



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE  
UNA MICROEMPRESA EXPORTADORA DE PRENDAS  
DE VESTIR BORDADAS A MANO, EN LA PARROQUIA  
DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA”**

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

**AUTOR(A): KARINA FERNANDA QUINDE R.  
ASESOR: MGS. MARGARITA CLERQUE**

**Ibarra, marzo, 2011**

## **THE SUMMARIZE EXECUTIVO**

This project, search the creation of a company dedicated to the export of garments embroidered by hand, reason which has made the relevant research in order to promote and enhance economic activities in the province of Imbabura and the country through trade in textiles and more income generating activities. As a starting point a study by market research field, which was investigated to producers and consumers of textiles, in order to determine the supply and demand for apparel embroidered by hand feasibility of implementing a small business engaged in the production and export of garments. After the technical process of field survey, we obtained an important result, related to the existence of massive consumption handicrafts. Was taken as the area to investigate the Canton Ibarra, specifically Caranqui Parish. According to information obtained, hardly establishes that textiles are marketed directly by producers to the outside by more or less complicated procedures required to perform, as well as the lack of companies or entities that can channel the product external market. Having identified this weakness, has been the feasibility of creating a small business that allows exporting direct marketing to the international market of clothing embroidered by hand. Technical study carried out shows that the new micro allowed a significant injection of capital, thereby invigorating the industrial and commercial sector. Likewise, small businesses will create direct employment to 12 people, contributing in some way to reduce local unemployment and underemployment, which is a positive contribution to the population. The aforementioned small business with a proper and efficient administration, whose primary purpose is to make it a great company that will know the needs of all members and beneficiaries of it.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Con el presente proyecto lo que se busca es la creación de una empresa dedicada a la exportación de prendas de vestir bordadas a mano, razón por la cual se ha realizado la respectiva investigación con la finalidad de promover y mejorar las actividades económicas de la provincia de Imbabura y de país a través del comercio textil y mas actividades generadoras de ingresos. Como punto de partida se realizó un estudio de mercado mediante una investigación de campo, en la que se indagó a los productores y consumidores de los textiles, con el fin de determinar la oferta y la demanda de las prendas de vestir bordadas a mano y la factibilidad de implantar una microempresa que se dedique a la producción y exportación de prendas de vestir. Luego del proceso técnico del sondeo de campo, se obtuvo un importante resultado, relacionado a la existencia de un consumo masivo por productos artesanales. Se tomó como área a investigar el Cantón Ibarra, específicamente la parroquia de Caranqui. De acuerdo a la información obtenida, se establece que los textiles difícilmente son comercializados directamente por los productores hacia el exterior por los trámites más o menos complicados que se requieren realizar, así como también por la falta de empresas o entes que puedan canalizar el producto al mercado externo. Una vez identificada esta falencia, se ha visto la factibilidad de crear una microempresa exportadora que permita la comercialización directa hacia el mercado internacional de prendas de vestir bordadas a mano. Del estudio técnico efectuado se desprende que la nueva microempresa permitirá una importante inyección de capitales, dinamizando de esta forma la actividad industrial y comercial del sector. Así mismo, la microempresa a crearse dará empleo directo a 12 personas, contribuyendo en algo a disminuir el desempleo y subempleo local, lo cual es un aporte positivo para la población. La mencionada microempresa funcionará con una correcta y eficiente administración, cuya finalidad primordial es lograr convertirla en una gran empresa, que responda a las necesidades de todos los integrantes y beneficiarios de la misma.

## **AUTORÍA**

Yo, KARINA FERNANDA QUINDE RODRIGUEZ, portadora de la cédula de ciudadanía N° 040145241-2 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Exportadora de Prendas de Vestir Bordadas a Mano, en la Parroquia de Caranqui, Cantón Ibarra”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y , se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

---

Firma  
CI: 040145241-2

## **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por la egresada KARINA FERNANDA QUINDE RODRIGUEZ, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA, cuyo tema es: **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Exportadora de Prendas de Vestir Bordadas a Mano, en la Parroquia de Caranqui, Cantón Ibarra”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación publicación y evaluación por parte del Tribunal Examinador.

En la ciudad de Ibarra a los diez días del mes de octubre de 2010.

Firma

Mgs. Margarita Clerque

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE GRADO**



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Karina Fernanda Quinde Rodríguez, con cédula de identidad Nro. 040145241-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA EXPORTADORA DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO, EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ing. En Contabilidad Superior y Auditoría (CPA) en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo de los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

C.C.:.....  
(Firma).....  
NOMBRE:.....

Ibarra, a los 25 días del mes de marzo del 2011



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>040145241-2</b>		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>QUINDE RODRÍGUEZ KARINA FERNANDA</b>		
<b>DIRECCIÓN:</b>	<b>CARANQUI AV. ATAHUALPA 2-55</b>		
<b>EMAIL:</b>	<b><a href="mailto:Kafer08@hotmail.com">Kafer08 @hotmail.com</a></b>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	<b>062650841</b>	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	<b>089408488</b>

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA EXPORTADORA DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO, EN LA PARROQUIA DE CARANQUI, CANTÓN IBARRA”</b>
<b>AUTOR:</b>	<b>QUINDE RODRÍGUEZ KARINA FERNANDA</b>
<b>FECHA:</b>	<b>2011-03-25</b>
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>Ing. CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA (CPA)</b>
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	<b>Msc. MARGARITA CLERQUE</b>

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

Yo, Karina Fernanda Quinde Rodríguez, con cédula de identidad Nro. 040145241-2, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

## **3. CONSTANCIAS**

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



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

Ibarra, a los 24 días del mes de marzo de 2011

EL AUTOR

ACEPTACIÓN

(Firma).....

(Firma).....

NOMBRE:.....

NOMBRE:.....

C.C.:.....

Cargo:JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario\_\_\_\_\_

## **DEDICATORIA**

*La ciencia avanza a pasos agigantados y con ella la hora de embarcarnos en el tren del futuro.*

*Dedico el presente trabajo de grado a mis padres que me dieron la vida y han estado en todo momento conmigo. Gracias a ellos por darme una carrera para mi futuro, por creer en mí y apoyarme. Aquí está lo que ustedes me brindaron solamente les estoy devolviendo lo que en un principio me dieron.*

*A mi hijo que donde quiera que este siempre será la luz que ilumina mi vida y me da fuerza para seguir adelante.*

*A mi hija por ser ese pedacito de cielo que me llena de felicidad y me motiva seguir adelante.*

*A mi esposo que ha sido mi apoyo y soporte moral en todo este tiempo.*

*A mi hermano que siempre ha estado conmigo en las buenas y en las malas brindándome su apoyo.*

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

**Karina.**

## **AGRADECIMIENTO**

*El éxito de la culminación del presente trabajo de investigación se debe a la participación decidida de varias voluntades: de mi Asesora Mgs. Margarita Clerque, quien ha sabido orientar mi trabajo para la elaboración del borrador y la presentación del informe final de mi Trabajo de Grado; y sobre todo a mi familia que supo comprender que el tiempo al igual que la vida misma, son como una línea imaginaria que delimita los tiempos de fracaso y los tiempos de éxito y triunfo y que sin embargo a esta línea imaginaria hay que vivirla, sufrirla y amarla.*

*Quiero agradecer sinceramente a todos mis profesores y profesoras que compartieron sus sabios conocimientos conmigo, haciendo posible la culminación de esta etapa profesional de mi vida.*

**Karina Fernanda Quinde Rodríguez**

## **PRESENTACIÓN**

La presente investigación, denominada: Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa exportadora de prendas de vestir bordadas a mano en la parroquia de Caranqui, ha sido desarrollada bajo la modalidad de Proyecto.

Para una fácil comprensión de lo investigado, se ha utilizado un lenguaje claro y sencillo. El informe final está estructurado en siete capítulos, los mismos que contienen el material recogido, analizado y elaborado, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

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

En el segundo capítulo se hace referencia a las Bases Teóricas y Científicas, en base a una investigación bibliográfico-documental, a través de conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo: la empresa, mercadotecnia, fundamentos administrativos, contables y evaluadores financieros.

El capítulo tres corresponde al Estudio de Mercado, previamente se estableció la muestra poblacional para realizar una investigación de campo, mediante la aplicación de encuestas dirigidas a determinar la oferta (productores) y demanda (clientes), lo cual permitió identificar a los clientes insatisfechos, conocer sus requerimientos y expectativas, además se estableció el producto a ofertar sus características, mercado meta, análisis y proyección de oferta y demanda. También se realizaron los

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

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

La Evaluación Financiera y Económica, se encuentra detallada en el capítulo quinto, en el cual se registran todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la microempresa como son activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable. Además se analiza la ventaja económica que brindará el proyecto.

En tanto que, en el capítulo sexto se diseña la Estructura Organizacional y Funcional que tendrá la microempresa Samytex, en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias, políticas, organigrama estructural, manual de funciones y una matriz del perfil de competencias.

El capítulo séptimo se redacta los Impactos que generará el proyecto en el ámbito socio-económico, empresarial, educativo-cultural, y ambiental.

Y para finalizar se han redactado conclusiones a las que he llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo. Se formulan varias recomendaciones que serán importantes seguirlas para solucionar posibles inconvenientes en la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de factibilidad elaborado.

# ÍNDICE GENERAL

## CONTENIDO

	PÁG.
PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO EN IDIOMA INGLÉS.....	ii
RESUMEN EJECUTIVO .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN.....	v
CESIÓN DE DERECHOS A LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO .....	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxi
INTRODUCCIÓN.....	22

### CAPÍTULO I

#### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes.....	28
1.1.1. Objetivos.....	29
1.1.2. Variables.....	29
1.1.3. Indicadores.....	30
1.1.4. Matriz Diagnóstica.....	30
1.1.5. Fuentes de información.....	31
1.2. Análisis de Variables.....	31
1.2.1. Antecedentes históricos.....	31
1.2.2. Aspectos geográficos.....	32
1.2.3. Datos socio-demográficos.....	34
1.2.4. Actividades económicas.....	35
1.2.5. Producción y comercialización textil en la zona.....	37
1.3. Diagnóstico externo.....	37
1.4. Identificación del problema diagnóstico.....	39

### CAPÍTULO II

#### 2. MARCO TEÓRICO

2.1. La empresa.....	40
2.1.1. Definición.....	40
2.1.2. Importancia.....	40
2.1.3. Clasificación.....	41
2.2. La microempresa.....	42
2.2.1. Características.....	43
2.2.2. Clasificación.....	43
2.2.3. Ventajas de la microempresa.....	44
2.2.4. Desventajas de la microempresa.....	45

2.2.5.	Marco legal para el establecimiento de la microempresa...	46
2.3.	Estructura administrativa de la microempresa.....	46
2.3.1.	Administración.....	47
2.3.2.	Organigramas.....	47
2.3.3.	Manual de funciones.....	48
2.3.4.	Flujogramas.....	49
2.4.	Actividades principales de la zona.....	49
2.5.	Comercio Internacional.....	50
2.5.1.	Introducción.....	50
2.5.2.	Restricciones del Comercio Internacional.....	51
2.5.3.	Conceptos Básicos.....	51
2.5.4.	Personas que Intervienen en el Comercio Internacional..	61
2.5.5.	Seguro de la Exportación.....	61
2.5.6.	Certificados.....	61
2.5.7.	Envase y Embalaje.....	62
2.5.8.	Aforo.....	62
2.5.9.	Flete Internacional.....	63
2.5.10.	Canal de Distribución.....	63
2.5.11.	Regímenes Especiales.....	65
2.6.	Conceptos contables.....	65
2.6.1.	Contabilidad financiera.....	65
2.6.2.	Contabilidad de costos.....	65
2.6.3.	Proceso contable.....	66
2.6.4.	Plan de cuentas.....	67
2.6.5.	Tratamiento contable.....	68
2.6.6.	Principios contables.....	69
2.6.7.	Elementos del costo.....	69
2.7.	Evaluadores financieros.....	70
2.7.1.	Análisis de los estados financieros.....	70
2.7.2.	Flujos de caja.....	70
2.7.3.	Estados proforma.....	70
2.7.4.	Rentabilidad financiera.....	70
2.7.5.	Rentabilidad económica.....	71
2.7.6.	Financiamiento.....	71

### **CAPÍTULO III**

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

3.1.	Antecedentes.....	72
3.1.1.	Finalidad del estudio de mercado.....	72
3.1.2.	Objetivos.....	73
3.1.3.	Identificación del la población y muestra.....	74
3.2.	Resultados de encuestas.....	75
3.2.1.	Encuestas aplicadas a productores.....	74
3.2.2.	Encuestas aplicadas a clientes.....	82
3.2.3.	Análisis y proyección de la oferta.....	88
3.2.4.	Análisis y proyección de la demanda.....	90
3.2.5.	Balance entre oferta y demanda.....	91
3.2.6.	Determinación del producto.....	92

3.2.7.	Mercado meta.....	93
3.2.8.	Segmentación del mercado.....	94
3.2.9.	Análisis de precios.....	94
3.2.10.	Análisis de la competencia.....	96
3.2.11.	Comercialización.....	96
3.2.12.	Estrategia de diferenciación.....	96
3.2.13.	Estrategia de plaza.....	97
3.2.14.	Estrategia de promoción.....	97
3.2.15.	Estrategia de precio.....	97
3.3.	Conclusiones del estudio de mercado.....	97

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

4.1.	Localización del proyecto.....	98
4.1.1.	Macro localización.....	98
4.1.2.	Micro localización.....	99
4.2.	Tamaño del proyecto.....	102
4.3.	Ingeniería del proyecto.....	103
4.3.1.	Obras civiles.....	103
4.3.2.	Requerimientos de equipos.....	106
4.3.3.	Procesos productivos.....	107
4.4.	Pronostico de venta.....	113
4.5.	Requerimiento de talento humano.....	114
4.6.	Inversión.....	115
4.6.1.	Inversión fija.....	115
4.6.2.	Inversión variable.....	116
4.6.3.	Inversión diferida.....	117
4.6.4.	Resumen de inversiones.....	118
4.7.	Estructura de financiamiento.....	118
4.8.	Relación de desempeño de Samytex.....	119

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO**

5.1.	Estructura de inversiones y financiamiento.....	120
5.1.1.	Inversiones.....	120
5.1.2.	Financiamiento de la inversión.....	121
5.1.3.	Amortización.....	121
5.2.	Presupuesto de ingresos.....	122
5.3.	Presupuesto de costos y gastos.....	124
5.3.1.	Costo mano de obra.....	124
5.3.2.	Costo de materias primas.....	125
5.3.3.	Costos indirectos de producción.....	126
5.3.4.	Servicios básicos, suministros y otros gastos .....	126
5.3.5.	Depreciaciones de activos fijos.....	127
5.3.6.	Gastos de publicidad.....	128
5.3.7.	Gastos en seguro.....	128
5.4.	Estados financieros – proforma.....	129
5.4.1.	Estado de resultados o de ingresos.....	130



5.4.2.	Balance general.....	131
5.4.3.	Flujo de efectivo.....	132
5.5.	Evaluación financiera.....	134
5.5.1.	Determinación del costo capital.....	134
5.5.2.	Valor actual neto.....	135
5.5.3.	Tasa interna de retorno.....	136
5.5.4.	Periodo de recuperación.....	138
5.5.5.	Relación beneficio - costo.....	138
5.5.6.	Punto de equilibrio.....	139
5.6.	Resumen de indicadores de evaluación financiera.....	141

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL**

6.1.	Logotipo y denominación de la microempresa.....	142
6.1.1.	Origen del logotipo de microempresa.....	142
6.2.	Base filosófica de la microempresa.....	142
6.2.1.	Misión.....	143
6.2.2..	Visión.....	143
6.2.3.	Principios.....	143
6.2.4.	Valores.....	144
6.2.5.	Objetivos de la microempresa.....	145
6.2.6.	Políticas de la empresa.....	145
6.3.	Relación de desempeño de Samytex.....	146
6.4.	Aspectos legales.....	147
6.4.1.	Patente municipal.....	147
6.4.2.	Registro único de contribuyentes.....	147
6.4.3.	Cámara de producción .....	148
6.5.	Estructura orgánica.....	148
6.5.1.	Organigrama estructural vertical.....	149
6.5.2.	Organización interna.....	150
6.5.3.	Perfil de la competencia.....	151
6.6.	Lineamientos generales para el manual de funciones.....	152
6.6.1.	Área administrativa.....	153
6.6.2.	Área operativa.....	156
6.7.	Proceso de Exportación Indirecta.....	159
6.7.1.	Declaración de Exportación.....	159
6.7.2.	Documentos a Presentar.....	159
6.7.3.	Trámite.....	159
6.7.4.	Agente Afianzado de Aduana.....	161
6.7.5.	Requisitos para ser Exportador en la Aduana.....	162

## **CAPÍTULO VII**

### **7. IMPACTOS**

7.1.	Análisis de impactos.....	163
7.2.	Operatividad del análisis de impactos.....	163
7.3.	Impacto socio-económico.....	165
7.4.	Impacto empresarial.....	166
7.5.	Impacto educativo-cultural.....	167

7.6.	Impacto ambiental.....	168
7.7.	Matriz general.....	169
	Conclusiones.....	170
	Recomendaciones.....	172
	Bibliografía.....	174
	Lincografía.....	176
	Anexos.....	177
	Anexo A.....	178
	Anexo B.....	180
	Anexo C.....	181
	Anexo D.....	187

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No.	Título	Pág.
1.1.	Matriz de relación diagnóstica de la investigación.....	30
1.2.	Distribución de la población de la parroquia de Caranqui	34
2.1.	ICOTERMS.....	55
2.2.	Canales de Distribución.....	64
2.3.	Estructura de Costos.....	66
3.1.	Primera pregunta encuesta aplicada a productores .....	75
3.2.	Segunda pregunta encuesta aplicada a productores.....	76
3.3.	Tercera pregunta encuesta aplicada a productores.....	77
3.4.	Cuarta pregunta encuesta aplicada a productores.....	78
3.5.	Quinta pregunta encuesta aplicada a productores .....	79
3.6.	Sexta pregunta encuesta aplicada a productores.....	80
3.7.	Séptima pregunta encuesta aplicada a productores.....	81
3.8.	Primera pregunta encuesta aplicada a clientes .....	82
3.9.	Segunda pregunta encuesta aplicada a clientes.....	83
3.10.	Tercera pregunta encuesta aplicada a clientes.....	84
3.11.	Cuarta pregunta encuesta aplicada a clientes .....	85
3.12.	Quinta pregunta encuesta aplicada a clientes .....	86
3.13.	Sexta pregunta encuesta aplicada a clientes .....	87
3.14.	Volumen ofertado de textiles artesanales.....	88
3.15.	Tasa promedio de crecimiento Oferta .....	89
3.16.	Oferta futura.....	89
3.17.	Tasa promedio de crecimiento demanda.....	90
3.18.	Demanda futura.....	91
3.19.	Demanda insatisfecha.....	91
3.20.	Precios de las prendas de vestir bordadas.....	95
3.21.	Comportamiento precios de mercado .....	95
4.1.	Capacidad de producción del proyecto.....	103
4.2.	Área-ambientes físicos.....	104
4.3.	Requerimiento de equipos de producción.....	106
4.4.	Requerimiento de equipos y muebles de administración	107
4.5.	Simbología para flujogramas.....	109
4.6.	Volumen de ventas año 1.....	114
4.7.	Requerimiento mano de obra directa e indirecta.....	114
4.8.	Inversiones fijas del proyecto.....	116
4.9.	Inversión variable del proyecto.....	117
4.10.	Inversión diferida.....	117
4.11.	Resumen de inversiones y su financiamiento.....	118
4.12.	Estructura del Financiamiento.....	118
5.1.	Resumen de inversiones y su financiamiento.....	120
5.2.	Estructura del financiamiento.....	121
5.3.	Tabla de amortización del crédito.....	122
5.4.	Volumen de ventas en unidades.....	123

5.5.	Precios proyectados.....	123
5.6.	Ingresos proyectados en dólares.....	124
5.7.	Gastos mano de obra directa, proyectados.....	125
5.8.	Gastos mano de obra indirecta, proyectados.....	125
5.9.	Materias primas, proyectados.....	125
5.10.	Costos indirectos de producción.....	126
5.11.	Servicios básicos.....	126
5.12.	Proyección de depreciaciones de activos fijos.....	127
5.13.	Gastos de publicidad.....	128
5.14.	Gasto en seguros.....	128
5.15.	Resumen de presupuesto de costos y gastos.....	129
5.16.	Estado de resultados proyectado.....	130
5.17.	Balance general – proforma.....	131
5.18.	Flujo de efectivo proyectado.....	133
5.19.	Costo del capital.....	134
5.20.	Indicadores financieros y económicos.....	135
5.21.	Determinación de la TIR.....	137
5.22.	Determinación del período de recuperación.....	138
5.23.	Beneficio/costo.....	139
5.24.	Punto de equilibrio.....	140
5.25.	Indicadores de evaluación financiera.....	141
6.1.	Perfil de la competencia.....	151
7.1.	Matriz de valoración de impactos.....	164
7.2.	Impacto socio-económico.....	165
7.3.	Impacto empresarial.....	166
7.4.	Impacto educativo – cultural.....	167
7.5.	Impacto ambiental.....	168
7.6.	Matriz general.....	169

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico No.</b>	<b>Título</b>	<b>Pág.</b>
4.1.	Mapa de la provincia de Imbabura.....	99
4.2.	Croquis de micro localización.....	100
4.3.	Ruta de los paisajes bordados.....	101
4.4.	Efectividad, eficiencia, eficacia y productividad.....	119
6.1.	La productividad y las tres E.....	146
6.2.	Organigrama estructural vertical Samytex.....	149

## INTRODUCCION

Con la finalidad de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben las partes fundamentales del Plan de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

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

El desarrollo de las empresas textiles en el Ecuador es un buen síntoma para la economía nacional y para el sector productivo, ya que los niveles de competitividad, a través de esfuerzos conjuntos, demuestran éxito de dichas empresas en nuevos nichos de mercado.

La provincia de Imbabura si se compara con otras provincias, el desarrollo industrial es bajo. Sin embargo, el número de personas ocupadas en la industria manufacturera es más alto que en otras provincias. Las principales ramas manufactureras son: textil como chales, ponchos, sacos, tejidos, etc. Artículos de cuero en especial en la ciudad de Cotacachi, las industrias de productos alimenticios y bebidas. Para realizar el estudio de factibilidad se pondrá mayor énfasis en lo que es la ciudad de Ibarra y sus parroquias y de manera especial en la Parroquia de Caranqui.

La Parroquia Urbana de Caranqui se encuentra ubicada al sur del centro de la ciudad de Ibarra con una población aproximada de 11463 habitantes que se enmarca dentro de una superficie de alrededor de 653.25 hectáreas, en donde el mayor porcentaje de su población está compuesta

por mestizos, que se dedican a varias actividades como: elaboración de ladrillos, crianza de animales menores, confección de textiles, etc.

A parte de la producción artesanal, Caranqui es un símbolo de las etapas más ricas de la historia del Ecuador, punto de irradiación de cultura y conquista, lugar con especial tradición histórica y legendaria.

Entre las costumbres que se destacan son los bailes de los San Juanes, la quema de castillos, la matanza de toros en semana santa que sirve para el expendio de carne, además se puede degustar del delicioso pan de leche y helados de crema que sirven para el deleite de los turistas propios y extraños.

En la actualidad la gran demanda que existe a nivel internacional de ese producto, ha provocado que las prendas sean vendidas a través de intermediarios que son los que explotan al microempresario, logrando por ende mejores beneficios económicos. Estos intermediarios en su mayoría son personas que tienen la facilidad de ingresar a países extranjeros para ofertar los productos confeccionados en nuestro país.

Al no existir una microempresa, que facilite la exportación directa de dicho producto se genera las siguientes causas:

Actualmente los microempresarios tienen un bajo nivel de capacitación y organización lo que perjudica su actividad económica.

Debido a la inexistencia de una guía comercial y ventas, no le permite al microempresario el desarrollo de nuevos mercados y plazas comerciales.

La deficiente utilización de los recursos y bajos conocimientos contables es otra causa importante ya que solo se hacen cálculos de ingresos y gastos empíricamente mas no técnicamente, lo que no permite una

inversión segura y rentable, lo que no hace posible ser independientes y poder ser comercializadores directos y por ende exportadores.

Abaratamiento del producto debido a la gran competencia y demanda.

Bajos índices de inversión en el negocio, gran dependencia de los intermediarios.

Todos estos aspectos han generado bajo desarrollo de los microempresarios, tradicionalismo en la elaboración del producto que implica un estancamiento en la innovación.

Si no se crea la microempresa exportadora de estas prendas seguirá existiendo la explotación de los intermediarios a los microempresarios y por lo tanto su situación económica no mejorara.

**Justificación.-** Es importante mencionar que la microempresa es una de las unidades productivas más dinámicas que ha tenido éxito a nivel nacional, las cuales se dedican a desarrollar varias actividades como por ejemplo la actividad textil, artesanal, industrial, etc.

Dentro de las diversas y variadas actividades textiles artesanales, está la confección de prendas de vestir bordadas a mano, productos que son muy bien aceptados dentro del país como fuera de él, por esta razón se ha escogido esta actividad como una de las alternativas para la expansión y diversificación de este producto.

Con la ejecución del proyecto, se accederá a la creación de una microempresa de exportación que permitirá optimizar la comercialización de prendas de vestir bordadas a mano de una forma eficiente tanto a nivel nacional como internacional, introduciendo al mercado productos de calidad con los mejores diseños y a bajos precios.



Con la producción de prendas de vestir bordadas a mano, se busca mejorar los ingresos de las personas promotoras de este proyecto. Se pretende satisfacer la demanda internacional del producto con calidad mediante la utilización de materias primas disponibles en el sector, lo cual garantizara la confección de una manera artesanal.

Además con la creación de la microempresa se generara fuentes de trabajo ya que utilizaremos mano de obra que se requiere para atender el ciclo de producción, comercialización y administración.

Al introducir al mercado internacional crece el turismo en el sector de Caranqui y a la vez genera divisas lo que en la actualidad es, muy importante para el desarrollo y crecimiento económico.

Existe la bibliografía técnica, científica y especifica como la ley de fomento de la Pequeña Industria, las leyes que regulan el comercio internacional que se acogen a las leyes más generales como por ejemplo, la ley de aduanas, la ley de comercio exterior e inversiones, ley de defensa del artesano, etc.

Se cuenta con los recursos económicos, humanos, materiales y tecnológicos necesarios para la investigación, se dispone del asesoramiento en la parte metodológica y técnica de expertos en el área respectiva.

Por estas consideraciones expuestas se plantea el proyecto sobre “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa exportadora de prendas de vestir bordadas a mano en la parroquia de Caranqui cantón Ibarra” por lo que se justifica su ejecución.

