



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FEMENINA EN LA EMPRESA SOUL STORE
DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR.”

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

AUTORA: Melanie Nicole Espinoza García

DIRECTORA: Msc. Edwin Rolando Soria Flores

Ibarra, Enero 2021

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de investigación se realiza con el propósito de analizar la viabilidad que tendrá el proyecto que consiste en realizar la ampliación de la producción y comercialización de ropa femenina en la microempresa Soul Store, ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, en las calles Sánchez y Cifuentes entre Teodoro Gómez y Luis Toromoreno, lugar que manifiesta situaciones óptimas para el desenvolvimiento de las actividades de la entidad, pues se encuentra situado en el centro de la ciudad, por lo que existe afluencia de personas y vehículos durante el horario laboral. Para determinar su factibilidad, se desarrolló un estudio de mercado para establecer la cantidad de demanda insatisfecha de cada tipo de prenda de vestir que se pretende confeccionar, así como los gustos y preferencias que el público objetivo desea obtener en los productos finales, obteniendo resultados que indican que las blusas son el artículo más solicitado, seguido de las camisetas y los top crops en menor volumen. En el estudio técnico se establecieron los recursos físicos, materiales, humanos, tecnológicos y económicos en cantidad y dinero, que se requieren para dar paso al proyecto, de acuerdo con la capacidad de producción que mantendrá la microempresa anualmente. Mediante el estudio financiero se elaboraron los estados financieros proforma para cada año de vida útil del proyecto, con la finalidad de llegar hasta los flujos netos de efectivo para evaluar la viabilidad que tendrá, mediante la aplicación de varios indicadores los cuales reflejaron resultados favorables para Soul Store. Finalmente, se estructuró la filosofía empresarial, los organigramas y el manual de funciones según las necesidades y puestos de trabajo existentes. La aplicación de la matriz de validación arrojó un porcentaje que indica que la propuesta establecida para la ampliación de la microempresa es muy aplicable.



ABSTRACT

This research work analyzes the feasibility of expanding the production and marketing of women's clothing in the Soul Store company, located in the city of Ibarra, province of Imbabura, in the Sánchez and Cifuentes streets between Teodoro Gómez and Luis Toromoreno. An optimal place for the development of business activities, since it is located in the center of the city. To determine its feasibility, a market study established the quantity of unsatisfied demand for each type of garment that is intended to be made, as well as the tastes and preferences that the target audience wishes to obtain in the final products. Results show that blouses are the most requested item, followed by T-shirts and top crops in a smaller volume. In the technical study the physical, material, human, technological, and economic resources in quantity and money were established, which are required to give way to the project, following the production capacity that the microenterprise will maintain annually. Through the financial study, the financial statements were prepared for each year of the project's useful life, to reach the net cash flows to assess the viability that it will have, through the application of several indicators which reflected favorable results, the business philosophy, organizational charts and the manual of functions were structured according to existing needs and jobs. The application of the validation matrix showed a percentage that indicates that the proposal established for the expansion of the company is very applicable.

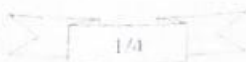


RAÚL RODRÍGUEZ

Reviewed by Victor Raúl Rodríguez Viteri

Juan de Velasco 2-39 entre Salinas y Juan Montalvo
062 997-800 ext. 7351 - 7354
Ibarra - Ecuador

gerencia@lauemprende.com
www.lauemprende.com
Código Postal: 100150



CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada ESPINOZA GARCÍA MELANIE NICOLE, con cédula de identidad N° 100412226-1, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FEMENINA EN LA EMPRESA SOUL STORE DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR.”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ibarra, a los 18 días del mes de febrero de 2020.



.....
Ing. Edwing Rolando Soria Flores
Director de Trabajo de Grado



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100412226-1
APELLIDOS Y NOMBRES:	Espinoza García Melanie Nicole
DIRECCIÓN:	Río Chimbo 14-100 y Río Quilago
EMAIL:	melasii1996@gmail.com
TELÉFONO:	0979959186

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FEMENINA EN LA EMPRESA SOUL STORE DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR.”
AUTORA:	Espinoza García Melanie Nicole
FECHA: DD/MM/AAAA	21/06/2021
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
ASESOR/DIRECTOR:	Msc. Edwin Rolando Soria Flores

2. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la 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 21 días del mes de junio de 2021.

