>	<b>4540,90</b>	<b>4694,83</b>	<b>4853,99</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

**Tabla 63****Proyección total de sueldos en ventas**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4248,00	4392,01	4540,90	4694,83	4853,99
Aporte Patronal	401,44	415,04	429,11	443,66	458,70
Fondos de Reserva		353,86	365,85	378,26	391,08
Décimo tercero	354,00	366,00	378,41	391,24	404,50
Décimo cuarto	354,00	366,00	378,41	391,24	404,50
<b>Total Sueldo Ventas</b>	<b>5.357,44</b>	<b>5892,91</b>	<b>6092,68</b>	<b>6299,22</b>	<b>6512,77</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

- **Publicidad.**

**Tabla 64****Publicidad**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Radio	600,00	627,30	655,84	685,68	716,88
Prensa	360,00	376,38	393,51	411,41	430,13
Volantes	192,00	200,74	209,87	219,42	229,40
Página Web	300,00	313,65	327,92	342,84	358,44
<b>Total</b>	<b>1.452,00</b>	<b>1518,07</b>	<b>1587,14</b>	<b>1659,35</b>	<b>1734,85</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

- **Combustible y mantenimiento vehículo**

**Tabla 65****Combustible y mantenimiento del vehículo**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible y					
Mantenimiento Vehículo	1300,00	1359,15	1420,99	1485,65	1553,24
<b>Total</b>	<b>1.300,00</b>	<b>1.359,15</b>	<b>1.420,99</b>	<b>1.485,65</b>	<b>1.553,24</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

**Tabla 66****Resumen de gastos de ventas**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	5357,44	5892,91	6092,68	6299,22	6512,77
Publicidad	1452,00	1518,07	1587,14	1659,35	1734,85
Combustible y					
Mantenimiento Vehículo	1300,00	1359,15	1420,99	1485,65	1553,24
<b>TOTAL</b>	<b>8.109,44</b>	<b>8.770,13</b>	<b>9.100,81</b>	<b>9.444,22</b>	<b>9.800,86</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

**5.2.4 Financiamiento**

El préstamo se lo obtendrá del Banco del Pichincha de la ciudad de Ibarra, con las siguientes condiciones.

**Datos:**

Deuda: 20.000

Tasa: 22,92%

Tiempo: 3 años

Pagos: Mensuales

**Tabla 67**  
**Amortización anual**

TABLA DE AMORTIZACION							
CUOTA	FECHA DE PAGO	CAPITAL	INTERÉS	SEGURO DESG.	SEGURO INCENDIO	VALOR CUOTA	SALDO
0	07-nov-16	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20000.0
1	07-dic-16	346.24	508.17	0.0	0.0	854.41	19653.76
2	07-ene-17	355.04	499.37	0.0	0.0	854.41	19298.72
3	07-feb-17	364.06	490.35	0.0	0.0	854.41	18934.66
4	07-mar-17	373.31	481.1	0.0	0.0	854.41	18561.35
5	07-abr-17	382.8	471.61	0.0	0.0	854.41	18178.55
6	07-may-17	392.52	461.89	0.0	0.0	854.41	17786.03
7	07-jun-17	402.5	451.91	0.0	0.0	854.41	17383.53
8	07-jul-17	412.72	441.69	0.0	0.0	854.41	16970.81
9	07-ago-17	423.21	431.2	0.0	0.0	854.41	16547.6
10	07-sep-17	433.96	420.45	0.0	0.0	854.41	16113.64
11	07-oct-17	444.99	409.42	0.0	0.0	854.41	15668.65
12	07-nov-17	456.3	398.11	0.0	0.0	854.41	15212.35
13	07-dic-17	467.89	386.52	0.0	0.0	854.41	14744.46
14	07-ene-18	479.78	374.63	0.0	0.0	854.41	14264.68
15	07-feb-18	491.97	362.44	0.0	0.0	854.41	13772.71
16	07-mar-18	504.47	349.94	0.0	0.0	854.41	13268.24
17	07-abr-18	517.29	337.12	0.0	0.0	854.41	12750.95
18	07-may-18	530.43	323.98	0.0	0.0	854.41	12220.52
19	07-jun-18	543.91	310.5	0.0	0.0	854.41	11676.61
20	07-jul-18	557.73	296.68	0.0	0.0	854.41	11118.88
21	07-ago-18	571.9	282.51	0.0	0.0	854.41	10546.98
22	07-sep-18	586.43	267.98	0.0	0.0	854.41	9960.55
23	07-oct-18	601.33	253.08	0.0	0.0	854.41	9359.22
24	07-nov-18	616.61	237.8	0.0	0.0	854.41	8742.61
25	07-dic-18	632.27	222.14	0.0	0.0	854.41	8110.34
26	07-ene-19	648.34	206.07	0.0	0.0	854.41	7462.0
27	07-feb-19	664.81	189.6	0.0	0.0	854.41	6797.19
28	07-mar-19	681.7	172.71	0.0	0.0	854.41	6115.49
29	07-abr-19	699.03	155.38	0.0	0.0	854.41	5416.46
30	07-may-19	716.79	137.62	0.0	0.0	854.41	4699.67
31	07-jun-19	735.0	119.41	0.0	0.0	854.41	3964.67
32	07-jul-19	753.67	100.74	0.0	0.0	854.41	3211.0
33	07-ago-19	772.82	81.59	0.0	0.0	854.41	2438.18
34	07-sep-19	792.46	61.95	0.0	0.0	854.41	1645.72
35	07-oct-19	812.6	41.81	0.0	0.0	854.41	833.12
36	07-nov-19	833.12	21.17	0.0	0.0	854.29	0.0

**CAPITAL 20.000,00**

**AMORTIZACION TOTAL 20.000,00**

<b>INTERES</b>	<b>22,92%</b>	<b>INTERES TOTAL</b>	<b>10.758,64</b>
<b>PLAZO AÑOS</b>	<b>3</b>	<b>CUOTA TOTAL</b>	<b>30.758,64</b>

**Tabla 68****Tabla de amortización**

<b>PERIODOS</b>	<b>CAPITAL INICIAL</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>INTERESES</b>	<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL REDUCIDO</b>
<b>0</b>	<b>20.000,00</b>	<b>0</b>	<b>5.465,27</b>	<b>5.465,27</b>	<b>20.000,00</b>
1	20.000,00	6.666,67	5.465,27	12.131,94	13.333,33
2	13.333,33	6.666,67	3.783,18	10.449,85	6.666,66
3	6.666,66	6.666,67	1.510,19	8.176,86	0,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

**Amortización mensual**

<b>CAPITAL</b>	<b>20.000,00</b>	<b>AMORTIZACION TOTAL</b>	<b>6.666.67</b>
<b>INTERES</b>	<b>22,92%</b>	<b>INTERES TOTAL</b>	<b>3.586.21</b>
<b>PLAZO AÑOS</b>	<b>36</b>	<b>CUOTA TOTAL</b>	<b>10.252,88</b>

**Tabla 69****Amortización mensual**

<b>PERIODOS</b>	<b>CAPITAL INICIAL</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>INTERESES</b>	<b>CUOTA</b>	<b>CAPITAL REDUCIDO</b>
<b>0</b>	<b>20.000,00</b>	<b>0</b>	<b>3.586,21</b>	<b>3.586,21</b>	<b>20.000,00</b>
1	20.000,00	555,56	298,85	4.141,77	19.444,44

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora



### 5.2.5 Gastos Financieros.

Son los intereses que la microempresa está en la obligación de cancelar en las fechas previstas

**Tabla 70**

#### *Gastos financieros*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Intereses</b>	<b>5.465,27</b>	<b>3783,18</b>	<b>1510,19</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Total</b>	<b>5.465,27</b>	<b>3783,18</b>	<b>1510,19</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### 5.2.6 Depreciación

En el transcurso del tiempo los activos fijos van perdiendo su valor, es por ello que se realiza la depreciación de cada uno de ellos.