**Objetivo General.-** Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa exportadora de prendas de vestir bordadas a mano en la parroquia de Caranqui, Cantón Ibarra, que contribuya a mejorar la calidad de vida tanto económica como social.

**Objetivos específicos:**

- Realizar un diagnóstico sobre la confección de las prendas de vestir bordadas a mano en la Parroquia de Caranqui.
- Definir las bases teóricas-científicas que sirvan de apoyo al proyecto propuesto.
- Realizar el estudio de mercado actual que determine la oferta del producto.
- Efectuar un estudio técnico, con el fin de determinar el tamaño, localización, procesos productivos y de exportación e inversiones requeridas para poner en funcionamiento el proyecto de microempresa.
- Realizar el estudio económico-financiero del proyecto para que sea autosustentable.
- Determinar la estructura organizativa y funcional con el cual el proyecto desarrollara sus actividades.
- Establecer los impactos que se derivan del proyecto en los aspectos: económico, social y cultural, que puedan crearse en el avance del proyecto.

**Metodología.-** El tipo de estudio que se aplicó es descriptivo porque este permitió determinar su estado actual y a la vez señalar los aspectos más relevantes del problema identificado.

Por la naturaleza de la información, es una investigación de tipo cualitativo porque está encaminada a encontrar el sentido y significado de la conducta humana ya que se trata de un grupo pequeño.

Por el alcance temporal de la investigación la información es de tipo sincrónico por que el estudio y el análisis del problema se realizan durante el periodo de 10 meses.

La presente investigación tiene un carácter propositivo por que el proyecto tiende a dar soluciones al problema identificado.

Por los medios que se que se utilizara para obtener datos en el desarrollo de los capítulos I y III la investigación será de campo.

Para el desarrollo del diagnostico situacional y marco teórico se utilizara medios bibliográfico, libros, artículos, ensayos, etc. Por lo que será una investigación de tipo bibliográfica.

# **CAPÍTULO I**

## **1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL**

Con el diagnóstico situacional desarrollado se trata de conocer objetivamente el área donde se implementará el proyecto, enfocando aspectos como: históricos, geográficos, socio-demográficos y actividades económicas de la parroquia Caranqui. Se trata de un diagnóstico situacional general, puesto que el diagnóstico técnico lo efectuaremos previo al desarrollo del capítulo relacionado al Estudio de Mercado.

Metodológicamente, iniciaremos planificando el proceso del diagnóstico situacional, determinando los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de relación diagnóstico y determinando las fuentes de información. A continuación detallamos los aspectos señalados.

### **1.1. ANTECEDENTES**

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

El desarrollo de las empresas textiles en el Ecuador es un buen síntoma para la economía nacional y para el sector productivo, ya que los niveles de competitividad, a través de esfuerzos conjuntos, demuestran el éxito de dichas empresas en nuevos nichos de mercado.

La provincia de Imbabura si se compara con otras provincias, el desarrollo industrial es bajo. Sin embargo, el número de personas ocupadas en la industria manufacturera es más alto que en otras provincias. Las principales ramas manufactureras son: textil como chales, ponchos, sacos tejidos etc.; artículos de cuero en especial en la ciudad de Cotacachi, las

industrias de productos alimenticios y bebidas. Para realizar el estudio de factibilidad se pondrá mayor énfasis en lo que es la ciudad de Ibarra y sus parroquias y de manera especial en la Parroquia de Caranqui.

A parte de la producción artesanal, Caranqui es un símbolo de las etapas más ricas de la historia del Ecuador, punto de irradiación de cultura y conquista, lugar con especial tradición histórica y legendaria.

### **1.1.1. OBJETIVOS DIAGNOSTICOS**

#### **1.1.1.1. General**

Realizar un diagnóstico de tipo situacional, con el fin de caracterizar el área de investigación, en los aspectos históricos, geográficos, socio-demográficos y actividades económicas. Un diagnóstico externo para la determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendría la empresa a implantarse.

#### **1.1.1.2. Específicos**

- Establecer los antecedentes históricos de la Parroquia de Caranqui.
- Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- Analizar datos socio – demográficos de Caranqui.
- Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.
- Caracterizar la producción textil de la zona.

#### **1.1.2. Variables Diagnósticas**

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

- Antecedentes Históricos de Caranqui
- Aspectos geográficos

- Caracterización demográfica de la Parroquia
- Situación socio-económica
- Producción y comercialización textil

### 1.1.3. Indicadores:

- Datos históricos
- Información geográfica
- Datos poblacionales
- Actividades económicas
- Producción textil

### 1.1.4. Matriz de Relación Diagnóstica de la Investigación

#### CUADRO 1.1.

#### MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer los antecedentes históricos de Caranqui</li> <li>• Determinar la ubicación geográfica del área de investigación</li> <li>• Analizar datos socio- demográficos de Caranqui</li> <li>• Determinar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.</li> <li>• Analizar la producción textil actual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Antecedentes Históricos de Caranqui</li> <li>Aspectos geográficos</li> <li>Caracterización demográfica de la Parroquia</li> <li>Situación socio-económica</li> <li>Producción y comercialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Datos históricos</li> <li>Información geográfica</li> <li>Datos poblacionales</li> <li>Actividades económicas</li> <li>Niveles de Producción y Comercialización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación Bibliográfica- Documental</li> <li>• Fuentes secundarias</li> <li>• Internet</li> <li>• Referencias estadísticas</li> <li>• Fuentes secundarias</li> <li>• Entrevistas, observación directa</li> </ul>

**ELABORACION:** La Autora

### **1.1.5. Fuentes de Información**

La siguiente información que se relata y analiza, fue previamente investigada en documentación proporcionada por el Municipio de Ibarra, Junta parroquial de Caranqui y el INEC.

## **1.2. ANALISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

### **1.2.1. Antecedentes Históricos**

En tiempos completamente remotos se efectuó un movimiento migratorio en el que llegó a la actual región de Caranqui la tribu de los PAECES que dejaron vestigios en los usos del vestido y en los antroponímicos y toponímicos.

Esta tribu estaba vinculada con los Chibchas de Colombia y también con los Quimbayas que se asentaron en el norte del Ecuador. En lengua Páez, Imba significa Tribu Fundadora y Yath es Casa: Imbaya significa por consiguiente Casa de la Tribu Fundadora.

Posteriormente a Caranqui llegó la invasión de los Caras que fueron los que dieron el nombre específico a la región de Caranqui. A estos se añadieron los Cayapa-Colorados y por último los Incas.

Según el señor Carlos Emilio Grijalva, la provincia de Imbabura, poblada desde épocas remotas por naciones de origen Mexicano y Centro América, recibió posteriormente la influencia de una doble corriente migratoria: la primera de Cayapa-Colorados, desprendidos de los focos originarios esmeraldeños y procedentes éstos, a su vez de la rama chibcha colombiana que se había replegado al sur-este de dicho país, y la segunda de caribes que pudieron preceder a los cayapas colorados, para tomar contacto luego con ellos y formar un núcleo social primitivo.

De la mezcla de estas razas nació un pueblo que a la época de la conquista de los Incas, estaba agrupado en naciones o en tribus que poseían una organización política, tenían ciertas ideas de religión y moral, cultivaban la tierra y habían iniciado la industria. Como guerreros se distinguieron por su valor indomable al punto que vencidos por los Incas no fueron subyugados ni perdieron la gallardía de su estirpe, pese a la inmolación de los principales guerreros en el legendario lago de Yahuarcocha.

Años más tarde, antes de que se termine el periodo febril de la colonización, por mandato de sexto presidente de la real audiencia de quito, Don Miguel de Ibarra y con la intervención del Capitán Don Cristóbal de Troya, en el hermoso y rico valle de Caranqui, tendido como magnífica alfombra esmeraldina al pie del Imbabura, se fundada la villa de Ibarra el 28 de Septiembre de 1606.

A partir de esta fecha, la historia de la parroquia de Caranqui es la misma que de las parroquias centrales San Francisco y El Sagrario.

## **1.2.2. ASPECTOS GEOGRÁFICOS**

### **1.2.2.1. Ubicación**

La parroquia urbana de Caranqui está ubicada al pie Nor-Este de cerro Imbabura a 2800 metros sobre el nivel del mar. Su nombre es heredado de los primeros pobladores de esta región. Caranqui fue fundada por los Caras con anterioridad a la Fundación Española de la ciudad de Ibarra, en 1606 y comprendía las comarcas de Pimampiro y Mariano A costa por el Oriente; por el Norte hasta el Río Chota, por el Occidente Atuntaqui y los límites de la actual parroquia La Esperanza.

### **1.2.2.2. Limites**

Se halla limitada por el Norte con la Parroquia urbana de San Francisco en la extensión del barrio San Vicente, por el Sur,



incluyendo el barrio Bella Vista de María, con la Parroquia Rural de La Esperanza, faldas del cerro Imbabura.

Por el occidente el barrio El Ejido de Caranqui limita con la parroquia de San Antonio.

Por el Oriente limita con el barrio San Francisco de Santa Lucía, y por la quebrada del mismo nombre.

### **1.2.2.3. Vías de comunicación**

Caranqui está unida a las demás parroquias urbanas de Ibarra por la avenida Atahualpa. Hay un camino vecinal que va a San Antonio y una carretera que une a la Esperanza. Además la Avenida del Retorno une a varios barrios de las parroquias urbanas

### **1.2.2.4. Relieve y orografía**

El relieve de Caranqui es irregular por la presencia de pequeñas colinas y quebradas, unas secas y llenas de piedras y otras con agua que sirve para regar los cultivos y garantizar las cosechas, el terreno es empinado como corresponde a las faldas del monte Imbabura, se une el resto de Ibarra por la Avenida Atahualpa.

### **1.2.2.5. Hidrografía**

Caranqui esta bañada por diversos riachuelos que desembocan en el Ajaví; los principales son: Laurel, Piacsha y El Molino. Las fuentes de Palestina.

### **1.2.2.6. Clima**

El clima es templado, agradable y muy sano. La temperatura es de 17 grados centígrados y su altura de 2360 metros sobre el nivel del mar.

### 1.2.3. DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

#### 1.2.3.1. Población

La población en la actualidad según datos de Junta Parroquial de Caranqui es aproximadamente 15000 habitantes la cual está compuesta de la siguiente manera:

**CUADRO 1.2.**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA PARROQUIA**  
**URBANA DE CARANQUI SEGÚN SEXO**

PARROQUIA	POBLACIÓN TOTAL	HOMBRES	MUJERES
<b>CARANQUI</b>	15000	7207	7793
%	100%	48%	52%

**FUENTE:** Junta Parroquial de Caranqui.

**ELABORACION:** La Autora

La población de la Parroquia Urbana de Caranqui, según los datos proporcionados por la Junta Parroquial, la población total es de aproximadamente 15000 habitantes de los cuales un 48 %de su población corresponde a hombres y un 52% a mujeres que pertenecen a la raza mestiza e indígena. El castellano es el idioma de la mayoría aunque algunos de ellos hablan además el quichua.

#### 1.2.3.2. Costumbres

A más de las costumbres familiares de todo hogar, merece ponerse de manifiesto la costumbre religiosa de la celebración de la Cruz el 3 de mayo de cada año. El pueblo celebra esta fecha en honor al Señor del Amor, hermosísima figura de Jesús crucificado y que tiene su propia leyenda. Esta fiesta parece celebrarse desde hace trescientos años y atrae a muchas personas de dentro y fuera del país. También son celebres los bailes tradicionales de San Juan.

### **1.2.3.3. Vivienda**

Predomina la vivienda de teja, sin embargo existen varias casas construidas de hormigón armado. En su mayoría de un piso con predominio de color blanco.

### **1.2.3.4. Alimentación**

La alimentación básica, con productos de la tierra, está de acuerdo a la situación económica del hogar. La mayoría de gente se alimenta con los productos de las cosechas maíz, cebada, hortalizas.

### **1.2.3.5. Vestido**

La gente criolla se viste de acuerdo a la vestimenta de actualidad; en cambio los indígenas conservan sus ropas folklóricas.

### **1.2.3.6. Educación**

Existen algunos centros de educación, primaria secundaria en los cuales acuden los habitantes del sector, sin embargo según dato de la Junta Parroquial existe todavía el 5,3% de analfabetismo en la población.

## **1.2.4. ACTIVIDADES ECONÓMICAS**

### **1.2.4.1. La agricultura**

Entre el 15 y 20% de la población se dedica a esta actividad, el terreno es cultivado aún en las partes empinadas y con un sistema de agricultura rudimentario, es decir con la utilización del pico, la pala y los bueyes halando el arado. Las grandes haciendas en su mayor parte han sido parceladas y las gentes cultivan sus pequeñas propiedades.

De los productos agrícolas se cultiva: el maíz, papas, cebada, ocas, etc.

#### **1.2.4.2. Productos pecuarios**

El 20% de las personas en la parroquia de Caranqui se dedica a la crianza y comercialización de ganado; Un 50% del ganado es vacuno y lanar, un 30% ganado caballar, un 10% animales domésticos como perros, gatos, aves de corral, etc.

#### **1.2.4.3. Artesanías e industrias**

La artesanía principal de Caranqui ha sido la fabricación de guitarras. Además de los carpinteros, albañiles y mecánicos, existe el tejido de bellos sombreros y los bordados a mano en prendas de vestir, tanto femeninos como masculinas con un acabado y gusto sorprendente que han traspasado los linderos de la Patria y del Continente. En industrias se encuentra la industria láctea con una fábrica de quesos y sus derivados. También las fábricas u hornos de ladrillos y de ripio.

De acuerdo a los datos proporcionado por la Junta Parroquial de Caranqui el 3% de la población se dedica a la actividad de bordados, la mayor parte está ubicada en la Comunidad de Naranjito, San Cristóbal y en los demás sectores de la parroquia, sin embargo son pocos los productores de estas prendas.

#### **1.2.4.4. Comercio**

Los habitantes de Caranqui realizan su comercio vendiendo sus productos en el mercado Amazonas; también mediante tiendas de abastecimiento para los ciudadanos de ese lugar. Los artículos principales de venta son el pan de leche y los helados de crema.

#### **1.2.4.5. Turismo**

Los restos de las construcciones caras e incas, el templo del Sol y las tolas son los puntos de atracción para los turistas que continuamente visitan la parroquia.

### **1.2.5. PRODUCCION Y COMERCIALIZACION TEXTIL EN LA ZONA**

En la actualidad la gran demanda que existe a nivel internacional de este producto, ha provocado que estas prendas sean vendidas por intermediarios que son los que explotan al microempresario, logrando por ende mejores beneficios económicos. Estos intermediarios en su mayoría son personas que tienen la facilidad de ingresar a países extranjeros para ofertar los productos confeccionados en nuestro país.

La inexistencia de una microempresa que facilite la exportación directa de dicho producto ha generado bajo desarrollo de los microempresarios, tradicionalismo en la elaboración del producto que implica un estancamiento en la innovación, abaratamiento del producto, bajos índices de inversión en el negocio, gran dependencia de los intermediarios.

Si no se crea la microempresa exportadora directa de estas prendas seguirá existiendo la explotación de los intermediarios a los microempresarios y por lo tanto su situación económica no mejora.

## **1.3. DIAGNÓSTICO EXTERNO**

### **1.3.1. ALIADOS**

- Amas de casa que se dedican al bordado en sus tiempos libres.
- Personas que se dedican a la confección de prendas de vestir.
- Gobierno Nacional que apoya a las pequeñas empresas que desarrollan actividades sobre todo de exportación, ya que generan divisas para el país.
- Instituciones financieras que mediante créditos ayudan a la formación de microempresas.

- ONG`S que apoyan el desarrollo de micro empresarial.

### **1.3.2. OPONENTES**

- Asociaciones de personas que se dedican a la misma actividad, como por ejemplo en la parroquia La Esperanza.
- Los intermediarios los cuales se dedican a comprar el producto y venderlo tanto a nivel nacional e internacional, obteniendo mejores utilidades que los propios productores.
- Los artesanos que exportan el producto a los diferentes países.
- Pequeños productores del sector que confeccionan prendas de vestir bordadas a mano.

### **1.3.3. OPORTUNIDADES**

- Mejorar los niveles de producción y por lo tanto introducir nuevas tecnologías.
- Eficientes niveles de producción que permitan disminuir precio de venta.
- Capacidad de establecer compromisos con clientes extranjeros, permitiendo así la exportación directa.
- Desarrollar procesos de mejoramiento de comercialización e introducir el producto a nuevos mercados.
- Potencializar la demanda de productos artesanales mediante un plan de marketing adecuado.
- Comprar los productos directamente al productor, los clientes pagan el precio justo lo cual permite tener mayor rentabilidad.
- Existencia de entidades financieras que con facilidad otorguen créditos a microempresas.

### **1.3.4. RIESGOS**

- Mayor capacidad de producción de los competidores directos e indirectos.
- Mejor capacidad tecnológica de los competidores.
- Aumento de precios de la materia prima.

- Saturación del mercado tanto local como internacional.
- Establecimiento de convenios que permitan el ingreso de productos similares a precios más bajos.
- Imagen y marca de los competidores ya posesionados en el mercado.
- Fluctuaciones de las tasas de interés en el sistema financiero por la inestabilidad política y económica del país.
- Los textiles que ofrece la competencia sean de menor precios en el mercado

#### **1.4. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO**

Una vez realizada la investigación de campo se puede deducir que uno de los problemas más latentes que se han detectado es la falta de una microempresa exportadora de textiles, el problema mencionado se puede manifestar que es producto de:

- Mercados saturados y altamente competitivos.
- Inexistencia de una guía de comercialización y ventas.
- La mayor parte de artesanos se dedican a la elaboración de productos similares.
- Alta dependencia de los intermediarios que son quienes obtienen mayor rentabilidad.
- No existe acceso directo a los mercados.

Por lo anteriormente manifestado se determina la necesidad de desarrollar un **“Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa Exportadora de Prendas de Vestir Bordadas a Mano”**, con la finalidad de contribuir a los problemas y además proponer estrategias de mejoramiento.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

En esta parte del estudio se analiza el estado de la investigación sobre algunos aspectos directamente relacionados con la temática del presente proyecto. Se respetan las fuentes bibliográficas a través de transcripciones textuales de varios autores y se aporta con análisis e interpretaciones de la información transcrita

#### **2.1. LA EMPRESA**

##### **2.1.1. DEFINICIÓN**

*BRAVO Mercedes (2005), dice; “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad” (Pag.3).*

Luego de analizar el concepto anterior se puede interpretar que la empresa es un conjunto de bienes tangibles y económicos, que se orienta a ofrecer bienes y servicios a fin de obtener una utilidad.

##### **2.1.2. IMPORTANCIA**

El sector empresarial dentro del desarrollo económico y social del país tiene gran importancia debido a que permite el desarrollo y crecimiento de la economía del país.

Además ha contribuido en el incremento del producto interno bruto siendo de esta manera una actividad de gran importancia dentro de los intereses de desarrollo del país.

Dentro de la sociedad se identifican empresas cuya labor en potencia proyecta a la riqueza de la nación.



### **2.1.3. CLASIFICACIÓN**

Las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

#### **2.1.3.1. Por su naturaleza**

- a) Empresas de Servicios son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.
- b) Empresas Comerciales son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos, convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.
- c) Empresas Industriales son aquellas que se dedican a la transformación de la materia prima en un producto terminado.

#### **2.1.3.2. Por su tamaño**

- a) Grande su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
- b) Mediana su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- c) Pequeñas se dividen a su vez en:
  - Pequeña su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
  - Micro su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).

### **2.1.3.3. Por el sector al que pertenecen**

- a) Empresas Públicas son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado).
- b) Empresa Privadas son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).
- c) Empresas de Economía Mixta el capital proviene del sector público como del sector privado.

## **2.2. LA MICROEMPRESA**

***EL ESTATUTO DE LA MICROEMPRESA 2004***, dice: “Entendemos como microempresa aquella actividad empresarial y/o profesional que se ejerza con un número máximo de diez trabajadores contratados, independientemente que este organizada en forma de persona física o jurídica”. (Pág. 10).

Los pequeños negocios son los motores principales del desarrollo económico, el crecimiento de ingresos, optimizando la calidad de vida de su gente y la reducción de la pobreza en la mayor parte del mundo en desarrollo.

La microempresa está conformada de personas de escasos ingresos.

Posee de 1 a 10 integrantes involucrados aproximadamente y su capital fijo (descontado edificios y terrenos) es suministrado directamente por su propietario quien debe ser Emprendedor, Perseverante, Organizado, Independiente, Dinámico, Innovador, Audaz.

Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos, o simplemente con el ánimo de utilizar habilidades y destrezas del recurso humano con que se cuenta.

### **2.2.1. CARACTERÍSTICAS**

La microempresa es cuantitativa por la calidad del personal o facturación y cualitativa indica que una empresa es mediana si cumple con dos o más de las siguientes características:

- Administración independiente (generalmente los gerentes también son propietarios).
- Capital suministrado por propietarios.
- Tamaño relativamente pequeño dentro del sector industrial.
- Fundamentalmente área local de operaciones que actúa.
- En las ventas, se relaciona directamente el cliente con la empresa.
- El consumidor se convierte en cliente permanente si obtiene calidad y confiabilidad del bien o servicio.

### **2.2.2. CLASIFICACIÓN**

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

#### **2.2.2.1. De servicios**

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

#### **2.2.2.2. De producción**

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

### **2.2.2.3. De comercio**

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

Son aquellas que venden productos elaborados por otras empresas ejemplo de ello las comercializadoras de vehículo o los supermercados.

### **2.2.2.4. De subsistencia**

Aquellas unidades productivas con ventas mensuales hasta el equivalente de 11.9 salarios mínimos vitales ó 142.9 salarios al año.

### **2.2.2.5. De acumulación simple**

Aquellas unidades productivas con ventas mensuales hasta el equivalente de 23.8 salarios mínimos o 285.7 salarios al año.

### **2.2.2.6. De acumulación ampliada**

Son aquellas que logran tener los excedentes generados en el proceso productivo, al grado de que este nivel abarca a las pequeñas empresas propiamente, que en su mayoría disponen de personal calificado y cuyos dueños generalmente poseen educación superior.

## **2.2.3. VENTAJAS DE LAS MICROEMPRESAS**

De acuerdo a varios artículos referentes a la microempresa se puede mencionar las siguientes ventajas predominantes:

- Las decisiones se toman de una forma rápida y oportuna.
- Todas tienen un sentido agudo de mercado y pueden obtener de forma rápida información para adaptarse a los requerimientos del mismo mercado y del cliente.
- Su principal ventaja es su autonomía, la producción o servicio a pequeña escala y su flexibilidad en la operación.
- La reinversión de utilidades es la principal fuente de financiamiento con la que cuenta la pequeña empresa.
- Relaciones directas entre (dueño-trabajadores cliente).
- Crea empleos de inmediato a bajo costo.

#### **2.2.4. DESVENTAJAS DE LAS MICROEMPRESAS**

- La falta de crecimiento hacia otros mercados, debido a la dificultad de acceder a créditos disponibles y al escaso conocimiento sobre la toma de decisiones, lo cual conlleva a problemas de carácter financiero.
- Existen problemas de gestión por que no existe una planificación del trabajo, que se refleja en la falta de un plan de trabajo, falta de horarios, problemas en el manejo y distribución del dinero, no cuentan con sistemas de registros contables y falta de manejo de las leyes laborales.
- Otra desventaja constituye la comercialización por la dificultad de comprar materia prima para la producción, no hay la facilidad para acceder a los mercados más rentables, dificultades para obtener permisos de venta y desconfianza en la calidad de sus productos por parte del público.
- Problema en las condiciones de trabajo, Escasa o nula cobertura de seguridad social e inestabilidad del empleo, especialmente en períodos de crisis de la microempresa.

- Problema a nivel tecnológico, Técnicas de producción simples y artesanales, y falta de capital para mejorar la tecnología productiva apropiada.
- No tener un control adecuado sobre sus gastos.

### **2.2.5. MARCO LEGAL PARA EL ESTABLECIMIENTO DE LA MICROEMPRESA**

Para la constitución de una microempresa en nuestro medio necesariamente deben cumplir con algunos requisitos para su funcionamiento, entre ellos se enuncia a los siguientes:

- Registro en la Cámara de la Producción del Cantón.
- Registro y pago de la Patente municipal (Municipio de Ibarra).
- Permiso sanitario.
- Sacar el Registro Único del Contribuyente (RUC).
- Nombre de la Microempresa o Razón Social.

### **2.3. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA DE LA MICROEMPRESA**

*KOONTZ Harold y WEIHRICH Heinz, 2004 “Es la forma en que están ordenadas las unidades que compone una unidad administrativa y la relación que guardan entre si sus unidades internas”. (Pág. 96)*

La estructura administrativa hace uso de diferentes herramientas como organigramas y manuales de funciones para determinar una mejor estructura de las unidades que conforman la organización.

El diseño organizacional es un proceso en el cual los gerentes toman las decisiones para elegir la estructura organizacional adecuada para que funcione eficientemente la organización.

### **2.3.1. ADMINISTRACIÓN**

La administración de una microempresa debe ir encaminada hacia los departamentos considerados básicos para el buen desempeño de la misma, estos son:

#### **2.3.1.1. Departamento financiero**

Encargado de velar por los recursos económicos, mismo que se encarga de recopilar, analizar, verificar y procesar la información emitida de las operaciones y poder obtener los Estados Financieros que permitirán tomar decisiones oportunas en beneficio de la microempresa.

#### **2.3.1.2. Departamento de producción**

Es el encargado de la elaboración de los productos destinados al consumidor final, para lo cual requiere recurso humano, materia prima, maquinaria y equipo, herramienta, mantenimiento, tecnología entre otros. Por lo tanto este departamento es considerado el eje principal para la microempresa.

#### **2.3.1.3. Departamento de ventas y comercialización**

Es el encargado de determinar los más adecuados canales de comercialización para distribuir el producto. Es decir buscar los medios publicitarios idóneos que permitan dar a conocer al cliente la existencia de la microempresa, y relacionarlo con el consumidor final.

### **2.3.2. ORGANIGRAMAS**

*CHIAVENATO Idalberto, 2004 "El organigrama indica dentro de la empresa, donde se realiza una determinada función y por quien" (Pág. 107)*

Un Organigrama es una representación gráfica de una organización. Por lo general los diversos niveles administrativos o departamentos

conforman los elementos de un organigrama. Los organigramas pueden ser

- Verticales
- Horizontales
- Circulares, y
- Escalares

Cabe señalar que no se requiere de un organigrama muy especializado debido a que las microempresas generalmente no poseen más de 10 empleados.

### **2.3.3. MANUAL DE FUNCIONES**

***DIAZ M. Jorge*** “Los manuales de organización son elementos básicos de referencia y de auxilio en la empresa para obtener el control deseado de los esfuerzos del personal”. (Pág. 245).