LA AUTORA



.....
Melanie Nicole Espinoza García

C.C. 1004122261-1

AGRADECIMIENTO

A Dios, por haberme dado la fortaleza necesaria para seguir adelante cada día, hasta cumplir este maravilloso sueño de culminar exitosamente la carrera. A mi padre, quien supo estar presente en todos los sentidos y en todo momento, por su amor incondicional, perseverancia y entrega hacia mí y mis hermanos. A mis familiares y a mi prima Lissette Espinoza, por haberme acompañado durante todo este proceso y por su ayuda generosa cuando la he necesitado. A mi novio Steven, por su cariño, palabras motivantes y fuerza que me ha brindado a pesar de la gran distancia.

A la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y sus docentes, por todos los conocimientos brindados para fortalecer mi sabiduría. A la Magíster Ana Arciniegas por la paciencia y por su entrega total a sus alumnos hasta obtener un resultado satisfactorio.

A mis amigos y compañeros de clase, por haber hecho de esta experiencia una etapa maravillosa en mi vida.

¡Gracias a todos!

Melanie Espinoza.

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado especialmente para mi padre Iván Espinoza, al ser una persona extraordinaria, fuerte, luchadora y capaz de sobrellevar de la mejor manera los malos momentos, por haberme inculcado buenos valores y enseñanzas, por su humildad y sencillez que lo caracterizan, y sobre todo por ser el primer hombre de mi vida, quien nunca me fallará y mi mayor motivo de superación.

A mi familia, por haber sido un pilar fundamental durante este proceso y por haberme expresado su cariño y apoyo en cualquier ocasión.

Y a mi novio, por haber llegado a mi vida en un momento inesperado, por sacarme siempre una sonrisa por hacer de mis días más bonitos a través de su amor, palabras, mensajes, imágenes, videos y detalles especiales.

PRESENTACIÓN

Este proyecto consiste en desarrollar un estudio de factibilidad para la ampliación de la producción y comercialización de ropa femenina en la empresa Soul Store, ubicada en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura. Su finalidad es determinar si la inversión es viable o no, a través del análisis de la siguiente estructura:

Dentro del Capítulo I denominado “Fundamentación Teórico” se especificaron los conceptos y definiciones de varios términos que se relacionan con el tema de investigación, respaldados mediante citas bibliográficas con el propósito de sustentar el contenido del proyecto.

En el Capítulo II se detallan los “Procedimientos Metodológicos” que se utilizaron durante el desarrollo de este trabajo, es decir los tipos y métodos de investigación, así como las técnicas e instrumentos que fueron aplicadas para recolectar la información necesaria.

El capítulo III llamado “Diagnóstico”, se realizó mediante el estudio de variables externas como: entorno geográfico, demográfico, económico, social y cultural, e internas como: el aspecto organizacional, comercial y productivo de Soul Store; con el fin de establecer las condiciones favorables del lugar donde se desea poner en marcha el proyecto y elaborar la matriz FODA.

Capítulo IV “Propuesta”, contiene el desarrollo y análisis de cuatro unidades: en el estudio de mercado se examina el comportamiento de la oferta y la demanda en el mercado para las prendas de vestir femeninas, se determina la demanda insatisfecha y se elaboran estrategias de comercialización relacionadas al producto, precio, publicidad, promoción y distribución. En el estudio técnico se define la geolocalización del proyecto, el requerimiento de activos fijos, costos de producción, gastos administrativos y de ventas según la capacidad de

producción; se determina el monto de la inversión inicial y la forma de financiamiento para la misma mediante los recursos propios y la adquisición de un crédito. Dentro del estudio financiero se proyectan los costos y gastos proforma para cada año de vida útil del proyecto, se elaboran los estados financieros proforma y se efectúa una evaluación mediante la aplicación de ciertos indicadores, que permiten medir la viabilidad del proyecto de inversión. Finalmente, el estudio organizacional se compone de la propuesta de una filosofía empresarial, organigrama estructural, funcional y un manual de funciones, con el objetivo de mejorar el desarrollo de las actividades diarias de la empresa.