**Tabla 71**

#### *Depreciación*

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	<b>29.400,00</b>	1470,00	1470,00	1470,00	1470,00	1470,00
Maquinaria y						
Equipo	<b>19.300,00</b>	1930,00	1930,00	1930,00	1930,00	1930,00
vehículo	<b>8.000,00</b>	1600,00	1600,00	1600,00	1600,00	1600,00
Muebles y Enseres	<b>2.284,00</b>	228,40	228,40	228,40	228,40	228,40
Equipos de						
computación	<b>2.400,00</b>	800,00	800,00	800,00		
Equipos de oficina	<b>400,00</b>	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
<b>Total</b>	<b>61.784,00</b>	<b>6.068,40</b>	<b>6.068,40</b>	<b>6068,40</b>	<b>5268,40</b>	<b>5268,40</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### 5.2.7. Gastos de estudios y constitución

**Tabla 72**

**Gastos de estudios y constitución**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Diseño de instalaciones	850,00
Tramites de constitución	350,00
<b>Total</b>	<b>1200,00</b>

Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### 5.2.8 Resumen de Egresos

**Tabla 73**

**Resumen de egresos**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	124684,54	141302,36	157683,16	176354,16	197653,13
Gastos Administrativos	24733,41	25858,78	27035,35	28265,46	29551,54
Gastos Ventas	8109,44	8478,42	8864,19	9267,51	9689,18
Gastos Financieros	5465,27	5713,94	5973,92	6245,74	6529,92
Depreciación	6068,40	6068,40	6068,40	5268,40	5268,40
Gastos de estudios y construcción	1200,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>170261,05</b>	<b>187421,90</b>	<b>205625,02</b>	<b>225401,27</b>	<b>248692,17</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

### 5.3. Estados Proforma.

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

#### 5.3.1. Estado de situación inicial

Este balance de situación inicial muestra la posición financiera en lo que se refiere a los activos y pasivos.

**Tabla 74****Estado de situación inicial**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PÀSIVOS</b>	
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTES</b>	<b>50632,90</b>	<b>CORRIENTE</b>	<b>12.131,94</b>
Caja	50632,90	Cuenta por pagar	12.131,94
<b>ACTIVOS NO</b>		<b>TOTAL PASIVO</b>	
<b>CORRIENTES</b>	<b>33.010,00</b>	<b>CORREINTE</b>	
Terreno	9240,00		
		<b>PASIVOS A</b>	
Maquinaria y Equipo	19.300,00	<b>LARGO PLAZO</b>	<b>18.626,71</b>
Dep. Acum.			
Maquinaria y Equipo	-1930,00	Préstamo	18.626,71
Vehículo	8.000,00	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>30.758.65</b>
Dep. Acum. Vehículo	-1.600,00		
		<b>PATRIMONIO</b>	<b>52.866.25</b>
		Capital	52.866.25
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>83.642,90</b>		
		<b>TOTAL PASIVOS +</b>	
		<b>CAPITAL</b>	<b>83642,90</b>

Fuente: Investigación Directa  
 Elaborado por: La Autora

## 5.3.2. Estado de Resultados

Tabla 75

## Estado de resultados

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos proyectados	<b>191711,52</b>	<b>220477,83</b>	<b>253560,53</b>	<b>291607,29</b>	<b>335362,96</b>
Costos de producción	115614,78	130871,69	145687,36	162558,39	181787,31
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>76096,74</b>	<b>79559,14</b>	<b>83179,08</b>	<b>86963,73</b>	<b>90920,58</b>
Gastos Administrativos	24733,41	27151,61	28088,10	29057,08	30059,67
Gastos de Ventas	8109,44	8770,13	9100,81	9444,22	9800,86
Gastos Financieros	5465,27	3783,18	1510,19	0,00	0,00
Depreciación	6068,40	6068,40	6068,40	5268,40	5268,40
Gastos de Estudios y Constitución	1200,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Utilidad Operativa</b>	<b>30520,22</b>	<b>33785,83</b>	<b>38411,58</b>	<b>43194,03</b>	<b>45791,65</b>
(-)15% Prov. Trabajadores	4578,03	4786,33	5004,11	5231,80	5469,85
<b>(=) Utilidad o Perdida antes Impuestos</b>	<b>25942,19</b>	<b>27122,56</b>	<b>28356,64</b>	<b>29646,86</b>	<b>30995,80</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	5707,28	5966,96	6238,46	6522,31	6819,08
<b>(=)Utilidad Neta Proyectada</b>	<b>20234,91</b>	<b>21155,60</b>	<b>22118,18</b>	<b>23124,55</b>	<b>24176,72</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.3.3. Flujo de Caja

**Tabla 76**

**Flujo de caja**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
	-					
Inversión Inicial	83.642,90					
Utilidad Operacional		30520,22	33785,83	38411,58	43194,03	45791,65
(+) Depreciación						
(-) Reinversión						
(-) Participación						
Trabajadores		4578,03	4786,33	5004,11	5231,80	5469,85
(-) Impuestos		5707,28	5966,96	6238,46	6522,31	6819,08
(+) Recuperación de la inversión						21282,20
<b>(=) FLUJO DE CAJA</b>	<b>-</b>					
<b>NETO PROYECTADO</b>	<b>83642,90</b>	<b>20234,91</b>	<b>23032,54</b>	<b>27169,01</b>	<b>31439,92</b>	<b>54784,92</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

### 5.4. Evaluación de la Inversión

Para determinar la factibilidad del presente proyecto, se aplica evaluadores financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

#### 5.4.1. Costo de Oportunidad

En el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información consultada del Banco Central se encuentra al 5,14% la tasa pasiva y del 9,12% la tasa activa. La tasa de inflación del año 2015 es del 3,38, con estos datos tenemos el siguiente cálculo:

**Tabla 77****Costo de oportunidad**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE VALOR	
			PONDERACIÓN	PONDERACIÓN
Capital Propio	63.642,90	76,09	5,14	391,10
Capital Financiado	20.000,00	23,91	9,12	218,07
<b>TOTAL</b>	<b>83.642,90</b>	<b>100,00</b>	<b>14,26</b>	<b>609,17</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

$$CK = 609,10 / 100 = 6,1\%$$

$$Td = 6,1 + 3,38 = 9,48$$

El costo de oportunidad (CK) o la tasa de descuento del proyecto es del 9,48%.

**5.4.2. Tasa de Rendimiento Medio****DATOS:**

$$= 6.1\%$$

$$If \text{ (inflación)} = 3.38\%$$

$$TRM = ((1+ck) (1+if)) - 1$$

$$TRM = ((1+0,061) (1+0,0338)) - 1$$

$$TRM = 0.0968$$

$$TRM = 9,68\%$$

**5.4.3. Valor Actual Neto**

Está representado por los flujos que se genera durante la vida útil del proyecto, dependiendo su resultado mayor a cero se podrá decir que es una inversión favorable.