Para los autores los manuales de funciones constituyen una herramienta de información, en la que todos los cargos de la empresa encontrarán una descripción clara de las actividades a desarrollar en la organización.

Los manuales de organización permiten desarrollar con mayor eficiencia las funciones de cada unidad administrativa.

El contenido de los manuales dependerá directamente de los siguientes aspectos:

- a. Tamaño de la empresa.
- b. Los manuales no deberán ser simplemente una colección de leyes, decretos o reglamentos; un manual es un libro básico que todos hablen el mismo lenguaje, piensen y actúen en forma sincronizada y tengan presente la misión de la empresa.
- c. Asunto a tratar.
- d. El Manual de Organización contiene dos partes:



- Una parte general que describe una breve reseña histórica de la empresa sus objetivos, políticas y la forma como el personal participará para el logro de las metas de la organización.
- Una parte esencial que describe a las unidades administrativas y dentro de ellas a los puestos de trabajo.

#### **2.3.4. FLUJOGRAMA**

Es una representación gráfica de la secuencia de pasos y actividades de un proceso que permitirán de una manera ágil visualizar y entender el desarrollo operativo en la microempresa.

Además de la secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas.

#### **2.4. ACTIVIDADES PRINCIPALES EN LA ZONA**

Dentro de la provincia de Imbabura se desarrollan varias actividades industriales como la manufactureras, gastronómica, etc. Sin embargo, el número de personas ocupadas en la industria manufacturera es más alto que en otras provincias.

Las principales ramas manufactureras son: textil como chales, ponchos, sacos tejidos, prendas bordadas, etc. Los cuales son comercializados en las ciudades de Atuntaqui, Otavalo; artículos de cuero en especial en la ciudad de Cotacachi, las industrias de productos alimenticios y bebidas que se encuentran ubicadas en la provincia.

Los atractivos gastronómicos de la ciudad de Ibarra son los helados de paila, las fritadas, las nogadas, actividades que reclutan a varias personas

que necesitan realizar actividades comerciales con el fin de mejorar su calidad de vida.

## **2.5. LAS EXPORTACIONES**

### **2.5.1. DEFINICIÓN**

**CAICEDO Alex Yamil, (2006); “Es el envío de mercancías o productos del país propio a otro distinto, para su uso o consumo definitivo”. (Pág. 56)**

Partiendo del concepto anterior se puede deducir como exportación una transacción por la cual las mercancías nacionales o nacionalizadas salen de territorio ecuatoriano para su uso o consumo definitivo en el exterior.

### **2.5.2. TIPOS DE EXPORTACIÓN**

**AROSEMENA Guillermo, (2001) señala cuatro tipos de exportaciones:**

- 2.5.2.1. Exportaciones tradicionales son los productos que se exportan con frecuencia, y el país depende de ellos. Ejem: el petróleo es un tipo de exportación netamente tradicional.
- 2.5.2.2. Exportaciones no tradicionales son aquellos productos que se exportan con muy poca frecuencia y el país no depende de ellos. Ejem: las flores, camarones, etc.
- 2.5.2.3. Exportaciones restringidas son aquellas limitadas por el Estado por razones de seguridad. Ejem: armas, drogas, etc.
- 2.5.2.4. Exportaciones no restringidas son aquellas que se realizan sin restricciones del Estado, pero deben

cumplir con los debidos procesos aduaneros correspondientes.

### **2.5.3. PRODUCTOS QUE SE EXPORTAN**

En el 2008 las exportaciones anuales alcanzaron la cifra de 6.038 millones de dólares, y las importaciones la de 6.534 millones de dólares. Más del 60% de los ingresos provenían de las exportaciones de petróleo crudo, banano, camarón, cacao y café.

Ecuador importa materias primas industriales, bienes de capital, equipos de transporte y bienes de consumo. En el comercio internacional, los principales socios son Estados Unidos, Colombia, Chile, Brasil, Venezuela, México, Japón y la Unión Europea (UE).

Entre los productos que Ecuador exporta se puede enumerar los siguientes aparte del Petróleo crudo:

- Banano y plátano
- Atún, pescado e Industrializados del mar
- Camarón
- Flores naturales
- Cacao y elaborados
- Manufacturas de cuero, plástico y caucho
- Otras manufacturas de metales
- Químicos y fármacos
- Prendas de vestir de fibras textiles y otras manufacturas
- Jugos y concentrados de frutas
- Vehículos
- Café y elaborados

## 2.5.4. COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES

El comercio exterior se puede definir como el intercambio de bienes y servicios entre países. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas.

El comercio internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con menores costes. El comercio también permite a un Estado consumir más de lo que podría si produjese en condiciones de autarquía. Por último, el comercio internacional aumenta el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía, y caracteriza las relaciones entre países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías.

Para crear el comercio internacional e inversiones se ha creado el COMEXI con el fin de lograr la apertura de mercados y alienta la modernización del Estado. La institución fue creada en el marco de la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI) y se busca la participación real del sector privado en su aplicación.

El COMEXI es la cabeza de los Sistemas Nacionales de Promoción Externa y de Promoción de Inversiones, este último creado por la Ley de Promoción y Garantía de las inversiones, que se dirigen a establecer una institucionalidad y un esquema de coordinación a nivel del país que permita un uso adecuado de los recursos humanos, técnicos y económicos disponibles en la tarea de venta de la imagen del Ecuador en el exterior y sobre todo un desarrollo eficiente de las actividades de fomento y diversificación de las exportaciones y atracción de inversión extranjera directa hacia los sectores productivos *www.comexi.gov.ec* .(Octubre 2009).

Un comercio exterior saludable se convierte en uno de los principales polos de atracción de la inversión nacional y extranjera. Existe una gran cantidad de evidencia que demuestra que los países de mayor inversión reciben son los que tienen mayor grado de crecimiento en su comercio exterior.

## 2.5.5. BALANZA COMERCIAL

Al referirse a balanza comercial [www.comexi.gov.ec](http://www.comexi.gov.ec); manifiesta: “Se puede definir como balanza comercial a la diferencia entre exportaciones e importaciones que un país realiza, dicha operación tiene como resultado un superávit o déficit” (Octubre 2009).

Luego de analizar el concepto anterior se dice balanza comercial es el resultado que se obtiene de restar las exportaciones e importaciones con el fin de obtener un déficit o superávit.

## 2.5.6. LEYES QUE RIGEN LAS EXPORTACIONES

En el Ecuador las leyes que rigen las exportaciones son:

La Ley de Comercio Exterior e Inversiones que tiene como objetivo normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del país y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población [www.ecuadorexporta.org](http://www.ecuadorexporta.org) (Octubre 2009)

La Ley Orgánica de Aduanas la presente ley regula las relaciones jurídicas entre el estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase [www.aduana.gov.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2007.pdf](http://www.aduana.gov.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2007.pdf) (Octubre 2009)

Las exportaciones varían en función de que los productos a exportarse sean de libre exportación o se encuentren sujetos a cuotas o restricciones establecidas por algún organismo oficial. Sin embargo, existen trámites, requisitos y leyes comunes que rigen todas las exportaciones como las que se mencionó anteriormente.

## **2.6. CONCEPTOS CONTABLES**

### **2.6.1. CONTABILIDAD FINANCIERA**

**VASCONEZ José, 2004** “Constituye un instrumento de la actividad empresarial que se ocupa principalmente de los estados financieros para uso externo de quienes proveen recursos a la entidad y de personas que pueden tener intereses en las operaciones financieras de la empresa”. (Pág. 12).

Este concepto quiere decir que la contabilidad es una técnica que se ocupa de registrar, clasificar y resumir las operaciones financieras empresariales, para conocer la solvencia y estabilidad de la misma.

La contabilidad es un resumen de los hechos económicos que ocurren a diario en un negocio, toda empresa por pequeña que sea necesita de un control contable que le permita conocer su situación financiera, el grado de liquidez, y a la vez tomar decisiones oportunas sobre cambios socioeconómicos, conocer sobre las variaciones de las leyes y nuevas formas de comercialización.

### **2.6.2. CONTABILIDAD DE COSTOS**

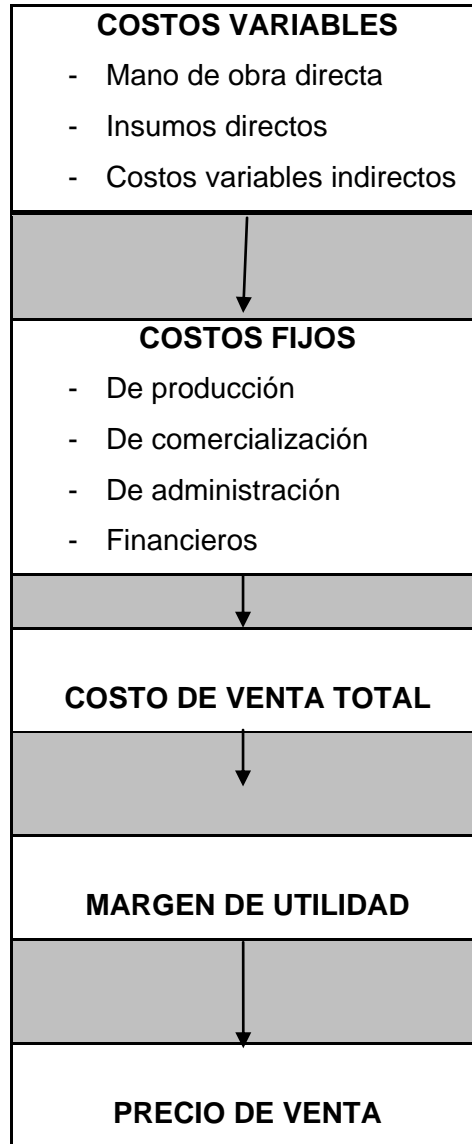
**CHILQUINGA Manuel: 2007** “Es un sistema contable especial, cuyo objetivo principal es proporcionar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio”. (Pág. 5)

Para el autor este concepto se resume en que la contabilidad de costos se centra en analizar los ingresos y los costos de producir un bien y/o servicio, al igual que la cantidad de recursos utilizados.

La contabilidad de costos permite realizar comparaciones entre el beneficio-costos, el volumen de producción, permitiendo la planificación y el control de la producción y el control sobre los precios que saldrán al mercado.

### 2.6.2.1. ESTRUCTURA DE COSTOS

**CUADRO 2.1.**



FUENTE: RALPH POLIMENI 2003

ELABORADO POR: La Autora

### 2.6.3. PROCESO CONTABLE

**HORNGREN Y HARRISON 2006, manifiesta:** El manejo de registros constituye una fase o procedimiento de la contabilidad. El mantenimiento de los registros conforma un proceso importante, ya que las actividades contables dependen de la exactitud e integridad de los registros de la contabilidad. (Pág. 225)

Los procedimientos contables son:

- Nomenclatura de cuentas
- Cuentas de activo
- Cuentas de pasivo
- Cuentas de patrimonio
- Cuentas de ingresos y gastos
- Libros diario, mayor
- Balances
- Estados Financieros

#### **2.6.4. PLAN DE CUENTAS**

Es la clasificación de las cuentas de manera ordenada y lógica, el Plan de Cuentas corresponde el código y la descripción.

El código es la identificación alfabética, numérica o alfanumérica de las cuentas a usarse en la contabilidad, se lo emplea para facilitar la localización de una cuenta; la descripción es el detalle específico o nombre de la cuenta a la cual hace referencia el código.

##### **2.6.4.1. Instructivo al plan de cuentas**

El plan de cuentas implica un listado de nombres que nos permite el registro de las transacciones de manera ordenada y lógica. En cada una de estas cuentas se anota los valores recibidos y entregados.

El instructivo al Plan de cuentas se elaborará de acuerdo a las necesidades de la microempresa.



## **2.6.5. TRATAMIENTO CONTABLE**

### **2.6.5.1. Activos**

***BLANES P. Joaquín, 2006: “Son todos los valores, bienes y derechos de propiedad de la empresa” (Pág.12)***

Los activos agrupan el conjunto de cuentas que representan los bienes y derechos tangibles e intangibles con que cuenta la institución y que por lo general son fuente potencial de beneficios presentes o futuros.

### **2.6.5.2. Pasivos**

***BLANES P. Joaquín, 2006: “Son todas las obligaciones o deudas de la empresa con terceras personas o los derechos de terceras personas sobre la propiedad o activo de la empresa” (Pág.125)***

Los pasivos agrupan las cuentas que representan las obligaciones contraídas por la empresa en el desarrollo de sus actividades, pagaderas en dinero o en bienes. Comprende las obligaciones financieras, los proveedores, las cuentas por pagar, los impuestos, obligaciones laborales, los diferidos, las provisiones, otros pasivos, etc.

### **2.6.5.3. Patrimonio**

***BLANES P. Joaquín, 2006: “Es el derecho del propietario o propietarios sobre el activo de la empresa” (Pág.12)***

Corresponde a los valores que son de propiedad de la empresa, está integrado por las cuentas de capital social, reservas, utilidades y/o pérdidas de los ejercicios anteriores y actuales.

### **2.6.5.4. Ingresos**

***CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO: 2008  
“Generalmente se define como el dinero, especies o cualquier ganancia o rendimiento de naturaleza económica que puede obtener una persona natural o jurídica.” (Pág. 22)***

Son todos los ingresos monetarios, los que van a estar en función de la actividad de la microempresa en un ejercicio económico.

Ingresos son entradas de dinero, originados por la venta de bienes o servicios durante un período de tiempo determinado.

#### **2.6.5.5. Gastos**

**CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO: 2008** “Los gastos se los define como las obligaciones asumidas por determinada unidad económica, como consecuencia de la adquisición de bienes o servicios o al recibir obras previamente contratadas”. (Pág.22).

Los gastos son desembolsos incurridos por una empresa pública o privada con el fin de mantener o desarrollar la producción, comercio o servicios de acuerdo a su naturaleza.

Fundamentalmente los gastos son las salidas de dinero para pagos que la organización hace por servicios tales como: Alquiler, energía eléctrica, salarios, viáticos, teléfono, transporte y otros más; y que no son recuperables.

#### **2.6.6. PRINCIPIOS CONTABLES**

**Pedro Zapata 2005, manifiesta:** “Son conceptos básicos que establecen la delimitación del ente económico, las bases de cuantificación de las operaciones y la presentación de la información económica y financiera de la empresa a través de los estados financieros” (Pag.5)

Los principios contables se refieren a conceptos básicos o directrices que establecen delimitaciones a los entes económicos, las bases de la cuantificación de las operaciones y la presentación de la información financiera.

#### **2.6.7. ELEMENTOS DEL COSTO**

Los elementos del costo son las partes con las que se elabora un producto o servicio, éstos son:

- Materiales directos
- Mano de obra directa
- Gastos generales de fabricación.

## **2.7. EVALUADORES FINANCIEROS**

### **2.7.1. ANALISIS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS**

El análisis de estos financieros se lleva a cabo tomando en cuenta el tipo de empresa y considerando su entorno, su mercado y demás elementos cualitativos.

Los indicadores financieros obtenidos en el análisis nos sirven para preparar estados financieros proyectados, en base a la realidad.

### **2.7.2. FLUJOS DE CAJA**

El flujo de Caja llamado también flujo de efectivo o presupuesto de caja, es un cálculo del volumen de ingresos y de gastos, que ocurrirán en una empresa durante un determinado período. Ello posibilita saber si sobra o falta dinero en determinado momento. Si vemos que sobra, podemos pensar en invertirlo. Si falta buscaremos dónde conseguirlo (bancos, cooperativas de crédito, crédito de proveedores, préstamos de amigos o familiares).

El flujo de caja muestra las entradas y salidas efectivas de dinero para el proyecto, es la base para el cálculo del VAN y TIR.

El Flujo de Caja parte de la utilidad operativa del Balance de Pérdidas y Ganancias, suma las depreciaciones y las amortizaciones. Toma en cuenta las reposiciones de activos fijos.

### **2.7.3. ESTADOS PROFORMA**

Estado financiero a una fecha o período futuro, basado en cálculos estimativos de transacciones que aún no se ha realizado, es un estado estimado que acompaña frecuentemente a un presupuesto.

### **2.7.4. RENTABILIDAD FINANCIERA**

La rentabilidad también se la conoce como la relación entre los ingresos y los costos, generado por el uso de los activos de la microempresa tanto circulantes como fijos en las actividades productivas.

### **2.7.5. RENTABILIDAD ECONÓMICA**

Rentabilidad hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

### **2.7.6. FINANCIAMIENTO**

El financiamiento es un mecanismo, el cual tiene por finalidad obtener recursos con el menor costo posible. Tiene como principal ventaja la obtención de recursos y el pago en años o meses posteriores a un costo de capital fijo llamado interés.

#### **2.7.6.1. Aporte propio**

En contabilidad, se denominan fondos propios al pasivo que no se debe a financiación externa sino a las aportaciones de los socios y a los propios beneficios o pérdidas generados. Sería la suma de capital social, reservas y resultados del ejercicio.

#### **2.7.6.2. Aporte financiado**

Se considera financiado al aporte externo o de terceros a través de un crédito otorgado por una institución financiera, con la finalidad de realizar la inversión inicial para el funcionamiento de la microempresa.

## **CAPÍTULO III**

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

El estudio de mercado establece el comportamiento de los posibles consumidores en lo referente a la cantidad permisible de producción llamada oferta y la cantidad de personas que demandarán el bien del proyecto en estudio. Determina la cantidad del producto que va a ser demandado, definiendo estrategias efectivas de precio, características del producto e inclusive abordando los problemas de comercialización y materia prima delineamientos que ayuda a un buen posicionamiento del producto en el mercado.

#### **3.1. ANTECEDENTES**

##### **3.1.1. FINALIDAD DEL ESTUDIO DE MERCADO**

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

La preparación de un proyecto busca demostrar la viabilidad de invertir en una determinada actividad económica.

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

Para lograr la competitividad, se requiere excelentes sistemas de telecomunicación e información, los mismos que deben ser oportunos, relevantes y confiables, que permitan tomar acertadas decisiones operativas y estratégicas.

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

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

### **3.1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Presentar los resultados obtenidos del trabajo de campo desarrollado: datos de encuestas y entrevistas aplicadas.
- Analizar y proyectar la oferta, demanda y determinar la demanda insatisfecha.
- Analizar la competencia existente con el fin de determinar las fortalezas para competir en el mercado.
- Caracterizar el producto que va a generar la microempresa a implantarse.
- Segmentar el mercado meta del proyecto.
- Efectuar un análisis de precios y su proyección a futuro.
- Analizar los procesos y canales de comercialización.

### **3.1.3. IDENTIFICACION DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA INVESTIGADAS**

#### **3.1.3.1. Población**

La población motivo de la presente investigación está conformada por los productores y clientes de prendas de vestir bordadas a mano de la parroquia de Caranqui, los mismos que suman 18 productores u ofertantes y 5 clientes o demandantes. Para esto se ha realizado un censo y se ha identificado una población finita menor a 50, por lo que no se aplicará muestra.

#### **3.1.3.2. Cálculo de la muestra**

Por ser una población finita menor a 50, se procederá a realizar un censo, por lo que no se aplicara muestra.

### **3.2. RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A PRODUCTORES Y CLIENTES DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO**

#### **3.2.1. RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A PRODUCTORES DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO**

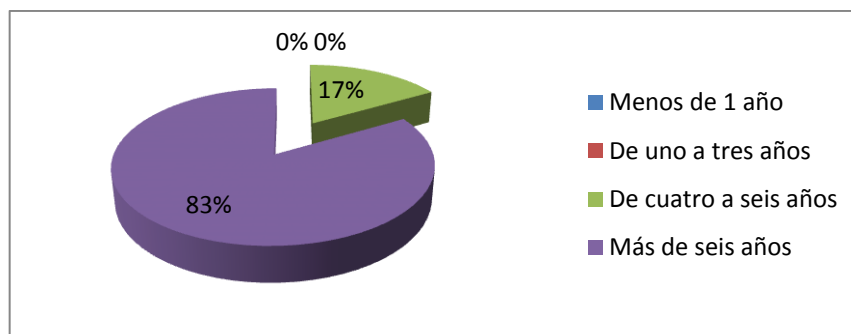
### 3.2.1.1. ¿Qué tiempo lleva dedicada a esta actividad?

CUADRO Nº 3.1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 1 año	0	0
De uno a tres años	0	0
De cuatro a seis años	3	17%
Más de seis años	15	83%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

GRAFICO 3.1

#### TIEMPO DE DEDICACION A LA ACTIVIDAD



**FUENTE:** Productores de textiles bordados

**ELABORACION:** La Autora

#### **Análisis:**

Como se puede observar, el 17% de la población que corresponde a 3 productores llevan dedicados a elaborar bordados menos de seis años, ya que anteriormente este producto no tenía mucha demanda y por lo tanto no era una actividad rentable.

La demanda actual del producto hace que se genere nuevas microempresas productoras de bordados, por los réditos económicos que representa.



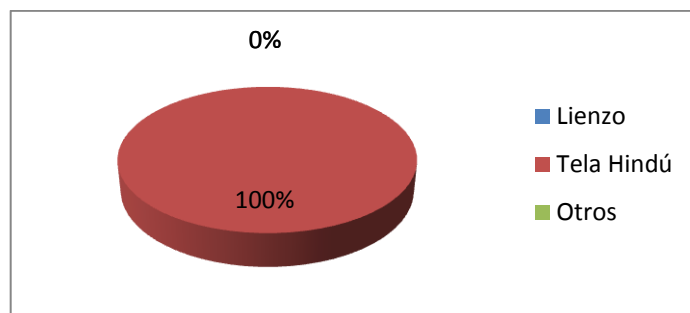
### 3.2.1.2. ¿Para elaborar sus textiles que tipo de tela utiliza?

**CUADRO Nº 3.2**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Lienzo	0	0
Tela Hindú	18	100%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 3.2**

#### **TIPO DE TELA PARA LA ELABORACIÓN DE LOS TEXTILES**



**FUENTE:** Productores de textiles bordados  
**ELABORACION:** La Autora

#### **ANÁLISIS:**

En cuanto a la utilización de materia prima el 100% de los artesanos utilizan tela hindú en la confección de los textiles, por la acogida que tienen en el mercado, la calidad de la tela que es 100% algodón da mejora acabado y presentación al producto.

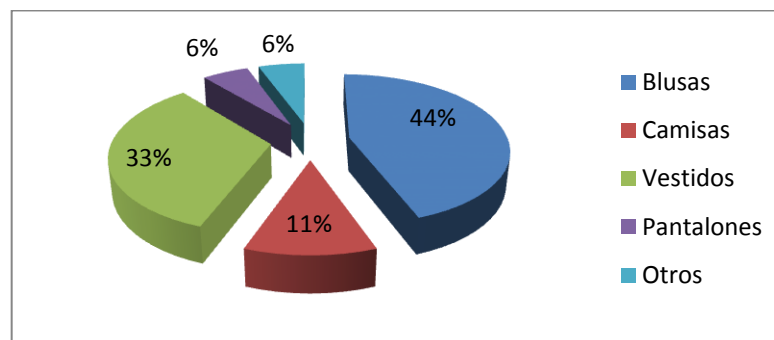
### 3.2.1.3. ¿Qué tipo de prendas de vestir confecciona?

CUADRO Nº 3.3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Blusas	8	44%
Camisas	2	11%
Vestidos	6	33%
Pantalones	1	6%
Otros	1	6%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

GRAFICO 3.3

TIPOS DE PRENDAS DE VESTIR



FUENTE: Productores de textiles bordados

ELABORACION: La Autora

#### ANÁLISIS:

En un gran porcentaje los productores se dedican a la confección de blusas y vestidos, por la gran aceptación tanto en los mercados locales e internacionales, sobre todo en lugares de clima tropical o en época de verano. Además de tener un excelente margen de ventas en el mercado a pesar de los costos en los que se incurren por concepto de producción. Los demás artesanos elaboran otras prendas u otro tipo de bordados como camisas, pantalones faldas, manteles, paneras, servilletas.

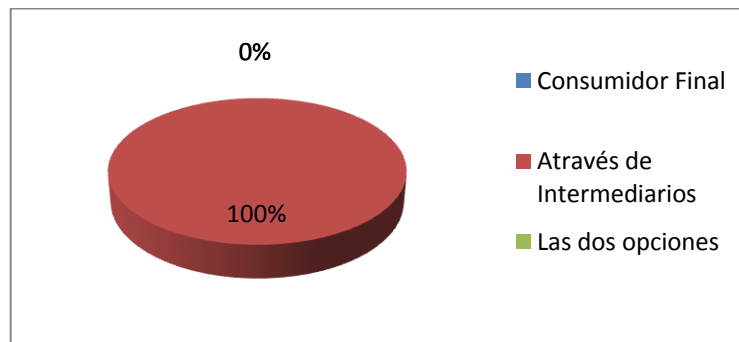
#### 3.2.1.4. ¿A quién vende las prendas que confecciona?

**CUADRO Nº 3.4**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Consumidor Final	0	0
A través de Intermediarios	18	100%
Las dos opciones	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 3.4**

#### **CLIENTES DE PRENDAS DE VESTIR**



**FUENTE:** Productores de textiles bordados  
**ELABORACION:** La Autora

#### **ANÁLISIS:**

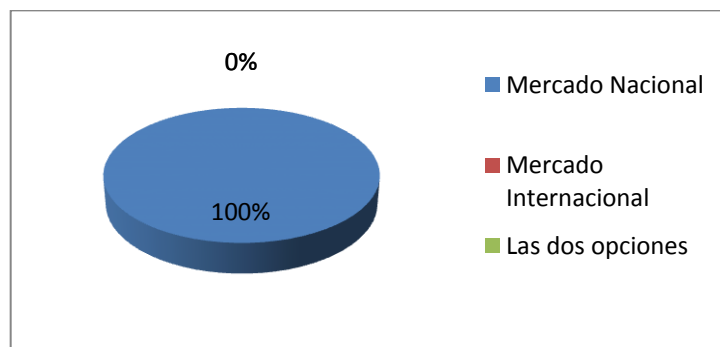
El 100% de productores efectúan sus ventas a través de intermediarios, lo cual produce que la venta no se haga directamente al consumidor final sino al intermediario. Para obtener mejores beneficios económicos el artesano debería optar por distribuir directamente al consumidor final su producto.

**3.2.1.5. ¿A qué mercado están destinados los textiles que produce?**

**CUADRO N° 3.5**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mercado Nacional	0	0%
Mercado Internacional	18	100%
Las dos opciones	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 3.5**  
**IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO**



**FUENTE:** Productores de textiles bordados  
**ELABORACION:** La Autora

**ANÁLISIS:**

El 100% de la producción es destinada a la venta en el mercado local, por los diferentes problemas y costos que representa exportar o introducir el producto a nuevos mercados. Esto evidencia el gran problema que enfrentan los artesanos, al momento de comercializar sus productos.