El capítulo V se encuentra conformado por la aplicación de una matriz de “Validación”, que tiene como propósito determinar el porcentaje de aplicabilidad que tendrá el proyecto, de acuerdo con la calificación que otorga el propietario de Soul Store para cada indicador.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	II
AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA	VIII
PRESENTACIÓN	IX
ÍNDICE GENERAL	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XXIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXIX
Objetivos.....	29
Objetivo General.....	29
Objetivos Específicos	29
CAPÍTULO I: Fundamentación Teórica	30
1.1. Introducción.....	30
1.2. Objetivos.....	31
1.2.1. Objetivo General.....	31
1.2.2. Objetivos Específicos	31
1.3. Términos Generales.....	33
1.3.1. Proyecto de inversión	33
1.3.2. Importancia de los proyectos.....	33
1.3.3. Características de un proyecto de inversión	34
1.3.4. Tipos de proyectos de inversión	35
1.3.5. Ciclo de un proyecto.....	35
1.3.6. Administración	36
1.3.7. Empresa	36

1.3.8. Clasificación de la empresa	37
1.3.9. Microempresa	37
1.3.10. Características de la Microempresa.....	38
1.4. Términos Específicos	38
1.4.1. Ropa.....	38
1.4.2. Ropa Casual.....	39
1.4.3. Moda.....	39
1.4.4. Confección.....	40
1.5. Términos Técnicos	40
1.5.1. Estudio de Mercado	40
1.5.2. Oferta	41
1.5.3. Demanda.....	41
1.5.4. Demanda insatisfecha.....	42
1.5.5. Producto.....	42
1.5.6. Distribución	43
1.5.7. Promoción.....	43
1.5.8. Precio	44
1.5.9. Estudio Técnico	44
1.5.10. Localización del proyecto.....	44
1.5.11. Macro localización	45
1.5.12. Micro localización	45
1.5.13. Ingeniería del proyecto	46
1.5.14. Capacidad instalada	46
1.5.15. Mapa de procesos	47

1.5.16. Tipos de Procesos	47
1.5.17. Estudio Económico-Financiero	48
1.5.18. Estado de Situación Financiera.....	48
1.5.19. Activo	49
1.5.20. Pasivo	49
1.5.21. Patrimonio	49
1.5.22. Estado de Resultados	50
1.5.23. Ingresos.....	50
1.5.24. Costo.....	51
1.5.25. Gasto.....	51
1.5.26. Estado de Flujo de Efectivo.....	52
1.5.27. Indicadores Financieros	52
1.5.27.1. Valor Actual Neto (VAN)	52
1.5.27.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	53
1.5.28. Estudio Organizacional.....	53
1.5.29. Filosofía empresarial	53
CAPÍTULO II: Procedimientos Metodológicos.....	55
2.1. Introducción.....	55
2.2. Objetivos.....	55
2.2.1. Objetivo General.....	55
2.2.2. Objetivos Específicos	55
2.3. Tipo de Investigación	56
2.3.1. Investigación Explicativa	56
2.3.2. Investigación Descriptiva	56

2.3.3. Investigación Documental	57
2.3.4. Investigación de Campo	57
2.3.5. Investigación Aplicada	57
2.3.6. Análisis Incremental	58
2.4. Métodos	58
2.4.1. Método Analítico	58
2.4.2. Método Inductivo	59
2.4.3. Método Cuantitativo	59
2.4.4. Método Cualitativo	59
2.4.5. Método Deductivo	60
2.5. Técnicas	60
2.5.1. Observación	60
2.5.2. Entrevista	61
2.5.3. Encuesta	61
2.6. Instrumentos	61
2.6.1. Cuestionario	62
2.6.2. Ficha de observación	62
2.7. Variables	62
2.7.1. Clasificación de las variables	62
2.7.1.1. Variable Independiente	62
2.7.1.2. Variable Dependiente	63
2.8. Variables Diagnósticas	63
2.9. Variables del Estudio de Mercado	63
CAPÍTULO III: Diagnóstico	65