Tabla 78

## Valor actual neto

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 9,48%
0	-83642,90	-83642,90
1	20234,91	18449,04
2	23032,54	19146,39
3	27169,01	20591,67
4	31439,92	21725,59
5	54784,92	34516,27
<b>VAN</b>		<b>30786,06</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

## FORMULA:

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

El valor actual neto mide la rentabilidad del proyecto, para este caso el VAN es de \$ 30.786,06 dólares lo que indica que el proyecto es factible, en las condiciones analizadas.

## 5.4.4. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna se la obtiene de acuerdo como se va recuperando la inversión realizada en el proyecto.

Tabla 79

## Tasa interna de retorno

AÑO	FL NETOS	FLUJO 23%
0	-83642,90	-83642,90
1	20234,91	16451,15
2	23032,54	15224,10
3	27169,01	14600,19
4	31439,92	13736,02
5	54784,92	19459,67
<b>TIR = 21%</b>		<b>-4171,77</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

**FORMULA**

$$TIR = -P + \frac{FNE}{(1+i)^1} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} \dots + \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

$$TIR = 21\%$$

Aplicando este evaluador financiero el proyecto es factible, ya que se obtendrá un rentabilidad del 21% sobre la inversión, superando a la tasa del rendimiento medio la cual indica un proyecto factible.

**5.4.5. Recuperación de la Inversión***Tabla 80**Recuperación de la inversión*

AÑO	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUPERACIÓN DEL CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN
1	83.642,90	18449,04	18449,04	1 AÑO
2		19146,39	19146,39	2 AÑO
3		20591,67	20591,67	3 AÑO
4		21725,59	21725,59	4 AÑO
5		34516,27	3730,20	1 MESES

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

Según el análisis de recuperación de la inversión, se determina que la esta se la recuperara en 4 años, con 1 meses.



### 5.4.6. Costo Beneficio.

*Tabla 81*

*Costo beneficio*

AÑOS	FNE	FNEA
		<b>0,0968</b>
1	20234,91	18449,04
2	23032,54	19146,39
3	27169,01	20591,67
4	31439,92	21725,59
5	54784,92	34516,27
SUMAN..		<b>114428,96</b>

Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

$$C/B = \frac{\sum FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{114.428,96}{83.642,90}$$

$$C/B = 1,37$$

Este análisis del beneficio costo, se obtiene que por cada dólar invertido en el proyecto, generara 0,37 dólares adicionales.

Finalmente, analizado todos los puntos del capítulo, se determina que el proyecto tiene un alto grado de factibilidad en las condiciones estudiadas, para su ejecución es necesario realizar ajustes de presupuesto, ya que los escenarios son cambiantes.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

Es en la parte organizacional en donde se establecen todos aquellos aspectos tanto organizativos como estratégicos y legales los cuales ayudaran en gran manera a la operatividad de la microempresa.

#### **6.1. Aspecto estratégico**

##### **6.1.1. Nombre de la microempresa**

La microempresa llevara por nombre comercial DEAL-JEANS, se ha elegido esta designación ya que sus letras corresponden a las iniciales que forman parte del nombre de sus propietarios y que además forman el eslogan DISEÑOS EXCLUSIVOS QUE ARMAN TU LOOK.

##### **6.1.2. Misión**

Somos una microempresa industrial en el área textil: confiable, eficiente y ética; orientada a satisfacer las necesidades y aspiraciones de nuestros clientes. Somos un aporte positivo para la sociedad, generando empleo directo e indirecto dentro de un buen ambiente de trabajo.

##### **6.1.3. Visión**

Ser para el año 2020 una microempresa líder en la confección y comercialización de textiles elaborados en tela de jean en el norte del país, para estar en continuo crecimiento y alcanzar presencia nacional manteniendo nuestro estilo según las nuevas tendencias del

mercado, para lograr la preferencia de los clientes a través de precios competitivos y una excelente calidad.

#### **6.1.4. Objetivos de la microempresa**

- Elaborar ropa innovadora de la mejor calidad y que llame la atención al cliente y él se sienta satisfecho a la hora de usar nuestras prendas.
- Expandirnos dentro del mercado nacional como internacional, para así lograr incrementar las ventas.
- Hacer que la microempresa y el producto sean reconocidos dentro y fuera del país mediante la producción y comercialización de productos de calidad.
- Realizar ventas por catálogo para una mejor distribución de productos.
- Extender sucursales de comercialización en diferentes ciudades del país.

#### **6.1.5. Principios y Valores**

Los principios y valores que rigen dentro de la microempresa contribuyen al desarrollo de una buena conducta a nivel de todo el personal que forma parte de la organización.

##### **➤ PRINCIPIOS**

- **Compromiso:** Trabajar con responsabilidad mediante la optimización de recursos y valorando lo nuestro.
- **Actitud de Servicio:** Atender las necesidades de nuestros clientes, con la finalidad de lograr su satisfacción.
- **Trabajo en Equipo:** Aprovechar las capacidades de todos los colaboradores y unir esfuerzos para lograr mejores resultados.

- **Calidad:** Garantizar un alto nivel de mejoramiento mediante la eficiencia y eficacia, para lograr la seguridad y confiabilidad de todos nuestros clientes.
- **Conciencia Ambiental:** Con la utilización apropiada de los recursos materiales contribuiremos con la conservación del medio ambiente.

#### ➤ VALORES

- **Integridad:** Nuestra empresa es integral es decir, todos los integrantes serán tomados como parte importante de ella.
- **Respeto:** Actuaremos bajo principios éticos que permitan la exigencia de responsabilidades mutuas.
- **Honestidad:** Prevalecerá la transparencia dentro y fuera de la microempresa para mantener una buena relación con nuestros clientes internos y externos.
- **Comunicación:** Se mantendrá la constante y efectiva comunicación entre todos los miembros de la microempresa y de la misma forma con nuestros clientes y proveedores.

#### 6.1.6. Políticas de la microempresa

Dentro de la microempresa se deberán cumplir con las siguientes políticas:

- Brindar el trato justo y adecuado a cada miembro de la microempresa.
- Llevar un buen control dentro de cada una de las áreas para un mejor rendimiento de la microempresa.
- DEAL – JEANS tiene el firme compromiso de cumplir con los requerimientos de los clientes en cuanto a calidad y servicio.

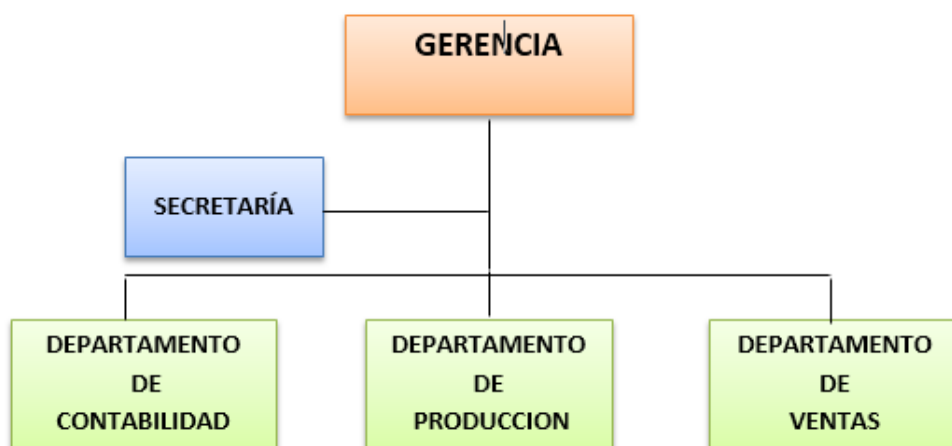
## 6.2. Aspecto Organizativo

### 6.2.1. Organigrama Estructural

La estructura organizativa de la microempresa tiene como propósito establecer los niveles de jerarquía mediante la presentación de su constitución interna.

