

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS PARA DAMAS EN LA  
COMUNIDAD CUMBAS CONDE – PARROQUIA QUIROGA - CANTÓN  
COTACACHI - PROVINCIA DE IMBABURA.”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**AUTORAS:**

GLADYS MARLENE PIJUANGO MORETA  
PATRICIA ULCUANGO CATUCUAGO

**DIRECTOR:**

PHD. BYRON ACOSTA

**IBARRA, JUNIO 2018**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene como objetivo la Creación de una Microempresa de Confección y Comercialización de Chaquetas para Damas, con el fin de colaborar en el sector manufacturero con la producción de chaquetas con características similares a las provenientes de los países vecinos, además de reducir el contrabando de este tipo de prenda. Para realizar el estudio se utilizó encuestas, entrevistas y fuentes bibliográficas que permitieron obtener la información necesaria para procesarla y obtener los siguientes resultados. En el diagnóstico situacional se identificó los aspectos económicos relevantes siendo la industria manufacturera una de las principales, seguido de la actividad comercial que se basa en la existencia de cerca de 2660 puestos de comerciantes en días ordinarios y tiene un aumento aproximado del 211% (5624 puestos) en los fines de semana; en cuanto al contrabando según la aduana del Ecuador las prendas de vestir representan el 40% de todas las aprehensiones realizadas y de acuerdo al ministro de finanzas se deja de percibir alrededor de \$700 millones cada año. Al realizar el estudio de mercado se identificó el 85% de aceptación de la prenda la cual tendrá como atractivo una distinción en el modelo y la tela con la que se producirá; la demanda es de 2636 chaquetas de manera mensual y el precio se determinó en \$9 considerando los costos de producción y el precio de la competencia. En lo referente al estudio técnico se identificó los principales proveedores que son la Importadora Lema, Singer y Servimaq, teniendo una capacidad de producción de 400 prendas al mes en el que se necesitará una inversión de \$5468. Por otra parte, en el presupuesto operacional se determinó la venta de 4089 prendas con un costo de producción de \$29776 generando una utilidad de \$ 4865 en el año y de acuerdo al flujo de caja la inversión inicial se recuperará a los ocho meses de haber puesto en marcha el emprendimiento. También se estableció la estructura organizacional con el nombre de confecciones TyDys y su respectivo eslogan estableciendo las políticas y manuales necesarios. Finalmente se realizó el análisis anticipado de los impactos en el ámbito económico y ambiental en el que se obtuvo que se crearán aproximadamente 6 puestos y se buscará reducir los desperdicios al 10% los cuales serán vendidos a los productores de sillones. La razón por la que se cree firmemente en el emprendimiento es por los resultados obtenidos en el estudio, el cual nos confirma que la inversión se podrá efectuar sin duda alguna.

## EXECUTIVE SUMMARY

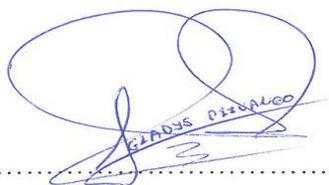
The present degree work has as objective of the creation of a Micro-Company of confection and commercialization of jackets for ladies, with the purpose of collaborating in the manufacturing sector with the production of jackets with characteristics similar to those coming from abroad, as also reducing contraband of this type of clothing. To do the study, were used surveys, interviews and bibliographical sources that allowed obtaining the necessary information to process it and obtain the following results. In the situational diagnostic, the relevant economic aspects were identified such as: the manufacturing industry being one of the main ones, followed by the commercial activity that is based on the existence of near about 2660 merchants in ordinary days and has an approximate increment of the 211% (5624 places) during the weekends; regarding smuggling according to the Ecuador customs regulation, clothing represent 40% of all apprehensions made and, according to the ministry of economy, around \$ 700 million is lost each year. According to a market study 85% acceptance of the garment was identified, which will have by attractive a distinction in the model and the cloth with which it will be produced; the demand aims to 2636 jackets on a monthly basis and the price was determined at \$ 9 considering the production costs and the price of the competition. Regarding the technical study, the main suppliers such as the "Importadora Lema", Singer and "Servimaq" were identified, having a production capacity of 400 garments by month in which an investment of \$ 5468 will be needed. On the other hand, in the operational budget determined the sale of 4089 garments with a production cost of \$ 29776, generate a utility of \$ 4865 in the year, and according to the cash flow, the initial investment will be recovered within eight months as soon as the entrepreneurship has begun. Also was established the organizational structure with the name of "TyDys" atelier and its respective slogan establishing the necessary policies and manuals. Finally, was realized the anticipated analysis of the economic and environmental impacts, in which it was obtained that approximately 6 job places will be created and the waste will be reduced to 10%, the which will be sold to the armchair producers. The reason why we strongly believe in the entrepreneurship is because of the results obtained in the study, which confirms that the investment can be made without any doubt.

Victor Rodríguez  
1715496129  
Rw



## AUTORÍA

Nosotras, Pijuango Moreta Gladys Marlene y Ulcuango Catucuago Patricia, portadoras de la cédula de ciudadanía N° 100387795-6 y 172276229-9 respectivamente; declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría: “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS PARA DAMAS EN LA COMUNIDAD CUMBAS CONDE – PARROQUIA QUIROGA - CANTÓN COTACACHI - PROVINCIA DE IMBABURA”, que no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'GLADYS PIJUANGO', with a large, stylized flourish above it. The signature is positioned above a horizontal dotted line.

Pijuango Moreta Gladys Marlene

C.I. 100387795-6

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Patricia Ulcuango', positioned above a horizontal dotted line.

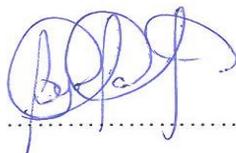
Ulcuango Catucuago Patricia

C.I. 172276229-9

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

En mi calidad de director del trabajo de grado presentado por PIJUANGO MORETA GLADYS MARLENE y ULCUANGO CATUCUAGO PATRICIA, egresadas de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, previo a la obtención del Título de INGENIERA COMERCIAL cuyo tema es: “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CHAQUETAS PARA DAMAS EN LA COMUNIDAD CUMBAS CONDE – PARROQUIA QUIROGA - CANTÓN COTACACHI - PROVINCIA DE IMBABURA”.

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



PHD. BYRON ACOSTA

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## DEDICATORIA

*Con mucho amor a Dios por darme vida y estar conmigo en cada paso que doy, guiándome e iluminando mi mente, a mis padres y hermanos quienes estuvieron siempre incondicionalmente con su amor, comprensión y sus consejos, permitiéndome llegar a cumplir una de mis grandes metas, que es culminar la carrera. A mi novio quien ha estado presente en toda esta etapa estudiantil, brindándome su amor, cariño, comprensión y apoyándome en los momentos más difíciles de mi vida, por ser la persona quien me enseñó a creer en mí misma y no tener miedo a arriesgarme.*

*Gladys Pijuango*

*Con mucho cariño dedico este trabajo a Dios por darme salud, vida y fuerza para conseguir mis metas, a mis padres y hermanos por su apoyo, confianza y siempre estar conmigo y en especial a una persona que está en el cielo y se convirtió en mi ángel Jheyson Cuascota, quien inicio este sueño conmigo brindándome su amor y apoyo incondicional, dándome consejos, contagiándome con su alegría y siempre cuidando de mí, quien estuvo ahí en los buenos y malos momentos, quien soñaba con llegar a este día, pero aunque ya no estas siempre vivirás en mi corazón.*

*Patricia Uluango*

## *AGRADECIMIENTO*

*A Dios por darnos la vida y fortaleza para continuar con nuestra formación profesional aun en los momentos difíciles.*

*A nuestros padres y hermanos por brindarnos su apoyo incondicional a lo largo de nuestras vidas, han motivado nuestra formación académica con su perseverancia y lucha interminable que han hecho de ellos un gran ejemplo a seguir.*

*A la Universidad Técnica del Norte por darnos la oportunidad de ser parte de esta gran institución, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, en donde nos especializamos en la carrera de Ingeniería Comercial.*

*A los Docentes de la Facultad, en especial a los directores de tesis PhD. Byron Acosta y PhD. Cecilia Parra quienes nos ayudaron con la asesoría necesaria durante el desarrollo de la tesis.*

*Gladys Pijuango*

*Patricia Uluango*

## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El emprendimiento enfocado en la Creación de una Microempresa de Confección y Comercialización de Chaquetas para Damas en la Comunidad Cumbas Conde, Parroquia Quiroga, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura será desarrollado para conocer que oportunidades tiene el emprendimiento en el mercado a través de un estudio con los siguientes capítulos.

En el capítulo I se realizará el Diagnostico Situacional del Cantón Otavalo y Cotacachi para analizar la situación actual del mercado, la cual ayudará a identificar las actividades económicas, competencia y los posibles riesgos.

En el capítulo II se desarrollará el Marco Teórico, que consiste en la recopilación de información bibliográfica necesaria que respalde los siguientes capítulos.

En el capítulo III se elaborará un Estudio de Mercado para identificar a la población y la muestra para la aplicación de las técnicas de recolección de información, con las que se conocerán la demanda, oferta y los gustos y preferencias de las personas.

En el capítulo IV se ejecutará el Estudio Técnico en el que se establecerá la localización, tamaño del proyecto, maquinaria, equipo, materiales, talento humano y la inversión inicial necesaria para el buen funcionamiento de la microempresa.

En el capítulo V se realizará el Presupuesto Operacional el cual contendrá la inversión inicial, presupuesto de ventas, producción, costos de producción, gastos operacionales, los estados financieros, flujo de caja y el punto de equilibrio para la toma de decisiones.

El capítulo VI se refiere a la Estructura Organizativa en el cual se diseñará la misión, visión, principios, valores, políticas, organigrama estructural, manual de funciones y los requisitos legales para el funcionamiento de la microempresa.

El capítulo VII se detalla los impactos, en el cual se analizará el ámbito económico y ambiental.

## ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO .....	II
EXECUTIVE SUMMARY .....	III
AUTORÍA .....	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	V
DEDICATORIA .....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XVII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XX
JUSTIFICACIÓN .....	XXII
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	XXIV
OBJETIVO GENERAL.....	XXIV
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	XXIV
CAPITULO I.....	1
1    DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	1
1.1    ANTECEDENTES .....	1
1.2    OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	3
1.2.1    Objetivo general.....	3
1.2.2    Objetivos específicos. ....	3
1.3    VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....	3
1.4    INDICADORES DE LAS VARIABLES .....	4
1.4.1    Aspectos geográficos. ....	4

1.4.2 Aspectos demográficos.....	4
1.4.3 Aspectos económicos.....	4
1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA .....	5
1.6 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	6
1.6.1 Aspectos geográficos.....	6
1.6.2 Aspectos demográficos.....	8
1.6.3 Aspectos económicos.....	10
1.7 MATRIZ AOR.....	15
1.7.1 Cruce de la matriz AOR.....	16
1.8 DETERMINAR LA OPORTUNIDAD PARA EL EMPRENDIMIENTO.....	17
CAPITULO II .....	18
2 MARCO TEÓRICO.....	18
2.1 EMPRENDIMIENTO.....	18
2.2 DESAFÍOS PARA EL EMPRENDEDOR .....	18
2.3 MIPYMES .....	19
2.4 MICROEMPRESA.....	19
2.5 CONFECCIÓN.....	19
2.6 ROPA CASUAL.....	20
2.7 CONTRABANDO DE ROPA .....	20
2.8 ESTUDIO DE MERCADO.....	21
2.8.1 Oferta.....	21
2.8.2 Demanda.....	21
2.8.3 4 P del marketing.....	22

2.9	ESTUDIO TÉCNICO .....	23
2.9.1	Tamaño del proyecto.....	24
2.9.2	Macrolocalización.....	24
2.9.3	Microlocalización. ....	24
2.10	PRESUPUESTO OPERACIONAL .....	25
2.10.1	Elementos del presupuesto operacional.....	25
2.10.2	Presupuestos.....	26
2.10.3	Depreciación. ....	26
2.10.4	Estados financieros. ....	27
2.10.5	Flujo de caja.....	27
2.10.6	Punto de equilibrio.....	28
2.11	RISE.....	28
2.11.1	¿Quiénes pueden acogerse al RISE?.....	29
2.11.2	¿Qué beneficios ofrece el RISE?.....	30
2.12	IMPACTOS .....	30
2.12.1	Impacto económico.....	30
2.12.2	Impacto ambiental.....	31
CAPITULO III.....		32
3	ESTUDIO DE MERCADO .....	32
3.1	INTRODUCCIÓN .....	32
3.2	OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	32
3.2.1	Objetivo general.....	32
3.2.2	Objetivos específicos. ....	32

3.3	VARIABLES .....	33
3.4	INDICADORES.....	33
3.4.1	Producto.....	33
3.4.2	Demanda.....	33
3.4.3	Oferta.....	33
3.4.4	Precio.....	34
3.4.5	Estrategia de comercialización.....	34
3.5	MATRIZ DE ESTUDIO DE MERCADO.....	35
3.6	ANÁLISIS DE LAS VARIABLES .....	36
3.6.1	Producto.....	36
3.6.2	Demanda.....	40
3.6.3	Oferta.....	55
3.6.4	Precio.....	56
3.6.5	Estrategia de comercialización.....	58
CAPITULO IV.....		60
4	ESTUDIO TÉCNICO.....	60
4.1	INTRODUCCIÓN .....	60
4.2	OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO .....	60
4.2.1	Objetivo general.....	60
4.2.2	Objetivos específicos.....	60
4.3	LOCALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO .....	61
4.3.1	Macro localización.....	61
4.3.2	Micro localización.....	61

4.4	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	63
4.4.1	Factores determinantes.....	63
4.4.2	Distribución de las instalaciones de la planta. ....	66
4.5	PROCESO PRODUCTIVO.....	67
4.5.1	Flujograma del proceso productivo. ....	69
4.6	PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN .....	70
4.6.1	Flujograma de proceso de comercialización.....	71
4.7	INVERSIÓN .....	71
4.7.1	Inversión fija. ....	71
4.7.2	Inversión diferida.....	73
4.7.3	Costos de producción.....	73
4.7.4	Gastos administrativos.....	76
4.7.5	Gastos de ventas.....	78
4.7.6	Capital de trabajo.....	78
4.7.7	Resumen de la inversión del proyecto. ....	79
	CAPÍTULO V .....	80
5	PRESUPUESTO OPERACIONAL.....	80
5.1	INTRODUCCIÓN .....	80
5.2	OBJETIVOS .....	80
5.2.1	Objetivo general.....	80
5.2.2	Objetivos específicos. ....	80
5.3	INVERSIÓN INICIAL.....	81
5.4	DETERMINACIÓN DE INGRESOS .....	81

5.4.1	Presupuesto de ventas. ....	81
5.4.2	Presupuesto de producción. ....	82
5.5	DETERMINACIÓN DE EGRESOS.....	82
5.5.1	Presupuestos de costos de producción. ....	82
5.5.2	Presupuesto de gastos operacionales. ....	87
5.6	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.....	89
5.6.1	Estado de situación financiera inicial. ....	89
5.6.2	Estado de costo de producción y de ventas.....	89
5.6.3	Estado de resultados.....	90
5.6.4	Flujo de caja.....	91
5.7	TOMA DE DECISIONES .....	92
5.7.1	Punto de equilibrio.....	92
5.7.2	Punto de equilibrio en unidades.....	92
5.7.3	Punto de equilibrio en dólares.....	92
CAPÍTULO VI.....		94
6	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	94
6.1	INTRODUCCIÓN .....	94
6.2	OBJETIVOS .....	94
6.2.1	Objetivo general.....	94
6.2.2	Objetivos específicos. ....	94
6.3	IDENTIDAD CORPORATIVA.....	95
6.3.1	Nombre del emprendimiento. ....	95
6.3.2	Eslogan.....	95

6.3.3	Logotipo.....	95
6.3.4	Misión.....	95
6.3.5	Visión.....	96
6.3.6	Principios y valores.....	96
6.3.7	Políticas.....	97
6.4	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL .....	98
6.5	DESCRIPCIÓN DE PUESTOS.....	99
6.6	ASPECTOS LEGALES DE FUNCIONAMIENTO.....	101
CAPITULO VII .....		103
7	IMPACTOS .....	103
7.1	INTRODUCCIÓN .....	103
7.2	OBJETIVOS .....	103
7.2.1	Objetivo general.....	103
7.2.2	Objetivos específicos.....	103
7.3	EVALUACIÓN DE IMPACTO .....	103
7.4	IMPACTO ECONÓMICO .....	104
7.5	IMPACTO AMBIENTAL.....	105
CONCLUSIONES .....		106
RECOMENDACIONES .....		108
BIBLIOGRAFÍA.....		109
LINCORGRAFÍA.....		111
ANEXOS.....		113
ANEXO 1. ENCUESTA .....		113

ANEXO 2. ENTREVISTA .....	114
ANEXO 3. PROFORMAS.....	115
ANEXO 4. ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS MENSUAL.....	122

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de relación diagnóstico.....	5
Tabla 2 Porcentaje poblacionales y tasa de crecimiento.....	9
Tabla 3 Proyección de la población por grupos de edad al 2017.....	9
Tabla 4 Población por género. ....	10
Tabla 5 Matriz AOOD.....	15
Tabla 6 Cruce Matriz AOOD.....	16
Tabla 7 Porcentajes de depreciación.....	26
Tabla 8 Matriz de estudio de mercado.....	35
Tabla 9 Edad.....	42
Tabla 10 Preferencia respecto a chaquetas.....	43
Tabla 11 Aceptación de compra.....	44
Tabla 12 Frecuencia de compra.....	45
Tabla 13 Aspectos considerados por el cliente.....	46
Tabla 14 Gustos y preferencias de colores.....	47
Tabla 15 Gustos y preferencia con relación al material.....	48
Tabla 16 Punto de venta.....	49
Tabla 17 Publicidad de la chaqueta.....	50
Tabla 18 Demanda mensual.....	54
Tabla 19 Oferta mensual.....	55
Tabla 20 Costo de chaquetas de comerciantes.....	56
Tabla 21 Precio de venta de intermediarios al por mayor y menor.....	56
Tabla 22 Precio de venta a consumidores finales.....	57

Tabla 23 Precio de venta. ....	57
Tabla 24 Escala de Likert.....	62
Tabla 25 Matriz de localización. ....	62
Tabla 26 Capacidad de la planta. ....	66
Tabla 27 Símbolos para el flujograma. ....	69
Tabla 28 Maquinaria y herramientas.....	71
Tabla 29 Muebles y enseres. ....	72
Tabla 30 Equipos de computación. ....	72
Tabla 31 Equipos de oficina.....	72
Tabla 32 Total inversión fija. ....	73
Tabla 33 Inversión diferida. ....	73
Tabla 34 Materia prima directa. ....	73
Tabla 35 Mano de obra directa.....	74
Tabla 36 Materia prima indirecta. ....	74
Tabla 37 Mano de obra indirecta. ....	75
Tabla 38 Otros costos indirectos. ....	76
Tabla 39 Suministros de oficina.....	76
Tabla 40 Otros gastos administrativos. ....	77
Tabla 41 Gastos de ventas.....	78
Tabla 42 Capital de trabajo. ....	78
Tabla 43 Inversión total del proyecto.....	79
Tabla 44 Inversión inicial.....	81
Tabla 45 Presupuesto de ventas. ....	81

Tabla 46 Presupuesto de producción.....	82
Tabla 47 Presupuesto de materia prima directa. ....	83
Tabla 48 Presupuesto de la mano de obra directa. ....	84
Tabla 49 Clasificación de los costos. ....	85
Tabla 50 Presupuesto costos indirectos de fabricación.....	86
Tabla 51 Clasificación de los gastos. ....	87
Tabla 52 Presupuesto de gastos operacionales.....	88
Tabla 53 Estado de situación financiera inicial.....	89
Tabla 54 Estado de costos de producción y ventas. ....	89
Tabla 55 Estado de resultados.....	90
Tabla 56 Flujo de caja. ....	91
Tabla 57 Punto de equilibrio en unidades. ....	93
Tabla 58 Punto de equilibrio en dólares.....	93
Tabla 59 Manual de funciones operario.....	99
Tabla 60 Manual de funciones vendedor. ....	100
Tabla 61 Matriz de valoración de impactos. ....	104
Tabla 62 Matriz impacto económico.....	104
Tabla 63 Matriz de impacto ambiental.....	105

**ÍNDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1. Ubicación del cantón Cotacachi.....	6
Ilustración 2. División Parroquial del Cantón Cotacachi.....	7
Ilustración 3. Proyección de la población al año 2020.....	8
Ilustración 4. Chaqueta en tela galleta .....	36
Ilustración 5. Chaqueta en tela cuerina .....	36
Ilustración 6. Chaqueta de pana. ....	38
Ilustración 7. Chaqueta de cuero.....	38
Ilustración 8. Chaqueta jean.....	39
Ilustración 9. Chaqueta de gamuza. ....	39
Ilustración 10. Chaquetas cropped. ....	40
Ilustración 11. Segmentación de mercado. ....	40
Ilustración 12. Edad. ....	42
Ilustración 13. Preferencia respecto a chaquetas.....	43
Ilustración 14. Aceptación de compra.....	44
Ilustración 15. Frecuencia de compra. ....	45
Ilustración 16. Aspectos considerados por el cliente. ....	46
Ilustración 17. Gustos y preferencias de colores.....	47
Ilustración 18. Gustos y preferencia con relación al material.....	48
Ilustración 19. Punto de venta.....	49
Ilustración 20. Publicidad de la chaqueta.....	50
Ilustración 21. Macrolocalización.....	61
Ilustración 22. Micro localización.....	63

Ilustración 23. Máquina recta industrial.....	65
Ilustración 24. Máquina overlock. ....	65
Ilustración 25. Distribución de las instalaciones de la planta. ....	67
Ilustración 26. Flujo de proceso productivo.....	70
Ilustración 27. Flujograma de procesos de comercialización. ....	71
Ilustración 28. Logotipo confecciones TyDys. ....	95
Ilustración 29. Organigrama estructural confecciones TyDys. ....	98

## JUSTIFICACIÓN

La implementación del emprendimiento sobre la confección de chaquetas para damas en la comunidad de Cumbas Conde surgió porque en la actualidad muchos de los comerciantes de Otavalo, quienes venden su mercadería en el Mercado Copacabana los miércoles y sábado, han optado por traer chaquetas elaboradas desde Perú, ya que las consiguen a precios muy bajos y hoy en día por el ritmo de vida y cambio continuo, este tipo de prendas varia constantemente con diseños únicos y llamativos puesto que la juventud busca variedad y estar a la moda. Es por esto que las fabricas extranjeras crean constantemente para poder atraer al mercado lo cual se puede evidenciar ya que dichas prendas poseen mucha demanda en Ecuador.

Debido a esto, surge la posibilidad de crear chaquetas con características similares los cuales hará que los comerciantes se sientan atraídos por estas prendas y quieran adquirirlas sin la necesidad de viajar a Perú gastando tiempo y dinero, además de correr el riesgo de que a su retorno estas prendas sean incautadas por la Aduana del Ecuador, debido a que la mayoría de los comerciantes lo hacen de manera ilegal. También es importante mencionar que las chaquetas elaboradas tendrán un precio accesible y cómodo, ya que los costos de producción serán disminuidos considerablemente debido a que se contara con proveedores de materia prima para la elaboración de estas chaquetas.

Además, lo que se busca con el proyecto es ayudar a dinamizar la economía de la Provincia de Imbabura y en especial a la comunidad Cumbas Conde, lugar en el que se localizará la microempresa y a medida que vaya creciendo se demandará más materia prima ya que la producción aumentará, también se contribuirá a que el dinero de los comerciantes se quede en el país.

También, al implementar este emprendimiento no se generará mucha contaminación ambiental ya que el material que sobre como desperdicio posteriormente será vendido a los productores de sillones que lo utilizan para hacer los respectivos rellenos de estos.

Para el desarrollo de la investigación se utilizará la Investigación de Campo ya que se realizará la aplicación de encuestas y entrevistas para la obtención de la información necesaria que ayudará a identificar la situación global del emprendimiento. Esto será trabajado en conjunto con la Investigación Bibliográfica Documental porque se consultarán libros, tesis, además se utilizará el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, Cotacachi y la Base de Datos del Censo de Población y Vivienda del año 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Censos para la obtención de datos numéricos que servirán para la determinación de la muestra.

## OBJETIVOS DEL PROYECTO

### Objetivo general

Crear una microempresa de confección y comercialización de chaquetas para damas en la comunidad Cumbas Conde, Parroquia Quiroga, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

### Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Cotacachi y Otavalo, para conocer la situación actual del sector manufacturero en cuanto a las chaquetas.
- Realizar una revisión bibliográfica para la construcción del marco teórico referencial de la investigación.
- Realizar un estudio de mercado en el cantón Otavalo para identificar la demanda, oferta y los gustos y preferencias de las mujeres en las chaquetas.
- Desarrollar un estudio técnico que facilite determinar la ingeniería e inversión del emprendimiento.
- Elaborar el presupuesto operacional para determinar la utilidad que generará el emprendimiento en un año.
- Diseñar la estructura organizacional de la microempresa para un correcto desenvolvimiento de esta.
- Identificar los impactos que provocará la implementación del emprendimiento por medio de la elaboración de una matriz.

## CAPITULO I

### 1 Diagnóstico situacional

#### 1.1 Antecedentes

Ecuador con relación a la industria textil en los últimos 60 años ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose en una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46,240 artesanos del país, llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, después del sector de alimentos, bebidas y tabacos. Según estadísticas levantadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), alrededor de 158 mil personas laboran directamente en empresas textiles y de confección. A esto se suma los miles de empleos indirectos que genera, ya que la industria textil y confección ecuatoriana se encadena con un total de 33 ramas productivas del país.

La provincia de Imbabura cuenta con la mayor actividad textilera en la Sierra, comprendiendo las zonas de Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí, que se dedican a la elaboración de tapices, fajas en telar de cintura y pedal, así como también a la confección de manteles, vestidos, blusas, sombreros de paño y demás textiles y tejidos autóctonos. Aquí se encuentra el 45.99% de los talleres textilero (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012).