Por lo tanto sería necesario propender la formación de una empresa la cual facilite la comercialización directa nacional e internacional del producto.

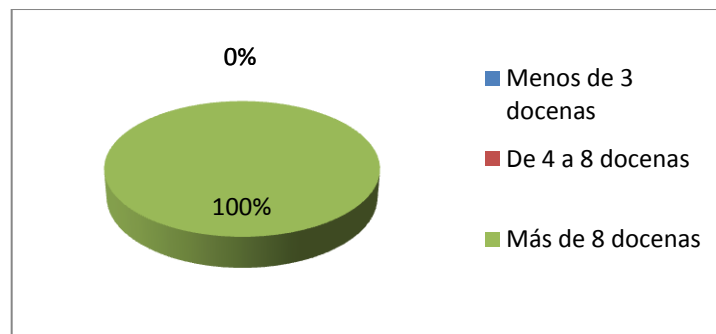
### 3.2.1.6. Qué cantidad vende usted mensualmente?

**CUADRO N° 3.6**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Menos de 3 docenas	0	0%
De 4 a 8 docenas	0	0%
Más de 8 docenas	18	100%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 3.6**

#### **CANTIDAD DE VENTAS DE LOS TEXTILES**



**FUENTE:** Productores de textiles bordados  
**ELABORACION:** La Autora

#### **ANÁLISIS**

Los productores de textiles tienen un excelente volumen de ventas que representa más de 8 docenas mensuales, por la gran acogida del producto a nivel nacional e internacional. Se observa claramente que los productores realizan sus ventas en mayor cantidad, ya que se obtiene mejores utilidades en volúmenes grandes de ventas.

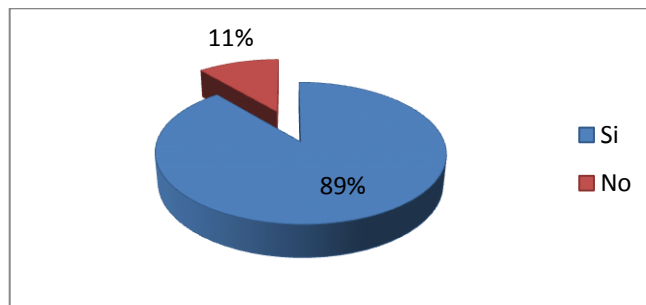
**3.2.1.7. Considera usted que la comercialización de los textiles es rentable?**

**CUADRO Nº 3.7**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	16	89%
No	2	11%
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 3.7**

**RENTABILIDAD DE LA ELABORACIÓN DE TEXTILES**



**FUENTE:** Productores de textiles bordados  
**ELABORACION:** La Autora

**ANÁLISIS:**

Los productores de prendas de vestir bordadas a mano en su gran mayoría han manifestado que la elaboración y venta de textiles es una actividad netamente rentable, a pesar de que sus réditos no son mayores ya que la mayoría comercializa a través de intermediarios que son quienes obtienen mayor rentabilidad.

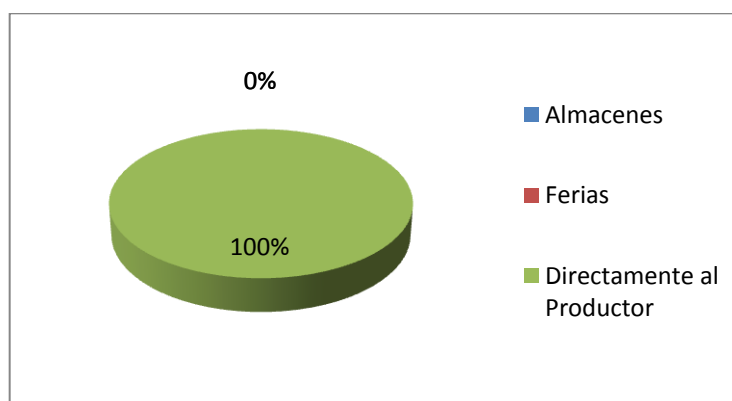
### 3.2.2. RESULTADOS DE ENCUESTAS APLICADAS A CLIENTES DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO

#### 3.2.2.1. ¿En qué lugar compra usted los textiles?

CUADRO Nº 3.8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes	0	0%
Ferias	0	0%
Directamente al Productor	5	100%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

GRAFICO 3.8  
LUGAR DE ADQUISICIÓN DE LOS TEXTILES



**FUENTE:** Clientes de textiles bordados

**ELABORACION:** La Autora

#### **Análisis:**

El 100% de los consumidores indican que al adquirir sus productos hacen contacto directamente con el productor para de esta manera obtener el producto en una relación directa entre consumidor-cliente y lograr mejores beneficios.

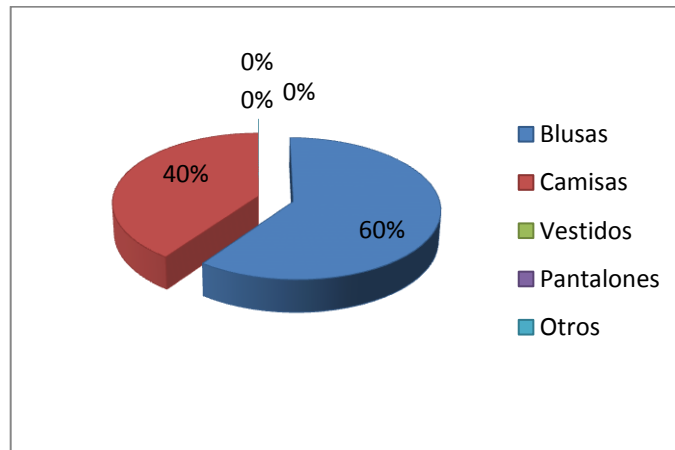
3.2.2.2. ¿Qué tipo de prendas de vestir compra?

CUADRO Nº 3.9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Blusas	3	60%
Camisas	2	40%
Vestidos	0	0%
Pantalones	0	0%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

GRAFICO 3.9

TIPO DE PRENDAS DE VESTIR



**FUENTE:** Clientes de textiles bordados

**ELABORACION:** La Autora

**ANÁLISIS:**

Como se observa en el grafico anterior los clientes adquieren una cantidad importante en los diferentes tipos de textiles que se confeccionan como las blusas y camisas que son los que predominan, ya que al momento de expender al consumidor final deben de ofrecer diversidad de productos como son blusas, camisas, vestidos, camisas, etc.



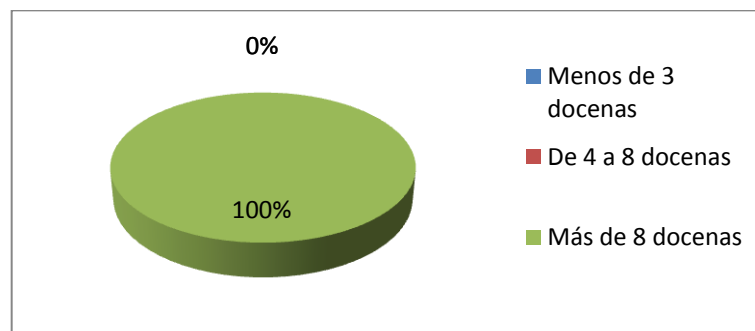
3.2.2.3. **¿Qué cantidad de prendas de vestir compra usted mensualmente?**

**CUADRO N° 3.10**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Menos de 3 doc.	0	0%
De 4 a 9 doc.	0	0%
Más de 8 doc.	5	100%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 3.10**

**CANTIDAD DE TEXTILES QUE ADQUIERE**



**FUENTE:** Clientes de textiles bordados

**ELABORACION:** La Autora

**ANÁLISIS:**

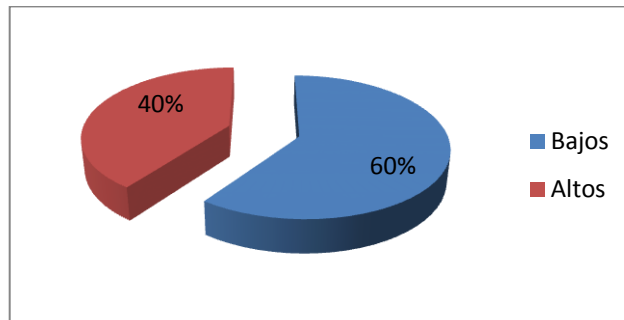
Los clientes de textiles adquieren un importante volumen de prendas que representa más de 8 docenas mensuales, por la gran acogida del producto a nivel nacional e internacional. Se observa claramente que los clientes realizan sus compras en mayor cantidad, ya que deben tener surtido en sus productos.

3.2.2.4. ¿ Los precios de los textiles que usted adquiere son?

CUADRO N° 3.11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajos	3	60%
Altos	2	40%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

GRAFICO 3.11  
PRECIOS DE LOS TEXTILES



**FUENTE:** Clientes de textiles bordados  
**ELABORACION:** La Autora

**ANÁLISIS:**

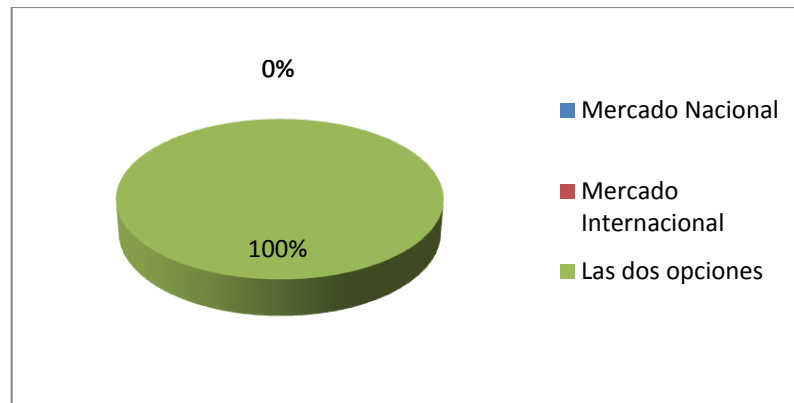
Los precios de los textiles bordados a mano no tienen un precio significativo porque no son vendidos directamente al consumidor final sino al intermediario, entonces es el intermediario que obtiene mejores beneficios vendiendo el producto a precios más altos.

3.2.2.5. ¿ Los textiles que usted compra, en qué mercado los comercializa?

CUADRO Nº 3.12.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mercado Nacional	0	0%
Mercado Internacional	0	0%
Las dos opciones	5	100%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

GRAFICO 3.12.  
COMERCIALIZACIÓN DE LOS TEXTILES



**FUENTE:** Clientes de textiles bordados  
**ELABORACION:** La Autora

**ANÁLISIS:**

El 100% de la producción es comercializada en el mercado nacional e internacional, los clientes que adquieren este tipo de producto tienen sus locales ubicados en un sitio estratégico en la ciudad de Otavalo desde la cual realizan sus ventas a nivel local, nacional e internacional.

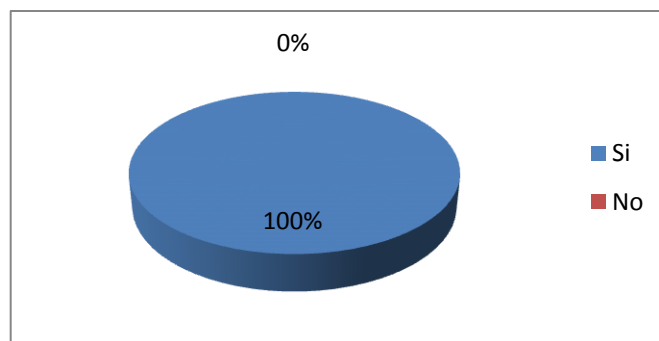
3.2.2.6. **¿Considera usted que la comercialización de las prendas de vestir bordadas a mano es rentable?**

**CUADRO Nº 3.13**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	5	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO 3.13.**

**RENTABILIDAD DE LA COMERCIALIZACIÓN DE LOS TEXTILES**



**FUENTE:** Clientes de textiles bordados  
**ELABORACION:** La Autora

**ANÁLISIS:**

El 100% de los clientes manifiestan que la comercialización de las prendas de vestir bordadas a mano les deja buenos réditos económicos, por lo tanto la califican a esta actividad como rentable ya que son quienes obtienen las mejores utilidades y beneficios en el producto.

### 3.2.3. ANALISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

En el país existen alrededor de 1523 personas dedicadas a la actividad de confección de prendas de vestir bordadas a mano localizadas en algunas provincias del Ecuador como: Pichincha, Azuay, Imbabura, Tungurahua, Cotopaxi, Chimborazo.

En la provincia de Imbabura especialmente el cantón Ibarra sector de Caranqui existen varias familias que se dedican a esta actividad económica en forma directa e indirecta.

#### 3.2.3.1. Volumen ofertado

Según información proporcionada por la CORPEI, la producción ofertada por las microempresas existentes es la que se señala a continuación:

**CUADRO Nº 3.14**

#### **ECUADOR: VOLUMEN OFERTADO DE TEXTILES ARTESANALES**

AÑO	PRODUCCION TONELADAS
2006	26.75
2007	27.61
2008	30.20
2009	32.15

**FUENTE: CORPEI**

**ELABORACION: La Autora.**

La oferta está determinada por el volumen de producción que tienen las microempresas localizadas en el Ecuador.

### 3.2.3.2. Proyección de la oferta

El sistema para proyectar la oferta futura se consideró en base al modelo exponencial.

$$Q_n = Q_0 (1 + i)^n$$

**CUADRO Nº 3.15**

#### TASA PROMEDIO DE CRECIMIENTO OFERTA

AÑO	CONSUMO HISTÓRICO	$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2006	26.75	
2007	27.61	0.032
2008	30.20	0,093
2009	32.15	0,065
	<b>Total</b>	<b><math>\sum i = 0,19/4 = 0,048</math></b>

ELABORADO POR: La Autora

**CUADRO Nº 3.16**

#### OFERTA FUTURA

AÑO	OFERTA FUTURA $Q_n = Q_0 (1 + 0,048)^n$
2009	32.15
2010	33.69
2011	35.31
2012	37.01
2013	38.78
2014	40.64
2015	42.59

ELABORADO POR: La Autora

La oferta proyectada para el 2015 es aproximadamente 42.59 toneladas.

### 3.2.4. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para obtener la tendencia de la demanda se va a calcular primero la tasa de crecimiento del consumo de las prendas de vestir bordadas a mano en los principales mercados internacionales con la siguiente fórmula:

$$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$$

De donde:

$Q_n$  = consumo futuro

$Q_o$  = consumo inicial

$i$  = tasa de crecimiento anual promedio

$n$  = año proyectado

Aplicando esta fórmula se establece el siguiente cuadro:

**CUADRO Nº 3.17**  
**TASA PROMEDIO DE CRECIMIENTO DEMANDA**

AÑO	CONSUMO HISTÓRICO	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$
2006	27.33	
2007	28.21	0.032
2008	31.87	0.129
2009	33.05	0.037
	<b>Total</b>	<b><math>\sum i = 0,198/4 = 0,049</math></b>

FUENTE: CORPEI

ELABORACION: La Autora.

La tasa de crecimiento de este producto del período 2005 al 2009 es de 4,9%, lo que significa que existió un crecimiento moderado de consumo en el mercado internacional. Tomando como base el año 2009 y la tasa de crecimiento se hará las proyecciones para los próximos 6 años aplicando la siguiente fórmula:

$$Q_n = Q_o (1 + i)^n$$

**CUADRO Nº 3.18**  
**DEMANDA FUTURA**

AÑO	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_o (1 + 0,049)^n$
2009	33.05
2010	34.67
2011	36.37
2012	38.15
2013	40.02
2014	41.98
2015	44.04

**ELABORADO POR:** La Autora

La demanda proyectada aproximadamente según la tasa de crecimiento promedio del 4.9% será para el año 2015 de 44.04 toneladas.

**3.2.5. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA**

**CUADRO Nro. 3.19**

**DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISF.
2009	32.15	33.05	-0,9
2010	33.69	34.67	-0,98
2011	35.31	36.37	-1,06
2012	37.01	38.15	-1,14
2013	38.78	40.02	-1,24
2014	40.64	41.98	-1,34
2015	42.59	44.04	-1,45

**FUENTE:** Proyecciones de Oferta Y Demanda.

**ELABORACION:** La Autora



### **3.2.6. DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO**

Los productos sujetos al estudio de mercado son prendas de vestir textiles elaborados en tela hindú y lienzo, que son bordados a mano en un 100% con figuras de diferentes colores y decorados.

#### **3.2.6.1. Características del producto**

Las características de los productos son los siguientes:

#### **3.2.6.2. Prendas de vestir**

Elaborados en tela: hilo, hindú, lienzo, bordados con hilo orlón y suizo 100% a mano, con diseño de diferentes figuras. Las principales prendas de vestir son las siguientes:

- a. Blusas
- b. Faldas
- c. Vestidos
- d. Pantalones
- e. Vestidos de niña
- f. Guayaberas
- g. Camisas

#### **3.2.6.3. Otras prendas**

Estas son confeccionadas en las mismas telas y Bordadas a mano. Los artículos son los siguientes:

- a. Mantales de mesa
- b. Paneras
- c. Servilletas

#### **3.2.6.4. Productos sustitutos**

La fuerza competitiva de productos sustitutos de las prendas textiles bordadas a mano (prendas de vestir y artículos del hogar) son los siguientes:

##### **a. Para las prendas de vestir**

Las diferentes confecciones existentes en el mercado que no tienen bordado a mano como camisas, blusas, faldas, ropa de niño, chales con modelos de tipo convencional.

##### **b. Para los artículos del hogar**

Los productos sustitutos están representados por los manteles de plástico, de tela sin bordar, de estampados de tipo convencional.

Otros productos sustitutos pueden ser las prendas de cuero y otros materiales en polietileno, y otras telas que no tienen ninguna relación con las prendas bordadas a mano.

#### **3.2.7. MERCADO META**

La confección de las prendas de vestir bordadas a mano se producirá básicamente en la parroquia de Caranqui, ya que su comercialización se hará a través del establecimiento de contactos con comerciantes de artesanías, tanto a nivel nacional como a nivel internacional. Para lo cual la persona encargada de ventas y comercialización, a través de diversos mecanismos buscara acceder a la información sobre mercados.

La población consumidora del producto corresponde a las provincias de Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Azuay y Chimborazo. Dentro de los consumidores del producto final también se encuentra a un estrato de población en tránsito que viaja entre las ciudades de Quito – Ibarra – Tulcán y turistas del sur de Colombia.

Además se podría mencionar el consumo del producto a nivel internacional como son los países de Estados Unidos , Alemania y España.

La propuesta de la Microempresa es constituirse en proveedor permanente de los principales consumidores tanto a nivel nacional como internacional.

### **3.2.8. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

La segmentación de mercado está dirigida a satisfacer las necesidades de los consumidores finales como el mercado de Otavalo a nivel nacional y Alemania, Estados Unidos, España a nivel Internacional, a través de exportaciones indirectas, en donde un comerciante exportador o distribuidor adquiere directamente la mercancía para exportar, agrega su propio margen de beneficio, para su introducción al mercado internacional.

El proyecto prevé cubrir en un inicio el 49% de la demanda actual de las prendas de vestir bordadas a mano que es de 18542 prendas al año, es decir 1545 prendas al mes aproximadamente.

### **3.2.9. ANÁLISIS DE PRECIOS**

Evidentemente existen topes al precio máximo para la comercialización de las prendas de vestir bordadas a mano determinados por la oferta y demanda. Para ser una exportación indirecta es decir a

travez de comerciantes exportadores no se hara uso de los precios FOB sino del precio que se comercializa en nuestro medio.

El cuadro siguiente da a conocer el comportamiento del precio de los bordados en el mercado por unidad.

**CUADRO N° 3.20**  
**PRECIOS DE LA PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO**

PRODUCTO	PRECIO POR UNIDAD
Blusas: Tallas S-M-L	<b>4.50</b>
Tallas XL-XXL	<b>6.00</b>
Vestidos de Niña Tallas 0-4	<b>5.00</b>
Tallas 5-8	<b>6.50</b>
Tallas 9-12	<b>7.50</b>
Camisas Tallas S-M-L	<b>8.00</b>
Tallas XL-XXL	
Pantalones Tallas S-M-L	<b>5.00</b>
Tallas XL-XXL	<b>7.00</b>

FUENTE: CORPEI

ELABORADO POR: La Autora

Por consultas y entrevistas personales efectuadas, se ha completado la información de precios, teniendo los siguientes resultados:

**CUADRO N° 3.21**  
**COMPORTAMIENTO PRECIOS DE MERCADO DE LA PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO**

PRENDAS DE VESTIR	AÑO 1
<b>Blusas</b>	5,25
<b>Camisas</b>	8,00
<b>Vestidos de Niña</b>	6,33
<b>Pantalones</b>	6.00
<b>Faldas</b>	7.00
<b>Vestidos de mujer</b>	15.00
<b>Guayaberas</b>	8.00
<b>Manteles de mesa</b>	55.00
<b>Paneras</b>	4.50
<b>Servilletas</b>	4.50

FUENTE: CORPEI e Investigación Directa. Agosto/10.

ELABORADO POR: La Autora

### **3.2.10. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

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

Generalmente la competencia entre microempresas del mismo producto se la hace a través de estrategias de comercialización tales como el precio o diferenciación del producto.

Con la finalidad de ajustar estrategias de marketing y las exigencias del cliente se procedió a realizar un análisis operativo externo, para obtener una visión de los cambios competitivos que ocurren en el ambiente micro empresarial de prendas de vestir bordadas a mano en el país, y en el cantón Ibarra y reconocer las amenazas que representan para su posición en los nichos de mercado.

### **3.2.11. COMERCIALIZACIÓN**

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

### **3.2.12. ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN**

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

### **3.2.13. ESTRATEGIA DE PLAZA**

El producto podrá abastecer a los mercados locales provinciales y en especial internacionales y se podrá negociar con los compradores a través de páginas web mostrando el catalogo de productos.

### **3.2.14. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN**

Como estrategia de promoción se utilizara medios de comunicación para difundir la imagen y marca de la microempresa, además se hará publicidad en páginas web asociadas a la compra y venta de productos, los cuales contribuirán a la creación de una imagen corporativa.

### **3.2.15. ESTRATEGIA DE PRECIO**

El precio es un factor importante para lograr rentabilidad en éste negocio, por lo que este producto estará a la venta a un precio justo, puesto que los clientes buscan la mejor relación precio – valor.

## **3.3. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Existe una tradición cultural de generación en generación para la confección de textiles bordados a mano como camisas, blusas, manteles, tapetes, entre otros.
- Las telas mayormente utilizadas en la confección de estas prendas son las de hilo, hindú, lienzo, que son bordados a mano en un 100% con figuras de diferentes colores y diseños.
- Los competidores directos de la empresa de bordados de Caranqui son las ubicadas en la Esperanza.

- Las prendas bordadas a mano de mayor demanda son las blusas en un 34%, en un 28% los vestidos, 18% las camisas, 10% faldas y en un 10% los artículos de hogar.

Este estudio de mercado permitió hacer un análisis preliminar de los potenciales nichos de mercado de destino, y en base a estos direccionar la producción en el sentido correcto.

# **CAPÍTULO IV**

## **4. ESTUDIO TÉCNICO**

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

### **4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para la instalación de la nueva unidad productiva propuesta: la macro y la micro localización.

#### **4.1.1. Macro localización**

Consiste en determinar la zona, región, provincia o área geográfica en la que se deberá localizar la unidad de producción tratando de reducir al mínimo los costos de transporte.

La microempresa de prendas de vestir bordadas a mano estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, Parroquia de Caranqui, sector que se caracteriza por su gran legado cultural, en el que se puede encontrar algunos atractivos turísticos y deleitarse de los ricos helados de crema y pan de leche que son propios del sector.



**GRAFICO N° 4.1.**  
**MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**



Es una de las provincias de mayor componente indígena en su población, con una superficie de 4.559 km<sup>2</sup>; población al 2001 de 344.044 habitantes.

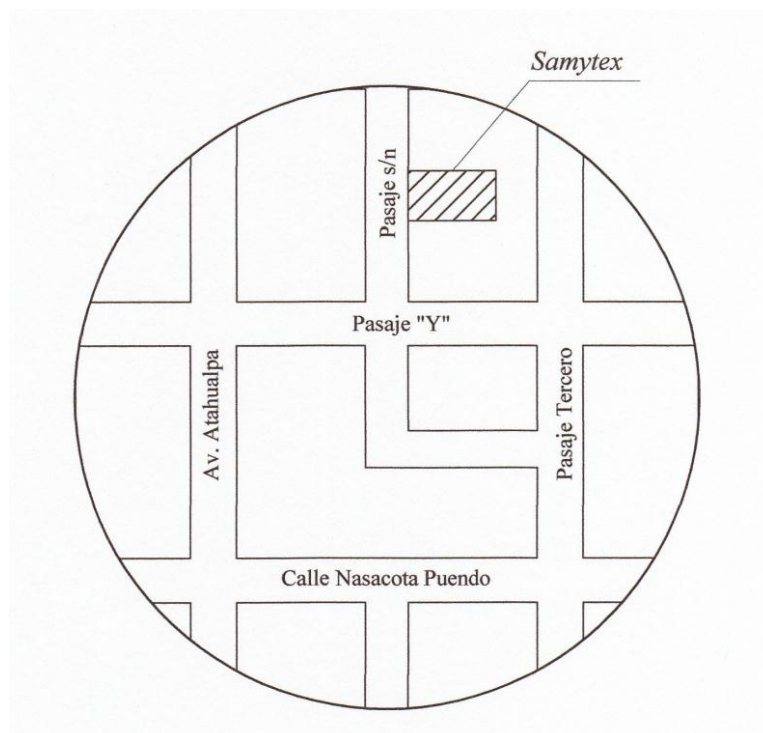
#### **4.1.2. Micro localización**

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

Es de fácil acceso a través lo cual permitirá al cliente acceder a la empresa sin inconvenientes. Además facilita la llegada y salida de materias primas como del producto hacia las empresas exportadoras.

Por la situación geográfica de la empresa textil, los beneficios de la localización se tornan positivos y se posibilita el abastecimiento de materia prima siendo el sitio escogido, clave para el desarrollo de esta industria.