3.1. Introducción.....	65
3.2. Objetivos.....	65
3.2.1. Objetivo General.....	65
3.2.1. Objetivos Específicos	65
3.3. Variables Diagnósticas	66
3.4. Indicadores del Diagnóstico	66
3.5. Matriz de Relación Diagnóstica	68
3.6. Análisis de las Variables Diagnósticas	70
3.6.1. Entorno Geográfico	70
3.6.2. Entorno Demográfico	72
3.6.3. Entorno Económico	73
3.6.4. Entorno Social	78
3.6.5. Entorno Cultural	79
3.6.6. Aspecto Organizacional.....	80
3.6.7. Producción	81
3.6.8. Comercialización	82
3.7. Matriz FODA.....	83
3.8. Cruces Estratégicos.....	85
3.8.1. Fortalezas – Debilidades.....	85
3.8.2. Fortalezas – Amenazas.	85
3.8.3. Oportunidades – Debilidades.....	85
3.8.4. Oportunidades – Amenazas	86
3.9. Conclusión Diagnóstica.....	86
CAPÍTULO IV: Propuesta	87

4.1. Introducción.....	87
4.2. Objetivo	87
4.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	88
Introducción.....	88
4.1.1. Objetivos de Estudio de Mercado.....	88
Objetivo General.....	88
Objetivos Específicos	88
4.1.2. Variables del Estudio de Mercado.....	89
4.1.3. Indicadores del Estudio de Mercado	89
4.1.4. Matriz de Variables del Estudio de Mercado	90
4.1.5. Identificación del Producto.....	91
4.1.5.1. Características del Producto	91
4.1.5.2. Ventajas del Producto	92
4.1.6. Segmentación del Mercado	92
4.1.6.1. Variables de Segmentación	92
4.1.7. Mercado Meta.....	93
4.1.8. Determinación de la Muestra.....	94
4.1.8.1. Fórmula.....	94
4.1.9. Técnicas de recolección de información	95
4.1.10. Tabulación y Análisis de la Información.....	95
4.1.11. Demanda.....	113
4.1.11.1. Demanda actual	113
4.1.11.2. Proyección de la Demanda	114
4.1.12. Oferta	115

4.1.12.1. Resultados de la ficha de observación y entrevista	115
4.1.12.2. Oferta actual	119
4.1.12.3. Proyección de la Oferta	120
4.1.13. Balance Demanda – Oferta.....	121
4.1.14. Análisis de Precios	122
4.1.14.1. Proyección del precio	122
4.1.15. Estrategias de Comercialización.....	123
4.1.15.1. Producto.....	123
4.1.15.2. Precio	124
4.1.15.3. Plaza	125
4.1.15.4. Promoción.....	125
4.1.15.5. Publicidad	126
4.1.16. Conclusiones del Estudio de Mercado.....	127
4.2. ESTUDIO TÉCNICO.....	129
Introducción.....	129
4.2.1. Objetivos del Estudio Técnico.....	129
Objetivo General.....	129
Objetivos Específicos	129
4.2.2. Localización del Proyecto	130
4.2.2.1. Macro localización	130
4.2.2.2. Micro localización.....	131
4.2.3. Ingeniería del Proyecto.....	132
4.2.4. Tamaño del Proyecto	133
4.2.4.1. Disponibilidad de Materia Prima.....	133

4.2.4.2. Disponibilidad de Mano de Obra	134
4.2.4.3. Disponibilidad de Financiamiento.....	135
4.2.5. Capacidad Instalada.....	135
4.2.6. Mapa de Procesos	137
4.2.7. Manual de Procesos	137
4.2.7.1. Adquisición de Materia Prima.....	138
4.2.7.2. Producción.....	141
4.2.7.3. Comercialización.....	144
4.2.8. Diseño de los procesos	147
4.2.8.1. Flujogramas de procesos	148
4.2.9. Descripción de los procesos	153
4.2.9.1. Proceso de Adquisición de Materia prima.....	153
4.2.9.2. Proceso de Producción	153
4.2.9.3. Proceso de Comercialización	154
4.2.10. Inversiones en Activos Fijos	154
4.2.10.1. Edificios.....	154
4.2.10.2. Maquinaria y Equipo	155
4.2.10.3. Muebles y Enseres	155
4.2.10.4. Equipo de Computación y Software.....	156
4.2.11. Resumen de Inversión en Activos Fijos	157
4.2.12. Activos no Depreciables.....	158
4.2.13. Costos de Producción	158
4.2.13.1. Materia Prima Directa	159
4.2.13.2. Mano de Obra Directa	160