En Cotacachi según el registro de Patentes Municipal, del año 2014 existen un total de 97 establecimientos que se encuentran registrados. De los cuales se encuentran distribuidos 31 en la parroquia El Sagrario y 66 en la parroquia San Francisco, de estos aproximadamente el 75% (73 establecimientos) se dedican a la confección de prendas y calzado en cuero, mientras que el restante se dedica a la confección de todo tipo de prendas y artesanía, entre los productos elaborados podemos encontrar manillas tejidas, bordados, gorras, bufandas.

La comercialización de estos productos se realiza en la feria de Cotacachi los fines de semana, en Otavalo en la feria de la Plaza de Ponchos y Copacabana (PDyOT Cotacachi, 2015).

Es por ello que en los últimos años Cotacachi se ha caracterizado a nivel nacional e internacional por la elaboración de prendas de vestir, calzados y bolsos en material de cuero con acabados únicos y elegantes, también posee una de las más importantes culturas a nivel nacional, siendo esta los Indígenas, que se caracterizan por las ganas de superarse día a día y por ser grandes emprendedores e innovadores quienes a diario elaboran diferentes artesanías y productos para que toda la población se sienta atraído por estos, es por ello que se desea implementar dicho emprendimiento en una de las comunidades denominada Cumbas Conde, porque en la actualidad no hay registros de empresas que realicen chaquetas similares a las que se confeccionan en Perú.

Mediante una investigación realizada en el Cantón Otavalo a los diferentes locales y puestos de comerciantes del Mercado Copacabana se pudo conocer que algunas chaquetas que ellos vendían eran fabricados en Perú, al preguntarles cual era el motivo los comerciantes afirmaron que ese tipo de prendas no se elaboraban en el país por lo cual ellos realizan viajes de 7 a 8 veces al mes para poder traer la mercadería que en su mayoría lo realizan de manera ilegal para reducir costos y obtener mayores ingresos.

Según un estudio realizado por la AITE en octubre de 2010, se estimaba que el contrabando textil se sitúa entre 150 y 200 millones de dólares al año, considerando lo que es contrabando técnico (defraudación aduanera) y los productos introducidos ilegalmente por las fronteras con Perú y Colombia. Otras modalidades utilizadas con frecuencia son la falsa clasificación arancelaria y de origen, y el ingreso de productos como equipaje de viajero ya sea por aeropuertos internacionales o por las mismas fronteras (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, 2010).

Según estadísticas los textiles incautados el 2013, como parte del contrabando que ingresa al país, sumaron USD 8,1 millones, cifra que preocupa a empresarios y a autoridades. Y no es solo por la cifra, sino especialmente por dos razones: una, porque el monto de aprehensiones se ha mantenido estable en los últimos años alrededor de ese monto y, dos, porque estas incautaciones son una décima parte de lo que se presume ingresa ilegalmente (El Comercio, 2013).

## **1.2 Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1 Objetivo general.**

Realizar un diagnóstico situacional del Cantón Cotacachi y Otavalo, para conocer la situación actual del sector manufacturero en cuanto a las chaquetas.

### **1.2.2 Objetivos específicos.**

- Conocer los aspectos geográficos del Cantón Cotacachi para determinar la ubicación del emprendimiento.
- Indicar las condiciones demográficas del Cantón Otavalo para seleccionar a la población que se va a estudiar.
- Identificar la actividad comercial e industrial del cantón Otavalo y Cotacachi.

## **1.3 Variables diagnósticas**

- Aspectos geográficos
- Aspectos demográficos
- Aspectos económicos

## **1.4 Indicadores de las variables**

### **1.4.1 Aspectos geográficos.**

- Ubicación del Cantón Cotacachi
- Límites
- Organización
- Ubicación de la Parroquia Quiroga
- Conformación

### **1.4.2 Aspectos demográficos.**

- Población actual
- Porcentaje poblacionales y tasa de crecimiento.
- Proyección de la población por grupos de edad al 2017.
- Población por género

### **1.4.3 Aspectos económicos.**

- Industria
- Sectores económicos
- Manufactura y comercio
- Contrabando

## 1.5 Matriz de relación diagnóstica

**Tabla 1**  
*Matriz de relación diagnóstico.*

Objetivos	VARIABLES	Indicadores	Técnicas	Fuentes de información
Conocer los aspectos geográficos del cantón Cotacachi.	Aspectos Geográficos	Ubicación del Cantón Cotacachi Límites Organización Ubicación de la Parroquia Quiroga Conformación	Datos Bibliográficos	Municipio de Cotacachi y Quiroga Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Cotacachi y Quiroga Página del INEC
Indicar las condiciones demográficas del Cantón Otavalo para seleccionar a la población que se va a estudiar.	Aspectos Demográficos	Población actual Porcentaje poblacionales y tasa de crecimiento. Proyección de la población por grupos de edad al 2017. Población por género	Datos Bibliográficos	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Otavalo Página del INEC
Identificar la actividad comercial e industrial del cantón Otavalo y Cotacachi.	Aspectos Económicos	Industria Sectores Económicos Manufactura y Comercio Contrabando	Revisión Documental Investigación	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Otavalo. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. SENAE El Comercio

Elaborado por: Las autoras

## 1.6 Análisis de las variables diagnósticas

### 1.6.1 Aspectos geográficos.

#### 1.6.1.1 Cantón Cotacachi.

##### 1.6.1.1.1 Ubicación.

Santa Ana de Cotacachi es un cantón de la provincia de Imbabura situada en la zona norte del Ecuador. Su cabecera cantonal es la ciudad de Cotacachi. Se ubica a 80 km al norte de Quito y 25 km al sur de Ibarra. De la panamericana de Otavalo a Ibarra, se encuentra un desvío hacia el occidente que en aproximadamente 15 minutos se llega a la próspera ciudad de Cotacachi. (Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, 2016).



**Ilustración 1. Ubicación del cantón Cotacachi.**

Fuente: SENPLADES - Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

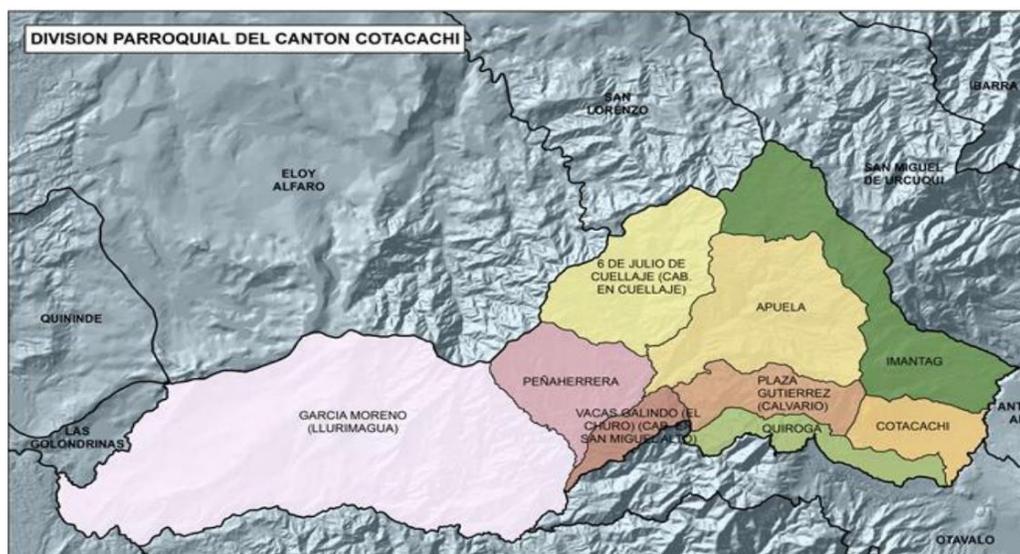
##### 1.6.1.1.2 Límites.

Los límites del Cantón Santa Ana de Cotacachi corresponden a los siguientes:

- Al norte: cantón Urcuquí y provincia del Carchi,
- Al sur: cantón Otavalo y provincia de Pichincha.
- Al este: cantones: Urcuquí y Antonio Ante.
- Al oeste: zona no delimitada Las Golondrinas y provincia de Esmeraldas.

### 1.6.1.1.3 Organización.

El cantón está organizado territorialmente en parroquias y comunidades o comunas y de manera espacial en zonas. Existen 10 parroquias, de las cuales 8 son rurales y 2 son urbanas. Las zonas establecidas y reconocidas son tres: Urbana, Andina e Intag; la zona urbana comprende las parroquias urbanas de San Francisco y El Sagrario, así como el área urbana de la parroquia de Quiroga. La zona andina comprende las parroquias rurales de Imantag, Quiroga y las comunidades rurales de la cabecera cantonal; la zona de Intag está conformada por las parroquias rurales de Apuela, Plaza Gutiérrez, Cuellaje, Peñaherrera, Vacas Galindo y García Moreno (PDyOT Cotacachi, 2015).



**Ilustración 2. División Parroquial del Cantón Cotacachi.**

Fuente: SENPLADES - Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

### 1.6.1.2 Parroquia Quiroga.

#### 1.6.1.2.1 Ubicación.

La parroquia de Quiroga se encuentra ubicada geográficamente en el cantón Cotacachi, en la provincia de Imbabura a 2.4 km de la cabecera cantonal de Santa Ana de Cotacachi, en la vía a la laguna de Cuicocha, a 5km de Otavalo, a 25 km de la capital provincial (Ibarra) y a 93 km de la ciudad de Quito capital del Ecuador.

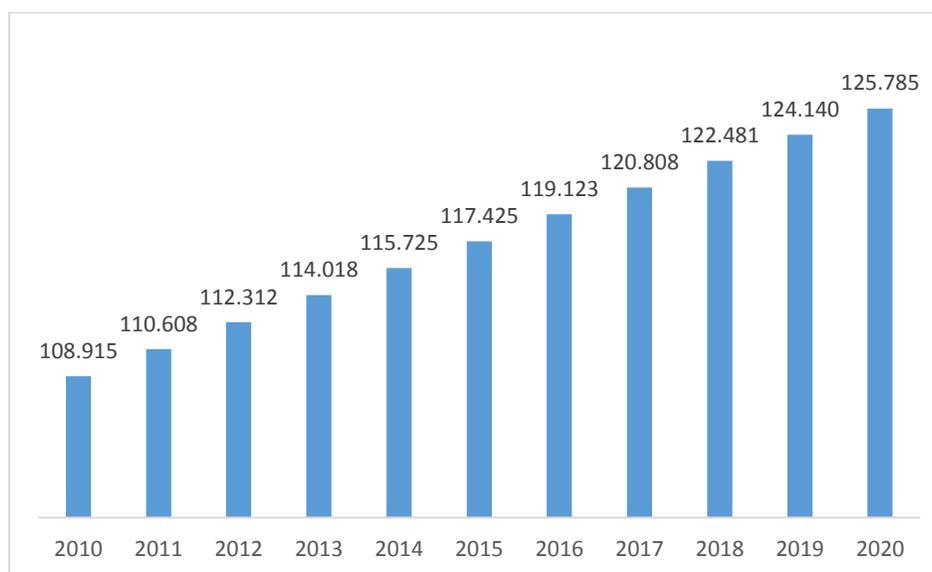
### 1.6.1.2.2 Conformación.

En la parroquia existen 12 poblados como son: Cumbas Conde, San José del Punge, San Antonio Del Punge, San Martín, Domingo Sabio, Cuicocha, La Victoria, Guitarra uco, Ugshapungo, Arrayanes, San Nicolás y Quiroga como cabecera parroquial (PDyOT Quiroga, 2015).

## 1.6.2 Aspectos demográficos.

### 1.6.2.1 Población actual.

La población total del Cantón Otavalo para el año 2017 según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del mismo cantón es de 120.808 habitantes.



**Ilustración 3. Proyección de la población al año 2020.**

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010

Elaboración: CELAEP, 2014.

### 1.6.2.2 Porcentaje poblacionales y tasa de crecimiento.

“Según datos del último censo de población y vivienda del año 2010, el cantón Otavalo cuenta con 104.874 habitantes, de los cuales el 51,9 % son mujeres y el 48,10 % son hombres” (PDyOT Otavalo, CELAEP , 2015).

**Tabla 2**  
**Porcentaje poblacionales y tasa de crecimiento.**

Porcentajes poblacionales y tasa de crecimiento	
Población:	104.874 habitantes (26.3% respecto a la provincia de Imbabura).
Urbana:	37.5%
Rural:	62.5%
Mujeres:	51.9%
Hombres:	48.1%
PEA:	52.3%
Tasa de crecimiento:	1,68% (2001 al 2010)

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010.

Elaborado por: CELAEP, 2014

### 1.6.2.3 Proyección de la población por grupos de edad al 2017.

**Tabla 3**  
**Proyección de la población por grupos de edad al 2017.**

Proyecciones referenciales de población cantonal según años en rango de edades/ Otavalo. Periodo 2010-2017								
RANGO EDADES	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
15-19	11.014	11.239	11.464	11.683	11.893	12.089	12.269	12.432
20-24	9.334	9.527	9.725	9.926	10.133	10.344	10.556	10.764
25-29	7.882	8.055	8.229	8.405	8.583	8.763	8.946	9.133
30-34	6.832	6.995	7.162	7.331	7.501	7.670	7.842	8.014
35-39	6.047	6.179	6.316	6.461	6.613	6.772	6.935	7.102
40-44	5.430	5.553	5.674	5.796	5.922	6.050	6.182	6.321
<b>Total</b>	<b>46.539</b>	<b>47.548</b>	<b>48.570</b>	<b>49.602</b>	<b>50.645</b>	<b>51.688</b>	<b>52.730</b>	<b>53.766</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2014.

Elaborado por: CELAEP, 2014

Al analizar la distribución de la población por edades, la mayor parte de la población Otavaleña se concentra en los grupos de edad correspondientes a la población adolescente y joven, esto es entre los 10 y 34 años, que a la vez son potencialmente activos. Sin embargo, si se compara la población masculina y femenina vemos que la segunda es la más significativa en los grupos de edad. (PDyOT Otavalo, CELAEP, 2015).

La edad que se tomó en cuenta para el emprendimiento son las mujeres que se encuentran entre 15 a 44 años, este rango sirve como referencia para conocer los gustos y preferencias de las mujeres de Otavalo con relación a las chaquetas. Además, se tomó a partir de 15 años, porque se ha visto que en la actualidad las adolescentes son quienes más tienden a estar a la par con la moda actual y son las que más demandan dicha prenda, e incluso en la encuesta aplicada a las mujeres, el 45% se encuentran en este rango. Además, cabe señalar que se colocó un límite de edad de 44 años debido a que a partir de dicha edad las personas tienden a tener otro tipo de gustos y preferencias, optando más por sacos de lana, abrigo o ponchos.

#### **1.6.2.4 Población por género.**

Se puede ver que en la población por género las mujeres tienen casi el 3% más ante los hombres.

**Tabla 4**  
***Población por género.***

<b>Género</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Hombre	48.1%	25861
Mujer	51.9%	27905
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>53.766</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010.

Elaborado por: Las Autoras

### **1.6.3 Aspectos económicos.**

#### **1.6.3.1 Industria.**

Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda. Debido al reciente estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología, que ha permitido el ingreso de productos extranjeros, el sector textil ecuatoriano ha venido realizando esfuerzos con el objetivo principal de mejorar los índices de producción actuales, e innovar en la creación de nuevos productos que satisfagan la demanda internacional (Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, 2012).

### ***1.6.3.2 Sectores económicos.***

El cantón Otavalo está dedicado en gran parte a la producción y comercialización artesanal e industrial de diferentes productos, como textiles, sombreros, instrumentos musicales, entre otros. La actividad artesanal representa una de las principales fuentes de ingresos que poseen los habitantes en Otavalo, luego está el comercio de alimentos, el turismo y finalmente, la agricultura y la ganadería. Las artesanías y el turismo son las actividades de mayor atracción ya que son sectores que dinamizan la economía de Otavalo; pese a que la comercialización de las artesanías ha decaído en los últimos años, debido, entre otros motivos, a la incorporación de artesanías peruanas y colombianas en el mercado local de Otavalo y a la decadencia en la calidad de los productos elaborados (PDyOT Otavalo, CELAEP , 2015).

### ***1.6.3.3 Manufactura y comercio.***

Según los registros del municipio de Otavalo en el año 2014 existían un total de 463 establecimientos dedicados a la industria manufacturera, del cual el 323 se encuentran en el sector urbano y los 140 en el rural. Referente al comercio en Otavalo en días ordinarios concentra aproximadamente 2.660 puestos de comerciantes, especialmente en el mercado 24 de Mayo, Copacabana, Centenario, Calle 31 de Octubre, a diferencia del día sábado, donde el comercio genera un movimiento masivo de intercambio comercial, incrementándose en un 211% (5.624 puestos) la cantidad de puestos de comerciantes que ofertan sus productos en lugares aledaños a la Plaza de Pochos y a los mercados principales (PDyOT Otavalo, CELAEP , 2015).

En cuanto al cantón Cotacachi en la parroquia de Quiroga debido a que no se pudo obtener datos acerca de las personas que se dedican únicamente a la comercialización de prendas de vestir al por mayor, importados de los países vecinos de manera ilegal se realizó una investigación propia en la comunidad Cumbas Conde y San Antonio del Punje.

De estas comunidades se pudo obtener que en la actualidad existen únicamente 5 personas que se dedican a esta actividad, del cual se dividen 3 y 2 respectivamente. En cuanto al número de talleres que se encuentran en dichas comunidades, que no cuentan con registro de patente porque es practicada como actividad complementaria en el hogar, se obtuvo que existen 4 talleres que se dedican al arreglo de todo tipo de prendas y confección de sacos, chompas, pantalones en tela térmica, hindú y polar.

#### ***1.6.3.4 Contrabando.***

Este método de comercio, indiscutiblemente ilegal, ha existido por siempre y desde siempre, y ha sido el origen de grandes fortunas a nivel mundial. Por desgracia Ecuador no podía estar al margen de este mal y muchos comerciantes inescrupulosos han optado por esta vía para traer mercancías al país.

La Administración Aduanera está empeñada en dar un giro radical en el control aduanero, y los resultados de esta decisión se han podido sentir especialmente a partir del año 2014. Sin embargo, la decisión del Gobierno Nacional de aplicar medidas de salvaguardia para restringir importaciones ha provocado la proliferación de prácticas ilegales de comercio en productos textiles y sus confecciones. A pesar de las aprehensiones realizadas por el Servicio Nacional de Aduanas, hay cada vez más presencia en el mercado de productos de dudosa procedencia. (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, 2010)

El control posterior, también llamado vigilancia de mercados, es la forma moderna y más efectiva de verificar el cumplimiento de la Ley aduanera y tributaria por parte de los agentes económicos, es decir, de quienes fabrican o comercian productos. Otra de las normas obligatorias cuyo cumplimiento puede ser verificado con esta vigilancia es el Reglamento de Etiquetado y Rotulado Textil (RTE INEN 013:2006) (Asociación de Industrias Textiles del Ecuador, 2010).

De acuerdo con las investigaciones realizadas, los comerciantes tratan de cumplir esta modalidad de la siguiente forma; según María Teresa Bonilla Cumba, ella compra la ropa en Perú y las trae como equipaje luego procede a cambiar las etiquetas con personas conocidas para no tener problemas con los controles en el Ecuador, esto lo hace frecuentemente.

Pardo estima que el 50% de sus clientes es ecuatoriano. La visita de los compradores nacionales le deja a este negocio ganancias por USD 8 000 los fines de semana. El Servicio Nacional de Aduanas de Ecuador (Senae), del Distrito de Huaquillas, identifica a los textiles como el principal rubro de contrabando que ingresa al país. Según datos de la Aduana del Ecuador, el 40% de las aprehensiones son de prendas de vestir.

Teresa C. llegó desde Guayaquil para adquirir ropa de mujer. Cuenta que cruza la frontera cada 15 días, para comprar las prendas por docenas para luego venderlas en sus dos locales que tienen en la Bahía de Guayaquil. “Tengo unos conocidos que me ayudan a pasar hasta Arenillas”. Aun así, la comerciante dice que no se considera contrabandista. “Hacer todo el papeleo para ingresar la mercadería lleva mucho tiempo” (El Comercio, 2014).

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENA E, aprehendió más de \$200 mil en mercancías de contrabando durante diferentes operativos de control realizados en los pasos no habilitados en la frontera sur del país. Durante esta acción los aduaneros, detectaron que las mercaderías no contaban con el sustento legal que respalde al país, por lo que se procedió a la detención de la mercadería. Entre los artículos decomisados constan: Prendas de vestir como chompas. Es importante mencionar que la Aduana ha aprehendido más de \$9 millones en mercancías a nivel nacional en lo que va del 2017. Con estas acciones el SENA E no busca coartar el trabajo de ningún ciudadano, más bien busca promover el comercio justo protegiendo a los productores nacionales y empresarios formales. (Aduana del Ecuador SENA E, 2017).

El ministro de Finanzas, Carlos de la Torre, informó el miércoles 29 de noviembre del 2017 que el Estado deja de percibir alrededor de USD 700 millones cada año debido al contrabando, por lo que defendió los esfuerzos de la administración de Lenín Moreno para combatir el ingreso ilegal de productos. Según el funcionario, el contrabando es un "azote" que afecta "gravemente" a la economía. Indicó que el cálculo de los USD 700 millones anuales contempla sólo el contrabando técnico, la subfacturación en las propias aduanas y no lo que ingresa por pasos clandestinos en las fronteras.

"En los últimos tres años son más de USD 2 000 millones, lo que implica que, por esas malas prácticas, no se pudieron generar 200 000 nuevas plazas de empleo", dijo el funcionario en la radio Platinum. Señaló que lo que más afecta a la generación de empleo en Ecuador es la "competencia desleal" y el mermar de recursos al Estado, a través de prácticas como el contrabando (El Comercio, 2017).

## 1.7 Matriz AOOD

**Tabla 5**  
**Matriz AOOD.**

<b>Aliados</b>	<b>Oponentes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existencia de proveedores de materia prima a precios reducidos.</li> <li>• Disponibilidad de variedad de colores en tela galleta.</li> <li>• Crecimiento de la demanda de chaquetas por parte de los locales comerciales.</li> <li>• Facilidad para realizar la publicidad por las redes sociales</li> <li>• Contar con 3 comerciantes fijos, quienes cuentan con una gran cantidad de clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Copia del diseño de las chaquetas por parte de pequeños talleres artesanales.</li> <li>• Precios más bajos por parte de la competencia.</li> <li>• Experiencia en confección de chaquetas por el mercado internacional.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Riesgos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las chaquetas tienen gran aceptación entre las mujeres de 15 a 34 años, lo que ayudará a posicionarse en el mercado sin tantas dificultades.</li> <li>• Las mujeres tienden a comprar nuevas prendas en corto tiempo generando un aumento de la demanda.</li> <li>• Creación de fuentes de trabajo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nula inversión en maquinaria de alta tecnología para agilizar el trabajo.</li> <li>• Que el modelo de las chaquetas pase de moda.</li> <li>• Cambio constante de la materia prima en el mercado internacional, el cual aún no se dispone en Ecuador.</li> <li>• Cambios en las leyes que pueden afectar a las microempresas.</li> </ul>

---

Elaborado por: Las autoras

### 1.7.1 Cruce de la matriz AOOR.

**Tabla 6**  
**Cruce Matriz AOOR.**

	<b>Aliados</b>	<b>Oponentes</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existencia de proveedores de materia prima a precios reducidos.</li> <li>Disponibilidad de variedad de colores en tela galleta.</li> <li>Crecimiento de la demanda de chaquetas por parte de los locales comerciales.</li> <li>Facilidad para realizar la publicidad por las redes sociales</li> <li>Contar con 3 comerciantes fijos, quienes cuentan con una gran cantidad de clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Copia del diseño de las chaquetas por parte de pequeños talleres artesanales.</li> <li>Precios más bajos por parte de la competencia.</li> <li>Experiencia en confección de chaquetas por el mercado internacional.</li> </ul>
<b>Oportunidad</b>	<b>AO</b>	<b>OO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Las chaquetas tienen gran aceptación entre las mujeres de 15 a 34 años, lo que ayudará a posicionarse en el mercado sin tantas dificultades.</li> <li>Las mujeres tienden a comprar nuevas prendas en corto tiempo generando un aumento de la demanda.</li> <li>Creación de fuentes de trabajo.</li> </ul>	<p>Realizar una alianza con los proveedores más importantes para disponer de todos los materiales que se requiere en el momento que se necesite, por lo cual se evidenciará una disminución del costo. Además, para aprovechar la aceptación de la prenda, se realizará chaquetas en varios colores, para cubrir la demanda que existe.</p>	<p>Investigar nuevos modelos de chaquetas en los países más desarrollados y no depender únicamente del mercado peruano, de esta manera la microempresa será la primera en diseñar y crear el producto. Además, para combatir con la competencia se realizará chaquetas con acabados de calidad, para que el precio justifique la prenda.</p>
<b>Riesgo</b>	<b>AR</b>	<b>OR</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Nula inversión en maquinaria de alta tecnología para agilizar el trabajo.</li> <li>Que el modelo de las chaquetas pase de moda.</li> <li>Cambio constante de la materia prima en el mercado internacional, el cual aún no se dispone en Ecuador.</li> <li>Cambios en las leyes que pueden afectar a las microempresas.</li> </ul>	<p>Desarrollar publicidad por medio de las redes sociales realizando ofertas, descuentos y promociones para dar a conocer el producto. Además, se realizará la búsqueda y convenio de otros proveedores que tengan una variación continua en la materia prima que brindan y estén a la par con las tendencias de otros países.</p> <p>Crear buenas relaciones laborales, principalmente con los tres comerciantes, para que nos proporcionen información acerca del material y los modelos de chaquetas existentes en el mercado internacional, para poder cubrir las expectativas de los clientes.</p>	<p>Realizar capacitaciones continuas a los trabajadores de acuerdo con la tendencia de la moda para obtener chaquetas con diseños exclusivos y ser conocidos en el mercado por estas características. Además, se afrontará de manera conjunta, entre las socias, los cambios de leyes que se presenten, para evitar la inestabilidad de la microempresa.</p>

Elaborado por: Las autoras

### **1.8 Determinar la oportunidad para el emprendimiento.**

Con la elaboración del diagnóstico situacional realizado al cantón Cotacachi y Otavalo, se pudo evidenciar que existe una gran oportunidad para la implementación del emprendimiento denominado “Creación de una microempresa de producción y comercialización de chaquetas para damas en la comunidad de Cumbas Conde, Cantón Cotacachi, provincia de Imbabura” por las siguientes razones; porque según los datos demográficos la mayoría de la población otavaleña son mujeres que a partir de los 10 a 34 años son considerados potencialmente activos y esto le conviene al proyecto ya que mientras más mujeres exista, mayor será la demanda.