*Figura 34*

*Organigrama estructural de Deal – Jeans*



### 6.2.2. Organigrama Funcional

Se detalla cada una de las funciones específicas que realizan los miembros encargados de las diferentes áreas de la microempresa mediante su funcionalidad.

**Figura 35****Organigrama funcional de Deal – Jeans****6.2.3. Manual de Funciones**

Aquí se definirán las funciones y responsabilidades de acuerdo a los perfiles que poseen cada uno de los empleados de la microempresa.

**GERENTE**

Es la persona encargada de dirigir y llevaras las riendas de la microempresa con total responsabilidad, con el objetivo de alcanzar la estabilidad de la misma garantizando su permanencia en el mercado

- **Funciones**

- ✓ Velar por el buen funcionamiento de la microempresa durante todo su periodo de administración.
- ✓ Planificar cada una de las actividades a realizarse con el objetivo de cumplir las metas trazadas por la microempresa.

- ✓ Organizar de la mejor manera las acciones a ejecutar, asignando actividades y recursos a todo el equipo de trabajo.
- ✓ Orientar los esfuerzos humanos para el cumplimiento de lo planteado por la microempresa.
- ✓ Llevar el control interno adecuado con la finalidad conseguir los resultados deseados y sean a corto, mediano o largo plazo.

- **Conocimientos**

- ✓ Experiencia en actividades administrativas.
- ✓ Conocimientos contables y comerciales
- ✓ Predisposición para ejercer el cargo con responsabilidad.

## **CONTADOR**

Es el encargado de realizar los diferentes movimientos financieros realizados por la microempresa.

- **Funciones**

- ✓ Presentar los correspondientes estados financieros en el tiempo establecido.
- ✓ Presentar informes financieros de acuerdo a los movimientos suscitados.
- ✓ Presentar declaraciones de todos los ingresos y egresos realizados por la microempresa.
- ✓ Ser cuidadoso con la información y mantener los respectivos respaldos y presentarlos en caso de ser solicitados.

- **Conocimientos**

- ✓ Amplios conocimientos Contables.
- ✓ Capacidad para resolver inconvenientes.
- ✓ Buenas relaciones interpersonales.

## **SECRETARIA**

Su principal labor atender llamadas telefónicas, recibir y despachar documentación, redactar documentos que le sean requeridos y atender de manera cordial al cliente interno y externo.

- **Funciones**

- ✓ Estar pendiente de las principales tareas a realizarse diariamente.
- ✓ Coordinar las principales actividades a ser realizadas por el gerente.
- ✓ Estar pendiente de toda la documentación de la microempresa, y archivarla correctamente.

- **Conocimientos**

- ✓ Conocimientos de técnicas de archivo.
- ✓ Conocimientos de atención al cliente.
- ✓ Saber algunos idiomas



## **JEFE DE PRODUCCIÓN**

El jefe de producción es el encargado de verificar y controlar cada uno de las actividades que se realizan dentro el departamento de producción.

- **Funciones**

- ✓ Realizar los pedidos respectivos de materia prima e insumos necesarios para que el área de producción no pare de realizar su actividad.
- ✓ Verificar si el proceso de producción se está realizando de acuerdo a lo establecido.
- ✓ Estar alerta sobre el funcionamiento de la maquinaria de trabajo para que el proceso productivo no pierda su curso.
- ✓ Contralar la entrada de materia prima y la salida del producto terminado.
- ✓ Verificar el control de calidad de cada una de las prendas durante toda su elaboración.

- **Conocimientos**

- ✓ Conocimientos básicos sobre la elaboración de prendas de vestir.
- ✓ Manejo básico de la maquinaria textil.
- ✓ Conocimientos básicos de computación.
- ✓ Manejo de personal.
- ✓ Buenas relaciones interpersonales.

## **OPERARIOS**

Son aquellas personas que conocen del arte de la confección y se dedican a la elaboración de prendas de vestir, en este caso elaboración de ropa en tela de jean.

- **Funciones**

- ✓ Armar prendas de vestir de acuerdo a los diseños requeridos por la microempresa.
- ✓ Saber pegar broches, botones, cierres y más accesorios que se requieran según el modelo de la prenda.
- ✓ Saber cómo realizar el control de calidad de las prendas.
- ✓ Conocer cómo se realiza el proceso de planchado, doblado y empaçado de las diferentes prendas.

- **Conocimiento**

- ✓ Tener conocimientos en la confección de prendas de vestir en general.
- ✓ Tener conocimientos en tendido, trazo y corte de variedad de diseños
- ✓ Poseer conocimiento en el manejo de máquinas industriales de confección.
- ✓ Tener experiencia en trabajos similares.

## **VENDEDOR**

Persona con capacidad y experiencia en ventas y atención al cliente, que sea capaz de captar clientes y generar altos ingresos mediante la salida del producto.

- **Funciones**

- ✓ Llevar el registro adecuado de todas las ventas realizadas durante todo el día.
- ✓ Realizar la entrega de pedidos realizados por los clientes al departamento de producción.
- ✓ Atraer clientes mediante la aplicación de estrategias de marketing.

- **Conocimientos**

- ✓ Tener conocimientos en ventas y atención al cliente.
- ✓ Conocer sobre estrategias para captar clientes.
- ✓ Conocer sobre estrategias mercado para la mejor distribución del producto.

### 6.3. Aspecto Legal

#### 6.3.1. Base legal

**Ente jurídico.-** Sera creada como compañía de responsabilidad limitada.

**Comparecientes y declaración de voluntad.-** Interceden en la celebración de este contrato, los cinco socios que conformaran la compañía y se hará constar los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad, y dirección domiciliaria. Declaran su voluntad de constituir, la compañía de responsabilidad limitada “DEAL - JEANS”, la misma que se registrá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los estatutos.

**Tabla 82**

**Nómina de socios**

APELLIDOS	NOMBRES	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL	DIRECCION DOMICILIARIA
MJESES ESTÉVEZ	MIRSAN MADELEY	ECUATORIANA	CASADA	ANTONIO ANTE - SAN ROQUE
MJESES ESTÉVEZ	MABEL NUVIA	ECUATORIANA	CASADA	ANTONIO ANTE - SAN ROQUE
MJESES ESTÉVEZ	MERSON	ECUATORIANA	CASADO	SANGOLQUI
MJESES ESTÉVEZ	SAMIR EMILLO	ECUATORIANA	CASADO	SANGOLQUI
TACAN MENESES	MARY ALICIA	ECUATORIANA	CASADA	TULCAN

Elaborado por: La Autora

**Objeto**

“DEAL - JEANS” tiene por objeto la producción y comercialización de ropa en tela de jean; pudiendo ejecutar todas las actividades rigiéndose en las leyes y aportando con el desarrollo económico del país.

**Dirección domiciliaria**

La compañía se ubicara en el cantón Antonio Ante, parroquia San Roque, calle: 1 de Agosto y García Moreno.