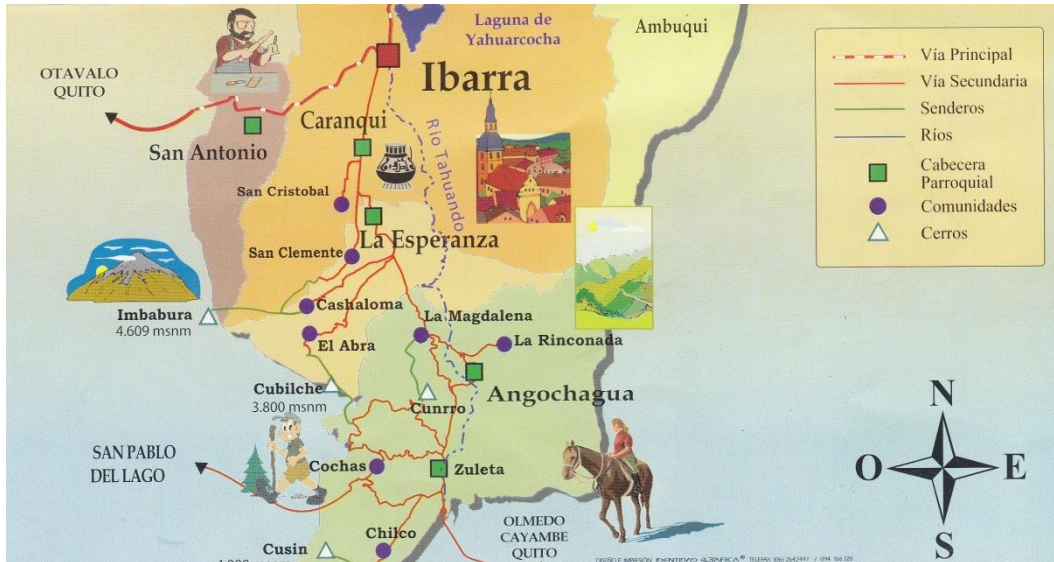
**GRÁFICO N° 4.2.**  
**CROQUIS DE MICROLOCALIZACION**



**4.1.2.1. Vías de comunicación**

La Parroquia de Caranqui está ubicada al sur del centro de la ciudad de Ibarra conectada por vías asfaltadas desde la capital de la provincia y desde las principales ciudades como son Quito, Tulcán y el sur de Colombia.

### GRÁFICO N° 4.3. RUTA DE LOS PAISAJES BORDADOS



#### 4.1.2.2. Cercanía a las fuentes receptoras del producto

Es fundamental para cumplir con tiempos de entrega de los productos elaborados de la empresa hacia el mercado. Por lo tanto esta ubicación es la idónea para cumplir con este factor.

#### 4.1.2.3. Disponibilidad de mano de obra

El análisis de este factor es significativo ya que permitirá que la organización acceda a mano de obra con altas capacidades en la confección y bordado de estas prendas de vestir.

#### 4.1.2.4. Factor de materia prima

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

#### **4.1.2.5. Disponibilidad de servicios básicos**

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

La microempresa dispondrá de Energía eléctrica, Agua potable, Servicio telefónico, Alcantarillado, Alumbrado público, Recolección de basura.

Por todas las consideraciones anteriores, Samytex estará ubicada en la parroquia de Caranqui en EL Pasaje S/N Y la Avenida Atahualpa, punto estratégico para la producción de prendas de vestir bordadas a mano.

La empresa de bordados Samytex se ubicará a dos cuadras de distancia de la antigua parada de buses de Caranqui como se aprecia en el croquis de la ubicación, dispone de un terreno de 120 m<sup>2</sup>.

El área administrativa consta de 87m<sup>2</sup>, donde funcionarán las oficinas para la atención al cliente, talleres de producción y una bodega para guardar materia prima.

Al ingreso de la planta hay un parqueadero amplio para la llegada de los consumidores y para el desembarque de la materia prima.

#### **4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO**

Para establecer el tamaño del proyecto se tomó en cuenta la demanda insatisfecha calculada en el capítulo III, según el cuadro N° 3.19, siendo de 0.98 Toneladas en el año 2010.

Con este dato el valor que se espera alcanzar de esta demanda insatisfecha es del 49% de participación en el mercado, distribuida de la siguiente manera:

**CUADRO Nro. 4.1.**  
**CAPACIDAD DE PRODUCCION DEL PROYECTO**

<b>PRENDAS DE VESTIR Y OTROS</b>	<b>CANTIDAD POR AÑO</b>
<b>Blusas</b>	1512
<b>Camisas</b>	672
<b>Vestidos de Niña</b>	1176
<b>Pantalones</b>	1500
<b>Faldas</b>	1250
<b>Vestidos de mujer</b>	960
<b>Guayaberas</b>	672
<b>Manteles de mesa</b>	300
<b>Paneras</b>	5250
<b>TOTAL UNIDADES PROYECTADAS</b>	<b>13.292</b>

**FUENTE:** Cuadro Estadístico 3.19  
**ELABORACION:** La Autora

### **4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO**

Para cubrir con la ingeniería del proyecto se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

#### **4.3.1. OBRAS CIVILES**

Las obras civiles o distribución física que tendrá la empresa son las siguientes:

**CUADRO N° 4.2**  
**ÁREA-AMBIENTES FISICOS**

AREAS O AMBIENTES	m <sup>2</sup>
<b>OPERATIVA-PRODUCCION</b>	
- <b>Recepción de materia prima</b>	11.5
- <b>Producción</b>	23.5
<b>Subtotal</b>	45.00
<b>ADMINISTRACION-VENTAS</b>	
- <b>Gerencia</b>	9
- <b>Secretaria-Contabilidad</b>	16.5
- <b>Comercialización</b>	16.5
<b>Subtotal</b>	42
<b>TOTAL GENERAL</b>	87

**FUENTE:** Ing. Marco Portilla, Constructor.  
**ELABORADO POR:** La Autora

El área total de producción y administración que se requiere es de 87m<sup>2</sup>(ver plano arquitectónico). En ambientes par uso operativo o de producción es de 45m<sup>2</sup>; para el área administración y ventas es de 42m<sup>2</sup>; la construcción civil en total llegara a costar 21.750 usd.

El diseño de estas instalaciones se señala en el plano de la infraestructura (Anexo D).

#### **4.3.1.1. CARACTERÍSTICAS CONSTRUCTIVAS**

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

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

**a. Estructura**

La estructura que tendrá la construcción civil del proyecto es en hormigón armado, basado en columnas localizadas de forma que permitan un soporte estructural adecuado, de acuerdo a las normas técnicas ASTM. Los materiales utilizados acero de refuerzo o hierro y hormigón para columnas, vigas superiores, cadenas inferiores y superiores de acuerdo al diseño estructural.

**b. Pisos o pavimentos**

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

**c. Paredes**

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

**d. Puertas y ventanas**

Deberán cerrar herméticamente y estarán provistos de dispositivos especiales para evitar la introducción de insectos, roedores, aire contaminado por automotores.

**e. Cubierta**

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

**f. Las instalaciones hidrosanitarias**

Serán acordes a los parámetros que establece las Normas INEM respecto a estos locales, así como las ISO 14000 para evacuación de residuos líquidos y sólidos.

### g. Condiciones técnicas del punto de venta

El establecimiento de venta deberá cumplir con las siguientes recomendaciones técnicas:

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

#### 4.3.2. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS

Los equipos que se requieren para la empresa de bordados Samytex son los siguientes:

#### CUADRO Nº 4.3

#### REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE PRODUCCIÓN

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	DESCRIPCION TECNICA	COSTO USD
<b>Maquina Recta Industrial</b>	U	3	Maquina industrial de puntada recta marca PFAFF de capacidad de costura de 5500 rpm	590.00
<b>Maquina Overlok Industrial</b>	U	3	Maquina industrial overlok marca PFAFF de 5 hilos ideal para unir y sujeción de prendas	1390.00
<b>Cortadora Industrial</b>	U	2	Maquina industrial marca GEMSY con capacidad de corte de 10pulg. De espesor	480.00
<b>Herramienta menor</b>	U	4	Juegos de herramienta menor que consta de tijeras en varios tamaños, reglas de polivinílico, moldes de cartón, planchas industriales.	230.00

FUENTE: MAINCO, Julio 2010.

ELABORADO POR: La Autora



**CUADRO N° 4.4**  
**REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y MUEBLES DE ADMINISTRACIÓN**

DETALLE	CANT.	COSTO USD
<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>		
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>		
Computadoras Intel Dual Core e	1	650,50
Impresoras		
Software Contable	1	672,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		
Sumadora	1	115,00
Tele fax	1	127,43
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		
Escritorios individuales	2	260,99
Sillas neumáticas	2	90,00
Sillas visita	4	120,00
Archivador (3 gavetas)	1	155,00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>2.190,92</b>

**FUENTE:** Facturas Proforma, Julio 2010.

**ELABORACION:** La Autora

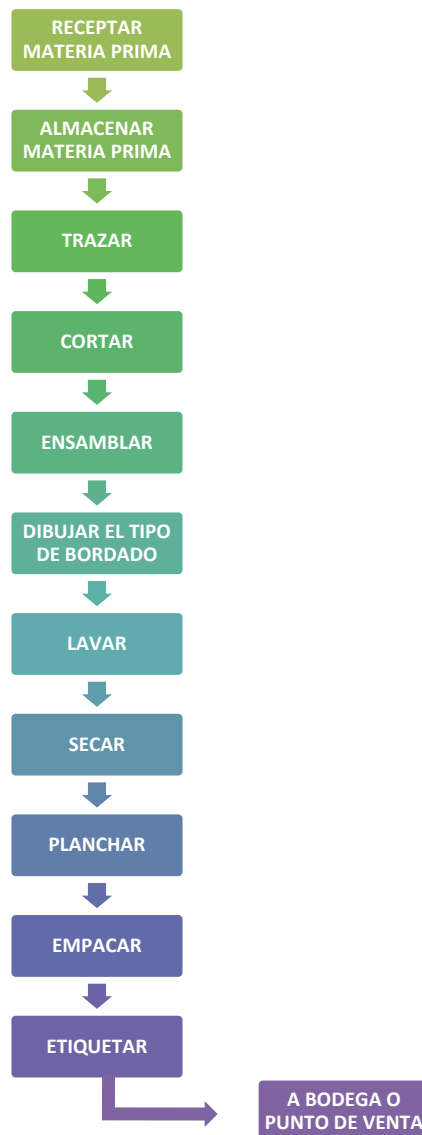
#### **4.3.3. PROCESOS PRODUCTIVOS**

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

Para tener un enfoque sistemático del proceso de producción se utilizó el diagrama de bloque.

Mediante esta representación gráfica (diagrama de bloques) se puede interpretar los procesos de producción como un modelo que genera las etapas que componen el mismo, tanto en el área textil como de la confección.

## DIAGRAMA DE BLOQUES PARA CONFECCIONAR PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO



### 4.3.3.1. DESCRIPCIÓN SISTEMÁTICA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

#### a. Recepción de Materia Prima

En esta etapa los criterios fundamentales de recepción de materia prima, serán los considerados con respecto a la calidad de los mismos como: textura de las telas, su color, resistencia al corte, planchado, ensamblaje y comportamiento una vez que la prenda

sea utilizada por el cliente. En relación a los hilos se determinara: su textura, su firmeza a la tracción y al corte; la tolerancia al momento que se unan piezas que conforman la prenda de vestir.

#### **b. Almacenamiento de materia prima**

Para el almacenamiento de las diferentes telas, hilos, botones y otros insumos será necesario que se aplique normas de almacenamiento-apilamiento que rige para el sector textil. Para un almacenamiento eficaz y eficiente será necesario abrir hojas de cardes y llevar un proceso contable-administrativo tener los lotes de insumos, de acuerdo a la capacidad económica y operativa de la empresa. Su almacenamiento será en forma codificada y ubicada adecuadamente en el área respectiva.

#### **c. Trazar**

El trazado de la tela se realizara de acuerdo a los patrones de confección diseñados para los diferentes tipos y modelos de prendas. En el trazado se extenderá las telas en las mesas de trabajo y se procederá a dibujar los distintos elementos que forman parte de las prendas. Para el trazado se seguirá la normatividad técnica que establece el proceso de producción.

#### **d. Cortar**

Una vez efectuado el trazado se procederá a cortar los diferentes elementos que forman parte de las prendas. Para el cortado se utilizara tijeras convencionales y cortadora eléctrica.

#### **e. Ensamblar**

A este proceso de producción corresponde las actividades de unir las diferentes piezas o elementos que constituyen la prenda.

#### **f. Dibujar el tipo de bordado**

Se procederá a dibujar los distintos bosquejos, figuras que tendrán los bordados a mano en las prendas. Para el bordado será recomendable utilizar agujas e hilo orlón o suizo en distintos colores y matices.

#### **g. Lavar**

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

#### **h. Secar**

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

#### **i. Planchar**

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

#### **j. Empacar**

Las prendas confeccionadas son empacadas mediante formas y maneras que exige el mercado local e internacional, para que sean vendidas directamente al consumidor y/o transportadas a diferentes sitios del mercado.

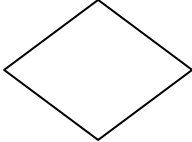


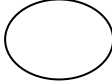
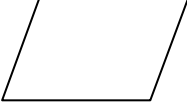

### k. Etiquetado

Se colocará la etiqueta de la empresa en los artículos ya empacados. La etiqueta forma parte de la estrategia de marketing corporativa que tendrá la empresa.

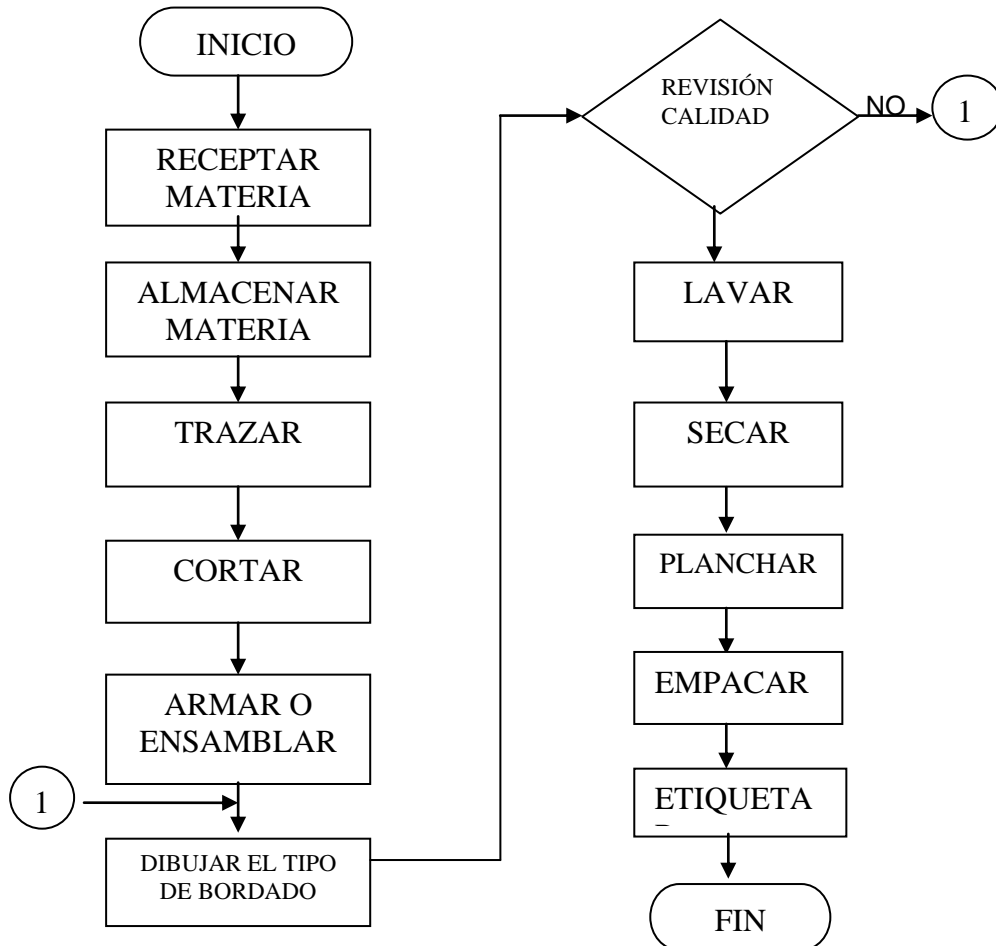
#### 4.3.3.2. FLUJOGRAMAS DE PROCESOS

Para representar los flujogramas de procesos se utilizará la simbología que se detalla a continuación:

**CUADRO Nº 4.5**  
**SIMBOLOGÍA PARA FLUJOGRAMAS**

<i>SIMBOLOGÍA</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>
	Inicio o Finalización
	Alternativa de decisión
	Documento o Archivo
	Procedimientos
	Conector dentro de página
	Verificación
	Conexión de procesos

## FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO



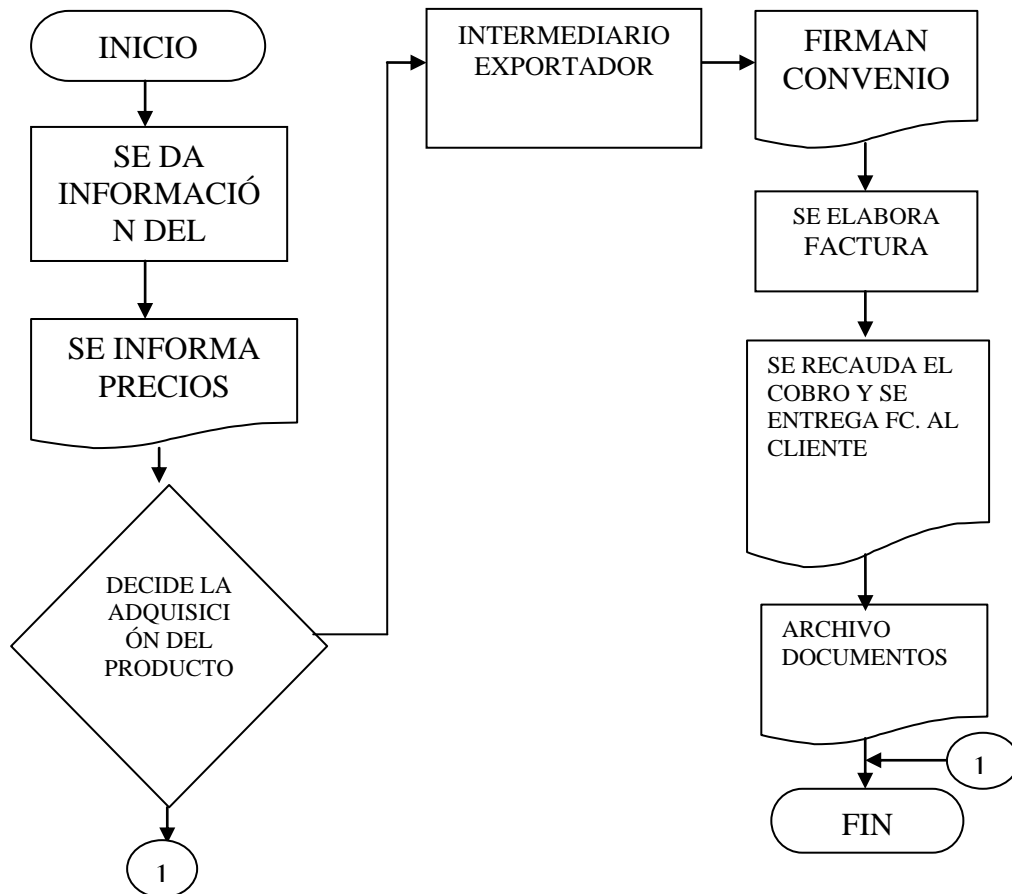
### 4.3.3.3. Proceso de atención al cliente

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

- a. El cliente solicita información sobre el producto
- b. A continuación se indica precios
- c. El cliente decide si adquiere o no el producto

- d. El usuario realiza el pedido
- e. Se firma convenio de requerimiento del producto
- f. Para finalizar se procede a cobrar el pedido

### FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE



### 4.4. PRONÓSTICO DE VENTAS

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

A continuación un detalle del volumen de ventas pronosticado para el primer año de funcionamiento de la microempresa:

**CUADRO N° 4.6**  
**VOLUMEN DE VENTAS AÑO 1**

<b>VOLUMEN VENTAS PROYECTADAS</b>	<b>AÑO 1</b>
<b>Blusas</b>	1512
<b>Camisas</b>	672
<b>Vestidos de Niña</b>	1176
<b>Pantalones</b>	1500
<b>Faldas</b>	1250
<b>Vestidos de mujer</b>	960
<b>Guayaberas</b>	672
<b>Manteles de mesa</b>	300
<b>Paneras</b>	5250
<b>Servilletas</b>	5250
<b>TOTAL UNIDADES PROYECTADAS</b>	<b>18.542</b>

**FUENTE:** Cuadro Estadístico Nro. 4.1.

**ELABORACION:** La Autora

#### 4.5. REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO

La microempresa Samytex requiere de mano de obra directa e indirecta para sus diferentes áreas que permita cubrir la capacidad de la programación de producción y ventas. A continuación se detalla el personal requerido por la organización.

**CUADRO N° 4.7**  
**REQUERIMIENTO MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA**

<b>ÁREA</b>	<b>PERSONAL</b>	<b>No.</b>	<b>REMUNERACIÓN USD</b>
<b>ADMINISTRATIVA (mano/obra indirecta)</b>	Gerente General	1	400,00
	Contadora	1	280,00
	Secretaria	1	240,00
<b>OPERATIVA (mano de obra directa)</b>	Cortador	1	240,00
	Costurera	1	240,00
	Vendedor	1	240,00
	Bordadoras	7	1.00/prenda
	<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	

**ELABORACION:** La Autora



La remuneración para las bordadoras será por obra 1.00 usd por prenda y la Contadora será en base a factura por honorarios profesionales, que acudirá a las instalaciones una vez por semana; el Gerente, Secretaria, el cortador, la costurera y el vendedor estarán bajo la modalidad de relación de dependencia.

#### **4.6. INVERSIÓN**

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se agrupan en tres tipos: activos fijos, gastos diferidos y capital de trabajo. La adquisición de equipos, maquinas, muebles y enseres, suministros de oficina, y otros componentes de la microempresa se piensa financiar con capital propio; en tanto que, el monto de activos fijos se hará aplicando el esquema 60/40, lo que significa que el 60% de la inversión será con financiamiento externo (USD \$ 22.410,33) y (USD \$ 14.940,37) que es el 40% de inversión propia.

##### **4.6.1. INVERSIONES FIJAS**

Se detalla a continuación el valor de activos requeridos para la puesta en marcha del Proyecto. Corresponden a las inversiones en terreno, construcción de la fábrica, maquinaria, muebles, enseres y equipos, como bases materiales fundamentales para las operaciones de producción.

**CUADRO N° 4.8**  
**Inversiones fijas del proyecto**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
<b>Terreno</b>	5.500,00
<b>Edificación</b>	21.750,00
<b>Muebles y enseres</b>	715,99
<b>Maquinaria</b>	7.820,00
<b>Equipos de Oficina</b>	242,43
<b>Equipos de Computación</b>	1.322,50
<b>TOTAL:</b>	<b>37.350,92</b>

**FUENTE:** cotizaciones y facturas pro-forma.

**ELABORACION:** La Autora

#### **4.6.2. INVERSION VARIABLE**

El capital de trabajo es el monto de efectivo con el que hay que contar para empezar a trabajar antes de recibir ingresos. Para el presente proyecto se ha considerado contar con un capital de trabajo de USD 3.964,11 que estará destinado a cubrir costos de la materia prima, mano de obra y costos indirectos para un período de 90 días, tiempo considerado suficiente hasta que la empresa obtenga sus primeros ingresos por ventas realizadas.

Según el siguiente detalle:

**CUADRO N° 4.9**  
**INVERSIÓN VARIABLE DEL PROYECTO**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>RUBRO</b>	<b>CANT.</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>COSTO TRIMESTRAL</b>
<b>MATERIA PRIMA E INSUMOS</b>			
Tela	12	1554	1554,00
Hilos		144	288,00
Botones	1(1000)	6.00	6,00
<b>CIF</b>			
Servicios básicos	3meses	37,96	113,88
Mantenimiento	3meses	40	120
Etiquetas y Embalaje		318.33	318,33
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
Gerente	3meses	516,77	1.550,31
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			
Publicidad	3meses	4,53	13,59
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>3.964,11</b>

ELABORACION: La Autora

**4.6.3. INVERSION DIFERIDA**

Corresponde a la inversión o gasto realizado para la elaboración de los estudios o investigación para formular el Proyecto y los gastos a efectuarse en la constitución o legalización de la empresa.

**CUADRO N° 4.10**  
**Inversión diferida**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR \$</b>
Proyecto de Factibilidad	1.200,00
Gastos de Constitución	600,00
<b>TOTAL:</b>	<b>1.800</b>

ELABORACION: La Autora

#### 4.6.4. RESUMEN DE INVERSIONES

A continuación se presenta un resumen de cómo se administrará las inversiones:

**CUADRO N° 4.11**

#### **Resumen de inversiones y su financiamiento**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MONTO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	
		<b>FINANCIADA</b>	<b>PROPIA</b>
<b>Activos Fijos</b>	37.350,92	22.410,55	14.940,37
<b>Capital de trabajo</b>	3.964,11		3.964,11
<b>Gastos Diferidos</b>	1.800,00		1.800,00
<b>Total</b>	<b>43.115,03</b>	<b>22.410,55</b>	<b>20.704,48</b>

(\*): 60% (\*\*): 40%

**FUENTE:** Cuadro Nro. 4.

**ELABORACION:** La Autora

#### 4.7. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, donde el 60% se financiará con crédito y el 40% será aporte propio del inversionista.

**CUADRO No. 4.12.**

#### **Estructura del Financiamiento**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
<b>INVERSIÓN PROPIA</b>	<b>20.704,48</b>
<b>INVERSIÓN FINANCIADA</b>	<b>22.410,55</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>43.115,03</b>

**FUENTE:** Investigación directa.

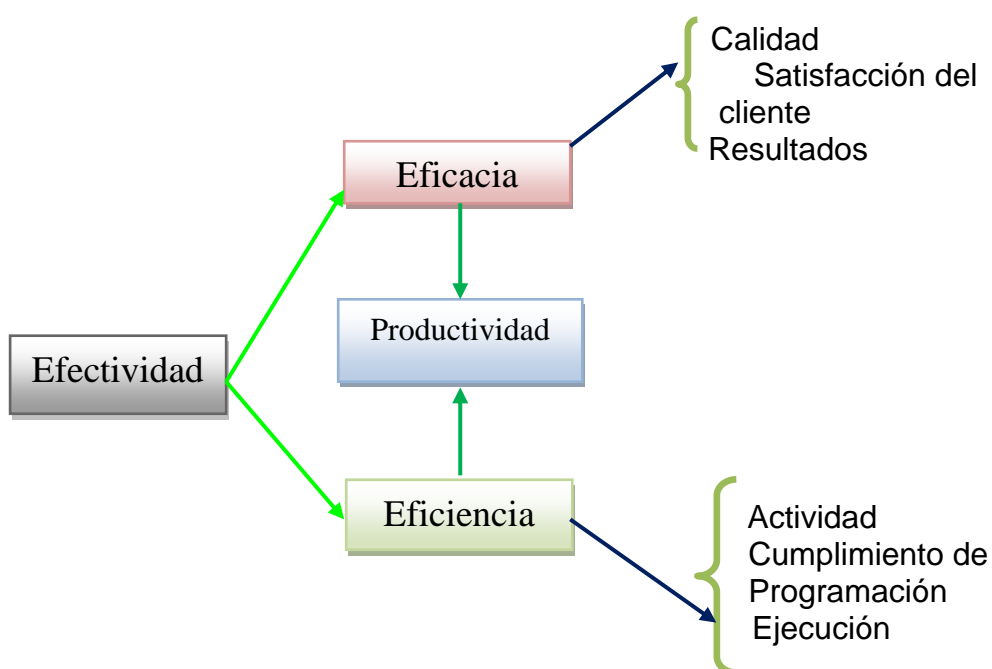
**ELABORACION:** La Autora

#### 4.8.RELACIÓN DE DESEMPEÑO DE SAMYTEX

La relación de desempeño permitirá evaluar los procesos y medir el desempeño en cuanto a la eficiencia, eficacia y efectividad en las diferentes áreas de la empresa Samytex.