En cuanto al aspecto económico existe un gran movimiento de intercambio comercial en los principales mercados de Otavalo y mucho más los días sábados en el que hay gran afluencia de personas no solo del cantón sino de otros lugares, así como también turistas que son atraídos por las artesanías, además el sector textil es el que genera más plazas de empleo directo e indirecto lo que beneficia a la población y a la economía local, pero hay que mencionar que el sector textil está teniendo un estancamiento por falta de innovación de diseños, marcas propias y tecnología provocando un aumento de productos extranjeros por lo que el sector textil ecuatoriano tiene el objetivo de mejorar los aspectos antes mencionados, lo que la implementación del emprendimiento contribuirá con este objetivo, conjuntamente brindará fuentes de empleo a medida que vaya creciendo la microempresa.

También se pudo evidenciar que se contará con grandes aliados, los cuales minimizan las dificultades que se puedan presentar en el desarrollo del emprendimiento, asimismo contribuirán para alcanzar las oportunidades que se presentan y al tener conocimiento de los riesgos y oponentes se tendrá muy en cuenta para contrarrestarlos.

## CAPITULO II

### 2 Marco teórico

Para la elaboración del marco teórico se ha realizado un análisis minucioso de distintas fuentes bibliográficas.

#### 2.1 Emprendimiento

“Capacidad de diseñar una idea y con base en ella, implementar un proyecto a través de la identificación de oportunidades” (Sierra, 2014, pág. 182). “Emprender es llevar a la realidad una idea que se encuentra en una etapa inicial de una actividad comercial o social, asumiendo la posibilidad del fracaso de su proyecto” (Kirberg, 2014, pág. 228).

Mediante el análisis de los enunciados se concluye que el emprendimiento es desarrollar un bien o servicio de manera creativa y novedosa, buscando satisfacer las exigencias del mercado, y por ende al implementar esto, se corre el riesgo de tener éxito o fracasar.

#### 2.2 Desafíos para el emprendedor

Existen factores que complican el inicio y sostenibilidad de los emprendimientos, como por ejemplo la tramitología, la falta de financiamiento especializado o capital semilla, la falta de capacitación o formación en temas relacionados con el plan de negocios y marco legal, y la falta de mercados o canales de distribución (Redacción Líderes, 2018).

De manera que existe en el Ecuador desafíos al momento de implementar un emprendimiento y más aún si las personas que inician con su negocio desconocen de temas importantes para su constitución y funcionamiento por lo que se debería apoyar y capacitar constantemente en temas relacionados a los tramites, contabilidad y los financiamientos que existen en el Ecuador.

### **2.3 MIPYMES**

“La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejercerá una actividad de producción, comercialización o servicio, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales” (Codigo Orgánico de la Producción, 2015).

La Mipymes es una unidad económica que produce bienes o servicios para posteriormente ofrecerlas a la población, el cual busca satisfacer las necesidades y exigencias del mercado, cumpliendo con las normas, políticas y reglas con las que son reguladas, ya que gracias a la venta de sus bienes pueden subsistir, mantenerse y expandirse en el mercado.

### **2.4 Microempresa**

“Es una unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o, de hecho, formales e informales que se dedican a la producción, servicios y comercio, en los diferentes subsectores” (LEY DE COMPANIAS, Legislación Conexa, Cooncordancias, 2014).

Entonces la microempresa es un negocio familiar o una agrupación de individuos quienes desean producir bienes y servicios para ofrecerlos al mercado. En el Ecuador existen muchas entidades, quienes dan apoyo económico a éstas para que puedan iniciar o mejorar sus actividades las cuales ayudan a generar empleo.

### **2.5 Confección**

“Unión de varios paneles de tela previamente cortados a través de un o varios puntos de costuras para conformar una prenda de vestir, e incluye el planchado y en terminado final” (Martínez Aguirre, 2012, pág. 220).

Para una mejor comprensión se concluye que la confección es crear prendas de vestir, que va desde el corte hasta el acabado final, aplicando los conocimientos en la combinación de diferentes materiales como son telas, encajes, diseños, accesorios, y colores, los cuales deben ir a la par con las tendencias actuales de la moda.

## **2.6 Ropa casual.**

Este código es relajado, ya que permite todo tipo de prendas que aporten comodidad, pero que sigan luciendo fashion, esto quiere decir que no debes abusar de la comodidad llevando ropa deportiva, camisetas o jeans gastados. Por lo tanto, puedes optar por pantalones de cashmere, lana o gabardina, o hasta jeans que luzcan bien cuidados, combinados con blusas o camisolas, camisetas tipo polo, chamarras o sacos ligeros, suéteres, chaquetas etc. En cuanto al calzado, podrá ser de cualquier tipo, excluyendo el tenis y sandalias o chancas (Intrasingente, 2014).

Con esto se concluye que la ropa casual es muy utilizada en el medio debido a que es muy cómodo y rápida de colocarse al momento de lucirlos, ya sea para reuniones, comidas y eventos sociales informales, además es muy fácil de encontrar en los diferentes locales comerciales, que gracias a las nuevas tendencias se las pueden combinar de diferentes maneras.

## **2.7 Contrabando de ropa**

La noción de contrabando se emplea para nombrar al acto de ingresar mercaderías a un país de manera ilegal, sin abonar los impuestos correspondientes o sin respetar una prohibición establecida por la ley.

La ropa de mujer es la especialidad del local denominado La Número Uno, ubicado a menos de 200 metros del puente internacional de Huaquillas. Llamativos letreros anuncian la oferta del día: tres blusas de licra por USD 10.

Los precios están en dólares porque los vendedores han aprendido que al ecuatoriano no le gusta pagar en soles. Lo ha comprobado Renzo Pardo, administrador de La Número Uno. Este sitio es parte de una cadena de tiendas de ropa que trae el producto desde Lima (Paspuel, 2014).

## **2.8 Estudio de mercado**

“Proceso sistemático que permite obtener, recopilar y analizar la información de las principales características e interrelaciones de los consumidores, competidores y proveedores que conforman el mercado, con la finalidad de medir y cuantificar las necesidades de un producto o servicio” (Isique Huaroma, 2016, pág. 31).

Se concluye que el estudio de mercado es identificar de una manera más clara y precisa cual es el nivel de aceptación del producto en el mercado, con el que se puede identificar la cantidad de producto que se puede ofrecer para cubrir la demanda de la población insatisfecha.

### **2.8.1 Oferta.**

“Es la cantidad de ese bien que está dispuesto a poner en el mercado los productores en un determinado periodo de tiempo” (García, Gómez, & Fortes, 2013, pág. 55).

La oferta es la cantidad del producto que una organización está dispuesto a ofrecer al mercado bajo determinadas condiciones como son el precio y capacidad de la planta con la que cuentan.

### **2.8.2 Demanda.**

“Es la cantidad de ese bien que esta dispuestos a adquirir los compradores en un determinado periodo de tiempo” (García, Gómez, & Fortes, 2013, pág. 45).

Se concluye que la demanda es la cantidad de producto que la población está dispuesto a comprar dependiendo de sus gustos y preferencias, teniendo en cuenta el precio.

### **2.8.3 4 P del marketing.**

#### **2.8.3.1 Definición.**

“Es el conjunto de variables controlables que la empresa utiliza para crearse un posicionamiento determinado en el entorno y para ejercer una influencia en el mercado objetivo” (Arco & Blomer, 2013, pág. 148).

Con esto se concluye que el marketing mix es una estrategia que las empresas implementan dentro de su organización para poder conocer de manera detallada aspectos relacionados al producto y precio que se va a vender, al igual que el lugar estratégico en la cual se va a llevar a cabo la venta y la manera de cómo van a llegar a la población, mediante la publicidad.

#### **2.8.3.2 Producto.**

“Es aquel artículo que se puede ofrecer al mercado para su compra y consumo y puede satisfacer una necesidad o deseo del consumidor” (Isique Huaroma, 2016, pág. 76).

Para una mejor comprensión se concluye que el producto es un artículo tangible o un servicio que una organización produce para posteriormente venderla al consumidor.

#### **2.8.3.3 Precio.**

“Es la cantidad de dinero que el consumidor tiene que pagar a cambio de un producto o servicio. Por tanto, es la representación monetaria del valor de un bien o un producto en el mercado” (Aguilera, 2013, pág. 20).

El precio es el valor en unidades monetarias que se le da al producto para su venta y la cual permite a los consumidores adquirir dicho bien.

#### **2.8.3.4 Plaza.**

“Conjunto de operaciones y actividades que realiza una empresa para llevar los productos a los consumidores y usuarios finales, colocándolos en el lugar adecuado, en la cantidad adecuada y en el momento oportuno” (Aguilera, 2013, pág. 21).

Se concluye que la plaza son los canales de distribución de los productos, es decir la manera por la cual las empresas hacen llegar un producto hacia el cliente final.

#### **2.8.3.5 Promoción.**

“Proceso de comunicación masiva y pagada, su objetivo es influir en las decisiones de compra del consumidor” (Isique Huaroma, 2016, pág. 81).

Se concluye que la promoción es la manera como la entidad pretende dar a conocer a la población sobre su producto, especificando las características y ventajas de este, para poder convencer al cliente a que adquiera dicho producto, la promoción se la puede realizar mediante volantes, tarjetas, redes sociales, entre otras.

### **2.9 Estudio técnico**

En el estudio técnico se diseña la forma óptima de producir el bien o servicio, utilizando los recursos que se dispongan. Para iniciar el estudio, se debe tener claro los siguientes cuestionamientos: dónde, cuánto, cuándo, cómo y con que se va a producir, los cuales permitirán definir el tamaño, la localización y los equipos e instalaciones óptimas a utilizar, permitiendo sugerir la organización requerida para el proyecto. (Flórez Uribe, 2015, pág. 179)

Por lo tanto, el estudio técnico determina como va a producirse tomando en cuenta los diferentes lugares donde puede realizar la actividad, identificando las características y necesidades específicas para la operación y los costos en los que se incurrirá para cubrir esas necesidades, produciendo información acerca de los costos de esta.

### **2.9.1 Tamaño del proyecto.**

El tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión. Esta capacidad se expresa en cantidades producidas por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados, por ciclo de operación o periodo definido (Araujo Arévalo, 2012, pág. 73).

Es así como se puede decir que en el tamaño del proyecto se encuentran algunas variables como son: la tecnología del proceso productivo, costos de inversión y de operación, disponibilidad de la materia prima y cuál será el financiamiento del proyecto. También es importante especificar la unidad de medida del producto y la cantidad a producir por unidad de tiempo, por ejemplo; mensual.

### **2.9.2 Macrolocalización.**

(Arboleda Vélez, 2013) manifiesta a la macrolocalización como: “Decidir la zona general donde se instalará la empresa o negocio. Entre los factores a estudiar están; Leyes y reglamentos, clima, condiciones sociales y culturales, transporte, mano de obra, materia prima, facilidades de distribución, comunicaciones y más” pág. 157.

Entonces la localización del proyecto es uno de los puntos que tienen gran relevancia a la hora de implementar el emprendimiento, porque si la empresa tiene una localización errónea afectará de manera directa en sus operaciones es por lo que se debe analizar con mucho cuidado el lugar.

### **2.9.3 Microlocalización.**

(Arboleda Vélez, 2013) alude que la microlocalización es: Elegir el punto preciso, dentro de la macrozona, en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio.

Existen algunos factores a tomar en cuenta como; Localización urbana o rural, condiciones de las vías urbanas y de las carreteras, impuestos, forma del sitio, entre otras, pág. 157.

Por lo que una vez identificado el país, provincia y región en donde se realizará el emprendimiento hay que estudiar de manera minuciosa el sitio exacto en donde se desea implementar dicha inversión tomando en cuenta cada uno de los aspectos como por ejemplo la disponibilidad de servicios básicos.

## **2.10 Presupuesto operacional**

El presupuesto de operación del proyecto se forma a partir de los ingresos y egresos de operación y tiene como objetivo pronosticar una estimación de las entradas y salidas monetarias de la empresa, durante uno o varios periodos, los cuales están en relación directa con la vida útil del proyecto (Araujo Arévalo, 2012, pág. 106).

Consecuentemente se puede decir que el presupuesto operacional son datos numéricos estimados que ayudan a identificar qué es lo que necesita la empresa, así como también determinar las salidas monetarias que se realizarán para lograr un correcto funcionamiento de esta.

### **2.10.1 Elementos del presupuesto operacional.**

Los elementos integrantes son; presupuesto de ventas, producción, consumo y compras de materia prima, MOD, CIF, gastos operacionales, financieros e inventarios de producto terminado, materia prima y productos en proceso. Con estos datos proyectados, se está en la posibilidad de realizar un análisis de las utilidades del periodo, permitiendo reevaluar políticas y plantear nuevas estrategias si es necesario (Cano Morales, 2013, pág. 116).

Por lo tanto, se puede señalar que los elementos esenciales del presupuesto operacional son todos los presupuestos que determinan los ingresos y egresos en la producción y comercialización del bien o servicio a brindar a los consumidores.

### 2.10.2 Presupuestos.

Un presupuesto es un plan integrador y coordinador que se expresa en términos financieros respecto de las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado, con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia (Ramírez Padilla, 2013, pág. 223).

De manera que los presupuestos es una estimación futura de las operaciones y recursos que necesitará una empresa para funcionar durante un periodo de tiempo determinado, en pocas palabras es la forma de planear lo que se quiere hacer en el futuro expresándolos con datos numéricos, es decir identificar los ingresos y gastos previstos para un periodo de tiempo, el cual dependerá de los objetivos que persiga cada organización.

### 2.10.3 Depreciación.

La depreciación es la disminución o pérdida de valor de un bien o activo fijo producido por el uso y transcurso del tiempo.

#### 2.10.3.1 Depreciaciones de activos fijos.

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

**Tabla 7**  
**Porcentajes de depreciación.**

<b>Activos fijos</b>	<b>Vida útil años</b>	<b>Porcentaje</b>
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	20	5% anual.
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10	10% anual.
Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil	5	20% anual.
Equipos de cómputo y software	3	33,33% anual.

Fuente: Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno  
Elaborado: Por las autoras

### **2.10.3.2 Método lineal.**

Para el cálculo de la depreciación existen varios métodos reconocidos por las normas contables respectivas, pero en este caso se utilizará el método lineal que es el más usual porque permite distribuir el costo de los activos fijos de manera uniforme, entre los periodos establecidos objetivamente como de vida útil. (Zapata Sánchez, Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones, 2015, pág. 133). La fórmula es la siguiente:

$$\textit{Depreciación} = \frac{\textit{Valor o costo de adquisición} - \textit{valor residual}}{\textit{Periodo de vida útil}}$$

### **2.10.4 Estados financieros.**

Los estados financieros son reportes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, la cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad. Los estados financieros no son exactos ni las cifras que se muestran son definitivas, pese a que estarán preparados siguiendo las NIIF-NIC. Existen tres tipos de estados financieros, estos son: el balance general, el estado de pérdidas y ganancias, y el estado de flujo de efectivo (Zapata Sánchez, 2017, pág. 87).

De manera que para la elaboración de los estados financieros estos deben cumplir con algunas características como; ser comprensibles aun a usuarios que no tengan conocimientos contables, permitir identificar los datos más importantes para la toma de decisiones, que las cifras sean razonables, es decir, puedan comprobarse.

### **2.10.5 Flujo de caja.**

Es estimar los ingresos y egresos en efectivo que se producirán en un horizonte temporal de largo plazo (la vida del proyecto) y saber cuánto de ese efectivo se puede retirar, sin que este afecte la marcha del proyecto.

El horizonte temporal de un proyecto puede dividirse en tres etapas claramente definidas, a saber: inversión, operación y liquidación. La primera está concentrada en el año 0, la segunda va desde el año 1 hasta el año  $n$ , y la tercera convencionalmente se asume en el año  $n+1$ . (Lira Briceño, 2014, pág. 112).

El flujo de caja hace referencia a las entradas y salidas de dinero en un periodo de tiempo determinado y brinda información acerca de la capacidad que tiene la empresa para pagar sus deudas, además ayuda a analizar la viabilidad del proyecto o emprendimiento. En la evaluación de un proyecto, el flujo de caja es el principal estado financiero, ya que resulta relevante conocer las cantidades efectivas de dinero que se podrá retirar del negocio sin alterar su funcionamiento.

#### **2.10.6 Punto de equilibrio.**

“El punto de equilibrio es aquel donde los ingresos totales son iguales a los costos totales; es decir, el volumen de ventas con cuyos ingresos se igualan los costos totales y la empresa no reporta utilidad, pero tampoco pérdida” (García Colín, 2014, pág. 256).

De manera que el denominado punto de equilibrio, nos indica que después de éste la empresa empezará a obtener ganancias del bien o servicio que preste, es por este motivo que el emprendimiento deberá utilizarlo y realizar el cálculo por medio de uno de los diferentes métodos como están el método gráfico, de contribución marginal o de ecuación dependiendo del que se ajuste al tipo de emprendimiento.

#### **2.11 RISE**

El Régimen Impositivo Simplificado (RISE), es un régimen de inscripción voluntaria, que reemplaza el pago del IVA y del Impuesto a la Renta a través de cuotas mensuales y tiene por objeto mejorar la cultura tributaria en el país.

Un contribuyente inscrito en el RISE tiene la obligación de emitir y entregar comprobantes de venta por transacciones superiores a US\$ 12,00, sin embargo, a petición del comprador, estará en la obligación de entregar el comprobante por cualquier valor. Al final de las operaciones de cada día, se deberá emitir una nota de venta resumen por las transacciones realizadas por montos inferiores o iguales a US\$ 12,00 por lo que no se emitió un comprobante (Servicio de Rentas Internas SRI, 2018).

De acuerdo a los ingresos del presupuesto de ventas de Confecciones TyDys, esta se encuentra en la actividad de manufactura de la categoría 5 porque los ingresos se encuentran dentro del siguiente rango que es de \$30.001 a \$40.000, teniendo que cancelar como cuota mensual \$35,79 y el monto máximo del comprobante de venta que podrá emitir será de \$350.

#### **2.11.1 ¿Quiénes pueden acogerse al RISE?**

- Pequeños negocios con ventas al año inferiores a US\$60.000 y con menos de 10 empleados.
- Pequeños negocios cuyos propietarios, además, perciban ingresos en relación de dependencia anuales menores a la fracción básica del Impuesto a la Renta y en conjunto con las ventas del negocio no superen los US \$60.000 anuales.
- Quienes inicien actividades económicas y no prevean superar ventas por US \$ 60.000 anuales (Servicio de Rentas Internas SRI, 2018).

### **2.11.2 ¿Qué beneficios ofrece el RISE?.**

- No necesita hacer declaraciones, por lo tanto, se evita los costos por compra de formularios y por la contratación de terceras personas, como tramitadores, para el llenado de estos.
- Se evita que le hagan retenciones de impuestos
- Entregar comprobantes de venta simplificados en los cuales solo se llenará fecha y monto de venta (no se desglosará el 12% del IVA).
- No tendrá obligación de llevar contabilidad
- Por cada nuevo trabajador que incorpore a su nómina y que sea afiliado en el IESS, Ud. podrá solicitar un descuento del 5% de su cuota, hasta llegar a un máximo del 50% de descuento. (Servicio de Rentas Internas SRI, 2018).

## **2.12 Impactos**

“Los impactos son las señales, huellas y aspectos positivos o negativos, que la ejecución del proyecto provocará en un ámbito, grupo o área determinada” (Posso Yépez, 2013, pág. 54).

Entonces los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto o emprendimiento, por lo tanto, es importante analizar su efecto y realizar planes para mitigarlos.

### **2.12.1 Impacto económico.**

El impacto económico indica los efectos (beneficios y/o problemas) de carácter económico que tendrá el proyecto en el ámbito local, regional o nacional; se pueden también señalar los aspectos económicos positivos que provocará el proyecto en los individuos, grupos o sociedad (Posso Yépez, 2013, pág. 55).

Es uno de los impactos más importante, ya que se sabrá cómo afectará a nivel local identificando los diversos beneficios que pertenecen a los impactos positivos, los que vienen dados en la cantidad o en la calidad del bien o servicio que generan una utilidad o por una reducción del precio de estos y los costos serian impactos negativos, los que vienen dados por una reducción en la cantidad o en la calidad de bienes y servicios o por un aumento del precio de estos.

### **2.12.2 Impacto ambiental.**

“Es un daño o alteración derivado de un proyecto o actividad, afectando a la salud y bienestar del hombre, directa o indirectamente, a través del medio natural” (Bustos A., 2016, pág. 260).

Así, es que el impacto ambiental en la actualidad es un tema de gran importancia, por lo cual las empresas deben ayudar a controlar los efectos negativos que generen en el ambiente por su actividad, tomando las medidas necesarias para reducirlos o eliminarlos por completo.

## CAPITULO III

### 3 Estudio de mercado

#### 3.1 Introducción

En este capítulo se podrá apreciar la descripción y características del producto, las tendencias actuales de las chaquetas, la segmentación de la población para el respectivo cálculo de la muestra, el informe de la encuesta y la entrevista aplicada, las que servirá para a calcular la demanda y la oferta, conocer los gustos y preferencias de las mujeres respecto a las chaquetas, así como para realizar el análisis de la competencia, precio y la elaboración de las estrategias de comercialización del marketing mix. Para elaborar todo lo mencionado se recolectará información a través de técnicas como la encuesta que fue aplicada a las mujeres del cantón Otavalo y la entrevista a los comerciantes principales del mercado Copacabana.

#### 3.2 Objetivo del estudio de mercado

##### 3.2.1 Objetivo general.

Realizar un estudio de mercado en el cantón Otavalo para identificar la demanda, oferta y los gustos y preferencias de las mujeres en las chaquetas.

##### 3.2.2 Objetivos específicos.

- Identificar las características específicas del producto que se pretende colocar en el mercado.
- Determinar la demanda actual de chaquetas para damas.
- Conocer la oferta de chaquetas para damas en tela galleta.
- Evaluar la fijación de precios tomando en cuenta a la competencia.
- Diseñar estrategias de comercialización y distribución de la prenda.

### **3.3 Variables**

- Producto
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategia de comercialización

### **3.4 Indicadores**

#### **3.4.1 Producto.**

- Descripción del producto
- Características del producto
- Tendencias

#### **3.4.2 Demanda.**

- Segmentación
- Mercado meta
- Cálculo de la demanda
- Aceptación del producto
- Frecuencia de consumo
- Gustos y preferencias

#### **3.4.3 Oferta.**

- Cálculo de la oferta
- Análisis de la competencia.

#### **3.4.4 Precio.**

- Análisis del precio de la competencia
- Determinación del precio.

#### **3.4.5 Estrategia de comercialización.**

- Producto
- Plaza
- Precio
- Promoción

### 3.5 Matriz de estudio de mercado

**Tabla 8**  
*Matriz de estudio de mercado.*

<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas</b>	<b>Fuentes de información</b>
Identificar las características específicas del producto que se pretende colocar en el mercado.	Producto	Descripción del producto Características del producto Tendencias	Encuesta Entrevista Investigación documental	Primaria Secundaria
Determinar la demanda actual de chaquetas para damas.	Demanda	Segmentación Mercado meta Cálculo de la demanda Aceptación del producto Frecuencia de consumo Gustos y preferencias	Encuesta Entrevista	Primaria
Conocer la oferta de chaquetas para damas en tela galleta.	Oferta	Cálculo de la oferta Análisis de la competencia.	Encuesta Entrevista	Primaria
Evaluar la fijación de precios tomando en cuenta a la competencia.	Precio	Análisis del precio de la competencia Determinación del precio.	Encuesta Entrevista	Primaria
Diseñar estrategias de comercialización y distribución de la prenda.	Estrategia de comercialización	Producto Plaza Precio Promoción	Encuesta Entrevista Investigación documental	Primaria Secundaria

Elaborado por: Las autoras

### 3.6 Análisis de las variables

#### 3.6.1 Producto.

##### 3.6.1.1 Descripción del producto.



**Ilustración 4.** Chaqueta en tela galleta

Fuente: Propia



**Ilustración 5.** Chaqueta en tela cuerina

Fuente: Propia

La chaqueta para dama a ser confeccionada al iniciar el emprendimiento será con mangas bretel a la sisa y abierta, en la cual irán botones o cierre dependiendo del modelo, lo que permite llevarla abierta o cerrada. Dicha prenda será confeccionada en tela galleta y luego en cuerina acorde al gusto del consumidor. Se dispondrá en talla M que vendría a ser la talla 38, ya que esta talla es intermedia y la pueden usar tanto las mujeres que utilizan la talla S como también la L, a las mujeres que usan la S les quedaría un poco holgada y a las mujeres de talla L se les entalla al cuerpo perfectamente, además para satisfacer el gusto de las consumidoras se la producirá en distintos colores, en especial en el color negro que es el que mayormente prefieren.

Esta es una prenda cómoda y a la vez elegante, la cual se puede combinar con distintos tipos de prendas dando un toque sofisticado al atuendo, la que posteriormente será diseñada de diferentes formas de acuerdo con la tendencia de la moda, los gustos y preferencias de las mujeres.

#### ***3.6.1.2 Características del producto.***

- Prenda de vestir cómoda y con un toque de elegancia, el cual es muy versátil ya que se lo puede utilizar de forma casual y semiformal.
- Elaborado en la nueva tela denominada galleta.
- El diseño es atractivo y variará de acuerdo con la moda.
- Será confeccionada en variedad de colores que permita la elección del consumidor, pero el color que predominará es el negro.
- Su presentación será en talla mediana (M).

#### ***3.6.1.3 Tendencias.***

Hoy en día, la moda muestra que no existe ninguna regla establecida puesto que, las que ya existían, siempre pueden cambiar.

Las tendencias que se presenta a continuación servirán de guía para el diseño de nuevos modelos y la elección del material en el que se confeccionará las chaquetas en un futuro, entre algunas de las chaquetas más conocidas en distintos materiales son:

#### **Chaqueta de pana**



***Ilustración 6. Chaqueta de pana.***

Fuente: VIX.COM

“Son perfectas para combinarlas con algún pantalón semi formal o unos jeans ajustados. ¿Debajo de la chaqueta? Una simple camiseta lisa, el blanco combina perfecto. Una opción súper femenina” (FLOPI, 2017).