**6.3.2. Permiso de Funcionamiento**

Para adquirir el permiso de funcionalidad de la microempresa es preciso contar con los siguientes requisitos:

- **El registro único de contribuyente (RUC)**
  - ✓ Cedula de representante legal
  - ✓ Copia de certificado de votación
  - ✓ Recibo de pago de agua, luz, teléfono
  
- **Patente municipal**
  - ✓ Recibo del último pago del impuesto predial
  - ✓ Copia del RUC
  - ✓ Documentos personales del representante legal

- **Permiso anual de funcionamiento del cuerpo de bomberos**

- ✓ Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.
- ✓ Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.
- ✓ Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- ✓ Entrega del permiso que tiene vigencia un año
- ✓ Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos

- **Para obtener el Permiso de funcionamiento**

- ✓ Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.
- ✓ Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.
- ✓ Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- ✓ Entrega del permiso que tiene vigencia un año.

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

Durante el avance del proyecto es preciso realizar el análisis de los impactos que genera la creación de la una microempresa de producción y comercialización de ropa en tela de jean.

#### 7.1. Evaluación de impactos

Para conocer el nivel de impacto que provoca una microempresa textil y cuál es su afectación para el planeta se plantea la matriz de valoración que permite visualizar cada uno de los indicadores los mismos que muestran los efectos accionados al entorno.

*Tabla 83*

*Matriz de valoración de impactos*

-1	-2	-3	0	3	2	1
IMPACTO ALTO	IMPACTO MEDIO	IMPACTO BAJO	NO HAY IMPACTO	IMPACTO BAJO	IMPACTO MEDIO	IMPACTO ALTO
NEGATIVO			NO HAY IMPACTO	POSITIVO		

Elaborado por: La Autora

$$NIVEL DE IMPACTO = \frac{SUMATORIA TOTAL}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

## 7.2. Impacto socio – económico

**Tabla 84**

**Socio-económico**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
DESARROLLO SOCIO-ECONOMICO LOCAL							X
INCREMENTO DE FUENTES DE EMPLEO							X
ESTABILIDAD ECONÓMICA						X	
MEJOR CALIDAD DE VIDA						X	
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>6</b>

Elaborado por: La Autora

$$NIVEL DE IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO = \frac{\Sigma}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$SUMATORIA = \frac{2 + 2 + 3 + 3}{4} = \frac{10}{4}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2.5$$

### ANÁLISIS:

El impacto socio-económico presenta un nivel medio positivo porque presenta nuevas oportunidades de trabajo para las personas del sector permitiendo un desarrollo socio-económico local como también brindando una estabilidad a las familias porque en parte se mejorara la calidad de vida de cada uno de ellas.

### 7.3. Impacto tecnológico

Tabla 85

*Impacto tecnológico*

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
TECNOLOGÍA DE PUNTA						X	
MAQUINARIA MODERNA						X	
EXELENIA EN LOS PROCESOS							X
CALIDAD TOTAL						X	
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>

Elaborado por: La Autora

$$NIVEL DE IMPACTO SOCIO - ECONÓMICO = \frac{\Sigma}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$NIVEL DE IMPACTO TECNOLÓGICO = \frac{2 + 2 + 2 + 3}{4} = \frac{9}{4}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 2.25$$

#### ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis aplicado al impacto tecnológico se determina que presenta un nivel medio positivo, porque la microempresa de producción y comercialización de ropa en tela de jean estará orientado especialmente a utilizar la tecnología innovadora para el mejoramiento de los acabados de sus prendas, capacitando al personal para el manejo adecuado de la maquinaria como también para la aplicación de los proceso de producción.



## 7.4. Impacto ambiental

**Tabla 86**

**Impacto ambiental**

INDICADORES	NIVEL DE IMPACTOS						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
MANEJO DE DESECHOS TÓXICOS						X	
RECICLAJE DE DESECHOS						X	
USO DE RECURSOS NATURALES					X		
PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE						X	
<b>TOTAL</b>					<b>1</b>	<b>6</b>	

Elaborado por: La Autora

$$NIVEL DE IMPACTO SOCIO - ECONÓMICO = \frac{\Sigma}{NÚMERO DE INDICADORES}$$

$$NIVEL DE IMPACTO TECNOLÓGICO = \frac{1 + 2 + 2 + 2}{4} = \frac{7}{4}$$

$$NIVEL DE IMPACTO = 1.75$$

### ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis del impacto ambiental se determina que el proyecto va generar un nivel medio positivo porque la microempresa aplicará las medidas preventivas que permita un control adecuado para el tratamiento de los desechos ocasionados por la producción, también se utilizará técnicamente la maquinaria para no ocasionar efectos peligrosos para el ambiente.

## CONCLUSIONES

- Con el diagnóstico efectuado en la ciudad de Ibarra se determinó que el lugar cuenta con las condiciones óptimas para el desarrollo del proyecto de producción y comercialización de ropa en tela de jean.
- Se analizó las bases teóricas y científicas que sirvan de sustento y análisis a la presente investigación.
- El estudio de mercado permitió identificar la demanda actual que existe en los almacenes comerciales por el producto, como también conocer el lugar de procedencia de los proveedores quienes se encargan de abastecer el producto en el mercado, llegando a la conclusión de que en la ciudad de Atuntaqui no existe producción local de ropa en tela de jean.
- En el estudio técnico se determinó que la ubicación estratégica del proyecto será en el sector de la Perimetral porque cuenta con aspectos que favorecen su implementación, como también se estableció los aspectos técnicos para realizar las actividades en forma eficiente.
- Los resultados obtenidos del estudio financiero determinan la factibilidad de la inversión, ya que los ingresos generados respaldan la inversión inicial, siendo atractivo para los futuros inversionistas.
- Mantener firme el orden jerárquico establecido en la estructura organizacional.
- Incentivar a los socios mediante la presentación de los resultados económicos a que sigan invirtiendo

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda aprovechar de manera adecuada los factores con los que el sector cuenta para este tipo de proyecto.
- Es importante dar un seguimiento constante al mercado objetivo al que está dirigido el producto, para conocer a fondo sus necesidades y poder satisfacer sus expectativas con nuevas innovaciones.
- Brindar mantenimiento a la infraestructura como también la maquinaria y equipo que se utiliza para la realización del producto, para de esta manera evitar futuros inconvenientes.
- Verificar y controlar de las operaciones financieras para determinar la posibilidad de reducir costos de producción sin afectar a la calidad del producto.
- Realizar seguimientos de control para que se cumpla lo dispuesto en las políticas y reglas establecidas, como también el cumplimiento de metas dentro de la empresa.
- Tener un constante seguimiento del desempeño de cada uno de los niveles que componen la estructura.
- Llevar el control permanente de cada una de las actividades y si se están realizando de acuerdo a lo establecido.

## GLOSARIO DE TERMINOS

**Activo:** Está formado por todos los valores propiedad de la empresa o institución, cuya fuente de financiamiento originó aumentos en las cuentas pasivas. Conjunto de bienes y derechos reales y personales sobre los que se tiene propiedad.

**Activos circulantes:** Conjunto de cuentas dentro de los activos de una empresa que se anticipan su conversión en efectivo en un plazo menor a un año. Están constituidos generalmente por caja y bancos, cuentas por cobrar, inventarios, etc

**Activos fijos:** Activos permanentes que típicamente son necesarios para llevar a cabo el giro habitual de una empresa. Están constituidos generalmente por maquinaria, equipo, edificios, terrenos, etc.