A continuación se representa gráficamente como la productividad está relacionada directamente con la estructura, gerencia, recurso humano, capacitación al personal, recurso financiero, equipos, maquinarias, instalaciones y servicio al cliente.

**GRÁFICO N° 4.4.**  
**EFFECTIVIDAD, EFICIENCIA, EFICACIA Y PRODUCTIVIDAD**



**FUENTE:** Jorge E. Prieto "La gestión estratégica organizacional"

**ELABORACION:** La Autora

En el gráfico N° 9 se ve claramente como las 3E influyen directamente en la productividad de Samytex, convirtiéndose estos criterios en una valiosa herramienta para la toma de decisiones.

## CAPITULO V

### 5. ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

En este capítulo se realizará un análisis minucioso de las inversiones requeridas, los ingresos a obtenerse, los gastos y flujos de efectivo, proyectados para cinco años de funcionamiento de la microempresa. Además se formularán los estados financieros proforma, con el fin de orientar la gestión contable financiera y, finalmente, se procederá al cálculo de los evaluadores financieros del Proyecto, con la finalidad de determinar su factibilidad.

#### 5.1. ESTRUCTURA DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

En el estudio técnico del proyecto se llegó a determinar algunos elementos o rubros de activos fijos, variables y diferidos, que constituyen las inversiones a realizar y así poner en marcha el proyecto.

##### 5.1.1. INVERSIONES

CUADRO Nº 5.1

<b>RESUMEN DE INVERSIONES Y SU FINANCIAMIENTO</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MONTO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	
		<b>FINANCIADA</b>	<b>PROPIA</b>
<b>Activos Fijos</b>	37.350,92	22.410,55	14.940,37
<b>Capital de trabajo</b>	3.964,11		3.964,11
<b>Gastos Diferidos</b>	1.800,00		1.800,00
<b>Total</b>	<b>43.115,03</b>	<b>22.410,55</b>	<b>20.704,48</b>

FUENTE: Cuadro Estadístico 4.3, 4.4, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10.

ELABORACION: La Autora

Los montos de inversión a realizar serán financiados una parte con capital propio de la futura propietaria y otra parte con crédito bancario.

### 5.1.2. FINACIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

**CUADRO No. 5.2.**  
**ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR \$USD</b>
Inversión Propia	20.704,48
Inversión Financiada	22.410,55
	<b>43.115,03</b>

**FUENTE:** Investigación directa.

**ELABORACION:** La Autora

### 5.1.3. AMORTIZACIÓN

El crédito a solicitar será de 22.410,55 dólares USA, que corresponde al 70% del monto total de inversión que requiere el proyecto. Los pagos serán mensuales, durante 5 años, con una tasa de interés anual de 10.5%, considerando el segmento de crédito para las PYMES. A este valor se agregará el pago de comisiones e impuestos adicionales.

A continuación se presenta la tabla de amortización del capital financiado.

<b>DATOS GENERALES</b>	
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>
<b>VALOR DEL PRÉSTAMO</b>	\$ 22.410,55
<b>TASA TRIMESTRAL</b>	2,6%
<b>NUMERO PAGOS</b>	20

**CUADRO Nro. 5.3.  
TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO**

<b>PRESTAMO BANCARIO</b>				
<b>AÑO</b>	<b>PAGO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERESES</b>	<b>SALDO</b>
<b>0</b>				\$ 22.410,55
<b>1</b>	\$1.454,60	\$ 866,32	\$ 588,28	\$ 21.544,23
<b>2</b>	\$1.454,60	\$ 889,07	\$ 565,54	\$ 20.655,16
<b>3</b>	\$1.454,60	\$ 912,40	\$ 542,20	\$ 19.742,76
<b>4</b>	\$1.454,60	\$ 936,35	\$ 518,25	\$ 18.806,40
<b>5</b>	\$1.454,60	\$ 960,93	\$ 493,67	\$ 17.845,47
<b>6</b>	\$1.454,60	\$ 986,16	\$ 468,44	\$ 16.859,31
<b>7</b>	\$1.454,60	\$ 1.012,04	\$ 442,56	\$ 15.847,27
<b>8</b>	\$1.454,60	\$ 1.038,61	\$ 415,99	\$ 14.808,66
<b>9</b>	\$1.454,60	\$ 1.065,87	\$ 388,73	\$ 13.742,78
<b>10</b>	\$1.454,60	\$ 1.093,85	\$ 360,75	\$ 12.648,93
<b>11</b>	\$1.454,60	\$ 1.122,57	\$ 332,03	\$ 11.526,36
<b>12</b>	\$1.454,60	\$ 1.152,03	\$ 302,57	\$ 10.374,33
<b>13</b>	\$1.454,60	\$ 1.182,28	\$ 272,33	\$ 9.192,05
<b>14</b>	\$1.454,60	\$ 1.213,31	\$ 241,29	\$ 7.978,74
<b>15</b>	\$1.454,60	\$ 1.245,16	\$ 209,44	\$ 6.733,58
<b>16</b>	\$1.454,60	\$ 1.277,85	\$ 176,76	\$ 5.455,74
<b>17</b>	\$1.454,60	\$ 1.311,39	\$ 143,21	\$ 4.144,35
<b>18</b>	\$1.454,60	\$ 1.345,81	\$ 108,79	\$ 2.798,53
<b>19</b>	\$1.454,60	\$ 1.381,14	\$ 73,46	\$ 1.417,39
<b>20</b>	\$1.454,60	\$ 1.417,39	\$ 37,21	\$ 0,00
	<b>\$29.092,03</b>	<b>\$22.410,55</b>	<b>\$6.681,48</b>	

**FUENTE:** Cuadro Estadístico 5.2.

**ELABORACION:** La Autora

## **5.2. PRESUPUESTOS DE INGRESOS**

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

Los costos de materia prima, mano de obra directa, fueron realizados en base a cotizaciones y salarios reales, los costos de materiales indirectos fueron tomados de valores referenciales actuales, además de otros costos administrativos y generales y se muestran en los siguientes cuadros.

Es indispensable realizar un presupuesto de ingreso, esto nos permitirá cuantificar la cantidad de ingresos que vamos obtener en los años de vida útil del proyecto, para su evaluación. Por ello la importancia



de tener la proyección de ingresos. El mismo que se basa en la demanda insatisfecha y en los objetivos de crecimiento los cuales se los detallo en el capítulo de estudio de mercado.

**CUADRO Nº 5.4  
VOLUMEN DE VENTAS EN UNIDADES**

<b>VOLUMEN VENTAS PROYECTADAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ropa de Mujer</b>	1512	1587	1664	1746	1831
<b>Camisas</b>	672	705	740	776	814
<b>Ropa de Niño</b>	1176	1234	1294	1358	1424
<b>Pantalones</b>	1500	1574	1651	1731	1816
<b>Faldas</b>	1250	1311	1376	1443	1514
<b>Vestidos de mujer</b>	960	1007	1056	1108	1162
<b>Guayaberas</b>	672	705	739	776	814
<b>Manteles de mesa</b>	300	315	330	346	363
<b>Paneras</b>	5250	5507	5777	6060	6357
<b>TOTAL UNIDADES PROYECTADAS</b>	13292	13945	10929	15345	16095

FUENTE: Cuadro Estadístico 4.6.

ELABORACION: La Autora

**CUADRO Nº 5.5  
PRECIOS PROYECTADOS**

<b>PRENDAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ropa de Mujer</b>	5,25	5,43	5,61	5,80	6,00
<b>Camisas</b>	8,00	8,27	8,55	8,84	9,14
<b>Ropa de Niño</b>	6,33	6,55	6,77	7,00	7,24
<b>Pantalones</b>	6,00	6,20	6,41	6,63	6,86
<b>Faldas</b>	7,00	7,24	7,48	7,74	8,00
<b>Vestidos de mujer</b>	15,00	15,51	16,04	16,58	17,15
<b>Guayaberas</b>	8,00	8,27	8,55	8,84	9,14
<b>Manteles de mesa</b>	55,00	56,87	58,80	60,80	62,87
<b>Paneras</b>	4,50	4,65	4,81	4,97	5,14

FUENTE: Cuadro Estadístico 3.20.

ELABORACION: La Autora

En el estudio de mercado se llegó a determinar los precios de mercado de las distintas prendas de vestir, similares a las que se proyecta generar

con la nueva empresa a implantarse en la Parroquia Caranqui. Con esta información y aplicando la tasa de inflación de 3.40 a julio de 2010, se ha procedido a estimar los precios a futuro.

En el siguiente cuadro se presenta las ventas proyectadas para los cinco períodos de vida útil del proyecto en unidades de producto y en valores monetarios.

**CUADRO Nº 5.6.  
INGRESOS PROYECTADOS EN DÓLARES**

<b>PRENDAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ropa de Mujer</b>	7.938,00	8.615,03	9.340,15	10.133,63	10.988,28
<b>Camisas</b>	5.376,00	5.831,76	6.329,40	6.862,99	7.443,83
<b>Ropa de Niño</b>	7.448,00	8.076,80	8.757,48	9.503,10	10.303,76
<b>Pantalones</b>	9.000,00	9.761,99	10.588,50	11.484,99	12.457,38
<b>Faldas</b>	8.750,00	9.490,83	10.294,38	11.165,96	12.111,34
<b>Vestidos de mujer</b>	14.400,00	15.619,19	16.941,60	18.375,98	19.931,80
<b>Guayaberas</b>	5.376,00	5.831,16	6.324,87	6.860,37	7.441,21
<b>Manteles de mesa</b>	16.500,00	17.896,99	19.412,26	21.055,81	22.838,52
<b>Paneras</b>	23.625,00	25.625,23	27.794,82	30.148,10	32.700,62
<b>TOTAL UNIDADES PROYECTADAS</b>	<b>98.413,00</b>	<b>106.748,99</b>	<b>115.783,46</b>	<b>125.590,93</b>	<b>136.216,74</b>

FUENTE: Cuadro Estadístico 5.4. y 5.5.

ELABORACION: La Autora

### **5.3. PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS**

#### **5.3.1. Costo mano de obra**

Para el caso del proyecto la mano de obra directa está relacionada con el personal operativo que realizará sus actividades en los talleres de la microempresa, trazando, cortando la tela y confeccionando la ropa, a quienes se les remunerará con salarios, más los beneficios de ley. A continuación se presenta un cuadro que contiene los sueldos y salarios de administración y ventas. En las proyecciones se utilizó la tasa del 3.4, % de inflación.

**CUADRO NO. 5.7.****GASTOS MANO DE OBRA DIRECTA, PROYECTADOS**

CARGOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cortador	2880,00	2977,92	3079,17	3183,86	3292,11
Costurera	2280,00	2357,52	2437,68	2520,56	2606,26
Vendedor	1680,00	1737,12	1796,18	1857,25	1920,40
Bordadoras	13292,00	13944,67	10929,18	15344,71	16095,48
<b>TOTAL</b>	<b>20132,00</b>	<b>21017,23</b>	<b>18242,21</b>	<b>22906,38</b>	<b>23914,25</b>

FUENTE: **Cuadro** estadístico 4.7.

ELABORADO: *La Autora*

**CUADRO NO. 5.8.****GASTOS MANO DE OBRA INDIRECTA, PROYECTADOS**

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	4800,00	5376,00	6021,12	6743,65	7552,89
Contadora	3360,00	3763,20	4214,78	4720,56	5287,03
Secretaria	2880,00	3225,60	3612,67	4046,19	4531,74
<b>TOTAL</b>	<b>11040,00</b>	<b>12364,80</b>	<b>13848,58</b>	<b>15510,41</b>	<b>17371,65</b>

FUENTE: **Cuadro** estadístico 4.7.

ELABORADO: *La Autora*

**5.3.2. Costo de materias primas**

Representa uno de los elementos más importantes en costo de los productos y es parte del costo variable.

**CUADRO NO. 5.9.****MATERIAS PRIMAS, PROYECTADOS**

<b>MATERIA PRIMAS PROYECTADAS</b>					
RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Tela	18.648,00	19.282,03	19.937,62	20.615,50	21.316,43
Hilos	3.456,00	3.573,50	3.695,00	3.820,63	3.950,53
Botones	72,00	74,45	76,98	79,60	82,30
	<b>22.176,00</b>	<b>22.929,98</b>	<b>23.709,60</b>	<b>24.515,73</b>	<b>25.349,26</b>

FUENTE: **Cuadro** estadístico 4.6.

ELABORADO: *La Autora*

**5.3.3. Costos indirectos de producción**

Los materiales indirectos es parte del costo variable, su volumen, depende de la capacidad de operación del proyecto.

**CUADRO NO. 5.10.  
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento	520,00	537,68	555,96	574,86	594,41
Etiquetas y Embalaje	3.819,96	3.949,84	4.084,13	4.222,99	4.366,58
	<b>4.339,96</b>	<b>4.487,52</b>	<b>4.640,09</b>	<b>4.797,86</b>	<b>4.960,98</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado:** La Autora

#### 5.3.4. Servicios Básicos, Suministros y Otros Gastos

Para el cálculo del valor de los servicios básicos, suministros y otros gastos se tomo como referencia las realizadas por otras empresas similares en la zona. Para su proyección para los años posteriores se utilizó un promedio en base de la tasa de inflación de los tres últimos años.

**CUADRO NO. 5.11.  
SERVICIOS BÁSICOS**

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicios cos	455,52	471,01	487,02	503,58	520,70

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado:** La Autora

### 5.3.5. Depreciaciones de Activos Fijos

Para la proyección de las depreciaciones se aplicó el método de línea recta ya que es el que autoriza la administración tributaria. Pero por tener vida útil diferente se aplica según lo que dispone el SRI.

**CUADRO NO. 5.12.  
PROYECCIÓN DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Edificio	1087,50	1087,50	1087,50	1087,50	1087,50
Maquina Recta Industrial	177,00	177,00	177,00	177,00	177,00
Maquina Overlok Industrial	417,00	417,00	417,00	417,00	417,00
Cortadora Industrial	96,00	96,00	96,00	96,00	96,00
Herramienta menor	92,00	92,00	92,00	92,00	92,00
<b>TOTAL DEP. ANUAL MQ.</b>	<b>782,00</b>	<b>782,00</b>	<b>782,00</b>	<b>782,00</b>	<b>782,00</b>
Computadoras Intel Dual Core e Impresoras	216,81	216,81	216,81		
Software Contable	440,79	440,79	440,79		
<b>TOTAL DEP. ANUAL EQ. COMP.</b>	<b>657,60</b>	<b>657,60</b>	<b>657,60</b>		
Sumadora	11,5	11,5	11,5	11,5	11,5
Tele fax	12,74	12,74	12,74	12,74	12,74
<b>TOTAL DEP. ANUAL EQ. OFIC.</b>	<b>24,24</b>	<b>24,24</b>	<b>24,24</b>	<b>24,24</b>	<b>24,24</b>
Escritorios individuales	26,10	26,10	26,10	26,10	26,10
Sillas neumáticas	18	18	18	18	18
Sillas visita	120	120	120	120	120
Archivador (3 gavetas)	155	155	155	155	155
<b>TOTAL DEP. ANUAL MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>319,10</b>	<b>319,10</b>	<b>319,10</b>	<b>319,10</b>	<b>319,10</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO DEPREC. ANUAL</b>	<b>2870,44</b>	<b>2870,44</b>	<b>2870,44</b>	<b>2212,84</b>	<b>2212,84</b>

**Fuente:** Cuadro Estadístico 4.4.

**Elaborado:** La Autora

### 5.3.6. Gastos de publicidad

El gasto publicidad es importante realizarlo. Esta herramienta nos permitirá dar a conocer lo que tenemos para ofrecer a nuestros potenciales clientes.

**CUADRO NO. 5.13.  
GASTOS DE PUBLICIDAD**

Detalle	AÑOS				
	2011	2012	2013	2014	2015
Material POP	240	248,16	256,60	265,32	274,34
Tarjetas Presentación	12	12,41	12,83	13,27	13,72
Catálogos	480	496,32	513,19	530,64	548,69
<b>Total</b>	<b>732</b>	<b>756,89</b>	<b>782,62</b>	<b>809,23</b>	<b>836,75</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado:** La Autora

### 5.3.7. Gasto en seguros

Los pagos por seguros son primas para obtener un beneficio económico al bien o la persona asegura en caso de una desgracia o siniestro.

**CUADRO NO. 5.14.  
GASTO EN SEGUROS**

TIPO DE SEGURO	% SOBRE VALOR	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria	0,03	263,35	263,35	263,35	263,35	263,35
Equipo tecnológico	0,05	66,13	66,13	66,13	66,13	66,13
<b>TOTAL</b>		<b>329,48</b>	<b>329,48</b>	<b>329,48</b>	<b>329,48</b>	<b>329,48</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado:** La Autora

**CUADRO NO. 5.15.  
RESUMEN DE PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS**

Concepto	Años				
	2011	2012	2013	2014	2015
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
Materias Primas	22.176,00	22.929,98	23.709,60	24.515,73	25.349,26
Mano de Obra Directa	20.132,00	21.017,23	18.242,21	22.906,38	23.914,25
Costos Indirectos de Producción	4.339,96	4.487,52	4.640,09	4.797,86	4.960,98
<b>SUBTOTAL</b>	<b>46.647,96</b>	<b>48.434,73</b>	<b>46.591,91</b>	<b>52.219,97</b>	<b>54.224,50</b>
<b>GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS:</b>					
Sueldos y Salarios	11.040,00	12.364,80	13.848,58	15.510,41	17.371,65
Deprec. Edificio	1.087,50	1.087,50	1.087,50	1.087,50	1.087,50
Depreciación Equipo Computacional	657,60	657,60	657,60	0,00	0,00
Equipo y maquinaria	1.125,34	1.125,34	1.125,34	1.125,34	1.125,34
Gasto Publicidad	732,00	756,89	782,62	809,23	836,75
Servicios Básicos y otros gastos	455,52	471,01	487,02	503,58	520,70
Seguros	329,48	329,48	329,48	329,48	329,48
Amortización Act. Dif.	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
<b>SUBTOTAL</b>	<b>15.787,44</b>	<b>17.152,62</b>	<b>18.678,14</b>	<b>19.725,54</b>	<b>21.631,42</b>
<b>COSTOS FINANCIEROS:</b>					
Intereses Bancarios	2.214,26	1.820,66	1.384,08	1.384,08	899,82
<b>SUBTOTAL</b>	<b>2.214,26</b>	<b>1.820,66</b>	<b>1.384,08</b>	<b>1.384,08</b>	<b>899,82</b>
<b>TOTAL</b>	<b>64.649,66</b>	<b>67.408,01</b>	<b>66.654,12</b>	<b>73.329,58</b>	<b>76.755,74</b>

**Fuente:** Cuadros Estadísticos: 5.7, 5.8, 5.9, 5.10; 5.11; 5.12; 5.13; 5.14.

**Elaborado:** La Autora

#### 5.4. ESTADOS FINANCIEROS PRO-FORMA

Estos permiten vigilar tres condiciones financieras básicas de la organización:

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

Básicamente los Estados Financieros Pro Forma, son el Estado de Resultados, Balance General y Flujo de Efectivo (fuente y usos de los fondos), todos proyectados:

### 5.4.1. Estado de Resultados o de Ingresos

Representa un resumen de los resultados financieros que proyecta alcanzar la futura empresa durante un plazo determinado, el mismo que se presenta en el siguiente cuadro.

**CUADRO NO. 5.16.  
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

Detalle	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>Cuentas</b>					
Ingreso por ventas netas	98.413,00	106.748,99	115.783,46	125.590,93	136.216,74
Costos de Ventas	46.647,96	48.434,73	46.591,91	52.219,97	54.224,50
<b>Utilidad Bruta En Ventas</b>	<b>51.765,04</b>	<b>58.314,26</b>	<b>69.191,55</b>	<b>73.370,96</b>	<b>81.992,24</b>
Gastos administrativos	15.787,44	17.152,62	18.678,14	19.725,54	21.631,42
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>35.977,60</b>	<b>41.161,64</b>	<b>50.513,41</b>	<b>53.645,42</b>	<b>60.360,82</b>
Gastos financieros	2.214,26	1.820,66	1.384,08	1.384,08	899,82
<b>Utilidad antes de participación</b>	<b>33.763,34</b>	<b>39.340,98</b>	<b>49.129,33</b>	<b>52.261,34</b>	<b>59.461,01</b>
15 % participación de trabajadores	5064,50	5901,13	7369,40	7839,20	8919,15
<b>Utilidad antes impuesto a la renta</b>	<b>28.698,84</b>	<b>33.439,84</b>	<b>41.759,93</b>	<b>44.422,14</b>	<b>50.541,86</b>
Impuesto la renta 25%	7174,71	8359,96	10439,98	11105,54	12635,46
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b><u>21.524,13</u></b>	<b><u>25.079,88</u></b>	<b><u>31.319,95</u></b>	<b><u>33.316,61</u></b>	<b><u>37.906,39</u></b>

**Fuente:** Cuadros Estadísticos: 5.6 y 5.15.

**Elaborado:** La Autora

Como se puede observar el proyecto es rentable en términos financieros y su real comportamiento dependerá de implementar una adecuada administración y de calidad en los productos, esto permitirá asegurar un nivel de rentabilidad óptimo que recupere las inversiones iniciales y justifique el riesgo incurrido.



## 5.4.2. Balance General

Es el estado básico, que demuestra la situación financiera de una empresa, a una fecha determinada, preparado de acuerdo con los principios básicos de contabilidad. Trata de la descripción de la organización en términos de sus activos y su relación con los pasivos, capital contable y el patrimonio. La igualdad fundamental del balance:

**CUADRO No 5.17.**  
**BALANCE GENERAL – PROFORMA**  
**Al 1º. De enero de 2011**  
 Activo = Pasivo + Capital

	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
<b>ACTIVO:</b>			
<b>ACTIVO CORRIENTE:</b>		3.964,11	
Inversión Variable	3.964,11		
<b>ACTIVO FIJO:</b>			
<b>Activo Fijo no Depreciable:</b>		5.500,00	
Terreno	5.500,00		
<b>Activo Fijo Depreciable:</b>		31.850,92	
Edificio	21.750,00		
Muebles y enseres	715,99		
Maquinarias	7.820,00		
Equipo de oficina	242,43		
Equipo de computación	1.322,50		
<b>ACTIVOS DIFERIDOS:</b>		1.800,00	
Gastos de Investigación	1.200,00		
Gasto de constitución	600,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>43.115,03</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>Acreedores:</b>			
Préstamo Bancario	22.410,55		
<b>TOTAL PASIVOS:</b>		<b>22.410,55</b>	
<b>PATRIMONIO</b>			
Inversión Propia	20.704,48		
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>		<b>20.704,48</b>	
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIM.</b>			<b>43.115,03</b>

**ELABORACION:** La Autora

### 5.4.3. Flujo de Efectivo.

**“Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos y aproximaciones que en ningún momento constituye certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”. (JACOME, 2005. pág. 74)**

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto; debido a que, con los resultados obtenidos en el flujo de caja se procederá a efectuar la evaluación financiera del proyecto y poder establecer la factibilidad del mismo.

En definitiva, el flujo de efectivo, es el resumen del comportamiento financiero de la futura empresa, que muestra de donde obtiene el efectivo o los fondos y en qué se aplicarán. En el siguiente cuadro se presenta una propuesta del flujo para el proyecto que se lo está diseñando.

**CUADRO NO. 5.18.  
FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO**

CONCEPTO	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>INGRESOS OPERACIONALES:</b>						
<b>INVERSIÓN</b>	<b>43.115,03</b>					
Capital Social	20.704,48					
Préstamo	22.410,55					
<b>INGRESOS OPERACIONALES:</b>						
Ventas		98.413,00	106.748,99	115.783,46	125.590,93	136.216,74
Otros Ingresos						
<b>Total Ingresos</b>		<b>98.413,00</b>	<b>106.748,99</b>	<b>115.783,46</b>	<b>125.590,93</b>	<b>136.216,74</b>
<b>EGRESOS</b>						
Costos Operacionales		46.647,96	48.434,73	46.591,91	52.219,97	54.224,50
Gastos Administrativos		15.787,44	17.152,62	18.678,14	19.725,54	21.631,42
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>62.435,40</b>	<b>65.587,35</b>	<b>65.270,05</b>	<b>71.945,51</b>	<b>75.855,92</b>
Utilidad Antes de Participaciones		<b>35.977,60</b>	<b>41.161,64</b>	<b>50.513,41</b>	<b>53.645,42</b>	<b>60.360,82</b>
Participación Trabajadores 15%		5.396,64	6.174,25	7.577,01	8.046,81	9.054,12
Utilidad Antes del Impuesto a la Renta		<b>30.580,96</b>	<b>34.987,40</b>	<b>42.936,40</b>	<b>45.598,61</b>	<b>51.306,70</b>
Impuesto a la Renta 25%		7.645,24	8.746,85	10.734,10	11.399,65	12.826,67
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>22.935,72</b>	<b>26.240,55</b>	<b>32.202,30</b>	<b>34.198,96</b>	<b>38.480,02</b>
(+) Depreciaciones y amortizaciones		3.230,44	3.230,44	3.230,44	2.572,84	2.572,84
Inversión Activos Fijos	-37.350,92					
Inversiones diferidas	-1.800,00					
Capital de trabajo	-3.964,11	-3.964,11	-4.098,89	-4.238,25	-4.382,35	-4.531,35
Pago Préstamo		3.604,15	3.997,75	4.434,33	4.918,59	5.455,74
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-43.115,03</b>	<b>25.806,20</b>	<b>29.369,85</b>	<b>35.628,82</b>	<b>37.308,04</b>	<b>41.977,25</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado:** La Autora

## 5.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

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

### 5.5.1. Determinación del Costo del Capital

Para realizar el cálculo del costo del capital debemos primero establecer la TMAR (Tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión. Para ello consideramos que el monto de la inversión está dividido, en inversión propia y financiada, la misma que se especifica a continuación.