#### **Chaqueta de cuero**



***Ilustración 7. Chaqueta de cuero.***

Fuente: Pinterest.es

“Desde hace unos meses las chaquetas de cuero tienen protagonismo en las pasarelas de los mejores diseñadores. La idea no es ser una mujer motoquera con un abrigo pesado; este tipo de abrigo es más liviano y ajustado” (FLOPI, 2017).

### **Chaqueta de jean**



***Ilustración 8. Chaqueta jean.***

Fuente: Evidyon.es

Lo que sucede con este tipo de chaquetas es que corres el riesgo de verte demasiado country o adolescente, por lo que se reservan solo para algunas muy atrevidas. Si bien son entalladas en la cintura, nunca se pueden utilizar apretadas como otros abrigos (FLOPI, 2017).

### **Chaqueta de gamuza**



***Ilustración 9. Chaqueta de gamuza.***

Fuente: Cutypaste.com

Es la más cálida. Por lo tanto, es la mejor aliada para enfrentar un invierno crudo. Si bien los hombres suelen utilizar más comúnmente este tipo de material, las mujeres no tienen por qué quedarse afuera. Las mejores son las que combinan la gamuza con algunos detalles, en el cuello y bolsillos, de piel (FLOPI, 2017).

### Chaquetas cropped (recortada)



**Ilustración 10. Chaquetas cropped.**

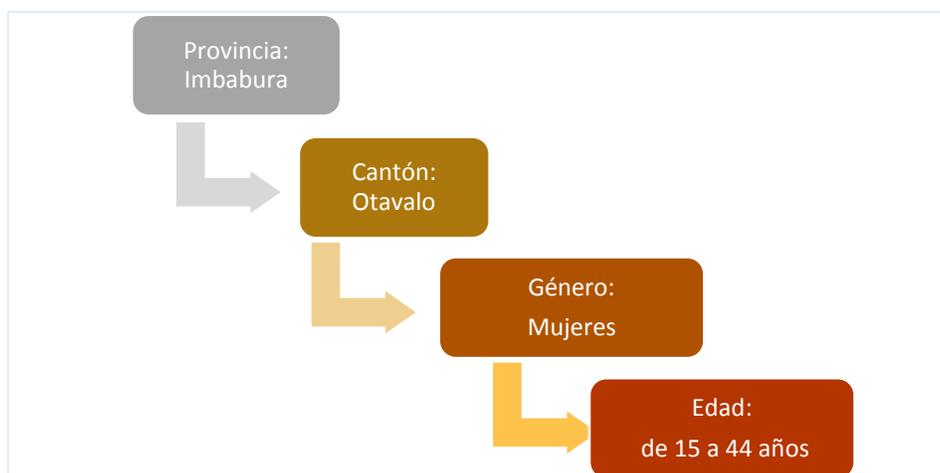
Fuente: Tendencias.com

“Los crop tops han sido una constante en esta temporada pasada a pesar de que ya hace mucho tiempo que irrumpieron en nuestro armario. Este otoño - invierno 2017/2018 se modernizan y se adaptan a las chaquetas” (CHARLIE, 2017).

### 3.6.2 Demanda.

#### 3.6.2.1 Segmentación.

La segmentación de mercado al que se dirigirá las chaquetas se la realizó de la siguiente manera:



**Ilustración 11. Segmentación de mercado.**

Elaborado por: Las autoras

### 3.6.2.2 Mercado meta.

La población que se tomó en cuenta en la presente investigación fueron las mujeres entre 15 a 44 años, del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura. Para determinar la población de este segmento se tomó la proyección de la población al 2017 con el rango especificado anteriormente que es de 53.766 personas, del cual el 51.9% representa a las mujeres, dando como resultado 27.905, el cual será la población que se tomará en cuenta para el cálculo de la muestra.

### 3.6.2.3 Muestra.

La muestra se calculó a partir de la información obtenida de las mujeres del Cantón Otavalo, mediante la siguiente formula.

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

K = Percentil de la distribución normal para una confiabilidad determinada. Aproximado de Z: Estadígrafo de la distribución normal. Depende de la confiabilidad  $(1 - \alpha/2)$ .  $\alpha$ : nivel de significación = 0.05 (100% - nivel de confianza = 95%).

N = Tamaño de la población.

P = Probabilidad que se produzca un fenómeno o proporción muestra.

Q = Probabilidad contraria a que se produzca.

e = Error absoluto.

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

$$n = \frac{27.905 * (1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(27.905 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 379$$

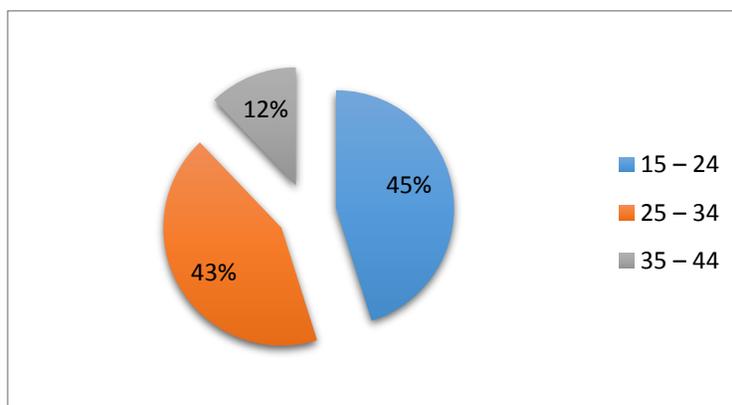
**3.6.2.4 Tabulación y análisis de la encuesta dirigida a las mujeres de entre 15 a 44 años del cantón Otavalo, provincia de Imbabura.**

**1) ¿En qué rango de edad se encuentra?**

**Tabla 9**  
**Edad.**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
15 – 24	171	45,12%
25 – 34	162	42,74%
35 – 44	46	12,14%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras



**Ilustración 12. Edad.**

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras

**Análisis:**

Los resultados muestran el rango de edad al que se debería tomar en cuenta para desarrollar el emprendimiento. Aunque la edad inicial a considerar es muy temprana, esta puede ser resultado de la anticipada inclusión de las personas al ámbito laboral, por lo que se producirá de manera preferencial para este rango, pero sin dejar de lado el siguiente rango de edad que tiene una mínima diferencia, pero de igual manera es importante considerarlo, en la que se podría realizar la producción, pero en menor cantidad.

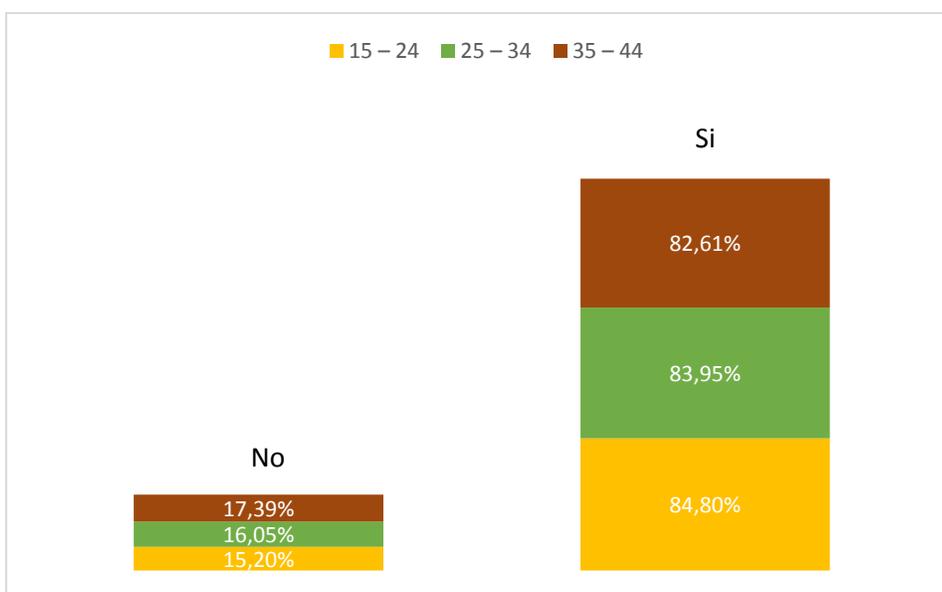
## 2) ¿Le gusta utilizar chaquetas?

**Tabla 10**  
*Preferencia respecto a chaquetas.*

Variable	Frecuencia			Porcentaje		
	15 – 24	25 – 34	35 – 44	15 – 24	25 – 34	35 – 44
No	26	26	8	15,20%	16,05%	17,39%
Si	145	136	38	84,80%	83,95%	82,61%
<b>Total</b>	<b>171</b>	<b>162</b>	<b>46</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas

Elaborado por: Las autoras



**Ilustración 13.** *Preferencia respecto a chaquetas.*

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas

Elaborado por: Las autoras

### **Análisis:**

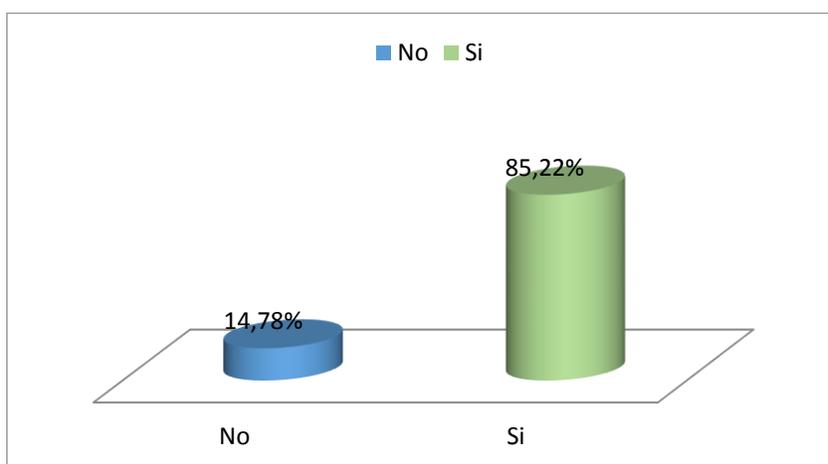
En cuanto al gusto de las mujeres sobre las chaquetas se obtuvo que la mayor parte dentro de los 15 a 34 años tienen predilección por ellas, por lo cual se puede evidenciar una gran oportunidad de aceptación de la prenda y por ende un alto porcentaje de demanda, además se tiene la oportunidad de aprovechar al máximo este gusto de las mujeres para posicionar el emprendimiento en el mercado sin tantas dificultades.

### 3) ¿Estaría dispuesto a comprar chaquetas con nuevos diseños?

**Tabla 11**  
*Aceptación de compra.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
No	56	14,78%
Si	323	85,22%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras



**Ilustración 14.** *Aceptación de compra.*

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras

#### **Análisis:**

Gran parte de las mujeres encuestadas admitieron estar dispuestas a adquirir otras chaquetas, esto nos vuelve a dar la razón en cuanto a la gran aceptación que tiene la producción de este tipo de prendas para damas, ya que se evidencia que son altamente demandadas y únicamente se deberá crear nuevos diseños con variedad de colores de acuerdo con la preferencia de los clientes para poder entrar en el mercado con mayor facilidad.

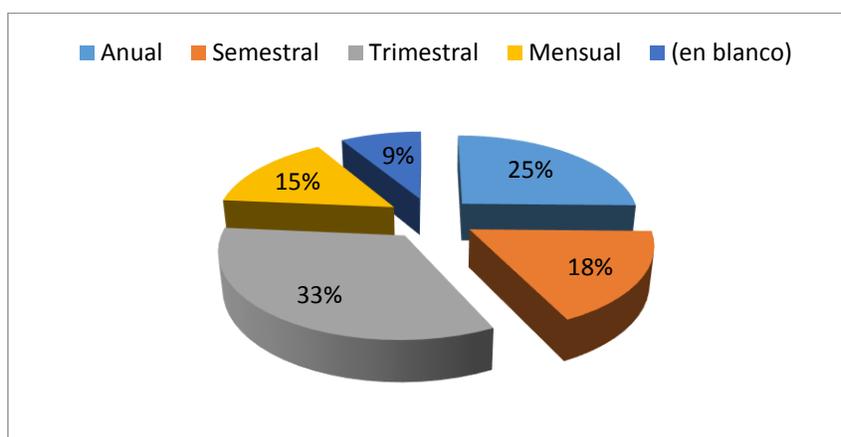
#### 4) ¿Con qué frecuencia adquiere chaquetas?

**Tabla 12**  
***Frecuencia de compra.***

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Anual	95	27,70%
Semestral	66	19,24%
Trimestral	126	36,73%
Mensual	56	16,33%
(en blanco)	36	9,50%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas

Elaborado por: Las autoras



***Ilustración 15. Frecuencia de compra.***

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas

Elaborado por: Las autoras

#### **Análisis:**

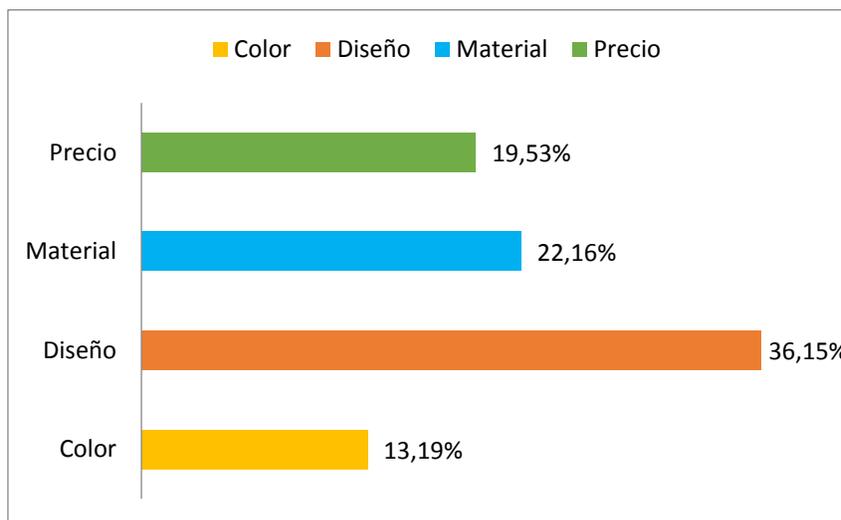
Las razones de los resultados obtenidos pueden ser porque esta prenda es muy cómoda y además le da un toque semi formal a la vestimenta casual, ya que tiene un aspecto elegante el cual es fácilmente combinable con cualquier tipo de prenda, también se puede evidenciar que la frecuencia de compra es en un corto tiempo que puede ser debido al constante cambio en las características del producto, por lo que esto nos brinda una pauta para que la empresa también se maneje en ese ritmo realizando únicamente la producción necesaria y de inmediato creando nuevos diseños.

## 5) ¿Qué aspectos consideraría para comprar chaquetas?

**Tabla 13**  
*Aspectos considerados por el cliente.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Color	50	13,19%
Diseño	137	36,15%
Material	84	22,16%
Precio	74	19,53%
(en blanco)	34	8,97%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras



**Ilustración 16.** *Aspectos considerados por el cliente.*

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras

### **Análisis:**

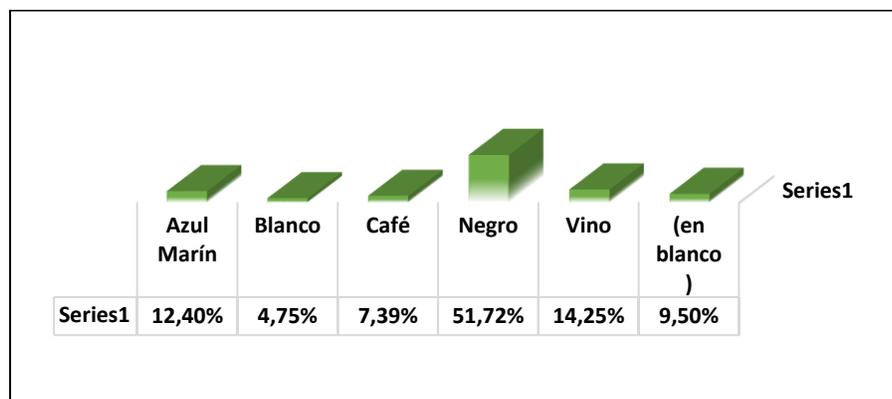
Con esta información se tiene claro que la empresa debe enfocarse al máximo en el diseño de la prenda para estar en línea con los gustos y preferencias de los clientes, pero es importante dejar claro que no existe mucha diferencia con los demás aspectos por lo que también se deberá tomar en cuenta ya que en conjunto son los que influyen en los consumidores.

## 6) ¿Cuál sería el color en el que preferiría la chaqueta?

**Tabla 14**  
*Gustos y preferencias de colores.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Azul Marín	47	12,40%
Blanco	18	4,75%
Café	28	7,39%
Negro	196	51,72%
Vino	54	14,25%
(en blanco)	36	9,50%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras



**Ilustración 17. Gustos y preferencias de colores.**

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras

**Análisis:**

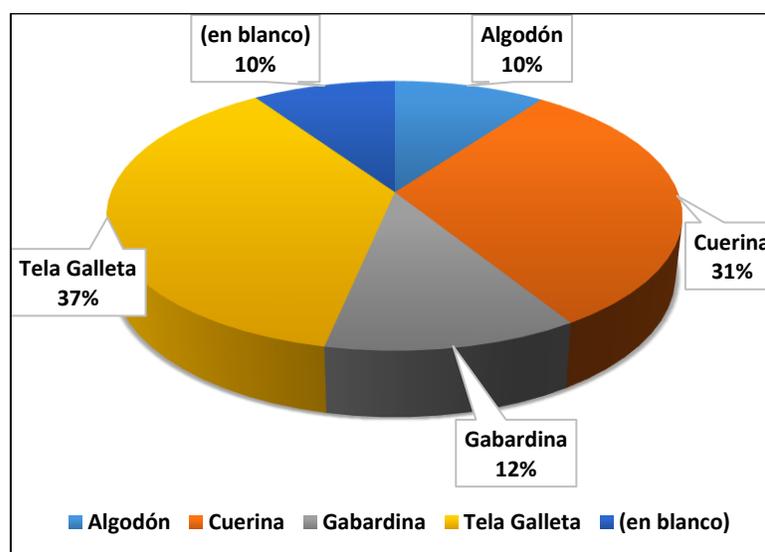
Gran parte de la población prefiere el color negro, este puede ser por la facilidad al momento de combinarlo con otro tipo de prenda o no se corre el riesgo de que se manche de manera rápida. Por otra parte, un pequeño número de la población prefieren el color vino, azul marino y café esto se da porque son tonos oscuros y apenas una mínima parte opto por el color blanco.

### 7) ¿Qué material prefiere a la hora de decidirse por la compra de una chaqueta?

**Tabla 15**  
*Gustos y preferencia con relación al material.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Algodón	38	10,03%
Cuerina	118	31,13%
Gabardina	46	12,14%
Tela Galleta	141	37,20%
(en blanco)	36	9,50%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras



**Ilustración 18. Gustos y preferencia con relación al material.**

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras

#### **Análisis:**

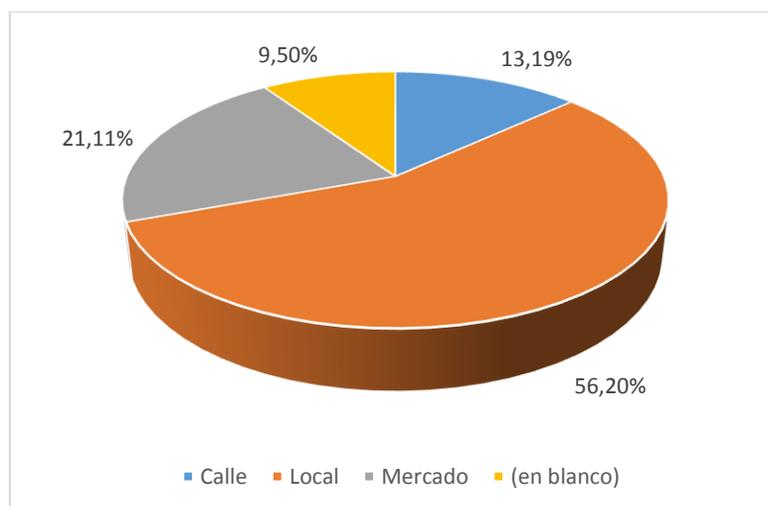
El material predominante para la confección de las chaquetas es la tela galleta, debido a que es más adecuado para el clima que poseemos, además su valor es reducido, lo cual beneficia al emprendimiento, seguido de la tela cuerina con una diferencia de seis por ciento y apenas un pequeño número de mujeres optaron por la tela gabardina y algodón.

### 8) ¿Cuál es el lugar de preferencia al momento de adquirir chaquetas?

**Tabla 16**  
**Punto de venta.**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Calle	50	13,19%
Local comercial	213	56,20%
Mercado (puestos)	80	21,11%
(en blanco)	36	9,50%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras



**Ilustración 19. Punto de venta.**

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras

#### **Análisis:**

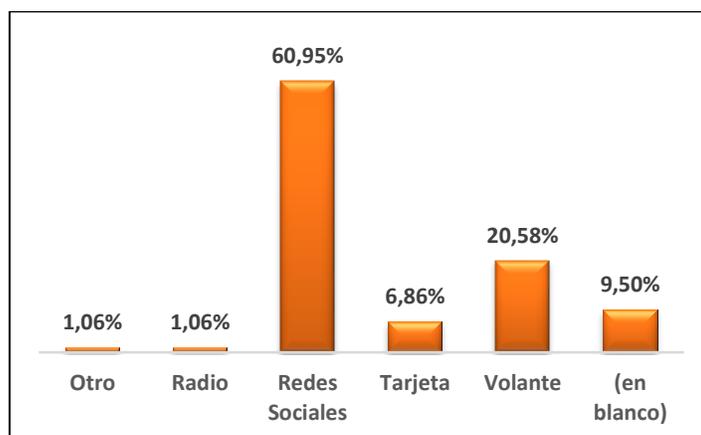
Más de la mitad de las mujeres encuestadas afirman que adquieren las chaquetas en locales, seguido del mercado, por lo cual se constituye un aliado para el emprendimiento, debido a que uno de los puntos de entrega por parte de los tres comerciantes son estos lugares, que se encuentran ubicados en Otavalo e Ibarra y por ello se aumentará la demanda, sin embargo, una mínima parte menciona la calle, por el valor reducido de las prendas.

9) ¿Cuál es el medio de comunicación por el que le gustaría saber acerca de las chaquetas?

**Tabla 17**  
*Publicidad de la chaqueta.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Otro	4	1,06%
Radio	4	1,06%
Redes Sociales	231	60,95%
Tarjeta	26	6,86%
Volante	78	20,58%
(en blanco)	36	9,50%
<b>Total</b>	<b>379</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras



**Ilustración 20. Publicidad de la chaqueta.**

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las autoras

**Análisis:**

Actualmente la mejor forma de realizar publicidad es utilizando la tecnología, puesto que todas las personas están vinculadas a las redes sociales a toda hora y en todo momento, además este medio se transforma en un aliado para el emprendimiento debido a que esta es una herramienta gratuita en la cual se puede realizar publicaciones a cada momento. Sin embargo, un porcentaje reducido mencionaron que prefieren publicidad por medio de volantes, tarjetas y radio, esto podría ser porque son las que más se utilizan.

### **3.6.2.5 *Análisis general de la encuesta.***

Con la información recolectada a través del instrumento se puede concluir que la mayoría de las mujeres de Otavalo tienen aceptación respecto a las chaquetas, lo que permite que la implementación del emprendimiento tenga buenas bases para su funcionamiento y desarrollo, ya que se evidenció una gran demanda de la prenda, además al tener conocimiento de los gustos y preferencias de la población, la microempresa tiene la oportunidad de aprovecharlos para conseguir un buen posicionamiento en el mercado. Uno de los aspectos en los cuales se pondrá más énfasis será en el diseño de las chaquetas debido a que la mayoría de las mujeres se fija en esto y otros aspectos al momento de adquirirla.

### **3.6.2.6 *Análisis de la información recogida en la entrevista.***

Mediante la aplicación de la entrevista ejecutada a tres principales comerciantes del Mercado Copacabana se pudo obtener la siguiente información:

#### **1) ¿Usted vende chaquetas para damas?**

Las tres personas entrevistadas mencionaron que, si venden chaquetas de mujeres, con lo cual se pudo confirmar que dichos comerciantes posiblemente se convertirían en compradores aliados.

#### **2) ¿Qué cantidad de chaquetas para damas adquiere mensualmente, para venderla?**

Los comerciantes indicaron que en el mes adquieren aproximadamente 160, 80 y 140. Mediante estas respuestas se concluye que adquieren una total de 380 chaquetas de forma mensual.

#### **3) ¿En qué tipo de material son más demandadas las chaquetas?**

Dos de las personas entrevistadas mencionaron que el material predominante al momento de adquirir chaquetas es en la tela galleta, pero la tercera persona manifiesta que la más demandada es en tela cuerina por lo que se concluye que los dos tipos de materiales son los más relevantes en el cantón Otavalo.

**4) ¿Dispone de la cantidad necesaria de chaquetas de damas para cubrir la demanda?**

Las tres personas entrevistadas mencionan que no disponen de la cantidad necesaria de chaquetas, porque en los últimos meses la Aduana del Ecuador ha reforzado el cuidado de la frontera con Perú y se les hace imposible pasar una mayor cantidad de prendas. Esto beneficia al emprendimiento ya que se podrá cubrir esta demanda.

**5) ¿Sus proveedores mayoritariamente son nacionales o extranjeros?**

Sus proveedores son extranjeros porque las prendas son traídas ilegalmente del Perú de la ciudad de Huaquillas, ellos son quienes les suministran todo tipo de prendas, dentro de ellas están las chaquetas para damas. Esto lo realizan dos veces a la semana.

**6) ¿Sus proveedores cubren la demanda realizada por usted?**

Las tres personas entrevistadas mencionan que sus proveedores muchas veces no pueden cubrir con los pedidos realizados debido a la gran demanda que se da en el vecino país, lo cual afecta en gran medida a dichos comerciantes ya que ellos no pueden ofrecer la cantidad requerida a la población de Otavalo.