**Activos intangibles:** Activos de tipo inmaterial, tales como patentes.

**Amortización:** Pago parcial o total del principal de un préstamo.

**Balances financieros:** son informes que utilizan las instituciones para reportar la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado.

**Balance de resultados:** Muestra la Utilidad de la empresa durante un período, es decir, las ganancias y/o pérdidas que la empresa tuvo o espera tener. 178

**Balance de situación inicial:** El Balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que están a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse éstas

**Capital de Trabajo:** Diferencia del activo circulante respecto al pasivo circulante, cuyo margen positivo permite a las empresas cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

**Capital Social:** Es el conjunto de aportaciones suscritas por los socios o accionistas de una empresa, las cuales forman su patrimonio, independientemente de que estén pagadas o no.

**Capitalización:** Inversión de recursos en una empresa por parte de sus propietarios.

**Costo de oportunidad:** El costo de oportunidad se entiende como aquel costo en que se incurre al tomar una decisión y no otra. Es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreñar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado.

**Costos de producción:** Es la valoración monetaria de los gastos incurridos y aplicados en la obtención de un bien. Incluye el costo de los materiales, mano de obra y los gastos indirectos de fabricación cargados a los trabajos en su proceso.

**Costo directo:** Cualquier costo de producción que es directamente identificable en el producto final.

**Costo fijo:** Costo que no varía ante cambios en el nivel de producción.

**Costo marginal:** Adición al costo total como resultado de incrementar la producción en una unidad

**Cuello de botella:** Cualquier factor que impide o reduce el flujo normal de un proceso, ya sea este productivo o económico.

**Demanda:** se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.

**BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA**

(CHORRO, 2010) FINANCIAMIENTO DEL DESARROLLO 2010

(CALDAS) LA EMPRESA

(<http://www.definicionabc.com/general/jean.php>, s.f.)

(<http://empresayeconomia.republica.com/general/notas-a-los-estados-financieros.html>, s.f.)

(<http://www.gestiopolis.com/estados-financieros-basicos/>, s.f.)

(<http://www.monografias.com/trabajos21/estados-financieros/estados-financieros.shtml#estadoreultad#ixzz4A3NPYcqz>, s.f.)

(MUNCH, 2011)

(RAMOS, 2013)

# ANEXOS



## **ANEXO A: IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS SEGÚN MODELO COSO ERM**

Facilita un modelo en base al cual las empresas, indiferentemente del cual sea su tamaño y naturaleza pueden evaluar su sistema de control interno.

### **Ambiente de Control**

Es el conjunto de aspectos y conductas que forman parte de una empresa, en la cual todo el personal que forma parte de la misma creen conciencia de los riesgos que pueden presentarse dentro de la empresa.

Los componentes que se pueden observar dentro del ambiente de control son los siguientes:

- **Factores externos**

**Política:** Las implantadas por el gobierno en las negociaciones afectan la operatividad de las empresas haciendo que éstas se queden estancadas, las más afectadas son las microempresas. Esto conlleva a frenar la inversión para implementar un negocio, frenando así el desarrollo productivo del país.

**Impuestos:** La generación de impuestos los cuales pueden afectar en forma directa a la microempresa haciendo que esta disminuya su utilidad, esto hace que el negocio no cumpla con los objetivos propuestos en su plan de trabajo.

- **Factores internos**

**Talento Humano:** En imprescindible que se tenga claro las políticas en cuanto a la contratación de personal, el cual debe ser idóneo para realizar las diferentes actividades que demanda la empresa para lograr su desarrollo.

**Planificación:** la microempresa debe tener una planificación determinada para poder realizar cada una de sus actividades de acuerdo al giro del negocio. Esto hará que las diferentes áreas de la microempresa logren realizar sus actividades de manera efectiva.

### **Establecimiento de objetivos**

Esto es importante para que la microempresa prevenga los riesgos tenga una identificación clara de los eventos y una respuesta a los riesgos que pueden darse dentro de la empresa. La empresa debe tener una meta clara que alineen y sustenten con su visión y misión, pero siempre teniendo en cuenta que cada decisión conlleva a un riesgo que debe ser previsto por la empresa.

Los componentes que se pueden apreciar en el establecimiento de objetivos son los siguientes:

- Estar en continua actualización sobre las políticas, cambios tributarios y más temas de interés mediante capacitaciones, para de esta manera lograr el buen desarrollo administrativo, contable y productivo.
- Establecer políticas de control interno que permitan minimizar los riesgos en cuanto a pérdidas económicas, las cuales afecten el desarrollo de la microempresa.
- Establecimiento de estrategias que le permitan a la microempresa obtener una rentabilidad justa mediante la evaluación de factores tanto internos como externos.

### **Identificación de eventos**

- Se deben identificar los eventos que afecten los objetivos de la organización, aun que estos sean positivos o negativos para que la empresa los pueda enfrentar de la mejor manera. La empresa debe identificar las oportunidades o riesgos, esto con el fin de saber aprovechar esas oportunidades y enfrentar los riesgos.

Los componentes que se puede visualizar en la identificación de eventos son los que a continuación se describen:

- **Eventos externos**

La economía

El comercio

El medio ambiente

Políticas de gobierno

La tecnología

- **Eventos internos**

La infraestructura

El personal

Los procesos

### **Evaluación de riesgos**

Permite que una organización evalúe y analice los riesgos potenciales, de eventos futuros relacionados con entidad y con la consecución de los objetivos planteados. Lo que se debe considerar en un análisis es el impacto que generan estos riesgos y de qué manera afecta en la realización de la actividad de la empresa.

## Respuesta al riesgo

Una vez ya evaluados los riesgos se procederá a valorar la respuesta a cada uno de ellos, mediante las necesidades de la microempresa. Las respuestas al riesgo pueden ser evitarlo, reducirlo, compartirlo o aceptarlo.

Los componentes que se pueden apreciar en la respuesta al riesgo se desglosan a continuación:

- Capacitaciones al personal de todas las áreas de la microempresa, esto se lo debe realizar de acorde a la actividad que realiza, al personal administrativo se lo capacitara en cuanto a administración y contabilidad, al personal operativo en cuanto al manejo de la maquinaria y elaboración del producto a realizarse.
- Llevar un control adecuado de los residuos que arroje el proceso de producción para así no afectar en gran manera ala medio ambiente, al ambiente interno y al personal.
- Minimizar costos para de esa manera ofrecer productos más económicos pero de igual calidad, y así no afectar la economía de la microempresa.

## Actividades de control

Se establecen como las políticas y procedimientos que ayudan a asegurar que se están llevando a cabo las directivas administrativas, estas actividades ayudan a asegurar que se estén tomando las acciones necesarias para manejar los riesgos hacia lo consecución de los objetivos de entidad.

MATRIZ DE RIESGOS		
RANGOS		NIVEL
MINIMO	MAXIMO	
0	30	ALTO
30	60	MEDIO
60	90	BAJO

## **Información y comunicación**

La información es necesaria en cada uno de los niveles de la organización para hacer frente a los riesgos. La comunicación se la debe realizar en forma amplia fluyendo por toda la organización de manera positiva.

Los componentes que se pueden apreciar en información y comunicación son los siguientes:

- Se debe dar a conocer a todo el personal, sobre los cambios o la aplicación de nuevas políticas dentro de la microempresa, para que estos se encuentren informados y no se den malos entendidos.
- Se debe también informar al cliente de ciertas políticas a aplicarse en el proceso de venta como, venta, cambio y devolución de la mercadería.
- Informar a los proveedores sobre políticas establecidas para la adquisición de la materia prima e insumos como, cantidad, estado y calidad de la misma.