**CUADRO NO. 5.19.  
COSTO DEL CAPITAL**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO DE OPORTUNIDAD</b>	<b>% CAMPOS</b>	<b>TASA PONDERADA</b>	<b>VALOR PONDERADO</b>
<b>Inversión Propia</b>	20.704,48	40	4,50	180
<b>Inversión Financiada</b>	22.410,55	60	10,50	630
	<b>43.115,03</b>	<b>100</b>	<b>15,00</b>	<b>810</b>

*Fuente: Investigación directa.*

*Elaborado: La autora*

Continuado con el cálculo debemos aplicar la fórmula de la TMAR que a continuación se la va a desarrollar. Luego se procedió a utilizar un promedio de la inflación, tomando como relación los últimos cinco años, en remplazo del riesgo país, considerando no factible de utilizarlo, esto

distorsionaría el análisis de la inversión, obteniendo una tasa de descuento demasiado alta.

**Fórmula de cálculo:**

$$TMRA = (1+CK)(1+Rp)-1$$

$$TMRA = (1+0,0810)(1+0,05336667)-1$$

$$TMRA = 0,13868937$$

Ck = Costo de oportunidad

Rp = Inflación promedio de los últimos cinco años

**5.5.2. Valor Actual Neto (VAN)**

Este indicador muestra el monto monetario de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión; la tasa de redescuento es de 13,86%, el VAN para los cinco años proyectados.

**CUADRO NO. 5.20.**

<b>INDICADORES FINANCIEROS Y ECONOMICOS</b>	
<b>VALOR ACTUAL NETO (VAN)</b>	
<b>VAN =</b>	70.449,47
<b>VAN 15% =</b>	67.160,60
<b>VAN 20% =</b>	54.266,02

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado:** La autora

### 5.5.2.1. Análisis del Valor Actual Neto

El valor actual neto para el proyecto es:

$$\text{VAN} = \$ 70.449,47$$

El VAN se determino, calculando el valor de los flujos de caja presentes y futuros para los 5 años del horizonte del proyecto, originados por la inversión. Para esto se actualiza los flujos futuros a través de la tasa de descuento, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto, que este caso nos indica va a recuperar la inversión.

El proyecto resulta ser factible por cuanto el VAN es positivo, siendo por lo tanto, factible la creación de la microempresa exportadora de prendas de vestir bordadas a mano.

<b>VAN &gt; 0; VIABLE</b>
<b>VAN = 0; INDIFERENTE</b>
<b>VAN &gt;; NO ES VIABLE</b>

### 5.5.3. Tasa Interna de Retorno

Es el segundo indicador más utilizado en evaluación de un proyecto, consiste en una medida de rentabilidad más adecuada, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista. Entonces la TIR de un proyecto es la tasa de interés que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. Luego si el VAN (i) = 0, entonces TIR= (i)

De no encontrar una tasa de interés específica en donde el Van (i) se iguale a cero se busca valores a distintas tasas de interés, de entre los cuales sean lo más cercanos a cero, un positivo y un negativo, de los

cuales se efectuará una interpolación lineal que permita estimar la TIR del proyecto, mediante la siguiente formula de aplicación.

Formula de aplicación:

$$TIR = Tm + (Tm - TM) \frac{VAN (+)}{VAN (+) - VAN (-)}$$

Para ser más ilustrativo a continuación se procede a establecer la tasa de rentabilidad del proyecto.

**CUADRO NO. 5.21.  
DETERMINACIÓN DE LA TIR**

<b>TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)</b>	
<b>VAN 20%</b>	54.266
<b>VAN 15%</b>	67.161
<b>DIFERENCIA</b>	-12.895
<b>12.895</b>	5
<b>67.161</b>	X
<b>X =</b>	26,04
<b>TIR =</b>	<b>41,04</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado:** La Autora

El TIR calculado es de 41,04%; que significa que el proyecto es factible porque la TIR es mayor que el costo de capital del mercado del 10.5 %; por lo tanto el proyecto es factible.

Entonces sí:

<b>TIR &gt; COSTO DE OPORTUNIDAD; VIABLE</b>
<b>TIR = COSTO DE OPORTUNIDAD, INDIFERENTE</b>
<b>TIR &lt; COSTO DE OPORTUNIDAD; NO VIABLE</b>

#### 5.5.4. Período de Recuperación

Este indicador de evaluación financiera permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados que recupera el proyecto.

Inversión: 43.115

**CUADRO NO. 5.22.  
DETERMINACIÓN DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN**

<b>SUMA FLUJOS DE CAJA</b>	<b>170.090</b>	<b>5</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	43.115	X
<b>INDICE DE RECUPERACIÓN</b>	<b>1,27</b>	<b>AÑOS</b>

La inversión se recupera en un año, 2 meses y 7 días.

#### 5.5.5. Relación Beneficio / Costo

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

La relación B/C es igual a dividir entre valor actual de los beneficios (VAB) y el valor actual de los costos (VAC); o, donde la relación B/C es igual a la sumatoria de todos los beneficios actualizados a una tasa de descuento



(i), dividido para la sumatoria de todos los costos actualizados a la misma tasa de descuento (i). Para su cálculo aplicamos la siguiente fórmula:

$$B / C = \frac{\sum \langle B \div (1 + i)^n \rangle}{\sum \langle C \div (1 + i)^n \rangle}$$

**CUADRO N° 5.23.  
BENEFICIO/COSTO**

$$\frac{B}{C} = \frac{n \sum \frac{Ingresos}{(1 + i)^n}}{n \sum \frac{Egresos}{(1 + i)^n}}$$

$$\frac{B}{C} = \frac{393.034}{232.041}$$

$$B/C = 1,69$$

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos, determinados en una relación de 1,69. Teóricamente se establece que por cada un dólar invertido se genera \$ 0,69 de utilidad.

Entonces sí:

<b>R; B/C &gt; A um; VIABLE</b>
<b>R; B/C = A 1; INDIFERENTE</b>
<b>R; B/C &lt; A 1; NO VIABLE</b>

**5.5.6. Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio representa el valor en la cual los ingresos son iguales a los costos y gastos; por ende, en este punto, no existirá ni pérdida ni ganancias. También se puede decir, que es el nivel

en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa. El punto de equilibrio del presente proyecto se calcula aplicando la siguiente fórmula:

$$YPE = \left( \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} \right)$$

A continuación se presenta un cuadro en donde se clasifica en costos fijos y costos variables, para realizar su determinación

**CUADRO Nº 5.24.  
PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>COSTO</b>	<b>COSTO</b>	<b>COSTO</b>
	<b>VARIABLE</b>	<b>FIJO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Materias Primas</b>	22.176,00		22.176,00
<b>Mano de Obra Directa</b>	20.132,00		20.132,00
<b>Costos Indirectos de Producción</b>	4.339,96		4.339,96
<b>Sueldos y Salarios administrativos</b>		11.040,00	11.040,00
<b>Depreciación de activos</b>		2870,44	2.870,44
<b>Gasto Publicidad</b>		732,00	732,00
<b>Servicios Básicos y otros gastos</b>		455,52	455,52
<b>Seguros</b>		329,48	329,48
<b>Amortización Activo Diferido</b>		360,00	360,00
<b>Intereses Bancarios</b>		2.214,26	2.214,26
<b>TOTAL</b>	<b>46.647,96</b>	<b>18.001,70</b>	<b>64.649,66</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado:** La Autora

$$YPE = \frac{18.001,70}{1 - \frac{46.647,96}{98.413,00}}$$

$$YPE = \frac{18.001,70}{1 - 0,47}$$

$$YPE = 34.223,89$$

Luego el proyecto debe obtener ingresos por un valor de 34.224,89 USA para no tener ni pérdidas y ganancias.

## 5.6. RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto.

**CUADRO 5.25.**

### INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

INDICADOR	VALOR	CONCLUSIÓN
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>70.449,47</b>	<b>VIABLE</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	41,04%	<b>VIABLE</b>
<b>RELACIÓN BENEFICIO COSTO</b>	1,69	<b>VIABLE</b>
<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN</b>	1 AÑOS 2 MESES 7 DÍAS	<b>VIABLE</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>34.223,89</b>	

FUENTE: Cuadros: 5.19, 5.20, 5.21, 5.22, 5.23

ELABORACIÓN: La Autora

## CAPÍTULO IV

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

#### 6.1. LOGOTIPO Y DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA



##### 6.1.1. ORIGEN DEL LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA

Para el comienzo de las actividades productivas de una empresa es necesario disponer de un nombre, logotipo e identificación misma de la empresa, la cual ayudara para su reconocimiento; los distintivos y el nombre de la misma tienen sus respectivos significados:

Flores: Los bordados que se impregnaran en las prendas de vestir son diferentes diseños de flores.

SAMYTEX: El nombre asignado se divide en 2 partes; Samy que proviene de Samantha y Tex de Textiles.

##### 6.2. BASE FILOSÓFICA DE LA MICROEMPRESA

Hace referencia a principios, valores, aspiraciones y prioridades fundamentales que se emplean en la microempresa y sirven para orientar la administración de la compañía y comprometer a aquellos que deberán tomar decisiones estratégicas en la organización.

### **6.2.1. MISIÓN**

“Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con productos de excelente calidad y exclusivos diseños y modelos, elaborados a base de telas e hilos finos, que puedan servir como una alternativa en prendas de vestir”.

### **6.2.2. VISIÓN**

Para el año 2015 Samytex logrará ser una microempresa líder en el mercado que se ajusta a las variaciones en los gustos y preferencias de nuestros clientes, brindando productos de alta calidad y precios competitivos.

### **6.2.3. PRINCIPIOS**

Son componentes éticos que permitirán la toma de decisiones dentro de la organización. La microempresa Samytex tendrá los siguientes principios:

#### **6.2.3.1. Trabajo en equipo**

Será necesario e importante estructurar el trabajo en equipo como una herramienta básica para que los procesos tengan mínimos de errores y permita una mayor eficiencia de los recursos invertidos sobre los resultados obtenidos..

#### **6.2.3.2. Calidad**

Cada uno de los miembros de la microempresa debe realizar su trabajo eficientemente para satisfacer las necesidades de los clientes.

### **6.2.3.3. Competitividad**

Capacidad para poder generar un producto a un costo atractivo y competitivo en el mercado.

## **6.2.4. VALORES**

Son las actitudes morales que permiten trabajar con responsabilidad ética y social para el cumplimiento de las labores institucionales.

### **6.2.4.1. Honestidad y transparencia**

Fomenta la integridad del talento humano, mismo que actúa con ética, honestidad y transparencia en cada uno de sus actos para con la sociedad, clientes, organismos legales y estatales.

### **6.2.4.2. Compromiso**

Estar conscientes de la obligación contraída al aceptar el cargo, no solo con la empresa sino con la sociedad a la cual prestamos nuestros servicios.

### **6.2.4.3. Puntualidad**

Dar el ejemplo al personal con el inicio de las actividades planificadas a la hora y fecha determinadas para incentivarlos y darle la importancia que amerita este valor.

## **6.2.5. OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA**

### **6.2.5.1. Objetivo general**

Captar una buena participación del mercado interno y externo a través de la exportación indirecta que le permita generar altas rentabilidades y mantener un excelente Recurso Humano altamente competitivo.

### **6.2.5.2. Objetivos específicos**

- a. Conseguir que los clientes, tanto externos como internos, sientan que son muy importantes para la microempresa.
- b. Alcanzar las ventas mensuales propuestas para generar rentabilidad.
- c. Alcanzar un gran posicionamiento en el mercado de Samytex mediante campañas publicitarias.
- d. Generar y mantener estrategias innovadoras que nos permitan alcanzar nuestras metas y objetivos propuestos.

## **6.2.6. POLÍTICAS DE LA EMPRESA**

Las políticas son una guía para el diario desenvolvimiento de las actividades en Samytex.

- Tomar decisiones democráticamente.
- Establecer horarios de trabajo y sanciones por
- Incumplirlos.
- Delegar responsables para cada actividad.
- Organizar el trabajo, mediante la realización de un
- Cronograma detallado.
- Determinar un día en la semana para reuniones de Evaluación de trabajos asignados.

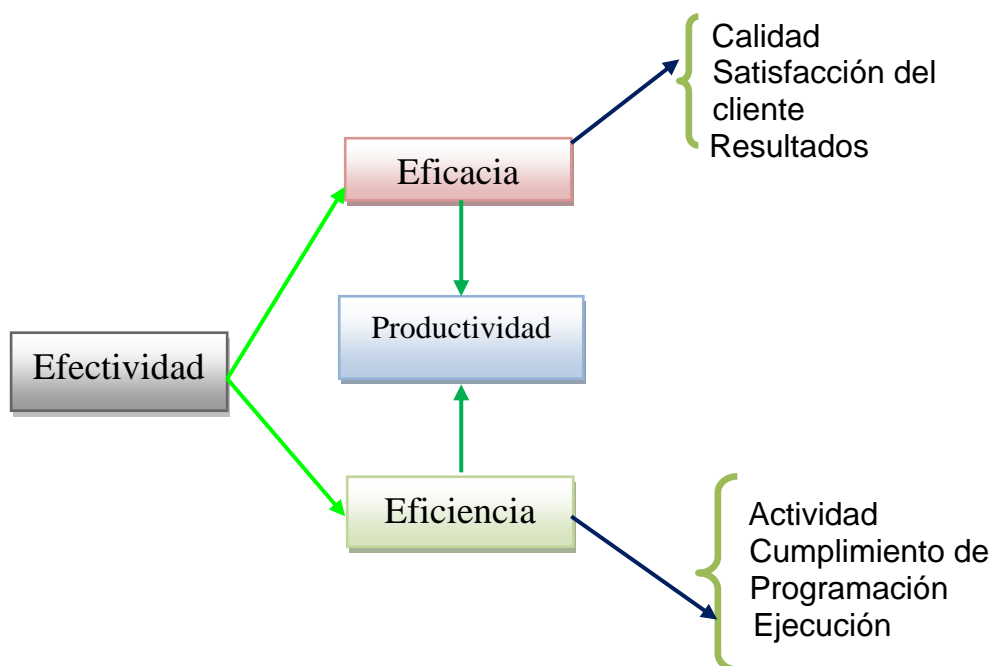
- Asegurar condiciones laborales dignas y saludables para los empleados y empleadores.
- Comercializar productos de calidad.
- Mantener relaciones de trabajo y firmar contratos con los trabajadores

### 6.3. RELACIÓN DE DESEMPEÑO DE SAMYTEX

La relación de desempeño permitirá evaluar los procesos y medir el desempeño en cuanto a la eficiencia, eficacia y efectividad en las diferentes áreas de la empresa Samytex.

A continuación se representa gráficamente como la productividad está relacionada directamente con la estructura, gerencia, recurso humano, capacitación al personal, recurso financiero, equipos, maquinarias, instalaciones y servicio al cliente.

**GRÁFICO Nº 6.1.**  
**LA PRODUCTIVIDAD Y LAS TRES E**





**FUENTE:** Jorge E. Prieto “La gestión estratégica organizacional”

**ELABORADO POR:** La Autora

En el gráfico N° 6.1. se ve claramente como las 3E influyen directamente en la productividad de Samytex, convirtiéndose estos criterios en una valiosa herramienta para la toma de decisiones.

## **6.4. ASPECTOS LEGALES**

Samytex tendrá personería Unipersonal y para el funcionamiento legal de la microempresa será necesario presentar una serie de registros dentro de la jurisdicción del Cantón Ibarra como los siguientes:

### **6.4.1. PATENTE MUNICIPAL**

El valor de la patente para este tipo de empresa comercial es el equivalente a 40.00usd mas el valor de bomberos que es USD 20,00usd.

Al ser la patente de funcionamiento un título de crédito significa que su valor no es constante siempre habrá verificaciones de cambios en la estructura de la microempresa lo que variará su valor.

### **6.4.2. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)**

Una persona natural debe reunir los siguientes requisitos para su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC):

- Copia del estatuto de creación de inscripción correspondiente a la Ley de creación o Acuerdo Ministerial según corresponda.
- Fotocopia de la Cédula de Identidad del Representante legal.
- Original y copia del Certificado de Votación.

- Fotocopia que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrolla la actividad económica, recibo de luz, agua o teléfono.

### **6.4.3. CÁMARA DE PRODUCCIÓN**

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

- Copia Xerox del RUC
- Copia Xerox de la cedula de ciudadanía
- Certificado de honorabilidad
- Declaración juramentada del capital invertido
- Pago mensual, para este proyecto USD \$ 5,00
- Fotografías (3), para el carné y el registro

### **6.5. ESTRUCTURA ORGÁNICA**

La estructura orgánica de la empresa de Bordados Samytex está determinada por las funciones y operaciones específicas para operar en forma organizada y que se aproveche en forma eficiente los recursos de la organización.

El organigrama determina los procesos y funciones de:

- Gerente General
- Secretaria
- Contadora
- Jefe de Producción
- Costureras
- Bordadoras

Los procesos y sub-procesos de cada unidad funcional del organigrama considera las diferentes actividades de acuerdo al nivel jerárquico y a las actividades de cada uno de éstos.

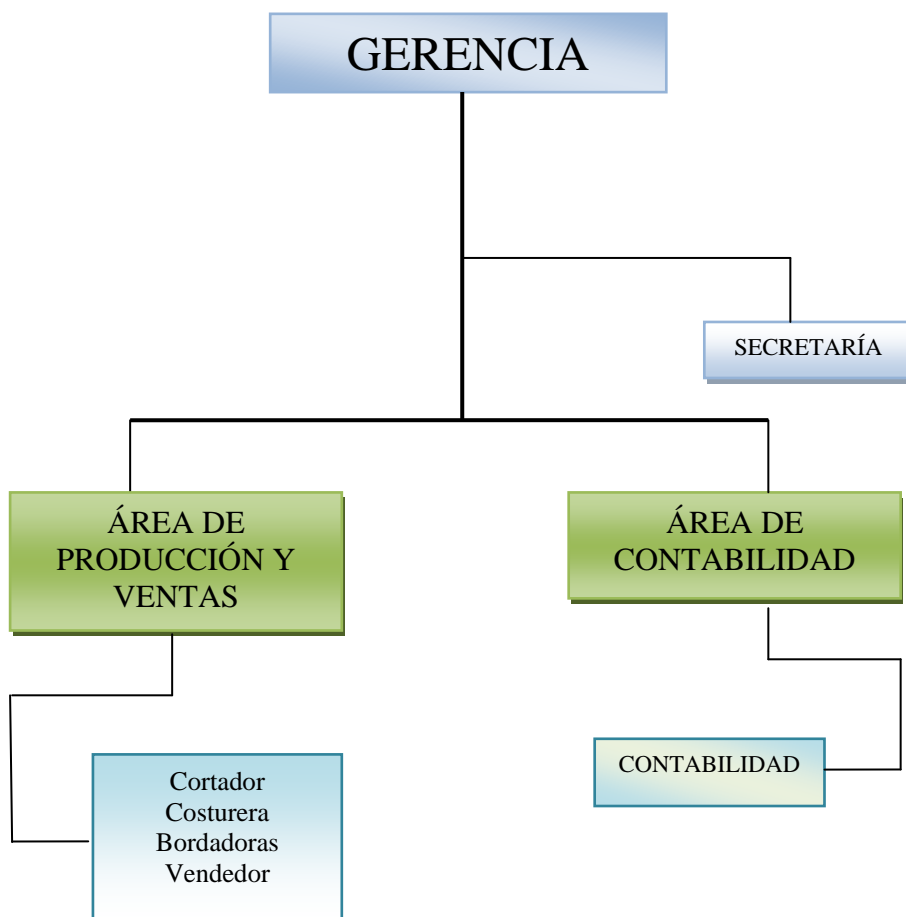
Este tipo de organización está enfocado para facilitar la comunicación en dos vías en toda la empresa y proporcionar una estructura adecuada para tomar decisiones y jerarquizar los diferentes procesos de producción y administración de la empresa.

Este organigrama tiene como finalidad convertir la misión y visión en realidad y alcanzar las metas propuestas consideradas en el análisis de mercado y en la ingeniería del proyecto.

### 6.5.1. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL VERTICAL

GRAFICA No. 6.2.

MICROEMPRESA "SAMYTEX"



## **6.5.2. ORGANIZACIÓN INTERNA**

La microempresa localiza tres niveles operantes en los cuales se desarrollarán las actividades de la microempresa, pilar fundamental de su puesta en marcha.

Los principales niveles operantes son los siguientes:

### **6.5.2.1. Nivel directivo**

- **Gerencia general**

Ocupa el primer nivel dentro del organigrama, es el puesto de mayor jerarquía dentro de la organización, es el propietario de la microempresa.

### **6.5.2.2. Nivel de apoyo**

- **Contabilidad**

Se encuentra en el segundo nivel jerárquico de la organización, es subordinado de la gerencia.

- **Secretaría**

Su ubicación dentro de la organización es nivel de apoyo, su puesto inmediato superior es la gerencia.

### **6.5.2.3. Nivel operativo**

- **Talento humano**

Constituyen el personal operador de la producción misma y se ubican en el tercer nivel de la organización.

### 6.5.3. PERFIL DE LA COMPETENCIA

CUADRO Nº 6.1.

NIVEL	CARGO	COMPETENCIA	PERFIL
Directivo	Gerente	Funciones administrativas: planificar, organizar, direccionar, controlar y evaluar los procesos operativos-administrativos de la empresa. Elaborar planes estratégicos Acercamiento con clientes corporativos y proveedores Control de los procesos de producción- ventas	Formación académica solvente Amplia experiencia profesional Liderazgo, trabajo a presión Estabilidad emocional Capacidad para interrelacionarse
Apoyo	Contadora	Control adecuado de costos operativos Elaboración de estados financieros Cumplimiento puntual de Ley Tributaria Ética en el desenvolvimiento profesional	Educación Superior Experiencia Laboral Trabajo a presión Correcto uso de recursos de la microempresa
	Secretaria	Organizar y mantener actualizada la base de datos de los clientes Control oportuno de correspondencia enviada y/o recibida Excelentes relaciones públicas con clientes y colaboradores	Educación Superior Experiencia Laboral Iniciativa y creatividad Buena redacción y ortografía
Operativo	Vendedor	Atención a los clientes Velar por el aseo y mantenimiento preventivos de los equipos de ventas Comunicación con el departamento de producción.	Formación académica superior Experiencia laboral Trabajo bajo presión
	Cortador	Realizar el corte de los diferentes diseños de las prendas que se elaboran en la empresa.	Bachiller en corte y confección Experiencia en el trazado y corte de prendas de vestir Disponibilidad para laborar a tiempo completo.
	Armador	Se encarga de armar las prendas que se van a confeccionar.	Bachiller en corte y confección Experiencia en la confección de prendas de vestir Disponibilidad para laborar a tiempo completo.
	Bordador	Realiza el bordado de cada una de los dibujos de las prendas	Experiencia en bordar prendas de vestir

## **6.6. LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL MANUAL DE FUNCIONES**

Para el desarrollo operacional de Samytex en su etapa inicial requerirá de un mínimo personal administrativo y operativo para su normal funcionamiento.

La descripción de puestos congrega las funciones por semejanza, creando puestos por actividades establecidas en el organigrama de la microempresa.

La delineación del perfil debe contener preparación académica, características físicas, habilidades técnicas y mentales.

A continuación se detalla la descripción de puestos y funciones que tienen bajo su responsabilidad cada uno de los miembros de esta organización.

### 6.6.1. ÁREA ADMINISTRATIVA

<b>Identificación del Cargo: GERENTE GENERAL</b>
<b>Finalidad del Cargo:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Establecer un liderazgo de manera que controle y evalúe las actividades de trabajo de manera que mantenga la imagen empresarial.</li></ul>
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de Samytex.</li><li>➤ Desarrollar y ejecutar planes y programas para alcanzar los objetivos organizacionales.</li><li>➤ Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa.</li><li>➤ Programar y administrar los recursos económicos.</li><li>➤ Evaluar y analizar los resultados operacionales, administrativos y financieros de la microempresa.</li></ul>
<b>Requerimientos:</b> <p><u>Educación</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Superior Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría CPA, Administración de Empresas o afines.</li></ul> <p><u>Conocimientos</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ De Contabilidad, Administración, ventas, marketing, software contable. Experiencia de 2 años en cargos similares.</li></ul> <p><u>Habilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Administración, control y orden</li><li>➤ Manejo eficiente de talento humano</li><li>➤ Relaciones interpersonales</li><li>➤ Actitud negociadora</li></ul> <p><u>Características</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Honestidad, ética profesional, innovador, creativo</li></ul>
<b>Identificación del Cargo: CONTADORA</b>
<b>Finalidad del Cargo:</b>



- Mantener la información actualizada sobre el estado financiero y presupuestario de la microempresa facilitando así la gestión comercial.

**Funciones:**

Realizar actividades del manejo contable de la microempresa como:

- Elaborar variaciones presupuestarias.
- Archivos de contabilidad.
- Procesar información para elaborar los reportes fiscales.
- Entregar mensualmente estados financieros para la toma oportuna de decisiones.

**Requerimientos:**Educación

- Superior Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA.

Conocimientos

- Software contable, Ley Tributaria, Ley Laboral, computación.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.

Habilidades

- Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.
- Manejo transparente de sus funciones.
- Facilidad para representar a la empresa en los asuntos concernientes al cargo.

Características

- Cooperación y creatividad
- Honestidad y ética profesional

Identificación del Cargo: **SECRETARIA**

**Finalidad del Cargo:**

- Elaborar las formas y documentos correspondientes al giro de la empresa
- Apoyo a la gerencia y atención al cliente.

**Funciones:**

- Coordinar la agenda, reuniones, citas y atender llamadas telefónicas.
- Recibir y despachar comunicaciones, circulares, memorandos.
- Manejar y archivar la documentación.
- Comunicación directa y clara del servicio con clientes.
- Responsable de equipos y suministros de oficina.

**Requerimientos:**

Educación

- Superior Licenciada en Secretariado Ejecutivo.

Conocimientos

- Manejo de archivos, computación, internet.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.

Habilidades

- Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.
- Facilidad para establecer contactos.

Características

- Cooperación y creatividad.
- Iniciativa
- Buena presencia.
- Honestidad y ética profesional.

## 6.6.2. ÁREA OPERATIVA

En el área operativa la empresa Samytex contará con dos tipos de personal: de planta y ocasional, cortador, armador, bordadoras y vendedor.