4.2.13.3. Costos Indirectos de fabricación.....	160
4.2.13.3.1. Materia Prima Indirecta	161
4.2.13.3.2. Mano de Obra Indirecta.....	162
4.2.13.3.3. Otros Costos Indirectos de Fabricación.....	163
4.2.14. Resumen Costos de Producción	165
4.2.15. Gastos Administrativos	165
4.2.15.1. Remuneración del Personal Administrativo	165
4.2.15.2. Otros Gastos Administrativos.....	166
4.2.16. Resumen Gastos Administrativos.....	166
4.2.17. Gastos de Ventas	166
4.2.17.1. Remuneración del Personal de Ventas	167
4.2.17.2. Gastos de Publicidad	167
4.2.17.3. Otros Gastos de Ventas	168
4.2.18. Resumen Gastos de Ventas.....	169
4.2.19. Capital de Trabajo	169
4.2.20. Composición de la Inversión Total.....	170
4.2.21. Tamaño de la Inversión Inicial	171
4.2.22. Financiamiento	171
4.2.23. Conclusiones del Estudio Técnico.....	172
Análisis del Estudio Técnico	173
4.3. ESTUDIO FINANCIERO.....	174
Introducción.....	174
4.3.1. Objetivos.....	174
Objetivo General.....	174

Objetivos Específicos	174
4.3.2. Ingresos.....	175
4.3.2.1. Determinación de Ingresos Proyectados.....	175
4.3.3. Egresos	177
4.3.3.1. Determinación de Egresos Proyectados	177
4.3.4. Costos de Producción	177
4.3.4.1. Materia Prima Directa	177
4.3.4.2. Mano de Obra Directa	178
4.3.4.2.1. Proyección de Mano de Obra Directa.....	179
4.3.4.3. Costos Indirectos de Fabricación.....	180
4.3.4.3.1. Materia Prima Indirecta	180
4.3.4.3.2. Mano de Obra Indirecta.....	181
4.3.4.3.3. Otros Costos Indirectos de Fabricación.....	183
4.3.5. Resumen Costos de Producción	184
4.3.6. Gastos Administrativos.....	184
4.3.6.1. Remuneración del Personal Administrativo	185
4.3.6.2. Otros Gastos Administrativos.....	185
4.3.7. Resumen Gastos Administrativos.....	185
4.3.8. Gastos de Ventas	186
4.3.8.1. Remuneración Personal de Ventas	186
4.3.8.2. Publicidad	187
4.3.8.3. Otros Gastos de Ventas	187
4.3.9. Resumen Gastos de Ventas.....	188
4.3.10. Gastos Financieros.....	188

4.3.10.1. Tabla de Amortización del Crédito	189
4.3.11. Resumen del Crédito	189
4.3.12. Depreciación de Activos Fijos.....	190
4.3.12.1. Tablas de Depreciación	191
4.3.13. Resumen Depreciación de Activos Fijos.....	194
4.3.14. Plan de Contingencia.....	194
4.3.15. Estado de Situación Financiera.....	196
4.3.16. Resumen de Costos y Gastos.....	198
4.3.17. Estado de Resultados	199
4.3.18. Estado de Flujo de Efectivo.....	200
4.3.19. Análisis Financiero	201
4.3.19.1. Valor Actual Neto (VAN)	201
4.3.19.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	202
4.3.19.3. Relación Costo Beneficio	204
4.3.19.4. Costo de Oportunidad.....	205
4.3.19.5. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)	206
4.3.19.6. Periodo de Recuperación de la Inversión	207
4.3.19.7. Punto de Equilibrio.....	208
4.3.20. Resumen de Indicadores Financieros	209
4.3.21. Conclusiones.....	210
Análisis del capítulo	211
4.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	212
Introducción.....	212
4.4.1. Objetivos del Estudio Organizacional	212

Objetivo General.....	212
Objetivos Específicos	212
4.4.2. Denominación de la Empresa.....	213
4.4.3. Logotipo	213
4.4.4. Eslogan	214
4.4.5. Filosofía Empresarial.....	214
4.4.5.1. Misión.....	214
4.4.5.2. Visión	215
4.4.5.3. Objetivos Empresariales	215
4.4.5.4. Valores Corporativos.....	216
4.4.5.5. Principios	217
4.4.5.6. Políticas Empresariales.....	217
4.4.6. Estructura Organizacional	219
4.4.6.1. Organigrama Estructural.....	220
4.4.6.2. Organigrama Funcional	220
4.4.7. Manual de Funciones.....	221
4.4.8. Constitución Jurídica	228
4.4.9. Obligaciones Tributarias	229
CAPÍTULO V: Validación.....	230
Introducción.....	230
5.1. Descripción del estudio	230
5.2. Objetivo	232
5.3. Equipo de Trabajo	232
5.4. Métodos de Verificación	232