## **Monitoreo**

Este nos ayudara a monitorear que el proceso de administración de los riesgos sea efectivo a lo largo del tiempo y que todos los componentes del marco ERM funcionen de manera adecuada.

Los componentes que se pueden observar dentro del ambiente de control son los siguientes:

- Monitorear de manera continua los posibles riesgos que puede afectar el desarrollo productivo de la organización.

- Se desarrollan actividades las cuales ayuden a minimizar los riesgos en toda la microempresa.
- Se controlara cada una de las actividades de la empresa con la finalidad de que los riesgos sean mínimos.

### **Conclusiones**

Toda organización debe implementar una cultura basada en la mejora continua. Y DEAL-JENS no será la excepción ya que es de gran importancia tener un buen sistema de control interno en la microempresa, ya que este control tiene como misión ayudar en la consecución de los objetivos generales trazados por la organización al suprimir y/o disminuir significativamente la multitud de riesgos los cuales afecten su desarrollo.

## MATRIZ DE CONTROL INTERNO SEGÚN COSO ERM

AMBIENTE DE CONTROL		ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS	IDENTIFICACIÓN DE EVENTOS	EVALUACIÓN DE RIESGOS		RESPUESTA AL RIESGO	ACTIVIDADES DE CONTROL	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	MONITOREO
				PROBABILIDAD	IMPACTO				
	ORGANIZACIÓN: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	CONTAR CON UNA ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL SOLIDA	QUE LA MICROEMPRESA CUENTE CON UNA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEFICIENTE	ALTA: PUEDE DARSE PROBLEMAS COMO LA SOBREGESTION Y FALTA DE COMUNICACIÓN	ALTO: MAL FUNCIONAMIENTO DE CADA DEPARTAMENTO FALTA DE TRABAJO EN EQUIPO	ESTABLECER UN TIPO DE ESTRUCTURA QUE AYUDE A LA ORGANIZACIÓN A ALCANZAR EL ÉXITO	MANTENER FIRME EL ORDEN JERARQUICO ESTABLECIDO EN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	COMINICAR DE MANERA OPORTUNA SI SE DAN CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	TENER UN CONSTANTE SEGUIMIENTO DEL DESEMPEÑO DE CADA UNO DE LOS NIVELES QUE COMPONEN LA ESTUCLTURA
FACTORES INTERNOS	ECONÓMICO: DISPONIBILIDAD DE EFECTIVO	CONTAR CON EL SUFICIENTE EFECTIVO	QUE EL EFECTIVO DISPONIBLE NO ALCANCE A CUBRIR LAS DIFERENTES OBLIGACIONES DE LA MICROEMPRESA	ALTA: YA SEA POR QUE ALGUNO DE LOS SOCIOS RETIRE SU APORTE O QUE LA ENTIDAD FINANCIERA NO OTORGUE EL PRESTAMO REQUERIDO	ALTO: SI LA MICROEMPRESA NO DISPONE DEL SUFICIENTE EFECTIVO NO PUEDE REALIZAR SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA	ACORDAR CON LOS SOCIOS SOBRE EL MANEJO DE LAS UTILIDADES Y SU DISTRIBUCIÓN ADEMÁS VER VARIA ALTERNATIVAS DE CREDITO Y VARIOS ENTES FINANCIEROS LOS CUALES OTORGUEN EL CREDITO REQUERIDO	INSENTIVAR A LOS SOCIOS MEDIANTE LA PRESENTACION DE LOS RESULTADOS ECONÓMICOS A QUE SIGAN INVIRTIENDO	COMINICAR E INFORMAR A TODOS LOS SOCIOS DE TODOS LOS MOVIEIMNTOS A REALIZARSE EL LA ORGANIZACIÓN	LLEVAR EL CONTROL PERMANENTE DE CADA UNA DE LAS ACTIVIDADES Y SI SE ESTAN REALIZANDO DE ACUERDO A LO ESTABLECIDO
	PRODUCTIVO: DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA	CONTAR CON LA MATERIA PRIMA NECESARIA	QUE NO SE PUEDA PROVEER DE MATERIA PRIMA NECESARIA PARA LA REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	ALTA: PUEDE SER QUE LOS PROVEEDORES NO CUMPLAN CON LOS REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA SOLICITADA	ALTO: AL NO CONTAR CON LA MATERIA PRIMA REQUERIDA LA MICROEMPRESA NO PUEDE REALIZAR SU ACTIVIDAD.	TENER LA SUFIENTE MATERIA PRIMA EN BODEGA Y PROVEERSE DE LA MISMA CON ANTICIPACIÓN	QUE LOS PROVEEDORES PROVEAN DE LA MATERIA PRIMA EN EL MOMENTO REQUERIDO	DAR AVISO CONSTANTE SOBRE EL STOCK Y MOVIMIENTO DE LA MARIA PRIMA E INSUMOS	CONTROLAR PERMANENTEMENTE LA BODEGA DE MATERIA PRIMA PARA QUE ESTA NO FALTE
	PRODUCTIVO: DIPONIBILIDAD DE LA MANO DE OBRA	CONTAR CON TALENTO HUMANO CALIFICADO	QUE EL TALENTO HUMANO REQUERIDO NO TENGA LA SUFIENTE EXTERIENCIA EN LA ELABORACIÓN DE LAS PRENDAS	ALTA: EL PERSONAL QUE LA EMPRESA REQUIERE NO CONOCE DE LA CONFECCION DE PRENDAS EN JEAN	ALTO: LA MICROEMPRESA NO SE DESARROLLA COMO DEBERIA YA QUE LA MANO DE OBRA NO ES LA IDEAL	CONTRATAR PERSONAL CON EXPERIENCIA Y CAPACITAR AL QUE NO TIENE LO SUFIENTE PARA QUE PUEDA DESARROLLARSE DE MANERA EFECTIVA EN SU LUGAR DE TRABAJO	ESTABLECER UN JEFE DE PRODUCCIÓN EL CUAL AYUDE CON EL CONTROL DEL PERSONAL DEL AREA PRODUCTIVA	INFORMAR CONSTANTEMENTE DE COMO SE DESARROLLA CADA OPERARIO CON LAS TAREAS ASIGNADAS	EXAMINAR EL DESRROLLO DEL PERSONAL Y DE COMO VA LA PRODUCCIÓN DE FORMA PERMANENTE
FACTORES EXTERNOS	POLITICO: NORMAS, LEYES Y REGLAMENTOS	APLICACION Y ACEPATCION DE POLITICAS EXTERNAS	CAMBIO DE POLITICAS EN EL EL PAIS	ALTA: EL CAMBIO DE GOBIERNO PUEDE ESTABLECER NUEVAS POLITICAS Y LEYES O MANTENER LAS YA EXISTENTES	ALTO: AL CAMBIARSE LAS POLÍTICAS Y LEYES SE PUEDE VER AFECTADO EL DESARROLLO EN GENERAL DE LA MICROEMPRESA	MEDIANTE LA CREACION DE DE POLITICAS INTERNAS DISMINUIR LA AFECTACIÓN POR LOS CAMBIOS EN LAS POLITICAS EXTERNAS	CREACIÓN Y APLICACIÓN DE UN MANUAL DE POLITICAS QUE AYUDEN A MANEJARSE INTERNAMENTE	NOTICIAS, INVESTIGACIÓN SOBRE ALGUN CAMBIO A REALIZARSE EN CUANTO A POLITICAS	VERIFICAR CONSTANTEMENTE INFORMACIÓN ACORDE A LAS CAMBIOS QUE NOS AFECTEN Y FAVORESCAN
	ECONÓMICO: IMPUESTOS	CUMPLIR CON LAS RESPONSABILIDADES TRIBUTARIAS IMPUESTAS EN EL PAIS	EL ESTADO PUEDE DECIDIR CREAN IMPUESTOS LOS CUALES AFECTEN A LOS ENTES PRODUCTIVOS	MEDIA: APLICACIÓN DE IMPUESTOS A LA IMPORTACION DE LA MATERIA PRIMA QUE LA MICROEMPRESA NECESITA PARA DESARROLLAR SU ACTIVIDAD	ALTO: LOS IMPUESTOS PUDEN HACER QUE SE INCREMENTEN LOS COSTOS, SUBAN LOS PRECIOS, DISMINUYAN LA VENTA Y LA UTILIDAD DE LA EMPRESA	DETERMINAR UN VALOR ADECUADO PARA CADA PRODUCTO DE MANERA QUE SI LOS IMPUESTOS SE APLIQUEN NO AFECTEN A LA MICROEMPRESA	VERIFICAR QUE LOS PRECIOS ESTABLECIDOS VAYAN A CORDE CON LOS DEL MERCADO	NOTICIAS, SOBRE LA ECONOMIA, LOS MERCADOS, LA OFERTA Y DEMANDA	SONDEAR EL MERCADO, DE MANERA PERIODICA PARA ACTUAR DE ACUERDO A LOS CAMBIOS EN CASO DE HABERLOS