**7) ¿Cuál es el precio promedio de las chaquetas para damas al que usted compra? Por unidad.**

El precio promedio al cual adquieren las chaquetas para damas es de 9 dólares. Pero hay que tomar en cuenta que en este valor no se incluyen los gastos en tiempo y dinero al realizar el viaje a la frontera peruana.

**8) ¿Cuál es el precio promedio de las chaquetas al que usted vende en Otavalo? Por unidad.**

Las tres personas entrevistadas mencionan que el precio promedio de las chaquetas que comercializan en Otavalo, y en los diferentes lugares del país, se encuentra en 12.50 dólares al por mayor, mientras que al por menor o por unidad se las comercializa hasta 15 dólares.

**9) ¿Cómo comercializa las chaquetas para damas?**

La manera de comercializar las chaquetas para damas es mediante ferias que se encuentran ubicados en Otavalo, Tulcán, Ambato, además son entregadas en locales comerciales de Ibarra, Otavalo y Quito.

**10) ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique exclusivamente a la confección de chaquetas para damas?**

Dos de las personas entrevistadas mencionan que, si conocen a dos personas que confeccionan chaquetas para damas, pero manifiestan que sus diseños, confección y acabados no son como las de Perú, ya que han descuidado mucho la calidad de la prenda, esto hace que los clientes prefieran las chaquetas peruanas, además manifestaron que la cantidad de producción es de 60 y 80 prendas mensuales aproximadamente, mientras que la tercera persona menciona que no conoce a nadie.

**11) ¿Está de acuerdo con la creación de una microempresa que confeccione chaquetas para damas en la Comunidad Cumbas Conde, Cantón Cotacachi?**

Las tres personas manifestaron que si les conviene la creación de una microempresa que confeccione chaquetas para damas, así ellos ya no tendrían que viajar a Perú y correr el riesgo de que las chaquetas adquiridas sean incautadas en la frontera lo que les ocasiona pérdidas de dinero y tiempo.

**12) ¿Estaría dispuesto(a) a adquirir las chaquetas que oferte dicha microempresa?**

Las tres personas mencionan que están dispuestos a adquirir las chaquetas para damas ya que gracias a esta creación ellos podrían adquirir la misma prenda, pero más cerca y abastecer a los diferentes lugares a las cuales ellos comercializan, también mencionan que de esta manera ya no existirá la necesidad de ir a Perú para adquirirlas.

### 3.6.2.7 *Análisis general de la entrevista.*

Con las entrevistas realizadas se pudo llegar a la conclusión de que en el cantón Otavalo si existen talleres que elaboran chaquetas para damas con similares características a las chaquetas elaboradas en Perú, pero a los comerciantes no les gusto los acabados de la prenda. Esto proporcionará la posibilidad de aprovechar esta oportunidad en beneficio del emprendimiento. Al implementar la microempresa se tendrá una ventaja competitiva con respecto a la competencia, porque se cuenta con la aceptación de los comerciantes más conocidos de la zona, ellos podrían ser los clientes fijos que posiblemente demandarán la prenda en grandes cantidades, ya que ellos se dedican a la comercializan de prendas de vestir al por mayor mediante ferias ubicadas en Otavalo, Tulcán, Ambato y además los entregan en los locales comerciales de Otavalo, Ibarra y Quito.

### 3.6.2.8 *Cálculo de la demanda.*

Para calcular la demanda se tomó en cuenta la información obtenida en la encuesta a partir del cual se realizó los cálculos necesarios para determinar la demanda actual más aproximada, lo que permitirá conocer si existe mercado para la venta de la prenda. El primer cálculo se realizó tomando en cuenta la información de la pregunta 3, tabla N° 11 y la pregunta 4, tabla N°12, con el cual se obtuvo el siguiente resultado.

**Tabla 18**  
***Demanda mensual***

Datos	Cantidades
Mercado meta	27905
(*) Aceptación de compra	85,22%
(=) Total posibles clientes	23781
(*) Frecuencia de compra	33,25%
(=) Total demanda por trimestre	7907
(=) Total demanda por mes	2636

Fuente: Encuesta aplicado a las consumidoras de chaquetas  
Elaborado por: Las Autora

### 3.6.3 Oferta.

#### 3.6.3.1 Cálculo de la oferta.

Para calcular la oferta se tomó en cuenta la información obtenida en la entrevista que fue aplicada a tres comerciantes principales del Mercado Copacabana, Cantón Otavalo, de la cual se utilizó la pregunta N°2 y N°10, a continuación, se presentan la información.

**Tabla 19**  
***Oferta mensual***

Datos	Cantidades
Comerciante 1	160
Comerciante 2	80
Comerciante 3	140
Persona 1	60
Persona 2	80
<b>Total</b>	<b>520</b>

Fuente: Entrevista aplicado a los comerciantes de chaquetas  
Elaborado por: Las Autoras

#### 3.6.3.2 Análisis de la competencia

Para analizar la competencia actual se utilizó la pregunta N°5 y 6 de la entrevista y se determinó lo siguiente: Los principales competidores a nivel internacional son los proveedores mayoristas que se encuentran en Perú, en la ciudad de Huaquillas, quienes proveen de chaquetas a los tres comerciantes cada semana, pero cabe recalcar que también mencionaron que estos no cubren con la cantidad demandada semanalmente.

Con relación a la competencia nacional mediante la pregunta N°10 de la entrevista se determinó que en Otavalo existe dos personas quienes realizan chaquetas para damas en tela galleta, pero mencionaron que esta prenda no tiene el mismo diseño ni buenos acabados por lo que ellos prefieren las chaquetas peruanas. Otros competidores son los locales comerciales que se encuentran en Otavalo e Ibarra quienes venden chaquetas en diferentes materiales como Jeans, Pana, Cuero, Gamuza y Lana.

### 3.6.4 Precio

#### 3.6.4.1 Análisis del precio de la competencia.

Para el análisis del precio se tomó en cuenta la información recopilada en la pregunta N°7 de la entrevista en el que los comerciantes afirmaron cuales son los precios a los que adquieren. Pero es importante señalar que a este precio también se le incluye los gastos de viaje, como se presente a continuación.

**Tabla 20**  
*Costo de chaquetas de comerciantes.*

<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia mensual</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Total</b>
Chaqueta	380	\$ 9	\$ 3.420
Transporte de ida y regreso	8	\$ 64	\$ 512
Alimentación	8	\$ 10,50	\$ 84
Otros gastos	8	\$ 5,50	\$ 44
Costo Total			\$ 4.060
Número de unidades			380
<b>Costo unitario de adquisición</b>			<b>10,68</b>

Elaborado por: Las autoras

Para determinar el margen que aplican los comerciantes se tomó en cuenta la referencia de precios que ellos manejan como se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 21**  
*Precio de venta de intermediarios al por mayor y menor*

<b>Detalle</b>	<b>Total</b>
Costo unitario	10,68
Margen de contribución al por mayor	17 %
<b>Precio de venta al por mayor</b>	<b>\$ 12,50</b>
Margen de contribución al por menor	40,5%
<b>Precio de venta al por menor</b>	<b>\$ 15</b>

Elaborado por: Las autoras

Con los valores antes detallados se procederá a identificar el precio de venta que tendrán las chaquetas para los consumidores finales.

**Tabla 22**  
***Precio de venta a consumidores finales***

<b>Detalle</b>	<b>Total</b>
Costo unitario	12,50
Margen de contribución	48 %
<b>Precio de venta</b>	<b>\$ 18,50</b>

Elaborado por: Las autoras

#### **3.6.4.2 Determinación del precio.**

Para determinar los precios de las chaquetas para damas se fijará con el método basado en los costos de producción más un porcentaje de margen de contribución. A continuación, se presentan los costos totales basado en 317 unidades producidas.

**Tabla 23**  
***Precio de venta.***

<b>Costos de producción</b>	
Materia prima directa	\$ 1.141,20
Mano de obra directa	\$ 1.022,78
Costos indirectos de fabricación	\$ 288,19
Gastos administrativos	\$ 104,20
Gastos de ventas	\$ 9,71
Costos totales	\$ 2.566,08
Número de unidades	317
Costo unitario	\$ 8,09
Margen de contribución	11,15%
<b>Precio de venta</b>	<b>\$ 9,00</b>

Elaborado por: Las autoras

El precio de venta de \$9 en comparación con el precio de la competencia que es mayor con un valor de \$10.68 logra la aceptación de los comerciantes ya que tendrían un ahorro de \$1.68.

### **3.6.5 Estrategia de comercialización**

Las principales estrategias que se implementarán en la microempresa fueron realizadas en relación con la información obtenida de la encuesta y la entrevista, por lo que tienen mayor grado de confiabilidad.

#### **3.6.5.1 *Producto.***

- Creación de un logotipo para que los clientes identifiquen la microempresa de donde proviene la prenda.
- Elaboración del producto en la materia prima seleccionada y con variedad de colores para la elección del cliente.
- Después de un tiempo se procederá a cambiar los diseños para atraer nuevos compradores.
- Investigar las tendencias actuales de chaquetas en los países desarrollados y crearlos antes que la competencia.

#### **3.6.5.2 *Plaza.***

- La comercialización y distribución de la prenda será por medio de intermediarios que son los comerciantes más conocidos en el cantón por lo que el canal de distribución será el indirecto, en el que la microempresa será el principal proveedor de los comerciantes al por mayor los cuales serán los encargados de distribuirlos a los comerciantes minoristas por los diferentes mercados para que finalmente este a disposición de los consumidores finales.
- En el largo plazo se buscará conseguir alianzas estratégicas con los locales comerciales más conocidos.

### **3.6.5.3 Precio.**

- Establecer un precio de venta menor con relación a la competencia para atraer a los comerciantes, este precio tendrá una diferencia de \$ 1,68 cabe mencionar que la entrega será segura y en el tiempo establecido.
- El precio será accesible y competitivo, ya que para su cálculo se tomará en cuenta los costos de producción más un margen de contribución, teniendo un costo de 8.09 más la ganancia de \$0.91 por prenda se obtiene como precio de venta \$ 9.

### **3.6.5.4 Promoción.**

- Realizar publicidad por medio de las redes sociales en las cuales se realice publicaciones de los diseños de las chaquetas y los colores con las que se cuente, con esto se tratará de captar a nuevos clientes.
- Se proporcionará información de las chaquetas de la manera más atenta y amable, además se dará la posibilidad a los clientes de acudir a la microempresa para que conozcan el proceso de confección, buscando con esto garantizar la calidad de la prenda.

## CAPITULO IV

### **4 Estudio técnico**

#### **4.1 Introducción**

El en presente capítulo se podrá observar la ubicación del emprendimiento, el que se obtuvo mediante la aplicación de la matriz método de implementación por puntos utilizando la escala de Likert, así mismo se identificará la disponibilidad de la materia prima, mano de obra y tecnología para el proyecto, a continuación se realizará el cálculo para determinar la capacidad de la planta, como estará distribuido las instalaciones, y mediante flujo de procesos se mostrará el proceso productivo y de comercialización, para terminar con el detalle de la inversión más los costos de producción que nos revelarán la inversión inicial que se necesitará.

#### **4.2 Objetivos del estudio técnico**

##### **4.2.1 Objetivo general.**

Desarrollar un estudio técnico que facilite determinar la ingeniería e inversión del emprendimiento.

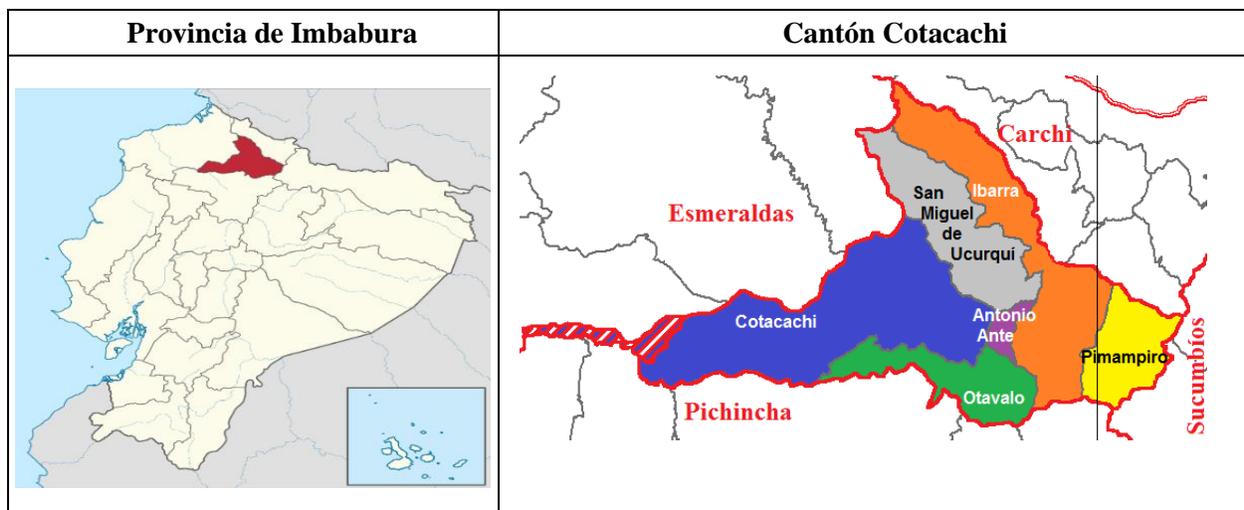
##### **4.2.2 Objetivos específicos.**

- Identificar la localización del emprendimiento.
- Establecer el tamaño y la capacidad para poner en marcha el emprendimiento.
- Realizar la distribución de la instalación donde se confeccionará la prenda.
- Determinar el valor de la inversión inicial.

### 4.3 Localización del emprendimiento

#### 4.3.1 Macro localización.

El emprendimiento de producción y comercialización de chaquetas para damas estará ubicado en el Ecuador, provincia de Imbabura, en el Cantón Cotacachi, ya que se cuenta con la facilidad para adquirir la materia prima, disponer de la mano de obra necesaria y facilidad en la distribución.



**Ilustración 21. Macrolocalización.**

Fuente: Internet

Elaborado por: Las autoras

#### 4.3.2 Micro localización.

Para determinar el lugar en el que se situará el emprendimiento dentro del Cantón Cotacachi se analizó tres comunidades las cuales se denominan Cumbas Conde, San José del Punje, Cuicocha Centro, obteniendo así la Comunidad más conveniente para el proyecto.

##### 4.3.2.1 Matriz de Localización.

Para realizar la matriz de localización se utilizó el método de implementación óptimo por puntos, el cual consiste en asignar un peso a cada factor que se menciona, de acuerdo con el nivel de importancia que se le dé. Posteriormente para establecer la ponderación se aplicó la escala de Likert en la que se asignó un valor del 1 a 5 según el criterio de las autoras, dando como resultado un valor cuantitativo.

Por último, para obtener la calificación ponderada se realizó una multiplicación del peso con la ponderación, obteniendo así la calificación final de la ponderación de cada una de las tres comunidades analizadas.

**Tabla 24**  
*Escala de Likert.*

Escala de Likert					
Ítem	Óptimo	Muy buena	Buena	Regular	Mala
Escala	5	4	3	2	1

Fuente: Internet

Elaborado por: Las autoras

A continuación, se presenta la ponderación de las tres comunidades analizadas:

**Tabla 25**  
*Matriz de localización.*

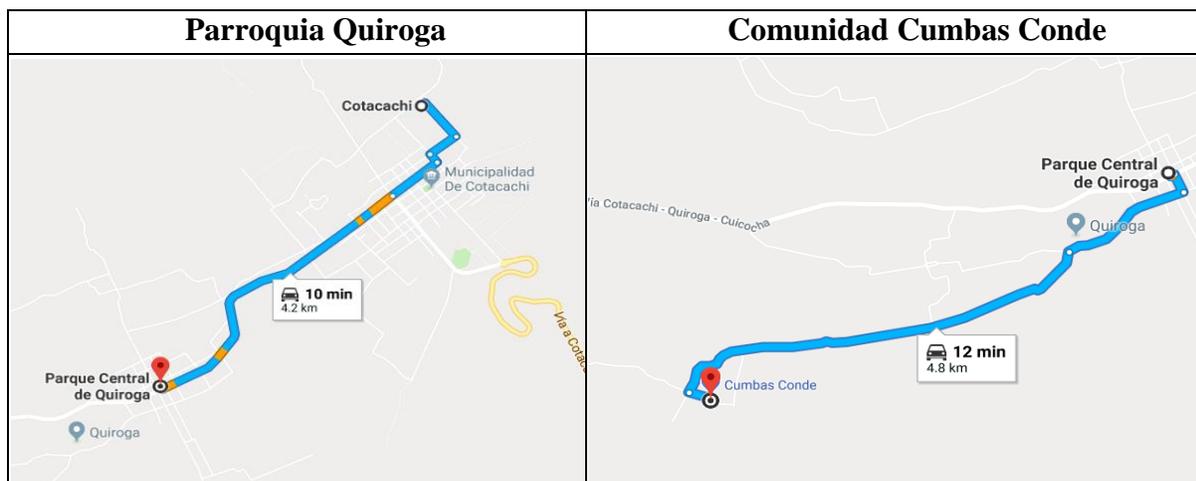
Método de implementación óptima por puntos							
Opciones	Cumbas Conde			San José del Punje		Cuicocha Centro	
	Peso	Pond.	Calif. pond.	Pond.	Calif. pond.	Pond.	Calif. pond.
Cercanía al mercado meta	0.25	5	1.25	4	1	3	0.75
Costo de arriendo	0.25	5	1.25	2	0.50	2	0.50
Costo de flete de materia prima	0.10	4	0.40	2	0.20	3	0.30
Vía de acceso	0.15	3	0.45	3	0.45	4	0.60
Servicios básicos	0.15	3	0.45	3	0.45	3	0.45
Seguridad	0.10	4	0.40	3	0.30	4	0.40
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>4.20</b>		<b>2.90</b>		<b>3</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con los resultados obtenidos de la matriz de localización se determinó que el emprendimiento de confección de chaquetas para damas estará ubicado en la comunidad Cumbas Conde, Parroquia Quiroga, Cantón Cotacachi en la calle denominada las cuatro esquinas, ya que ahí se encuentra la construcción de una casa de dos pisos que cuenta con todos los servicios básicos en la que se arriendan los cuartos a \$10 cada uno y se podrá disponer de dos que se encuentran en la planta baja que son bastante amplias.

También se definió una serie de factores entre las cuales se encuentra la cercanía al mercado objetivo y el lugar de arriendo que está ubicado en la comunidad donde viven los demandantes de las chaquetas, además se analizó el costo de flete de la materia prima, vía de acceso, servicios básicos y seguridad.



**Ilustración 22. Micro localización.**

Fuente: Google maps

Elaborado por: Las autoras

#### 4.4 Tamaño del proyecto

Para establecer el tamaño adecuado para la implementación del emprendimiento se tomó en cuenta la capacidad de producción de la microempresa, la cual será de acuerdo con las condiciones que se pretende implementar.

##### 4.4.1 Factores determinantes.

Los factores que permitieron determinar el tamaño del proyecto de una manera analítica son:

- Disponibilidad de materia prima
- Disponibilidad de mano de obra
- Acceso a la tecnología
- Servicios básicos
- Inversión o financiamiento.

#### ***4.4.1.1 Disponibilidad de la materia prima.***

La microempresa demandará la materia prima de manera continua, entre estas están la tela, cierre, hilos, botones y demás accesorios, para lo cual se cuenta con un proveedor fijo denominado Importadora Lema, misma que está situada en Otavalo en las calles Bolívar y Salinas, porque los precios de los materiales son un poco más económicos a diferencia de otros proveedores, como es el caso de Gamatex que se encuentra ubicado en Otavalo.

Mientras que en Atuntaqui entre las más conocidas se encuentran Nortextil e Indutexma. Posteriormente cuando la microempresa siga creciendo se buscará otros proveedores a nivel nacional con el objetivo de adquirir otras clases de telas y accesorios.

#### ***4.4.1.2 Disponibilidad de la mano de obra.***

En cuanto a la disponibilidad de la mano de obra se puede decir que Imbabura al ser una de las provincias que cuenta con la mayor actividad textilera en la Sierra, comprendiendo dentro de esta al cantón Cotacachi se cuenta con muchas personas especializadas en esta rama.

Además, año tras año se incorpora nueva mano de obra calificada de las instituciones educativas del sector como por ejemplo del Centro Artesanal Eloy Proaño ubicada en la parroquia de Quiroga, en el que aproximadamente en cada promoción se gradúa alrededor de 25 personas. Pero al iniciar la microempresa únicamente trabajarán las autoras, las cuales cuentan con títulos de maestras de taller en corte confección y bordado quienes serán las encargadas de la administración y producción de las chaquetas.

#### ***4.4.1.3 Disponibilidad de tecnología.***

El emprendimiento cuenta con mucha ventaja en cuanto a la tecnología ya que existe gran oferta de maquinaria para el sector textil tanto en Ibarra como en Otavalo, por ejemplo, Mainco, Servimaq, Mundimaquinas Cía. Ltda, y Singer.

Así como también en Quito que se encuentra aproximadamente a 2 horas de Otavalo, asimismo se puede encontrar esta maquinaria en almacenes de electrodomésticos de los lugares mencionados. Para obtener una prenda de calidad es preciso la adquisición de la siguiente maquinaria:



**Ilustración 23. Máquina recta industrial.**

Fuente: Investigación propia



**Ilustración 24. Máquina overlock.**

Fuente: Investigación propia

#### **4.4.1.4 Servicios básicos.**

El lugar en el que está ubicado el emprendimiento de confección y comercialización de chaquetas para damas cuenta con todos los servicios básicos como son energía eléctrica, agua potable, alcantarillado público e internet ya que estos son indispensables para el buen funcionamiento del proyecto.

#### 4.4.1.5 *Financiamiento del proyecto.*

El financiamiento para la ejecución de la microempresa se realizará con recursos propios, es decir el total de la inversión inicial será distribuido en cantidades iguales para las autoras del emprendimiento.

##### 4.4.1.5.1 *Capacidad de la planta.*

**Tabla 26**  
***Capacidad de la planta.***

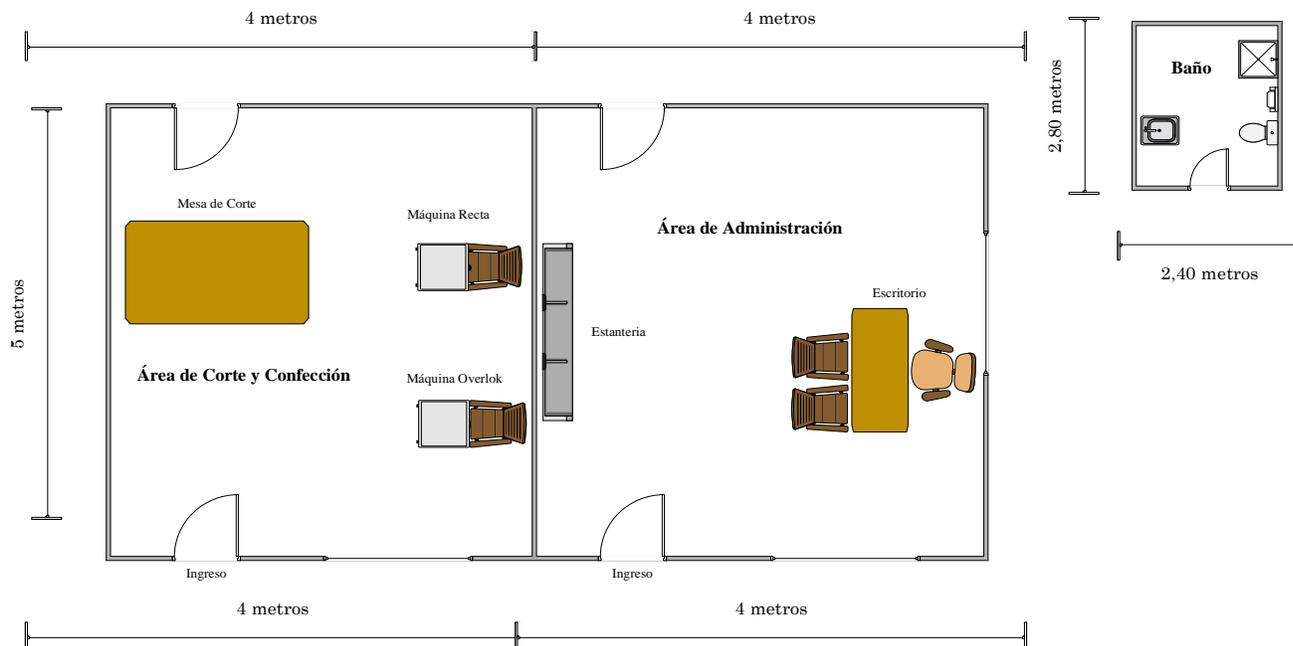
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Número de operarios	2
Número de horas de trabajo al mes	160
Total de horas al mes	320
Menos horas destinadas a la administración	20
Total horas disponibles en el mes	300
Número de horas requerido en unidad	0.75
<b>Total de producción</b>	<b>400</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

Se determinó la capacidad de la planta tomando en cuenta la mano de obra disponible y el tiempo promedio en horas que se demora el producir una chaqueta, por lo que la capacidad será de 400 prendas al mes porque solo trabajarán las autoras y el tiempo estará distribuido para la producción y la administración, además de otras actividades que pueden surgir. Dependiendo de la aceptación del producto y si es necesario se contratarán más operarios en el futuro.

#### 4.4.2 **Distribución de las instalaciones de la planta.**

La distribución de la planta se realizó tomando en cuenta las necesidades que tiene el emprendimiento, para lo cual se arrendará dos cuartos de la primera planta de la vivienda, en los que se ubicará el área de administración y ventas en el que también se exhibirá las chaquetas terminadas y la segundo área que será utilizada para el almacenamiento de materia prima y también para corte y confección de la prenda.



**Ilustración 25. Distribución de las instalaciones de la planta.**

Elaborado por: Las autoras

## 4.5 Proceso productivo

Para la confección de chaquetas para damas, se debe seguir un proceso ordenado y sistemático en el cual se detalle cada una de las actividades que se debe ejecutar para que la prenda sea de calidad y tenga buenos acabados, por lo que a continuación se menciona cada uno de los pasos.