Identificación del Cargo: CORTADOR
<b>Finalidad del Cargo:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Diseñar el modelo y realizar el corte de las prendas de vestir.</li></ul>
<b>Funciones:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Realizar el trazado de cada uno de los modelos de prendas.</li><li>➤ Desarrollar el corte de diseños.</li><li>➤ Coordinar el suministro de materias primas.</li></ul>
<b>Requerimientos:</b> <p><u>Educación</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Bachiller en Corte y Confección.</li></ul> <p><u>Conocimientos</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Experiencia de 2 años en cargos similares.</li></ul> <p><u>Habilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Amplios conocimientos en trazos.</li><li>➤ Facilidad de trazar de acuerdo a patrones</li></ul> <p><u>Características</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Cooperación y creatividad.</li><li>➤ Iniciativa</li><li>➤ Honestidad.</li></ul>

## Identificación del Cargo: ARMADOR

### **Finalidad del Cargo:**

- Confección de prendas de vestir.

### **Funciones:**

- Realizar el armado de las piezas de las diferentes prendas.
- Operar los equipos necesarios para la confección.
- Las demás que sean asignadas por el jefe inmediato

### **Requerimientos:**

#### Educación

- Bachiller Corte y Confección.

#### Conocimientos

- Manejo de maquinas industriales.
- Experiencia en cargos similares.

#### Habilidades

- Amplios conocimientos en la confección de prendas de vestir.
- Facilidad para el manejo de maquinas de coser.

#### Características

- Cooperación y creatividad.
- Iniciativa

Identificación del Cargo: BORDADOR
<p><b>Finalidad del Cargo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bordar a mano diferentes figuras impregnadas en la prenda.</li> </ul>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bordar los diseños con hilo orlón o suizo en distintos colores y matices.</li> </ul>
<p><b>Requerimientos:</b></p> <p><u>Conocimientos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Experiencia en destreza de bordar</li> </ul> <p><u>Habilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Facilidad para bordar diferentes diseños.</li> <li>➤ Habilidad para combinar diferentes colores y matices.</li> </ul> <p><u>Características</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Creatividad.</li> <li>➤ Iniciativa, Ética profesional</li> </ul>
Identificación del Cargo: VENDEDOR
<p><b>Finalidad del Cargo:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Atención al cliente.</li> </ul>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Velar por la presentación del local de venta. .</li> <li>➤ Ofertar el producto al cliente.</li> <li>➤ Comunicación con el departamento de producción.</li> <li>➤ Buscar contactos para la comercialización del producto.</li> <li>➤ Las demás que sean asignadas por el jefe inmediato</li> </ul>
<p><b>Requerimientos:</b></p> <p><u>Conocimientos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Experiencia en ventas.</li> </ul> <p><u>Habilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tener la capacidad de convencimiento en la oferta de mercadería.</li> <li>➤ Buenas relaciones humanas</li> </ul> <p><u>Características</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Creatividad.</li> <li>➤ Iniciativa</li> </ul>

## **6.7.PROCESO DE EXPORTACIÓN INDIRECTA**

### **6.7.1. Declaración de Exportación.**

Todas las exportaciones deben presentarse la Declaración Aduanera Única de Exportación y llenarlo según las instrucciones contenidas en el Manual de Despacho Exportaciones en el distrito aduanero donde se trasmite y tramita la exportación. En el caso en estudio la exportación se realizara por medio del comerciante exportador que es la persona que adquiere la mercancía directamente al productor y se encarga de venderla en el mercado internacional. Para lo cual deberá cumplir con el siguiente proceso de exportación:

### **6.7.2. Documentos a presentar**

Las exportaciones deberán ser acompañadas de los siguientes documentos:

- RUC de exportador.
- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen (cuando el caso lo amerite).
- Registro como exportador a través de la página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Documento de Transporte.

### **6.7.3. Trámite.**

El Trámite de una exportación al interior de la aduana comprende dos fases:

#### **6.7.3.1. Fase de Pre-embarque**

Se inicia con la transmisión y presentación de la Orden de Embarque (código 15), que es el documento que consigna los datos de la intención previa de exportar. El exportador o su Agente de Aduana (Verificar la obligación de utilizar Agente de Aduana en el art. 168 del Reglamento a la Ley Orgánica de Aduana con respecto a las entidades del sector público y los regímenes especiales) deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador la información de la intención de exportación, utilizando para el efecto el formato electrónico de la Orden de Embarque, publicado en la página web de la Aduana, en la cual se registrarán los datos relativos a la exportación tales como: datos del exportador, descripción de mercancía, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que es aceptada la Orden de Embarque por el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE), el exportador se encuentra habilitado para movilizar la carga al recinto aduanero donde se registrará el ingreso a Zona Primaria y se embarcarán las mercancías a ser exportadas para su destino final.

#### **6.7.3.2. Fase Post-Embarque**

Se presenta la DAU definitiva (Código 40), que es la Declaración Aduanera de Exportación, que se realiza posterior al embarque.

Luego de haber ingresado la mercancía a Zona Primaria para su exportación, el exportador tiene un plazo de 15 días hábiles para regularizar la exportación, con la transmisión de la DAU definitiva de exportación.

Para el caso de exportaciones vía aérea de productos perecibles en estado fresco, el plazo es de 15 días hábiles después de la fecha de fin de vigencia (último día del mes) de la orden de embarque.

Previo al envío electrónico de la DAU definitiva de exportación, los transportistas de carga deberán enviar la información de los manifiestos de carga de exportación con sus respectivos documentos de transportes.

El SICE validará la información de la DAU contra la del Manifiesto de Carga. Si el proceso de validación es satisfactorio, se enviará un mensaje de aceptación al exportador o agente de aduana con el refrendo de la DAU.

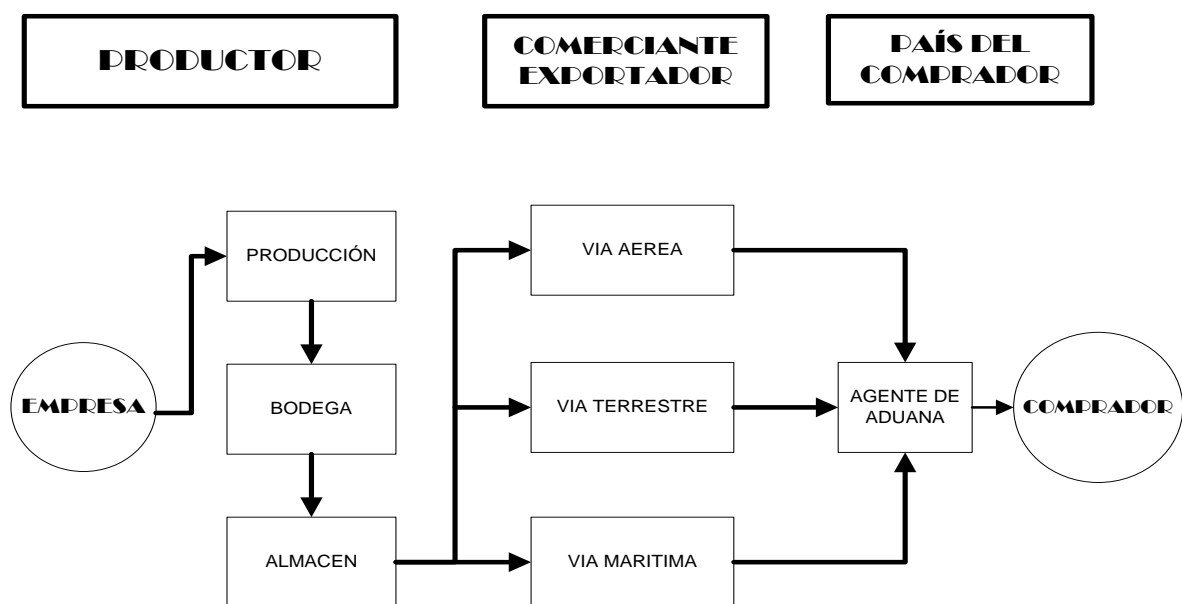
Numerada la DAU, el exportador o el agente de aduana presentará ante el Departamento de Exportaciones del Distrito por el cual salió la mercancía, los siguientes documentos:

- DAU impresa.
- Orden de Embarque impresa.
- Factura(s) comercial(es) definitiva(s).
- Documento(s) de Transporte.
- Originales de Autorizaciones Previas (cuando aplique).
- Pago a CORPECUADOR (para exportaciones de banano).
- CORPEI.

#### 6.7.4. Agente Afianzado de Aduana

Es obligatorio la intervención del agente afianzado de aduanas en los siguientes casos:

- Para exportaciones efectuadas por entidades del sector público.
- Para los regímenes especiales.





En el caso de la exportación indirecta el proceso ha seguir sería:

La empresa produce los textiles de diferentes modelos y diseños los cuales son empacados y embodegados para luego ser vendidos al comerciante exportador o distribuidor que es el encargado de introducir el producto al mercado internacional por vía aérea, marítima o terrestre; en donde el agente de aduana es el encargado de hacer llegar las mercancías al consumidor final.

#### **6.7.5. Requisitos para ser Exportador en la ADUANA**

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Registrarse en la Página Web del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- El Consejo Nacional de Comercio adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a: Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. IMPACTOS DEL PROYECTO**

#### **7.1. ANÁLISIS DE IMPACTOS**

Ecuador ha sido tradicional e históricamente conocido por una importante actividad textil, que ha dado a la población por varias generaciones más efectos positivos que negativos. No obstante, hay que reconocer que la actividad fabril si tiene efectos adversos. Situación que necesariamente deberá ser tomada en cuenta por el Proyecto, debido al masivo deterioro de varios elementos ambientales como la contaminación de los ríos, suelos, aire, problemas graves como la deforestación, la paulatina deforestación de zonas ecologistas no gubernamentales. Para contrarrestar este fenómeno, se han creado organismos de control de la calidad ambiental y la promulgación de leyes, reglamentos y acuerdos ministeriales para definir un marco legal apropiado a los actuales momentos que atraviesa nuestro planeta.

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

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

#### **7.2. OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS**

Para la mejor interpretación y apreciación de los impactos que el proyecto tenga sobre el medio en el que se va ejecutar, se hará uso de una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis.

La evaluación de impactos se realiza en función de las actividades realizadas y de los resultados previstos con el proyecto de creación de una microempresa para la producción y comercialización de ropa confeccionada en la Parroquia Caranqui.

Determinados los impactos a evaluar se realizan los cálculos respectivos para identificar el nivel de impacto, con las escalas de puntuación para luego realizar el análisis de los diferentes impactos.

El análisis de impactos se realiza en el presente proyecto mediante la aplicación de una matriz de impactos, de lo socio-económico, empresarial, educativo-cultural y ambiental, estableciendo al final una matriz general a fin de determinar, si el proyecto es aceptable.

En la matriz se señala una valoración de niveles de impactos de -3 a 3, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

**CUADRO Nº 7.1**

3	Impacto Positivo Alto
2	Impacto Positivo Medio
1	Impacto Positivo Bajo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Negativo Bajo
-2	Impacto Negativo Medio
-3	Impacto Negativo Alto

Para el cálculo de la valoración de los impactos se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{No. De Indicadores}}$$

### 7.3. IMPACTO SOCIO ECONÓMICO

CUADRO N° 7.2

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<b>Indicadores</b>								
<b>Generación de empleo</b>							x	3
<b>Incentivo al consumo</b>							X	3
<b>Mejoramiento calidad de vida</b>							X	3
<b>Rentabilidad</b>						X		2
<b>Contribuye al desarrollo socio económico de la Parroquia</b>						X		2
<b>Total</b>						4	9	$\Sigma 13$

Impacto Socio Económico =  $13 / 5 = 2,60 \approx 3$  **IMPACTO POSITIVO ALTO**

Este proyecto tiene una incidencia económica de vital importancia para la sociedad, ya que se está creando fuentes de trabajo especialmente para los pobladores de la Parroquia de Caranqui, donde se ubicará la microempresa. La generación de empleo estará dada por la necesidad de incorporar mano de obra calificada y no calificada. Se mejorará el nivel de calidad de vida, ya que se elaborarán productos siguiendo las normas de calidad señaladas por el INEN, garantizando su consumo, por lo tanto mejorando la vestimenta de las familias. Las personas involucradas en la comercialización incrementarán sus ingresos económicos con la introducción de nuevas marcas o diseños al mercado.

#### 7.4. IMPACTO EMPRESARIAL

CUADRO Nº 7.3

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<i>Indicadores</i>								
<b>Estrategias de mercado</b>						X		2
<b>Enfrentar a la competencia</b>							X	3
<b>Satisfacción de necesidades</b>						X		2
<b>Experiencia y capacitación</b>						X		2
<b>Total</b>						6	3	$\Sigma 9$

Impacto Empresarial =  $9 / 4 = 2,25 \approx 2$  **IMPACTO POSITIVO MEDIO**

El proyecto pretende cubrir la demanda insatisfecha local del producto, ya que la microempresa estará ubicada en un sitio estratégico. Para ingresar al mercado de la ciudad de Ibarra la microempresa implantará estrategias comerciales que permitan dar a conocer la calidad y beneficios de los nuevos diseños o estilos que satisfagan las necesidades de los consumidores, para ello será necesario contar con personal capacitado y experimentado, con el fin de administrar todos los recursos de la microempresa.

## 7.5. IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL

CUADRO Nº 7.4

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<i>Indicadores</i>								
<b>Generación de conocimientos</b>							X	3
<b>Buen vestir</b>							X	3
<b>Manejo administrativo de los recursos</b>						X		2
<b>Total</b>						2	6	$\Sigma 8$

Impacto Educativo Cultural =  $8 / 3 = 2,67 \approx 3$  **IMPACTO POSITIVO ALTO**

Las confecciones en cuanto a sus diseños, calidad y colores ayudan a satisfacer los gustos del buen vestir de las personas, siendo un bien catalogado como básico o fundamental; de igual manera el buen vestir contribuye a mejorar las condiciones de vida. Con la creación de la microempresa la propietaria y sus operarias que son gente de la misma zona podrán forjar nuevas expectativas de producción y de trabajo, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos y obtener experiencia laboral. Todas las involucradas recibirán continuas capacitaciones tanto en el aspecto técnico operativo como el manejo adecuado de los implementos, máquinas, herramientas y la tela como principal materia prima a utilizar.

## 7.6. IMPACTO AMBIENTAL

CUADRO N° 7.5

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
<b>Indicadores</b>								
<b>Alteraciones sobre el vestir</b>							X	3
<b>Ruido impacto sobre los trabajadores</b>						X		2
<b>Impacto sobre los alrededores</b>							X	3
<b>Contaminación del aire</b>					X			1
<b>Materiales de desecho</b>			X					-1
<b>Total</b>			-1		1	2	6	$\Sigma 8$

$$\text{Impacto Ambiental} = 8 / 5 = 1,6 \approx 2$$

**IMPACTO POSITIVO MEDIO**

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

La planta hace uso de energía eléctrica por lo tanto si daña la atmósfera. El proyecto enviará materiales de desecho a través del servicio de recolección municipal de basura, evitando dañar el ambiente.

## 7.7. MATRIZ GENERAL

CUADRO N° 7.6

ÁMBITO \ NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
Socio Económico							X
Empresarial						X	
Educativo Cultural							X
Ambiental						X	
<b>TOTAL</b>						4	6

$\Sigma$  10

$$\text{Nivel General} = 10 / 4 = 2,5 \approx 3$$

**IMPACTO POSITIVO ALTO**

Por lo mostrado en el análisis de impactos que tendrá el proyecto y que es valorado con 3 puntos como promedio en la matriz general, el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ropa confeccionada, tendrá un Impacto Positivo Alto; por lo que, plantea una expectativa de implantar la propuesta, misma que beneficiará directamente a la sociedad productora y consumidora, ya que las artesanas o costureras domésticas de la Parroquia Caranqui tendrán un sitio seguro a quien vender su producción y la población en general podrá adquirir estos bienes en forma directa, con calidad y elaborados en su zona, dará oportunidad de trabajar, escoger entre una variedad de productos, marcas y diseños existentes en el mercado y en lo posible evitará la contaminación del medio ambiente.



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES:

- El diagnóstico situacional entregó importante información la cual permitió identificar condiciones óptimas para la implementación de la microempresa de producción de prendas de vestir bordadas a mano. Se destacan importantes aliados los cuales permitirán la creación y desarrollo de la microempresas, generando de esta manera recursos económicos para el país y mejorando el estilo de vida de quien las crea.
- Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto realizado.
- El estudio de mercado permitió hacer un análisis preliminar de los potenciales nichos de mercado de destino, y en base a estos direccionar la producción en el sentido correcto, el cual permitirá emprender un proceso de producción y comercialización de prendas de vestir bordadas mano al exterior, a través de la implementación de la microempresa. Además, se logró determinar que en el mercado existen productos sustitutos a los que ofertará la microempresa; no obstante, la condición de estos productos es que no satisfacen el total de las necesidades demandadas.
- Del estudio técnico realizado se desprende que existen las condiciones físicas, recursos económicos, recursos tecnológicos y talento humano como para lograr una eficiente actividad de producción. Se establecieron las condiciones técnicas y diagramas de proceso de producción y comercialización.

- En base a la evaluación financiera del proyecto, se concluye que éste es factible financieramente, debido a que presenta un VAN positivo de \$ 70.449,47, la TIR se ubica en el 41,04%% mayor que el TRM, el índice de costo/beneficio se ubica en 1,69, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar rentabilidad, con un tiempo de recuperación de la inversión aproximadamente de 1 año, dos meses; todo esto refleja condiciones reales de factibilidad del proyecto.
- Según los fines y objetivos de la empresa a instalarse, se desprenden todos los aspectos administrativos estratégicos, augurando el éxito organizacional y funcional de la nueva organización productiva.
- Del análisis de impactos del Proyecto se desprende que éste beneficiará directamente a la propietaria, a las artesanas de la localidad y a la comunidad en general, por cuanto las operaciones de la empresa dinamizará la actividad productiva local y provincial. Un impacto positivo importante es la generación de nuevas fuentes de empleo y de ingresos para las involucradas en el proyecto.

## RECOMENDACIONES:

- Conforme a los resultados del estudio es necesario crear y fortalecer una microempresa legalmente constituida a fin de que enfrente los mercados actuales, que demandan de comercialización de productos innovadores y ante todo con calidad en la producción.
- El marco legal nacional y supranacional tiene muchas bondades para el artesano, cumpliendo así los objetivos de desarrollar y fomentar esta actividad, por lo cual es prudente que haya un control gubernamental serio y responsable para establecer claramente quienes pueden ser considerados como pequeños o grandes empresarios con la finalidad de que exista una competencia con igualdad de condiciones .
- Las microempresas deben Incursionar en el desarrollo de productos menos específicos y de mayor valor comercial pero que aborden el mismo mercado de forma que se amplíen las ventas y se mejoren los márgenes de rentabilidad del proyecto.
- Para el éxito del presente proyecto se estima conveniente que las instituciones financieras presten facilidades de financiamiento, con el fin de garantizar los niveles de producción propuestos.
- La actividad productiva propuesta garantiza un importante flujo de ingresos y utilidades, por lo cual se recomienda reinvertir las utilidades generadas en la adquisición e innovación de materiales y equipos útiles para el desarrollo y ampliación futura del proyecto, con esto se lograría mejorar un crecimiento microempresarial.

- Se deben reforzar y ampliar los resultados positivos que tendría el Proyecto; y, por otro lado, contrarrestar al máximo los impactos negativos. El cual permitiría reforzar la estructura organizativa de la empresa.

## **BIBLIOGRAFIA**

**AROSEMENA** Guillermo; El Comercio Exterior del Ecuador; Volumen III, Quito Ecuador, 2001.

**BLANES** P. Joaquín; Diccionario de Términos Contables, Editorial Continental S.A. México 2006.

**BRAVO** V. Mercedes; Contabilidad General, Sexta Edición, Editorial NUEVODIA, Quito Ecuador, 2005.

**CAICEDO** Alex Yamil; Economía Internacional, Ediciones Tecno Press, Bogotá Colombia, 2006.

**CÁMARA NACIONAL DE MICROEMPRESAS**, 2001.

**CHIAVENATO** Idalberto; Administración, Proceso Administrativo, Tercera Edición, Mc Graw Hill, 2004.

**CHILQUINGA** J. Manuel; Costos, Primera Edición, Imprenta Offset Graficolor, Ibarra Ecuador, 2007.

**CONTRALORÍA** General del Estado; Curso de Control de Gestión de la Administración Pública, Ibarra, 2008.

**DIAS** M. Jorge; Contabilidad General, Editorial ELITE, Lima Perú.

**ENCARTA ENCICLOPEDIA**; Microsoft 2008.

**ESTATUTO DE LA MICROEMPRESA**, 2004.

**FEDERACIÓN NACIONAL DE PEQUEÑAS INDUSTRIAS;** FENAPI, 2007.

**HORNGREN Y HARRISON;** Contabilidad, Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A. México, 2006.

**INSTITUTO** de estadísticas y censos INEC 2001.

**JÁCOME** V. Walter; Bases Teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Editorial Universitaria, Ibarra Ecuador, 2005.

**KOONTZ** Harold y **WEIHRICH** Heinz; Elementos de Administración, Quinta Edición, Mc.Graw Hill, 2004.

**MUNICIPIO** de Ibarra.

**ORTIZ** A. Héctor; Análisis Financiero Aplicado, D´VINNI Editorial Ltda. Bogotá Colombia.

**PRIETO** H. Jorge; Guía Práctica para el Diagnóstico Empresarial, Ediciones ECOE, 2003.

**RALPH** Polimeni; Manual de Contabilidad de Costos, Mc.Graw Hill, 2003.

**VÁSCONEZ** José; Contabilidad de Costos, Editorial Latinoamericana, 2004.

**ZAPATA** S. Pedro, Contabilidad Genral, Mc.Graw Hill Interamericana, S.A. Bogotá Colombia, 2005.

## **LINCOGRAFÍA**

*[www.monografias.com/trabajo24/exportaciones.shtml](http://www.monografias.com/trabajo24/exportaciones.shtml)*

*[www.altavista.com/ESTATUTO DE LA MICROEMPRESA](http://www.altavista.com/ESTATUTO_DE_LA_MICROEMPRESA)*

*[www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)*

*[www.hoy.com.ec/Noticias](http://www.hoy.com.ec/Noticias)*

*[www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)*

*[www.biocomercioecuador.org](http://www.biocomercioecuador.org)*

*[www.aladi.org](http://www.aladi.org)*

*[www.comexi.gov.ec](http://www.comexi.gov.ec)*

*[www.ecuadorexporta.org](http://www.ecuadorexporta.org)*

*[www.aduana.gov.ec](http://www.aduana.gov.ec)*

**ANEXOS**



**ANEXO A: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES POTENCIALES DE  
PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO**

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES POTENCIALES DE PRENDAS DE  
VESTIR BORDADAS A MANO**

**A. Instrucciones:**

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque una sola "X" en el paréntesis según corresponda su respuesta.

**B. Cuestionario:**

1. ¿Hace qué tiempo lleva dedicada a esta actividad?

Menos de un año	<input type="checkbox"/>
De uno a tres años	<input type="checkbox"/>
De cuatro a seis años	<input type="checkbox"/>
Más de seis años	<input type="checkbox"/>

2. ¿Para elaborar sus textiles que tipo de material utiliza?

Lienzo	<input type="checkbox"/>
Tela Hindú	<input type="checkbox"/>
Otros(especifique)	<input type="checkbox"/>

---

3. ¿Qué tipo de textiles produce y en que cantidad los vende:

		Cantidad (#)
Blusas	<input type="checkbox"/>	_____
Faldas	<input type="checkbox"/>	_____
Pantalones	<input type="checkbox"/>	_____
Vestidos	<input type="checkbox"/>	_____
Otros	<input type="checkbox"/>	_____

4. Los diseños de sus textiles son:

Autoctonos	<input type="checkbox"/>
Habituales	<input type="checkbox"/>

Al gusto del cliente   
Otros (especifique)  \_\_\_\_\_

5. Sus prendas son vendidas directamente:

Consumidor final   
A través de intermediarios   
Las dos opciones

6. Para vender una cantidad importante de bordados usted acoge modelos que le proporciona el cliente:

SI  NO

7. Las ventas de sus bordados las realiza:

Al contado   
Anticipos   
A crédito

8. Considera usted que la comercialización de las prendas de vestir bordadas a mano es rentable?

SI  NO

**C. Datos Generales:**

Nombre:..... Género:..... Edad:

.....

Nivel de Instrucción:..... Tiempo en la Actividad:

.....

Dirección Domiciliaria:

.....

**D. Observaciones:**

.....

.....

ENCUESTADOR(A): \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

**GRACIAS**

**ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES POTENCIALES DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO**

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES POTENCIALES DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO**

**A. Instrucciones:**

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque una sola "X" en el paréntesis según corresponda su respuesta.

**B. Cuestionario:**

1. En qué lugar compra usted los textiles

Almacenes	<input type="checkbox"/>
Ferias	<input type="checkbox"/>
Directamente al productor	<input type="checkbox"/>

2. ¿Qué tipo de textiles compra y a qué precio:

		PRECIO (\$)
Blusas	<input type="checkbox"/>	_____
Faldas	<input type="checkbox"/>	_____
Pantalones	<input type="checkbox"/>	_____
Vestidos	<input type="checkbox"/>	_____
Otros	<input type="checkbox"/>	_____

3. ¿Qué cantidad compra usted mensualmente:

Menos de tres docenas	<input type="checkbox"/>
De 4 a 8 docenas	<input type="checkbox"/>
Más de 8 docena	<input type="checkbox"/>

4. Los precios de los textiles que usted adquiere son :

Bajos	<input type="checkbox"/>
Altos	<input type="checkbox"/>

5. Los textiles que usted compra en que mercado los comercializa:

Mercado interno

Mercado externo

Mixto

6. Considera usted que la comercialización de las prendas de vestir bordadas a mano es rentable?

SI

NO

**C. Datos Generales:**

Nombre:.....Género: ..... Edad:

.....

Nivel de Instrucción:..... Tiempo en la Actividad:

.....

Dirección Domiciliaria:

.....

**D. Observaciones:**

.....

.....

.....

ENCUESTADOR(A): \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

**GRACIAS**

## ANEXO C: MODELOS DE PRENDAS DE VESTIR BORDADAS A MANO

### BLUSAS DE MUJER EN DIFERENTES MODELOS Y BORDADOS





TERNO DE MUJER BLUSA Y FALDA



TERNO DE MUJER BLUSA PANTALON



MODELO DE BORDADO EN PANTALON



VESTIDO DE NIÑA



MANTELE PANERAS Y SERVILLETAS

PANERAS







SERVILLETAS





MANTEL BORDADO DE OCHO PUESTOS



**ANEXO D: PLANO ARQUITECTONICO DE LA MICROEMPRESA  
SAMYTEX**