**ANEXO B: FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A EL PUBLICO EN GENERAL  
LOS CUALES SERAN NUESTROS POSIBLES CLIENTES.**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**“FACAE”**

**LA PRESENTE ENCUESTA ESTA DIRIGIDA AL PÚBLICO EN GENERAL, CON  
OBJETO DE BRINDARLE UN MEJOR PRODUCTO.**

**POR FAVOR, ANTES DE RESPONDER A LA SIGUIENTE ENCUESTA LEA CADA  
PREGUNTA DETENIDAMENTE Y CONTESTE CON VERASIDAD**

1. ¿Su preferencia y comodidad al vestir está en la elección del tipo de ropa seleccionada?

Formal   
Casual   
Deportiva

2. ¿De acuerdo a su capacidad adquisitiva y a los constantes cambios en la moda cada que tiempo adquiere prendas de vestir?

Mensual   
Trimestral   
Semestral



3. ¿Por elegancia, comodidad y modalidad viste al menos una vez por semana ropa en tela de jean?

Si

No

4. ¿Optaría usted por elegir ropa de marca si su economía se lo permitiese?

Si

No

5. ¿Según su gusto y preferencia tiene inclinación por algún tipo de marca de ropa jean en especial?

Levis

Tommy

Otros

6. ¿Según sus ingresos económicos, cuanto de dinero suele destinara a la compra de ropa?

50.00 a 100.00

100.00 a 200.00

200.00 a 300.00

7. ¿Por facilidad, comodidad y economía cuál de los siguientes lugares frecuenta para adquirir su ropa?

Boutiques

Centro Comercial

Mercado Popular

8. ¿En qué lugar de distribución del producto considera usted que existen precios más bajos?

Fabrica	<input type="checkbox"/>
Distribuidoras	<input type="checkbox"/>
Almacenes	<input type="checkbox"/>

9. ¿Estaría usted dispuesta o dispuesto a probar una nueva marca de ropa en jean?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
No opina	<input type="checkbox"/>

10. La creación de una microempresa productora y comercializadora de ropa en jean en la ciudad de Atuntaqui considera usted:

Excelente	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
Bueno	
Regular	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>
Malo	

Gracias

## ANEXO C: DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

$$\text{Costo Fijo unitario} = \frac{\text{Costos fijo}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{45.576.51}{11.088.00}$$

$$CFu = 4,11$$

$$\text{Costo Variable unitario} = \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{124.684.54}{11.088.00}$$

$$CVu = 11,24$$

$$\text{Precio} = CFu + CVu + 12\%CTu$$

$$\text{Precio} = 4,11 + 11,24 + 12\%15,35$$

$$\text{Precio} = 4,11 + 11,24 + 1,94$$

$$\text{Precio} = 17,29$$

**ANEXO D: COSTOS Y GASTOS****COSTOS****MATERIALES Y HERRAMIENTAS PARA LA PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales y herramientas para la producción	195,00	203,87	213,15	222,85	232,99
<b>TOTAL</b>	<b>195,00</b>	<b>203,87</b>	<b>213,15</b>	<b>222,85</b>	<b>232,99</b>

**EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaques	1.260,00	1.317,33	1.377,27	1.439,93	1.505,45
<b>TOTAL</b>	<b>1.260,00</b>	<b>1.317,33</b>	<b>1.377,27</b>	<b>1.439,93</b>	<b>1.505,45</b>

**SERVICIOS BASICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	1260,00	1317,33	1377,27	1439,93	1505,45
Agua	300,00	313,65	327,92	342,84	358,44
<b>TOTAL</b>	<b>1560,00</b>	<b>1630,98</b>	<b>1705,19</b>	<b>1782,78</b>	<b>1863,89</b>

**MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento Maquinaria	360,00	376,38	393,51	411,41	430,13
<b>TOTAL</b>	<b>360,00</b>	<b>376,38</b>	<b>393,51</b>	<b>411,41</b>	<b>430,13</b>

**GASTOS****SERVICIOS BASICOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Luz	306,00	319,92	334,48	349,70	365,61
Agua	120,00	125,46	131,17	137,14	143,38
<b>TOTAL</b>	<b>426,00</b>	<b>445,38</b>	<b>465,65</b>	<b>486,83</b>	<b>508,99</b>

**SERVICIO DE COMUNICACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Teléfono	480,00	501,84	524,67	548,55	573,51
Internet	240,00	250,92	262,34	274,27	286,75
<b>TOTAL</b>	<b>720,00</b>	<b>752,76</b>	<b>787,01</b>	<b>822,82</b>	<b>860,26</b>

**MANTENIMIENTO COMPUTACIONAL**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Mantenimiento Computación	180,00	188,19	196,75	205,70	215,06
<b>TOTAL</b>	<b>180,00</b>	<b>188,19</b>	<b>196,75</b>	<b>205,70</b>	<b>215,06</b>

**PUBLICIDAD**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Radio	600,00	627,30	655,84	685,68	716,88
Prensa	360,00	376,38	393,51	411,41	430,13
Volantes	192,00	200,74	209,87	219,42	229,40
Página Web	300,00	313,65	327,92	342,84	358,44
<b>Total</b>	<b>1.452,00</b>	<b>1518,07</b>	<b>1587,14</b>	<b>1659,35</b>	<b>1734,85</b>

**COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHICULO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Combustible y Mantenimiento Vehículo	1300,00	1359,15	1420,99	1485,65	1553,24
<b>Total</b>	<b>1.300,00</b>	<b>1.359,15</b>	<b>1.420,99</b>	<b>1.485,65</b>	<b>1.553,24</b>