### 1) Selección de la materia prima

Se elige la tela a utilizar, así como también el color que será manejado en la confección de la chaqueta ya que la materia prima estará ubicada en el área de almacenamiento, esta actividad está planificada para realizarla en 3 minutos.

### 2) Tender

Consiste en tender la tela sobre la mesa de corte de una manera adecuada, esto debe estar de acuerdo con la cantidad que se desea confeccionar y al mismo tiempo se realizará el control de calidad en la tela, esta actividad está planificada para realizarla en 3 minutos.

### **3) Trazado del molde**

Es el proceso de marcar con la tiza sastre alrededor del molde, dando de esta manera la forma de la prenda y ayudando a reducir el tiempo de trazado ya que solo se lo realiza una vez con las medidas específicas para obtener el patrón el cual será utilizado la cantidad de veces que sea necesario según lo que se desea producir, esta actividad está planificada para realizarla en 4 minutos.

### **4) Corte**

Proceso que consiste en cortar la tela, siguiendo los bordes señalados con la tiza sastre, esta actividad está planificada para realizarla en 3 minutos.

### **5) Armado**

Unión de las piezas con la máquina recta y overlock donde sea necesario para darle de esta manera la forma de la chaqueta, así mismo la colocación de cierres y bolsillos de acuerdo con el modelo, esta actividad está planificada para realizarla en 20 minutos.

### **6) Acabados**

En esta sección se debe recortar con la tijera todos los hilos que se encuentren en la prenda, dejando de esta manera todo nítido, además en este paso se procederá a verificar si la chaqueta cumple con todas las características, esta actividad está planificada para realizarla en 2 minutos.

### **7) Empaquetado**

En este paso se le otorga la presentación final a la chaqueta, en la cual se procede a realizar el doblado, posteriormente empaclar en una funda de acuerdo con el modelo, color y en caso de existir pedidos se procederá a empaclar en una funda grande de poliéster todas las chaquetas, para luego entregarlas al cliente, esta actividad está planificada para realizarla en 5 minutos.

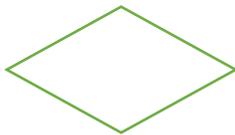
En caso de que, en los 40 minutos establecidos para la confección de la prenda, se presente algún inconveniente o el operario tenga algún tipo de dificultad se colocará 5 minutos adicionales, cuidando que la prenda tenga acabados de primera, de esta manera el tiempo establecido para la confección de la chaqueta será de 0,45 minutos.

#### 4.5.1 Flujograma del proceso productivo.

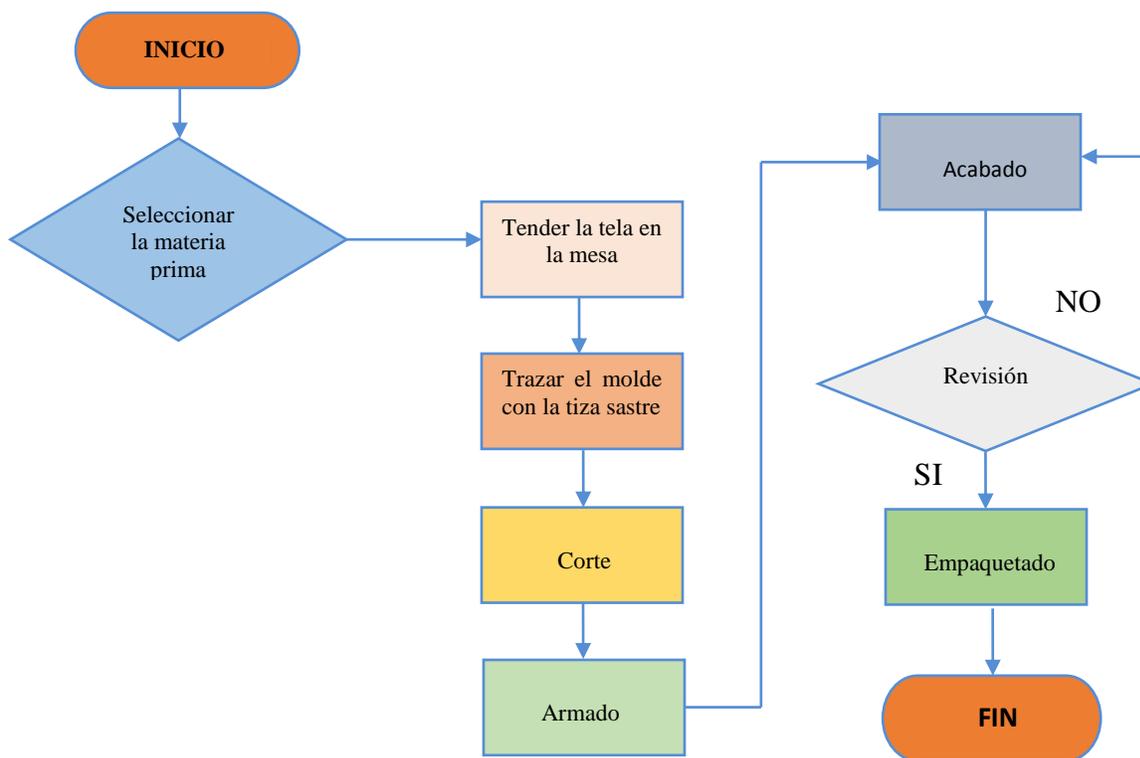
El diagrama de flujo o flujograma es una representación gráfica de la secuencia de actividades que forman un proceso. Los flujogramas son de fácil elaboración e interpretación, constituyendo una alternativa muy apropiada para documentar los procesos, pues de un solo vistazo pueden entenderse con rapidez, incluso no estando familiarizado con esta herramienta (Pardo, 2017).

Para la elaboración del flujograma se utilizará la siguiente simbología:

**Tabla 27**  
**Símbolos para el flujograma.**

Símbolo	Nombre	Descripción
	Elipse u ovalo	Indica el inicio y el final del diagrama, está reservado a la primera y a la última actividad.
	Rectángulo o caja	Se utiliza para definir cada actividad o tarea. Debe incluir siempre un verbo de acción. Las cajas se pueden numerar.
	Rombo	Aparece cuando es necesario tomar una decisión. Incluye siempre una pregunta.
	Flecha	Aparece cuando es necesario tomar una decisión. Incluye siempre una pregunta.

Fuente: Gestión por procesos y riesgo operacional  
Elaborado por: Las autoras



**Ilustración 26. Flujo de proceso productivo.**

Fuente: Investigación propia

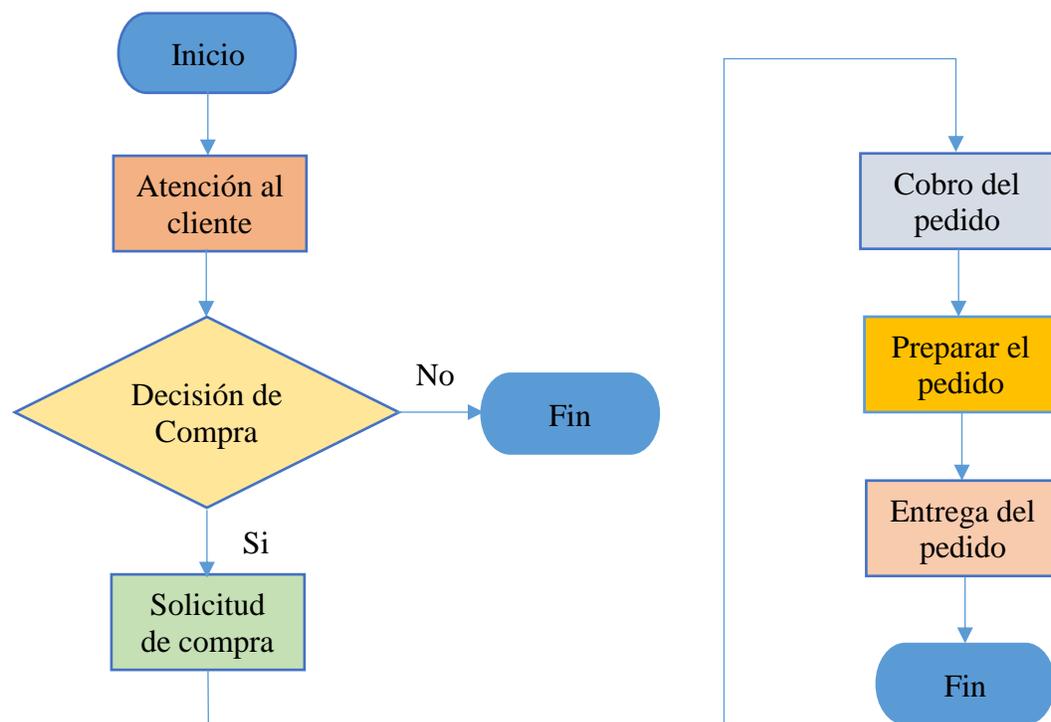
Elaborado por: Las autoras

#### 4.6 Proceso de comercialización

La microempresa realizará el proceso de comercialización por medio de intermediarios los cuales serán los encargados de la distribución de la prenda a los consumidores finales. Este proceso cuenta con los siguientes pasos.

- Atención al cliente
- Decisión de compra
- Solicitud de compra
- Cobro del pedido
- Preparar el pedido
- Entrega del pedido

#### 4.6.1 Flujograma de proceso de comercialización.



#### Ilustración 27. Flujograma de procesos de comercialización.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

### 4.7 Inversión

#### 4.7.1 Inversión fija.

Los activos fijos con los que contará el emprendimiento para su buen funcionamiento son:

##### 4.7.1.1 Maquinaria y herramientas.

**Tabla 28**  
**Maquinaria y herramientas.**

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Máquina recta industrial (Singer)	1	430,00	430,00
Máquina overlock (Baoyu 4 hilos)	1	680,00	680,00
Tijera para Corte (Troper)	1	20,00	20,00
Cortahilos	2	5,00	10,00
Juego de reglas (confección)	1	3,00	3,00
<b>Total</b>			<b>1143,00</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.1.2 Muebles y enseres.

**Tabla 29**  
*Muebles y enseres.*

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Tablero de corte (mesa)	1	30,00	30,00
Silla (confección)	2	50,89	101,78
Silla para espera	2	50,89	101,78
Silla giratoria sin brazos	1	84,82	84,82
Estantería	1	55,00	55,00
Escritorio	1	191,96	191,96
<b>Total</b>			<b>565,34</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.1.3 Equipos de computación.

**Tabla 30**  
*Equipos de computación.*

Descripción	Cantidad	Precio	Precio total
Computadora portátil (DELL)	1	660,00	660,00
Mini mouse genius	1	9,00	9,00
<b>Total</b>			<b>669,00</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.1.4 Equipos de oficina.

**Tabla 31**  
*Equipos de oficina.*

Descripción	Cantidad	Precio	Precio total
Calculadora	1	14,90	14,90
Celular	1	123,00	123,00
<b>Total</b>			<b>137,90</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.1.5 Total en inversión fija.

El total de inversión fija con el que contará el emprendimiento de confección y comercialización de chaquetas para damas es de:

**Tabla 32**  
*Total inversión fija.*

<b>Descripción</b>	<b>Inversión</b>
Maquinaria y herramientas	1143,00
Muebles y enseres	565,34
Equipo de computación	669,00
Equipos de oficina	137,90
<b>Total</b>	<b>2515,24</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.2 Inversión diferida.

La inversión diferida son los gastos de constitución y permisos de funcionamiento que tendrá que obtener la microempresa para operar de manera legal.

**Tabla 33**  
*Inversión diferida.*

<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>
Patente municipal	20,00
Permiso bomberos	25,00
SRI	10,00
<b>Total</b>	<b>55,00</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.3 Costos de producción.

##### 4.7.3.1 *Materia prima directa.*

La cantidad de producción inicial será de 288 más un inventario final del 10% que es igual a 29 unidades, es decir se producirá 317 prendas en el mes de enero, a esto se le sumará el 10% de inventario final de materia prima que se desea tener en el mes. A cada periodo se incrementará un 3% ya que con este porcentaje al final del año se trabajará con el 100% de la capacidad de la planta.

**Tabla 34**  
*Materia prima directa.*

<b>Descripción</b>	<b>Cant. por prenda</b>	<b>Cant. total</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Tela Galleta	1 metro	349 metros	3,60	1256,40
<b>Total</b>				<b>1256,40</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.3.2 *Mano de obra directa.*

El salario básico mensual que se pagará será el vigente para el año 2018 que es de 386,00 dólares, además de los beneficios de ley para el primer año. Para obtener los valores se tomó en cuenta únicamente las 7 horas y 30 minutos que se destinarán a la producción.

**Tabla 35**  
*Mano de obra directa.*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio total</b>
Operario	2	723,75
Décimo tercero	2	60,31
Décimo cuarto	2	60,31
Aporte patronal	2	87,94
<b>Total</b>		<b>932,31</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.3.3 *Costos indirectos de fabricación.*

##### 4.7.3.3.1 *Materia prima indirecta.*

**Tabla 36**  
*Materia prima indirecta.*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
Hilo	2 conos	2,00	4,00
Tiza sastre	2 unidades	0,50	1,00
Cierres	7 paquetes	17,00	119,00
Botones	1902 unidades	0,06	114,12
Cabeza deslizante	317 unidades	0,05	15,85
Aguja (mano)	1 paquete	0,50	0,50
Aguja (máquina)	4 unidades	0,35	1,40
Alfileres	1 caja	1,00	1,00
Aceite de máquina	1 botella	7,00	7,00
Cinta métrica	1 unidades	1,00	1,00
<b>Total</b>			<b>264,87</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.3.3.2 *Mano de obra indirecta.*

El costo de mantenimiento de la maquinaria únicamente es por el servicio es decir no incluye repuestos en caso de ser necesario, es decir que los repuestos tendrán un costo de acuerdo con el repuesto que se necesite.

**Tabla 37**  
***Mano de obra indirecta.***

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Precio total</b>
Mantenimiento maquinaria	Semestral	20,00	20,00
<b>Total</b>			<b>20,00</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.3.3.3 *Otros costos indirectos.*

Para el cálculo de la energía eléctrica se tomó en cuenta el consumo de las máquinas más un 10% adicional de los demás equipos. Las maquinas consumen 250 voltios por hora los cuales fueron transformados a Kilovatio hora (kwh). Sabiendo que 1 kwh es igual a 1000 voltios, el resultado fue multiplicado por el número de horas a trabajar que son 237.75 horas (317 prendas x 0.75 horas), obteniendo que se consumirán 118.88 kwh esto multiplicado por la tarifa de 0,08222222222 da un valor de \$9,77. Todo esto sumado al valor fijo que es de 1,00 y el 10% adicional que es \$0.98.

Para la depreciación se utilizó el método de línea recta, que se lo calcula mediante la siguiente formula:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo o valor de adquisición} - \text{valor residual (10\%)}}{\text{Periodo de vida útil}}$$

Para otros costos indirectos en lo que respecta a la maquinaria y herramientas se tomó el costo total de la tabla N° 26 que es de \$1143.00 menos el 10% que da \$114.30 dividido para los 10 años de vida útil da como resultado una depreciación anual de \$102,87 dividido para 12 meses se obtiene el valor de \$8.57.

En cuanto a la depreciación de muebles y enseres se lo realizo únicamente de la mesa y sillas que son utilizados en el área de producción. El costo total es de \$131.78, los valores para cada uno se los puede observar en la tabla N° 27, el valor residual es de \$13,18, dividido para los 10 años se obtiene la depreciación anual de \$11,86 que da un valor mensual de \$0,99.

**Tabla 38**  
*Otros costos indirectos.*

<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>	<b>Precio total</b>
Energía eléctrica		11,75
Arriendo	15,00	15,00
Transporte materia prima	5,00	5,00
Subtotal		31,75
Depreciación maquinaria y herramientas	8,57	8,57
Depreciación muebles y enseres	0,99	0,99
<b>Total</b>		<b>41,31</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.4 Gastos administrativos.

##### 4.7.4.1 Suministros de oficina.

Los precios de los suministros se lo pueden observar en la sección de anexos.

**Tabla 39**  
*Suministros de oficina.*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Precio total</b>
Cuaderno	1	1,25	1,25
Esfero	2	0,40	0,80
Lápiz	2	0,25	0,50
Grapadora	1	3,90	3,90
Carpeta archivadora	1	2,50	2,50
Caja de grapas	1	0,30	0,30
<b>Total</b>			<b>9,25</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.4.2 Otros gastos administrativos.

Para determinar los valores del sueldo, decimos y aporte patronal se sacó únicamente la parte proporcional a la media hora diaria, dando un total de 20 horas al mes. En la depreciación de los muebles y enseres se toma en cuenta la silla giratoria y el escritorio, con un costo de \$276,78, un valor residual de \$27,68 dividido para los 10 años de vida útil da un valor anual de \$24,91, esto en meses da \$2,08. Para la depreciación del equipo de cómputo se tiene un costo de \$669,00 el que se obtuvo de las proformas que se encuentran en los anexos, siguiendo el mismo proceso antes mencionado con la diferencia que los años de vida útil para los equipos de cómputo es de 3 años da una depreciación anual de \$200,70 que para los meses serían los \$16,73. A continuación se presentan los valores para cada ítem.

**Tabla 40**  
***Otros gastos administrativos.***

<b>Descripción</b>	<b>Precio total</b>
Sueldo	48,25
Décimo tercero	4,02
Décimo cuarto	4,02
Aporte patronal	5,86
Celular (Recarga)	6,00
Agua	0,45
Arriendo	5,00
Mantenimiento equipos de computación	39,20
Subtotal	112,80
Depreciación muebles y enseres	2,08
Depreciación equipos de computo	16,73
<b>Total</b>	<b>131,61</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.5 Gastos de ventas.

El valor de la depreciación de muebles y enseres son de las sillas de espera y la estantería que tienen un costo total de \$156,78 del que aplicando la fórmula se obtiene el valor anual de \$14,11 y de manera mensual es \$1,18. Para la depreciación de los equipos de cómputo se tiene un costo de \$137,90 y los años de vida útil son de 10, con la fórmula utilizada se obtiene una depreciación anual de \$12,41 y mensual de \$1,03.

**Tabla 41**  
**Gastos de ventas.**

Descripción	Precio total
Internet	5,00
Fundas	2,50
Subtotal	7,50
Depreciación muebles y enseres	1,18
Depreciación equipos de oficina	1,03
<b>Total</b>	<b>9,71</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.6 Capital de trabajo.

El capital de trabajo que se necesitará para el correcto funcionamiento de la microempresa por un lapso de un mes es el siguiente.

**Tabla 42**  
**Capital de trabajo.**

Descripción	Valores	Valores	Total
Costos de producción			2505,33
Materia prima directa		1256,40	
Mano de obra directa		932,31	
Costos indirectos de fabricación		316,62	
Materia prima indirecta	264,87		
Mano de obra indirecta	20,00		
Otros costos indirectos	31,75		
Gastos administrativos			122,05
Suministros de oficina		9,25	
Otros gastos administrativos		112,80	
Gastos de ventas			7,50
Subtotal			2634,88
Imprevistos 10%			263,49
<b>Total capital de trabajo</b>			<b>2898,37</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

#### 4.7.7 Resumen de la inversión del proyecto.

**Tabla 43**  
*Inversión total del proyecto.*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Inversión fija	2515,24
Inversión diferida	55,00
Inversión de capital de trabajo	2898,37
<b>Total inversión inicial</b>	<b>5468,61</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con el estudio realizado se obtuvo que se necesitará realizar una inversión total de \$5468.61 el que se aportará en partes iguales por las socias, este monto vendría a ser de \$2734.31. Inversión que si se está en la capacidad de realizar por lo que no es necesario realizar ningún préstamo.

## Capítulo V

### 5 Presupuesto operacional

#### 5.1 Introducción

En el presente capítulo se presentarán los ingresos y egresos que se generarán en el emprendimiento durante un año, para conocer acerca de los ingresos se elaborará el presupuesto de ventas y producción, en cuanto a los egresos se hará el presupuesto de costos de producción y de gastos operacionales en el que están los gastos de administración y de ventas. Al tener conocimiento de estos valores se elaborará los estados financieros proforma como son el estado de situación inicial, estado de costos de producción y venta, estado de resultados y el flujo de caja, por último, se calculará el punto de equilibrio para la toma de decisiones.

#### 5.2 Objetivos

##### 5.2.1 Objetivo general.

Elaborar el presupuesto operacional para determinar la utilidad que generará el emprendimiento en un año.

##### 5.2.2 Objetivos específicos.

- Detallar la inversión inicial necesaria.
- Elaborar los presupuestos de producción y venta para identificar los ingresos.
- Hacer el presupuesto de costos de producción y gastos operacionales para saber los egresos.
- Realizar los estados financieros proforma.
- Elaborar el punto de equilibrio para la toma de decisiones.

### 5.3 Inversión inicial

La inversión inicial que se necesitará para la microempresa de confección y comercialización de chaquetas para damas es el que se presenta a continuación:

**Tabla 44**  
*Inversión inicial.*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Inversión fija	2515,24
Inversión diferida	55,00
Inversión de capital de trabajo	2898,37
<b>Total inversión inicial</b>	<b>5468,61</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

### 5.4 Determinación de ingresos

#### 5.4.1 Presupuesto de ventas.

Para conocer la cantidad con la que se iniciará en el mes de enero se tomó en cuenta la capacidad total de la planta (400 unidades) y se decidió utilizar únicamente el 72% (288 unidades), y se irá incrementando la producción en un 3% cada mes, con este porcentaje se podrá llegar a la totalidad de la capacidad de la planta hasta el mes de diciembre. Así no se tendrá la necesidad de contratar más personal ni adquirir nueva maquinaria durante todo el año. Es así como se obtiene como resultado los siguientes valores.

**Tabla 45**  
*Presupuesto de ventas.*

**Confecciones TyDys**  
**Presupuesto de ventas**  
**Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018**

<b>Detalle</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Proyección de ventas	288	297	306	315	324	334	344	354	365	376	387	399	4089
Precio unitario	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
<b>Ventas presupestadas</b>	<b>\$ 2.592</b>	<b>\$ 2.673</b>	<b>\$ 2.754</b>	<b>\$ 2.835</b>	<b>\$ 2.916</b>	<b>\$ 3.006</b>	<b>\$ 3.096</b>	<b>\$ 3.186</b>	<b>\$ 3.285</b>	<b>\$ 3.384</b>	<b>\$ 3.483</b>	<b>\$ 3.591</b>	<b>\$ 36.801</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

## 5.4.2 Presupuesto de producción.

Para realizar el presupuesto de producción se tomó en cuenta la proyección de ventas y se determinó el inventario inicial y final de acuerdo con las políticas establecidas por la entidad, en el cual se estableció que el inventario final de productos será igual al 10% de la cantidad mensual a producir, este inventario servirá en caso de que algún cliente desee comprar más de la cantidad que se producirá en el mes.

**Tabla 46**  
*Presupuesto de producción.*

<b>Confecciones TyDys</b>													
<b>Presupuesto de producción</b>													
<b>Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018</b>													
<b>Detalle</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Proyección de ventas	288	297	306	315	324	334	344	354	365	376	387	399	4089
(+) Inventario final (10%)	29	30	31	32	32	33	34	35	37	38	39	40	410
(-) Inventario inicial	0	29	30	31	32	32	33	34	35	37	38	39	370
<b>(=) Producción requerida</b>	<b>317</b>	<b>298</b>	<b>307</b>	<b>316</b>	<b>324</b>	<b>335</b>	<b>345</b>	<b>355</b>	<b>367</b>	<b>377</b>	<b>388</b>	<b>400</b>	<b>4129</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

## 5.5 Determinación de egresos

### 5.5.1 Presupuestos de costos de producción.

#### 5.5.1.1 Presupuesto de materia prima directa.

Para determinar la cantidad necesaria de materia prima directa en cada mes se consideró calcular por la cantidad de metros que se necesita en una prenda, además se tomó en cuenta las políticas de la empresa en el que el inventario final de materia prima será igual al 10% del total de material requerido en el mes. Este inventario servirá para iniciar la producción del siguiente mes, en caso de que aún no se haya realizado la compra del material requerido.

**Tabla 47**  
*Presupuesto de materia prima directa.*

<b>Confecciones TyDys</b>														
<b>Presupuesto de materia prima directa</b>														
<b>Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018</b>														
<b>Detalle</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>	
Producción requerida	317	298	307	316	324	335	345	355	367	377	388	400	4129	
(x)Materia prima por unidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
(=) Materia prima para la producción	317	298	307	316	324	335	345	355	367	377	388	400	4129	
(+) Inventario final deseado de M.P. (10%)	32	30	31	32	32	34	35	36	37	38	39	40	416	
(-) Inventario inicial de M.P.	0	32	30	31	32	32	34	35	36	37	38	39	376	
(=) Materia prima requerida	349	296	308	317	324	337	346	356	368	378	389	401	4169	
(x)Costo de materia prima	\$ 3,60	\$ 43,20												
<b>(=) Compras presupuestadas</b>	<b>\$ 1.256,4</b>	<b>\$ 1.065,6</b>	<b>\$ 1.108,8</b>	<b>\$ 1.141,2</b>	<b>\$ 1.166,4</b>	<b>\$ 1.213,2</b>	<b>\$ 1.245,6</b>	<b>\$ 1.281,6</b>	<b>\$ 1.324,8</b>	<b>\$ 1.360,8</b>	<b>\$ 1.400,4</b>	<b>\$ 1.443,6</b>	<b>\$ 15.008,4</b>	
(=) Inventario inicial de M.P.	\$ -	\$ 115,20	\$ 108,00	\$ 111,60	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 122,40	\$ 126,00	\$ 129,60	\$ 133,20	\$ 136,80	\$ 140,40	\$ 1.353,60	
(=) Inventario final de M.P.	\$ 115,20	\$ 108,00	\$ 111,60	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 122,40	\$ 126,00	\$ 129,60	\$ 133,20	\$ 136,80	\$ 140,40	\$ 144,00	\$ 1.497,60	

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

### 5.5.1.2 Presupuesto de mano de obra directa.

Para elaborar el presupuesto de mano de obra directa se tomó en cuenta el salario básico unificado (\$386,00) el número de trabajadores (2 operarias) y la cantidad de horas que se destinarán a la producción (7:30 horas). Estos datos nos ayudarán a determinar el valor que se debe asignar al presupuesto, más los beneficios de ley que el Código de Trabajo establece.

**Tabla 48**

*Presupuesto de la mano de obra directa.*

<b>Confecciones TyDys</b>													
<b>Presupuesto de mano de obra directa</b>													
<b>Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018</b>													
<b>Detalle</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
Sueldo	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
(Operar ios)	723,75	723,75	723,75	723,75	723,75	723,75	723,75	723,75	723,75	723,75	723,75	723,75	8.685,00
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Décimo tercero	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	723,75
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Décimo cuarto	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	60,31	723,75
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Aporte patronal	87,94	87,94	87,94	87,94	87,94	87,94	87,94	87,94	87,94	87,94	87,94	87,94	1.055,23
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Total</b>	<b>932,31</b>	<b>11.187,73</b>											

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

### 5.5.1.3 Presupuesto de los costos indirectos de fabricación.

Para el cálculo del presupuesto de los CIF se procedió a clasificar los costos en fijos y en variables, para determinar el valor total de los costos variables y dividirlo para el número de unidades. Este resultado ayudó a obtener los costos variables de los siguientes meses, es decir se multiplicó el costo variable unitario por la producción requerida en cada mes.

Este resultado se sumó a los costos fijos para obtener el total de los costos indirectos de fabricación, como se muestra a continuación en la siguiente tabla.

**Tabla 49**  
*Clasificación de los costos.*

<b>Costos indirectos de fabricación mensual</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Costos fijos</b>	<b>Costos variables</b>
Aguja (mano)	\$ 0,04	
Aguja (máquina)	\$ 1,05	
Alfileres	\$ 0,08	
Aceite de máquina	\$ 0,58	
Cinta métrica	\$ 0,08	
Mantenimiento	\$ 3,33	
Arriendo	\$ 15,00	
Transporte materia prima	\$ 5,00	
Depreciación	\$ 9,56	
Hilo		\$ 3,47
Tiza sastre		\$ 1,00
Cierre		\$ 107,78
Botones		\$ 114,12
Cabeza deslizante		\$ 15,85
Energía eléctrica		\$ 11,75
<b>Total</b>	<b>\$ 34,73</b>	<b>\$ 253,97</b>
	Unidades	317
	<b>Cvu.</b>	<b>\$ 0,80</b>

Fuente: Estudio técnico  
Elaborado por las autoras

A continuación, se presenta el presupuesto de los costos indirectos de fabricación, allí se encontrará el valor que la empresa necesitará desembolsar cada mes durante un año.

Tabla 50

*Presupuesto costos indirectos de fabricación.*

<b>Confecciones TyDys</b>													
<b>Presupuesto de costos indirectos de fabricación</b>													
<b>Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018</b>													
<b>Detalle</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
<b>CIF Fijos</b>													
Aguja (mano)	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04	0,50
Aguja (máquina)	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	12,60
Alfileres	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,90
Aceite de máquina	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	0,58	7,00
Cinta métrica	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	1,00
Mantenimiento	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33	3,33	40,00
Arriendo	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	180,00
Transporte materia prima	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	60,00
Depreciación	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	9,56	9,56	9,56	9,56	9,56	9,56	9,56	9,56	9,56	9,56	9,56	9,56	114,73
<b>Total CIF fijos</b>	<b>\$</b>												
	<b>34,73</b>	<b>416,73</b>											
<b>CIF Variables</b>													
Producción requerida	317	298	307	316	324	335	345	355	367	377	388	400	4129
(x)Costo variable unitario	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80	9,61
(=) <b>Total CIF variables</b>	<b>\$</b>												
	<b>253,97</b>	<b>238,75</b>	<b>245,96</b>	<b>253,17</b>	<b>259,58</b>	<b>268,39</b>	<b>276,40</b>	<b>284,41</b>	<b>294,03</b>	<b>302,04</b>	<b>310,85</b>	<b>320,46</b>	<b>3.308,00</b>
<b>Total CIF</b>	<b>\$</b>												
	<b>288,70</b>	<b>273,47</b>	<b>280,68</b>	<b>287,89</b>	<b>294,30</b>	<b>303,12</b>	<b>311,13</b>	<b>319,14</b>	<b>328,75</b>	<b>336,77</b>	<b>345,58</b>	<b>355,19</b>	<b>3.724,73</b>

Elaborado por: Las autoras

### 5.5.2 Presupuesto de gastos operacionales.

Para calcular los gastos operacionales se integran los gastos administrativos, gastos de ventas y los gastos financieros para proceder a clasificarlos al igual que en los costos indirectos de fabricación en gastos fijos y variables para obtener el gasto variable unitario y calcular mes a mes los gastos variables totales que sumados a los gastos fijos se obtendrán los gastos operacionales totales. A continuación, se presenta la clasificación de los gastos administrativos y de ventas.

**Tabla 51**  
*Clasificación de los gastos.*

<b>Gastos administrativos y ventas mensual</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Costos fijos</b>	<b>Costos variables</b>	
Cuaderno	\$ 0,10		
Esfero	\$ 0,80		
Lápiz	\$ 0,50		
Grapadora	\$ 0,33		
Carpeta archivadora	\$ 0,21		
Grapas	\$ 0,30		
Sueldo	\$ 48,25		
Décimo tercero	\$ 4,02		
Décimo cuarto	\$ 4,02		
Aporte patronal	\$ 5,86		
Arriendo	\$ 5,00		
Mantenimiento equipos de computación	\$ 3,27		
Internet	\$ 5,00		
Depreciación	\$ 21,01		
Celular (Recarga)		\$	6,00
Agua		\$	0,45
Fundas		\$	2,50
<b>Total</b>	<b>\$ 98,67</b>	<b>\$</b>	<b>8,95</b>
	Unidades		317
	<b>Cvu.</b>	<b>\$</b>	<b>0,03</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 52**  
**Presupuesto de gastos operacionales.**

<b>Confecciones TyDys</b>													
<b>Presupuesto de gastos operacionales</b>													
<b>Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018</b>													
<b>Detalle</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Total</b>
<b>CIF Fijos</b>													
Cuaderno	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 0,10	\$ 1,25
Esfero	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 0,80	\$ 9,60
Lápiz	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 6,00
Grapadora	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 0,33	\$ 3,90
Carpeta archivadora	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 0,21	\$ 2,50
Grapas	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 3,60
Sueldo	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 48,25	\$ 579,00
Décimo tercero	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 48,25
Décimo cuarto	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 4,02	\$ 48,25
Aporte patronal	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 5,86	\$ 70,35
Arriendo	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Mantenimiento equipos de computación	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 3,27	\$ 39,20
Internet	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Depreciación	21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 21,01	\$ 252,13
<b>Total GIF Fijos</b>	<b>\$ 98,67</b>	<b>\$ 1.184,03</b>											
<b>GIF Variables</b>													
Producción requerida	317	298	307	316	324	335	345	355	367	377	388	400	4129
(x) Gasto variable unitario	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03
<b>(=) Total GIF Variables</b>	<b>\$ 8,95</b>	<b>\$ 8,41</b>	<b>\$ 8,67</b>	<b>\$ 8,92</b>	<b>\$ 9,15</b>	<b>\$ 9,46</b>	<b>\$ 9,74</b>	<b>\$ 10,02</b>	<b>\$ 10,36</b>	<b>\$ 10,64</b>	<b>\$ 10,95</b>	<b>\$ 11,29</b>	<b>\$ 116,58</b>
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 107,62</b>	<b>\$ 107,08</b>	<b>\$ 107,34</b>	<b>\$ 107,59</b>	<b>\$ 107,82</b>	<b>\$ 108,13</b>	<b>\$ 108,41</b>	<b>\$ 108,69</b>	<b>\$ 109,03</b>	<b>\$ 109,31</b>	<b>\$ 109,62</b>	<b>\$ 109,96</b>	<b>\$ 1.300,61</b>

Elaborado por: Las autoras



El estado de costos de producción y ventas que se presenta es únicamente el anual, pero para mayor comprensión se presentarán los estados mensuales en los anexos donde se podrá observar como fluctúan los costos mes a mes.

### 5.6.3 Estado de resultados.

**Tabla 55**  
*Estado de resultados.*

<b>Confecciones TyDys</b>	
<b>Estado de resultados</b>	
<b>Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018</b>	
Ventas netas	\$36.801,00
(-) Costos de producción	\$29.776,86
(=) Utilidad bruta en ventas	\$ 7.024,14
(-) Gastos administrativos y de ventas	\$ 1.300,61
(=) Utilidad (pérdida) en operaciones	\$ 5.723,54
(-) Gastos financieros	\$ -
(+) Otros ingresos	\$ -
(-) Otros gastos	\$ -
(=) Utilidad(pérdida) antes 15% P. T.	\$ 5.723,54
(-)15% Participación trabajadores	\$ 858,53
(=) Utilidad (pérdida) antes del I a la R	\$ 4.865,01
(-) Impuesto a la renta	\$ -
<b>(=) Utilidad (pérdida) neta</b>	<b>\$ 4.865,01</b>

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Las autoras

## 5.6.4 Flujo de caja.

**Tabla 56**  
*Flujo de caja.*

<b>Confecciones TyDys</b>													
<b>Flujo de caja</b>													
<b>Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018</b>													
<b>Detalles</b>	<b>Periodo 0</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>
Saldo efectivo inicial		\$ -	\$ 37,55	\$ 362,65	\$ 718,09	\$ 1.114,67	\$ 1.560,41	\$ 2.040,22	\$ 2.569,35	\$ 3.144,18	\$ 3.764,85	\$ 4.440,24	\$ 5.165,89
<b>Entradas de dinero:</b>													
Ingreso por ventas		\$ 2.592,00	\$ 2.673,00	\$ 2.754,00	\$ 2.835,00	\$ 2.916,00	\$ 3.006,00	\$ 3.096,00	\$ 3.186,00	\$ 3.285,00	\$ 3.384,00	\$ 3.483,00	\$ 3.591,00
Depreciación		\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57	\$ 30,57
<b>Total ingresos de efectivo</b>		<b>\$ 2.622,57</b>	<b>\$ 2.741,12</b>	<b>\$ 3.147,22</b>	<b>\$ 3.583,66</b>	<b>\$ 4.061,24</b>	<b>\$ 4.596,98</b>	<b>\$ 5.166,80</b>	<b>\$ 5.785,92</b>	<b>\$ 6.459,75</b>	<b>\$ 7.179,42</b>	<b>\$ 7.953,81</b>	<b>\$ 8.787,47</b>
<b>Desembolsos de dinero:</b>													
Materiales directos		\$ 1.256,40	\$ 1.065,60	\$ 1.108,80	\$ 1.141,20	\$ 1.166,40	\$ 1.213,20	\$ 1.245,60	\$ 1.281,60	\$ 1.324,80	\$ 1.360,80	\$ 1.400,40	\$ 1.443,60
Mano de obra directa		\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31
Gastos generales de fabricación		\$ 288,70	\$ 273,47	\$ 280,68	\$ 287,89	\$ 294,30	\$ 303,12	\$ 311,13	\$ 319,14	\$ 328,75	\$ 336,77	\$ 345,58	\$ 355,19
Gastos operacionales		\$ 107,62	\$ 107,08	\$ 107,34	\$ 107,59	\$ 107,82	\$ 108,13	\$ 108,41	\$ 108,69	\$ 109,03	\$ 109,31	\$ 109,62	\$ 109,96
<b>Total desembolso de efectivo</b>		<b>\$ 2.585,03</b>	<b>\$ 2.378,47</b>	<b>\$ 2.429,13</b>	<b>\$ 2.469,00</b>	<b>\$ 2.500,83</b>	<b>\$ 2.556,75</b>	<b>\$ 2.597,45</b>	<b>\$ 2.641,74</b>	<b>\$ 2.694,90</b>	<b>\$ 2.739,19</b>	<b>\$ 2.787,91</b>	<b>\$ 2.841,07</b>
<b>Flujo de caja</b>	\$ -5.468,61	<b>\$ 37,55</b>	<b>\$ 362,65</b>	<b>\$ 718,09</b>	<b>\$ 1.114,67</b>	<b>\$ 1.560,41</b>	<b>\$ 2.040,22</b>	<b>\$ 2.569,35</b>	<b>\$ 3.144,18</b>	<b>\$ 3.764,85</b>	<b>\$ 4.440,24</b>	<b>\$ 5.165,89</b>	<b>\$ 5.946,40</b>
<b>Flujo de caja acumulado</b>		<b>\$ 37,55</b>	<b>\$ 400,20</b>	<b>\$ 1.080,74</b>	<b>\$ 1.832,76</b>	<b>\$ 2.675,07</b>	<b>\$ 3.600,63</b>	<b>\$ 4.609,57</b>	<b>\$ 5.713,52</b>	<b>\$ 6.909,03</b>	<b>\$ 8.205,09</b>	<b>\$ 9.606,13</b>	<b>\$ 11.112,29</b>

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

## 5.7 Toma de decisiones

### 5.7.1 Punto de equilibrio.

### 5.7.2 Punto de equilibrio en unidades.

Con el valor obtenido del cálculo del punto de equilibrio se podrá determinar la cantidad de prendas que se debe producir y vender para cubrir los costos de la producción, a partir de este valor se podrá recuperar lo invertido en la confección y se tendrá la utilidad correspondiente. Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades se utilizó la siguiente fórmula que es:

$$\text{P. E. unidades: } \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}}$$

### 5.7.3 Punto de equilibrio en dólares.

Para el cálculo en unidades monetarias se utilizará la siguiente formula:

$$\text{P. E. dólares} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas}}}$$

Con esta fórmula se podrá conocer la cantidad de dinero que se obtendrá en las ventas de las chaquetas para recuperar lo costos de producción, y además si se obtiene valores más altos que este, se podrá decir que la microempresa está generando utilidades. A continuación, se presentan respectivamente las tablas de acuerdo a las fórmulas presentadas.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir que el número de unidades que se deben producir de acuerdo al punto de equilibrio es menor al que está planificado producirse mensualmente, lo que confirma que si se cubrirán los costos de producción y además se obtendrá ganancias. Por ejemplo, en el mes de enero se producirá 317 unidades y según el punto de equilibrio se necesita producir 253 unidades, la ganancia sería de las 64 unidades que sobrepasa al punto de equilibrio.

**Tabla 57**  
*Punto de equilibrio en unidades.*

**Confecciones TyDys**  
**Punto de equilibrio en unidades**  
**Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018**

Detalle	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Costo fijo	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	12.788,49
Costo variable	\$ 1.519,32	\$ 1.312,76	\$ 1.363,42	\$ 1.403,29	\$ 1.435,12	\$ 1.491,05	\$ 1.531,74	\$ 1.576,04	\$ 1.629,19	\$ 1.673,48	\$ 1.722,21	\$ 1.775,36	18.432,97
Costo variable unitario	\$ 4,79	\$ 4,41	\$ 4,44	\$ 4,44	\$ 4,43	\$ 4,45	\$ 4,44	\$ 4,44	\$ 4,44	\$ 4,44	\$ 4,44	\$ 4,44	\$ 4,46
Precio de venta	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>253</b>	<b>232</b>	<b>234</b>	<b>234</b>	<b>233</b>	<b>234</b>	<b>2819</b>						

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las Autoras

**Tabla 58**  
*Punto de equilibrio en dólares.*

**Confecciones TyDys**  
**Punto de equilibrio en dólares**  
**Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2018**

Detalle	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Costo fijo	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	\$ 1.065,71	12.788,49
Costo variable	\$ 1.519,32	\$ 1.312,76	\$ 1.363,42	\$ 1.403,29	\$ 1.435,12	\$ 1.491,05	\$ 1.531,74	\$ 1.576,04	\$ 1.629,19	\$ 1.673,48	\$ 1.722,21	\$ 1.775,36	18.432,97
Ventas	\$ 2.592,00	\$ 2.673,00	\$ 2.754,00	\$ 2.835,00	\$ 2.916,00	\$ 3.006,00	\$ 3.096,00	\$ 3.186,00	\$ 3.285,00	\$ 3.384,00	\$ 3.483,00	\$ 3.591,00	36.801,00
Punto de equilibrio	\$ 2.575,15	\$ 2.094,22	\$ 2.110,61	\$ 2.110,26	\$ 2.098,49	\$ 2.114,60	\$ 2.109,26	\$ 2.108,96	\$ 2.114,28	\$ 2.108,34	\$ 2.108,06	\$ 2.107,77	25.622,19

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Las autoras

## Capítulo VI

### 6 Estructura organizacional

#### 6.1 Introducción

En la estructura organizacional se definirá los aspectos relacionados a la parte organizativa del emprendimiento, en este capítulo se encontrará la razón social, logotipo, eslogan, misión, visión, principios, valores, políticas, organigrama estructural, la descripción de puestos que contribuye a la asignación de tareas y responsabilidad a cada miembro y en cuanto a la parte administrativa se analizará los aspectos legales con los que debe cumplir el emprendimiento, que permitan un adecuado funcionamiento de esta.

#### 6.2 Objetivos

##### 6.2.1 Objetivo general.

Diseñar la estructura organizacional de la microempresa para un correcto desenvolvimiento de esta.

##### 6.2.2 Objetivos específicos.

- Crear la identidad corporativa del emprendimiento.
- Elaborar el organigrama de acuerdo con la microempresa.
- Establecer los manuales de funciones para cada puesto.
- Conocer los aspectos legales de funcionamiento.

## 6.3 Identidad corporativa

### 6.3.1 Nombre del emprendimiento.

La microempresa se denominará: Confecciones TyDys, las siglas TyDys provienen de una combinación de los nombres de las socias, donde Ty es del nombre Paty, mientras que Dys proviene de Gladys, el cual va acompañado de la palabra confecciones para dar alusión a lo que se dedica el emprendimiento que es la confección de chaquetas para damas.

### 6.3.2 Eslogan.

El eslogan creado es: *“Toda mujer sabe que lucir”*, la cual refleja la seguridad, elegancia y personalidad de la mujer a la hora de elegir y optar por las chaquetas de tela galleta, dejando claro de esta manera que la mujer siempre está a la vanguardia de la moda.

### 6.3.3 Logotipo.

Para la elaboración de la representación gráfica de la empresa se tomó en cuenta el nombre de la empresa, el eslogan formado por figuras e imágenes.



**Ilustración 28. Logotipo confecciones TyDys.**  
Elaborado por: Las autoras

### 6.3.4 Misión.

“Satisfacer las necesidades de las mujeres en cuanto a la moda, mediante la confección y comercialización de chaquetas de calidad, para impulsar el desarrollo y economía del sector textil, manteniendo nuestro compromiso con empleados, proveedores y aliados.”

### 6.3.5 Visión.

En el año 2025 Confecciones TyDys será una microempresa líder en la confección de chaquetas para damas, reconocida por ofrecer prendas con los mejores acabados y diseños, ocupando un mercado importante del sector textil a nivel local y regional, con alto grado de atención a nuestros clientes, con personal capacitado y mejoramiento continuo.

### 6.3.6 Principios y valores.

#### 6.3.6.1 Principios.

- **Trabajo en equipo.** - para contribuir en las decisiones de la empresa y promover las relaciones laborales entre el personal.
- **Equidad.** - mantener un mismo trato para todos los miembros de la microempresa.
- **Transparencia empresarial.** - para generar confianza a los empleados, clientes, proveedores y a la sociedad rindiendo cuentas de los estados financieros y brindando más información acerca de las acciones tomadas para reducir los impactos ambientales.

#### 6.3.6.2 Valores.

- **Respeto.** - entre todos los miembros de la microempresa para crear un ambiente de trabajo confortable permitiendo la convivencia sana y pacífica, así como para los clientes y proveedores.
- **Compromiso.** - por parte de la microempresa y empleados para cumplir con lo prometido y siempre tratar de mejorar para obtener una buena imagen ante los clientes.
- **Perseverancia.** - será la fuerza interior que permitirá vencer las dificultades que se puedan presentar, para lograr los objetivos planteados, mediante el compromiso con el desarrollo de la microempresa.

- **Innovación.** - en cuanto a los diseños, que permitan cubrir con las expectativas o necesidades de los clientes
- **Responsabilidad.** - por parte de todos los miembros de la empresa para cumplir con todas las funciones encomendadas en el tiempo necesario y con la calidad requerida.

### **6.3.7 Políticas.**

#### **6.3.7.1 Administrativas.**

- Se creará y fomentará una buena cultura organizacional.
- La empresa brindará la información sobre la situación y rendimiento financiero de la microempresa a las entidades de control.
- Se pagará de forma puntual todas las obligaciones que establece la Ley.
- La empresa capacitará al personal en el ámbito de la moda y tendencias de confección para mejorar la calidad de la chaqueta.

#### **6.3.7.2 Producción.**

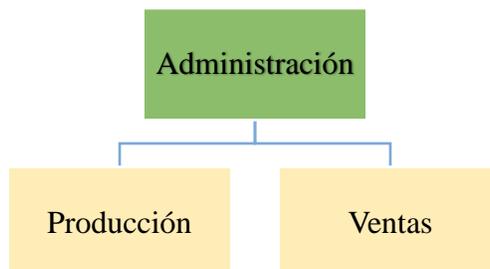
- Cada mes se producirá un 10% más para que exista un inventario final de productos terminados.
- Se mantendrá un inventario final de materia prima del 10%.
- Toda operaria de costura deberá llevar puesto la mascarilla como media de protección.
- Cada operaria costurera se hará responsable de todos los materiales utilizados dentro de sus horas de trabajo.
- Se prohíbe el ingreso al taller con alimentos y en estado de embriagues.

### 6.3.7.3 Venta.

- Se podrá otorgar a crédito hasta un 25% del valor de las ventas a un plazo de un mes, contados a partir de la fecha de venta y el restante deberá ser cancelado al contado.
- La entrega de los pedidos se realizará el día y la hora acordada sin ningún tipo de retraso.
- La prenda deberá cumplir con todos los estándares de calidad que la microempresa ofrece.

## 6.4 Organigrama estructural

El organigrama es la representación gráfica de la estructura que tendrá la microempresa, en donde se encuentran definidas los niveles jerárquicos, y muestran las relaciones entre sus diferentes partes el cual ayuda a diferenciar las funciones que se desempeñan en cada uno de los departamentos.



**Ilustración 29. Organigrama estructural confecciones TyDys.**  
Elaborado por: Las autoras

## 6.5 Descripción de puestos

**Tabla 59**

*Manual de funciones operario.*

<p>“Confecciones TyDys”</p>	
<p><b>Manual de funciones</b></p>	
<p><b>Nombre del Cargo:</b> Operario de costura  <b>Área:</b> Producción  <b>Nivel:</b> Operativo  <b>Jefe Inmediato:</b> Gerente  <b>Supervisa a:</b> No supervisa</p>	
<p><b>Descripción:</b></p>	
<p>Elaboración de la prenda que consiste en el trazo, corte, confección y acabados del producto final.</p>	
<p><b>Competencias generales</b></p>	<p><b>Competencias específicas</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable</li> <li>• Puntual</li> <li>• Iniciativa</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Honrado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad</li> <li>• Dominio de maquina recta y overlok</li> <li>• Sobrellevar un trabajo rutinario</li> </ul>
<p><b>Funciones:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar el pedido de la materia prima e insumos.</li> <li>• Elaboración de las prendas de vestir de acuerdo con el diseño.</li> <li>• Controlar los acabados de la prenda.</li> <li>• Almacenar las prendas terminadas.</li> <li>• Controlar el stock de la materia prima e insumos.</li> <li>• Realizar el aseo del área de producción y de la maquinaria.</li> </ul>	
<p><b>Perfil de puesto:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Maestra(o) de Taller en Corte Confección y Bordado</li> <li>• Experiencia mínima de 1 año en puestos similares</li> <li>• Dominio en el manejo de maquina recta y overlock.</li> <li>• Conocimientos en la confección de chaquetas.</li> </ul>	

Fuente: (Arévalo Erazo, 2017)

Elaborado por: Las autoras

Tabla 60

Manual de funciones vendedor.

“Confecciones TyDys”	
<b>Manual de funciones</b>	
<p><b>Nombre del Cargo:</b> Vendedor / cajero  <b>Área:</b> Ventas  <b>Nivel:</b> Operativo  <b>Jefe Inmediato:</b> Gerente  <b>Supervisa a:</b> No supervisa</p>	
<b>Descripción:</b>	
Ejecutar las ventas, así como el control de las transacciones, reporte de pedidos y de la mercadería disponible.	
<b>Competencias generales</b>	<b>Competencias específicas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable</li> <li>• Puntual</li> <li>• Iniciativa</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Honrado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poder de convencimiento.</li> <li>• Capacidad de negociar y cerrar las ventas</li> <li>• Tolerancia</li> <li>• Actitud positiva</li> </ul>
<b>Funciones:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Realizar las ventas de la mejor manera.</li> <li>• Convencer al cliente de realizar la compra.</li> <li>• Cobros de caja</li> <li>• Mantener un control de las transacciones.</li> <li>• Llevar un control de la mercadería en stock.</li> <li>• Conocer las políticas de la empresa.</li> <li>• Reportar los pedidos al gerente.</li> </ul>	
<b>Perfil de puesto:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de bachiller</li> <li>• Experiencia mínima de 2 años en venta de ropa.</li> <li>• Conocimientos de estrategias de ventas y publicidad.</li> <li>• Dominio en la atención al cliente.</li> </ul>	

Elaborado por: Las autoras

Fuente: (Arévalo Erazo, 2017)

## 6.6 Aspectos legales de funcionamiento

Para la constitución de la microempresa denominada TyDys se debe cumplir con todas las obligaciones que establece la Ley, con el objetivo de no tener ningún inconveniente en su normal funcionamiento. Se obtendrán los permisos necesarios como persona natural a nombre de Gladys Pijuango como representante legal. Los permisos que se debe conseguir son los siguientes:

### 1) Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE)

(Servicio de Rentas Internas) manifiesta que: el SRI es la institución que se encarga de otorgar el RISE, para lo cual la entidad que solicite este documento deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- Ser persona natural.
- No tener ingresos mayores a USD 60 mil en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravado con tarifa cero por ciento (0%) para cada año.
- No dedicarse a alguna de las actividades restringidas.
- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

Además, se deberá presentar los siguientes requisitos:

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Presentar el último certificado de votación
- Presentar original y copia de una planilla de agua, luz o teléfono, o contrato de arrendamiento, o comprobante de pago del impuesto predial, o estado de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito (de los 3 últimos meses).

- Las personas naturales nacionales o extranjeras que ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales a excepción de los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano deben presentar el original y copia del pago de la patente municipal.

## **2) Permiso de los bomberos**

Par obtener el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Cotacachi, toda entidad deberá entregar la documentación solicitada que se presenta a continuación:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

## **3) Patente municipal**

Para obtener la patente municipal del GAD Municipal de Cotacachi, toda entidad deberá presentar la siguiente documentación:

- Adquirir el formulario de la patente municipal
- Original y copia de la cedula y papeleta de votación.
- RUC actualizado.
- Carta de pago del impuesto predial.
- Inscribir en la Jefatura de rentas del municipio.
- Realizar el pago en la oficina de recaudación.
- Solo esta exonerado los artesanos calificados.

## Capítulo VII

### 7 Impactos

#### 7.1 Introducción

En el presente capítulo se realizará un análisis de los posibles efectos que se pueden presentar por la implementación y ejecución del emprendimiento. En este estudio se tomará en cuenta únicamente el impacto económico y ambiental.

#### 7.2 Objetivos

##### 7.2.1 Objetivo general.

Identificar los impactos que provocará la implementación del emprendimiento por medio de la elaboración de una matriz.

##### 7.2.2 Objetivos específicos.

- Elaborar una matriz de evaluación.
- Analizar los impactos pertinentes.

#### 7.3 Evaluación de impacto

La herramienta que se utilizará para el análisis se obtuvo de las tesis que se encuentran en el repositorio digital de la Universidad Técnica del Norte. Esta herramienta incluye una matriz de valoración que empieza en alto positivo y termina en bajo negativo y una fórmula, las cuales se presentan en la siguiente página.

Para desarrollar la matriz de impactos es necesario identificar los indicadores más relevantes del emprendimiento y en base a los conocimientos propios o averiguaciones realizadas se asigna a cada uno de los indicadores un valor numérico de acuerdo con la matriz de valoración, con todos los indicadores calificados y sumado se obtiene un total. Estos datos se aplican a la fórmula para obtener el nivel de impacto que se generará.

**Tabla 61**  
**Matriz de valoración de impactos.**

Niveles	Valor
Alto positivo	3
Medio positivo	2
Bajo positivo	1
No existe ningún impacto	0
Alto negativo	-3
Medio negativo	-2
Bajo negativo	-1

Fuente: (Arévalo Erazo, 2017)

Para determinar el nivel de impacto se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total de impacto}}{\text{Número de indicadores}}$$

#### 7.4 Impacto económico

**Tabla 62**  
**Matriz impacto económico.**

Indicador	Nivel de impacto							Total numérico
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Creación de nuevas fuentes de trabajo					X			1
Reducir el contrabando					X			1
Estabilidad laboral							X	3
<b>Total</b>								<b>5</b>

Fuente: (Arévalo Erazo, 2017)

Elaborado por: Las autoras

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{5}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 1,67$$

#### Análisis:

El impacto económico que se presentará por la creación del emprendimiento tiene un nivel bajo positivo porque al iniciar el emprendimiento se creará únicamente dos puestos de trabajo, pero dentro de 2 años a medida que vaya creciendo la microempresa se podrán generar puestos de trabajo para 1 contador, 1 vendedor y 2 puestos para el cargo de operarios, esta cantidad puede variar según vaya aumentando la demanda.

En cuanto a la reducción del contrabando, si se ayudará, pero solo en esta prenda ya que los comerciantes no buscan únicamente chaquetas en los países vecinos sino toda clase de prendas. En relación con la estabilidad laboral de los empleados se puede decir que es positivo ya que la industria textil es uno de los más fuertes dentro de la provincia. además, en un futuro se podrá iniciar con la creación de nuevos diseños y la confección de otro tipo de prendas por lo que los puestos creados van a seguir y mantenerse en la microempresa.

### 7.5 Impacto ambiental

**Tabla 63**

*Matriz de impacto ambiental.*

Indicador	Nivel de impacto							Total numérico
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de desperdicios						X		2
Ruido en el área de trabajo				X				0
<b>Total</b>								2

Fuente: (Arévalo Erazo, 2017)

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{2}{2}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 1$$

#### **Análisis:**

La matriz de impacto ambiental es bajo positivo, porque para confeccionar las prendas se utilizará maquinaria moderna, que no emiten sonido del motor, con esto se reducirá el ruido dentro del taller, se tendrá mayor tranquilidad y comodidad al momento de realizar las actividades. En cuanto a los desperdicios que se generen al momento de realizar el corte y confección de la prenda, se tratará de reducirlos al 10%, colocando los moldes de una manera más precisa para que se pueda ocupar todo el espacio posible del ancho y largo de la tela. Además, se buscará una inmobiliaria para que adquieran dichos desperdicios que sirven para hacer los rellenos de los sillones.

## CONCLUSIONES

- Es conveniente realizar la inversión considerando los parámetros establecidos en el presente estudio como son la instalación de la capacidad de la planta de 400 unidades, la producción de 317 unidades con el incremento del 3% cada mes el cual genere un costo de producción de \$29.776,86 para obtener ganancias de \$ 4.865,01; todo esto se podrá lograr con una inversión inicial de \$5.468,61; la que se recuperará en ocho meses.
- En el diagnóstico situacional se obtuvo que en el cantón Otavalo existen aproximadamente 463 establecimientos dedicados a la manufactura del cual 2 se dedican a la confección de chaquetas en tela galleta en cuanto al cantón Cotacachi existen un total de 97 establecimientos del cual el 75% trabaja en cuero y únicamente en la comunidad cumbas conde y aledaño existen 4 talleres, pero ninguno de estos se dedica a la confección de chaquetas. Referente a la actividad comercial del cantón Otavalo en días ordinarios existen 2.660 puestos y en los fines de semana se incrementa en un 211%.
- A través del estudio de mercado se identificaron la demanda de 2.636 prendas y una oferta de 520 prendas por mes, en cuanto a los gustos y preferencias de las mujeres acerca de las chaquetas, ellas se fijan en el diseño, prefieren adquirirlos en locales comerciales, les gusta el color negro y escogen la tela galleta como material.
- Con el desarrollo del estudio técnico se determinó que la microempresa estará ubicada en la Comunidad Cumbas Conde ya que se encuentra disponible una infraestructura que cuenta con todos los servicios básicos y el espacio necesario para la producción, además los clientes potenciales viven en la misma comunidad. La materia prima se podrá adquirir en la Importadora Lema, Gamatex y Nortextil, respecto a la mano de obra existe

disponibilidad ya que cada año se gradúan alrededor de 25 personas con el título de maestros de taller en corte, confección y bordado. La maquinaria requerida está disponible en la provincia y se puede adquirir en Servimaq, Singer y Mainco, la que garantizará una capacidad de 400 prendas para las cuales se comprobó que existe demanda, además supera la cifra de 234 unidades mensuales, correspondientes al punto de equilibrio. La inversión inicial de \$5.468 será asumida con recursos propios.

- Por otra parte, mediante el presupuesto operacional se determinó la producción anual de 4129 unidades cuyo costo de producción asciende a \$29.776, generando una utilidad neta de \$4865. De acuerdo al flujo de caja, la inversión inicial se recuperará en ocho meses.
- A través del estudio organizacional se definió al emprendimiento con el nombre de Confecciones TyDys, además se elaboraron la misión, visión, políticas, principios y valores de acuerdo a lo que se quiere ser y lograr. Para conseguir un buen desenvolvimiento se elaboraron la estructura organizacional y el manual de funciones para las actividades del vendedor y operario de costura, con el objetivo de que cada persona tenga establecidas y delimitadas las funciones. Está previsto obtener el RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano), permiso de bomberos y la patente municipal como requerimiento para iniciar la microempresa.
- En relación a los impactos se pudo determinar que el emprendimiento tiene un impacto económico bajo positivo ya que se creará 2 fuentes de empleo y se contribuirá a reducir el contrabando de este tipo de chaquetas. Mientras que en el impacto ambiental se tiene un nivel bajo positivo porque se comprarán máquinas que no emiten ruido del motor;

los desperdicios de tela se venderán a una inmobiliaria para los rellenos, lo que permitirá disminuir al 10% los desperdicios totales.

### **RECOMENDACIONES**

- Crear la microempresa de confección de chaquetas ya que es conveniente y en 8 meses se recuperará la inversión.
- Aprovechar al máximo las condiciones favorables que poseen los cantones de Otavalo y Cotacachi, implementando dicho emprendimiento en la comunidad Cumbas Conde ya que de esta manera se fortalecerá el desarrollo manufacturero del cantón, se ayudará a dinamizar la economía local y se aprovecha la demanda existente.
- Tomar en cuenta los gustos y preferencias de las mujeres y analizar la conveniencia de realizar una reinversión después del año, para adquirir más maquinaria y contratar otros operarios, para ampliar la producción.
- Realizar una alianza con el proveedor de la materia prima para que los precios de este no cambien durante el año.
- Tomar en consideración todos los presupuestos realizados para que el emprendimiento arroje los mismos resultados y a partir del siguiente año se alienta a reinvertir la utilidad y elaborar dichos presupuestos de acuerdo a los objetivos que se deseen alcanzar.
- Obtener todos los permisos mencionados para que la microempresa trabaje con normalidad, además de aplicar las políticas, principios, valores y demás documentos elaborados en el capítulo del estudio organizacional.
- Cumplir con las medidas estipuladas para reducir los impactos que se presenten en el desarrollo del emprendimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, F. P. (2013). *Manual creación y gestión de microempresas*. Madrid: Editorial CEP, S.L.
- Araujo Arévalo, D. (2012). *Proyectos de inversión: análisis, formulación y evaluación práctica*. México: Trillas S.A. de C.V.
- Arboleda Vélez, G. (2013). *Proyectos identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.
- Arco, E. A., & Blomer, B. V. (2013). *Simulación Empresarial*. España: Paraninfo S.A.
- Arévalo Erazo, S. P. (2017). *Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Dedicada a la Elaboración y Comercialización de Tejidos Artesanales en Lana en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura*. Ibarra.
- Bustos A., F. (2016). *Manual de Gestión y Control Ambiental*. Ecuador: Acierito Gráfico.
- Cano Morales, A. M. (2013). *Contabilidad gerencial y presupuestaria*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Flórez Uribe, J. A. (2015). *Plan de Negocio para pequeñas empresas* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- García Colín, J. (2014). *Contabilidad de costos*. México: McGraw Hill.
- García, M. J., Gómez, A. C., & Fortes, I. A. (2013). *Microeconomía Básica*. Oviedo: Septem Ediciones.
- Isique Huaroma, J. C. (2016). *Proyectos Agropecuarios*. Lima: Macro EIRL.
- Kirberg, A. S. (2014). *Emprendimiento Exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- LEY DE COMPANIAS, Legislación Conexa, Cooncordancias*. (Febrero de 2014). Quito - Ecuador: Talleres de la Cooperación de Estudios y Publicaciones.
- Lira Briceño, P. (2014). *Evaluación de Proyectos de inversión*. Bogotá: Ediciones de la U.

Martínez Aguirre, G. (2012). *La ingeniería en la industria de la confección*. México: Trillas.

Pardo, Á. J. (2017). *Gestión por procesos y riesgo operacional*. España: AENOR Internacional, S.A.U.

Paspuel, W. (5 de Octubre de 2014). El ingreso ilegal de frutas y textiles es constante en la frontera con Perú. *El Comercio*.

Posso Yépez, M. Á. (2013). *Proyectos, Tesis y Marco Lógico: planes e informes de investigación*. Quito.

Ramírez Padilla, D. N. (2013). *Contabilidad Administrativa: un enfoque estratégico para competir*. México: McGraw Hill.

Sierra, C. P. (2014). *Emprendimiento*. Mexico: Pearson Educación.

Zapata Sánchez, P. (2015). *Contabilidad de Costos Herramienta para la toma de decisiones*. México: McGraw-Hill.

Zapata Sánchez, P. (2017). *Contabilidad general*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.

## LINCOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador SENA. (2017). *SENAE*. Obtenido de [aduana.gob.ec](http://aduana.gob.ec):  
<https://www.aduana.gob.ec/aduana-captura-200-mil-en-mercancia-de-contrabando/>
- Asociación de Industrias Textiles del Ecuador. (2010). *AITE*. Obtenido de [aite.com.ec](http://aite.com.ec):  
<http://www.aite.com.ec/industria.html>
- Asociación de Municipalidades Ecuatorianas. (2016). *AME*. Obtenido de [ame.gob.ec](http://ame.gob.ec):  
<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/286-canton-cotacachi>
- CHARLIE. (29 de Agosto de 2017). *Tendencias*. Obtenido de [www.tendencias.com](http://www.tendencias.com):  
<https://www.tendencias.com/tendencias/estas-son-las-23-tendencias-definitivas-de-esta-proxima-temporada-otono-invierno-2017-2018>
- Código Orgánico de la Producción, C. e. (2015). *www.aduana.gob.ec*. Obtenido de [www.aduana.gob.ec](http://www.aduana.gob.ec):  
<https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/COPCI.pdf>
- El Comercio. (2013). El principal producto de contrabando, la ropa. *El Comercio*.
- El Comercio. (5 de Octubre de 2014). Obtenido de [elcomercio.com](http://elcomercio.com):  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/contrabando-frutas-textiles-peru-frontera.html>
- El Comercio. (29 de Noviembre de 2017). *El Comercio*. Obtenido de [elcomercio.com](http://elcomercio.com):  
<http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-pierde-contrabando-ministro-finanzas.html>
- FLOPI. (2017). *VIX*. Obtenido de [www.vix.com](http://www.vix.com): <https://www.vix.com/es/imj/4917/tendencias-en-chaquetas-de-invierno>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (1 de Diciembre de 2012). *Pro Ecuador*.

Obtenido de Proecuador.gob.ec: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/analisis-sector-textil-2012/>

Intrasingente. (25 de Septiembre de 2014). *El Intrasingente.com*. Obtenido de El

Intrasingente.com: <http://www.elintransigente.com/mujer/2014/9/25/informal-casual-coctel-etiqueta-aprende-exige-cada-codigo-vestimenta-268204.html>

PDyOT Cotacachi. (27 de Abril de 2015). *Municipio de Cotacachi*. Obtenido de Cotacachi.gob.ec:

<http://www.cotacachi.gob.ec/>

PDyOT Otavalo, CELAEP . (Febrero de 2015). *Municipio de Otavalo*. Obtenido de

otavalo.gob.ec: <https://drive.google.com/file/d/0B-vw6vSsLrSITmpKaDZpSmFicjg/view>

PDyOT Quiroga. (27 de Octubre de 2015). *GADPR Quiroga*. Obtenido de gad-quiroga.gob.ec:

<http://app.sni.gob.ec/sni->

[link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060016930001\\_PDO  
T%20QUIROGA\\_27-10-2015\\_21-26-48.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060016930001_PDO_T%20QUIROGA_27-10-2015_21-26-48.pdf)

Redacción Líderes. (2018). Los desafíos para el emprendedor en el Ecuador. *Revista Líderes*.

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). *SRI*. Obtenido de [www.sri.gob.es](http://www.sri.gob.es):

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>

Servicio de Rentas Internas SRI. (13 de Marzo de 2018). *SRI*. Obtenido de [sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec):

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>

## ANEXOS

## Anexo 1. Encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

## ENCUESTA

**Población:** Encuesta dirigida a las mujeres de entre 15 a 44 años de edad del Cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura

**Objetivo:** Conocer las características, gustos y preferencias de las chaquetas para damas en el Cantón Otavalo Provincia de Imbabura.

**Instrucciones:** Señale con una X , según la respuesta que usted crea conveniente.

## CUESTIONARIO

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

15 – 24 ( )    25 – 34 ( )    35 – 44 ( )

2. ¿Le gusta utilizar chaquetas?

Si ( )    No ( )

3. ¿Estaría dispuesto a comprar chaquetas con nuevos diseños?

Si ( )    No ( )

4. ¿Con que frecuencia adquiere chaquetas?

Mensual ( )    Trimestral ( )    Semestral ( )    Anual ( )

5. ¿Qué aspectos consideraría para comprar chaquetas?

Diseño ( )    Color ( )    Material ( )    Precio ( )

6. ¿Cuál sería el color en el que preferiría la chaqueta?

Negro ( )    Blanco ( )    Café ( )    Azul Marín ( )    Vino ( )    Otro. ¿Cuál? .....

7. ¿Que material prefiere a la hora de decidirse por la compra de una chaqueta?

Cuerina ( )    Algodón ( )    Gabardina ( )    Tela Galleta ( )    Otra ¿Cuál?.....

8. ¿Cuál es el lugar de preferencia al momento de adquirir chaquetas?

Local comercial ( )    Mercado (puestos) ( )    Calle ( )

9. ¿Cuál es el medio de comunicación por el que le gustaría saber acerca de las chaquetas?

Radio ( )    Redes Sociales ( )    Volante ( )    Tarjeta ( )    Otro ¿Cuál?.....

**Gracias por su colaboración.**

## Anexo 2. Entrevista



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

### ENTREVISTA

**Población:** Entrevista dirigida a los Comerciantes del Cantón Cotacachi de la Provincia de Imbabura.

**Objetivo:** Conocer la demanda actual de las chaquetas para damas y la aceptación de la creación de una microempresa dedicada a su fabricación en el Cantón Cumbas Conde, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

**Instrucciones:** Señale con una X , según la respuesta que usted crea conveniente.

### CUESTIONARIO

1. ¿Usted vende chaquetas para damas?
2. ¿Qué cantidad de chaquetas para damas adquiere mensualmente, para venderla?
3. ¿En qué tipo de material son más demandadas las chaquetas?
4. ¿Dispone de la cantidad necesaria de chaquetas de damas para cubrir la demanda?
5. ¿Sus proveedores mayoritariamente son nacionales o extranjeros?
6. ¿Sus proveedores cubren la demanda realizada por usted?
7. ¿Cuál es el precio promedio de las chaquetas para damas al que usted compra? Por unidad.
8. ¿Cuál es el precio promedio de las chaquetas al que usted vende en Otavalo? Por unidad.
9. ¿Cómo comercializa las chaquetas para damas?
10. ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique exclusivamente a la confección de chaquetas para damas?
11. ¿Está de acuerdo con la creación de una microempresa que confeccione chaquetas para damas en la Comunidad Cumbas Conde, Cantón Cotacachi?
12. ¿Estaría dispuesto(a) a adquirir las chaquetas que oferte dicha microempresa?

**Gracias por su colaboración.**







CLIENTE: GLADYS PIJUANGO      FECHA: 01/03/2018  
RUC/C.I: 1003677956      TELÉFONO: 2119333  
DIRECCIÓN: OTAVALO

CANTIDAD	PRODUCTO	P.UNIT	P.TOTAL
1	CEL SAMSUNG J1 ACE DUOS J111M	109,00	109,00
1	PRECIO NORMAL	0,82	0,82

Subtotal	109,82
Descuento	0,00
12% IVA	13,18
Total	123,00





OPTIMIZAMOS TU EMPRESA  
 Productos y Servicios Informáticos para empresarios  
[www.onvia.com.ec](http://www.onvia.com.ec)

Otavalo  
 Bolívar y Av. Quito  
 Telf.: 2924674 // 0991479258  
 RUC:1002801064001  
 email: [distribucion2@onvia.com.ec](mailto:distribucion2@onvia.com.ec)

Distribuimos Tecnología y equipos Wi-Fi

Empresa: \_\_\_\_\_  
 Cliente: PATRICIA ULCUANGO  
 Dirección: TABACUNDO  
 Teléfono: 2119333  
 E-mail: [paty.ulcuango@gmail.com](mailto:paty.ulcuango@gmail.com)  
 RUC \_\_\_\_\_

Fecha: jueves, 01 de marzo de 2018

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO U	PRECIO T
1	ESCRITORIO BANGE EN L 3 CAJONES Y SEGURO	191,96	191,96
4	SILLAS CON BRAZOS FIJAS	50,89	203,57
1	SILLA GIRATORIA SIN BRAZOS	84,82	84,82
		<b>SUBTOTAL</b>	<b>480,36</b>
		<b>12% IVA</b>	<b>57,64</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>538,00</b>

Garantía: 1 año

Validez: 15 días

Forma de pago: 30 DIAS DE CREDITO



Honeywell  
 EPSON



**ONVIA**  
 TECNOLOGÍA & REDES  
 RUC: 1002801064001  
 ONVIA

Recibí Conforme

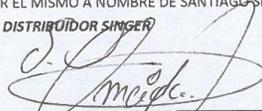


 <b>SINGER</b> <b>MULTIMAQUINAS</b> GRS GARANTIA REPUESTOS Y SERVICIO TECNICO				
				RUC:1002067179001
<b>PROFORMA</b>				
<b>CLIENTE:</b>	GLADYS PIJUANGO			
<b>RUC:</b>	1003877956	<b>TELEFONO:</b>	2119333	
<b>DIRECCION:</b>	QUIROGA			
<b>FECHA:</b>	05/03/2018			
CANTIDAD	ARTICULO	MODELO	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	MAQUINA INDUSTRIAL OVERLOCK DE 4 HILOS BAOYU CON TECNOLOGIA ALEMANA MOTOR TOTALMENTE SILENCIOSO LUBRICACION TOTALMENTE AUTOMATICA CON GUARDA AGUJA AJUSTABLE PARA PREVENIR SALTO DE PUNTADAS CON SELECCIÓN DE LARGO DE PUNTADA DE FACIL MANEJO CON ENFRIADOR DE AGUJA Y DE HILO PARA USO CON ALTA VELOCIDAD	BML-6800D	680,00	680,00
1	MAQUINA INDUSTRIAL RECTA SINGER CON SISTEMA DE LUBRICACION TOTALMENTE AUTOMATICO REALIZA 6000PUNTADAS POR MINUTO CON LARGO DE PUNTADA DE HATA 5mm DE FACIL AJUSTE FUNCIONAMIENTO SUAVE Y SILENCIOSO DE FACIL MANEJO IDEAL PARA TODO TIPO DE MATERIAL	JT8900-D	430,00	430,00
<b>TOTAL</b>				1110,00

SUMAN : MIL CIENTO DIEZ DOLARES.

NOTA : ESTOS PRECIOS ESTAN SUJETOS A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO.

SI LA FORMA DE PAGO ES CON CHEQUE FAVOR GIRAR EL MISMO A NOMBRE DE SANTIAGO SEVILLANO REPRESENTANTE DE SINGER MULTIMAQUINAS GRS DISTRIBUIDOR SINGER

  
 SANTIAGO SEVILLANO  
 GERENTE



DIRECCION: BOLIVAR 1002 Y COLON ESQUINA

TELEFONO: 06 2925493 - 0999462292

**Anexo 4. Estado de costos de producción y ventas mensual.**

**Confecciones TyDys**  
**Estado de costos de producción y ventas mensual.**  
**Del 1 al 31 de diciembre del 2018**

<b>Detalle</b>	<b>Ene</b>	<b>Feb</b>	<b>Mar</b>	<b>Abr</b>	<b>May</b>	<b>Jun</b>	<b>Jul</b>	<b>Ago</b>	<b>Sep</b>	<b>Oct</b>	<b>Nov</b>	<b>Dic</b>	<b>Anual</b>
Inventario inicial de materia prima directa	\$ -	\$ 115,20	\$ 108,00	\$ 111,60	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 122,40	\$ 126,00	\$ 129,60	\$ 133,20	\$ 136,80	\$ 140,40	\$ 1.353,60
(+) Compras materia prima directa	\$ 1.256,40	\$ 1.065,60	\$ 1.108,80	\$ 1.141,20	\$ 1.166,40	\$ 1.213,20	\$ 1.245,60	\$ 1.281,60	\$ 1.324,80	\$ 1.360,80	\$ 1.400,40	\$ 1.443,60	\$ 15.008,40
(-) Inventario final de materia prima directa	\$ 115,20	\$ 108,00	\$ 111,60	\$ 115,20	\$ 115,20	\$ 122,40	\$ 126,00	\$ 129,60	\$ 133,20	\$ 136,80	\$ 140,40	\$ 144,00	\$ 1.497,60
(=) Materia prima directa utilizada en el periodo	\$ 1.141,20	\$ 1.072,80	\$ 1.105,20	\$ 1.137,60	\$ 1.166,40	\$ 1.206,00	\$ 1.242,00	\$ 1.278,00	\$ 1.321,20	\$ 1.357,20	\$ 1.396,80	\$ 1.440,00	\$ 14.864,40
(+) Mano de obra directa	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 932,31	\$ 11.187,73
(+) Gastos indirectos de fabricación	\$ 288,70	\$ 273,47	\$ 280,68	\$ 287,89	\$ 294,30	\$ 303,12	\$ 311,13	\$ 319,14	\$ 328,75	\$ 336,77	\$ 345,58	\$ 355,19	\$ 3.724,73
(=) Costo de productos terminados en el período	\$ 2.362,21	\$ 2.278,58	\$ 2.318,19	\$ 2.357,81	\$ 2.393,01	\$ 2.441,43	\$ 2.485,44	\$ 2.529,45	\$ 2.582,26	\$ 2.626,28	\$ 2.674,69	\$ 2.727,50	\$ 29.776,86
(+) Inventario inicial de productos terminados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Costo de productos terminados disponibles para la venta	\$ 2.362,21	\$ 2.278,58	\$ 2.318,19	\$ 2.357,81	\$ 2.393,01	\$ 2.441,43	\$ 2.485,44	\$ 2.529,45	\$ 2.582,26	\$ 2.626,28	\$ 2.674,69	\$ 2.727,50	\$ 29.776,86
(-) Inventario final de productos terminados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 2.362,21</b>	<b>\$ 2.278,58</b>	<b>\$ 2.318,19</b>	<b>\$ 2.357,81</b>	<b>\$ 2.393,01</b>	<b>\$ 2.441,43</b>	<b>\$ 2.485,44</b>	<b>\$ 2.529,45</b>	<b>\$ 2.582,26</b>	<b>\$ 2.626,28</b>	<b>\$ 2.674,69</b>	<b>\$ 2.727,50</b>	<b>\$ 29.776,86</b>

Elaborado por: Las autoras