5.4.1. Factores a Validar.....	233
5.4.2. Matriz de Validación	234
5.5. Método de Calificación	237
5.6. Rango de Interpretación	237
5.7. Resultados.....	238
5.7.1. Calificación Total	242
5.7.2. Calificación Obtenida.....	242
5.7.3. Evaluación	242
5.7.4. Interpretación.....	242
CONCLUSIONES.....	243
RECOMENDACIONES	244
BIBLIOGRAFÍA	245
ANEXOS	248

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables e Indicadores del Diagnóstico	67
Tabla 2 Matriz de Relación Diagnóstica	68
Tabla 3 Población por sexo	72
Tabla 4 Población por Rango de Edad	72
Tabla 5 PET por Parroquias.....	73
Tabla 6 PEA por Sector Económico.....	74
Tabla 7 Población dependiente de la PEA.....	74
Tabla 8 Actividades Económicas según clasificador CIU	75
Tabla 9 PIB – Expresado en millones de USD (*).....	76
Tabla 10 Balanza Comercial – Expresado en millones de USD	76
Tabla 11 Riesgo País	77
Tabla 12 Deuda Externa – Expresado en millones de USD.....	77
Tabla 13 Tasa de Asistencia Neta a la Educación	78
Tabla 14 Cobertura de Servicios Básicos.....	78
Tabla 15 Antigüedad de los trabajadores	80
Tabla 16 Matriz FODA	84
Tabla 17 Variables e Indicadores del Estudio Diagnóstico.....	89
Tabla 18 Matriz de Variables del Estudio de Mercado	90
Tabla 19 Mercado Meta.....	93
Tabla 20 Edad de las mujeres encuestadas.....	96
Tabla 21 Costumbre de comprar prendas de vestir femeninas	97
Tabla 22 Motivos de compra	98
Tabla 23 Pago de la ropa femenina	99
Tabla 24 Fecha de mayor consumo	100
Tabla 25 Sitio de mayor consumo	101
Tabla 26 Frecuencia de compra.....	102
Tabla 27 Colores de preferencia.....	103
Tabla 28 Tallas de mayor consumo.....	104

Tabla 29 Aspecto más importante	105
Tabla 30 Aceptación del producto.....	106
Tabla 31 Disposición de pago	107
Tabla 32 Forma de pago	108
Tabla 33 Medio de publicidad.....	109
Tabla 34 Estación de radio	110
Tabla 35 Venta on-line	111
Tabla 36 Forma de promoción.....	112
Tabla 37 Determinación de la población demandante.....	113
Tabla 38 Demanda actual por producto.....	114
Tabla 39 Proyección de la cantidad demandada por producto	115
Tabla 40 Comercializadores de ropa femenina	116
Tabla 41 Oferta actual por producto.....	119
Tabla 42 Proyección de la oferta	120
Tabla 43 Balance Demanda – Oferta por Producto.....	121
Tabla 44 Precio por producto	122
Tabla 45 Inflación anual.....	122
Tabla 46 Proyección del precio	123
Tabla 47 Distribución de espacios en metros cuadrados.....	132
Tabla 48 Principales proveedores de telas e insumos.....	134
Tabla 49 Capacidad de producción normal	136
Tabla 50 Capacidad de producción utilizada.....	137
Tabla 51 Edificio	155
Tabla 52 Maquinaria y equipo.....	155
Tabla 53 Muebles y enseres	156
Tabla 54 Equipo de computación y Software.....	157
Tabla 55 Resumen de Inversión en Activos Fijos	157
Tabla 56 Activos no Depreciables.....	158
Tabla 57 Cantidad de Materia Prima Directa	159
Tabla 58 Costo Materia Prima Directa.....	159

Tabla 59 Costo Mano de Obra Directa.....	160
Tabla 60 Costo Materia Prima Indirecta.....	161
Tabla 61 Costo diseñador	162
Tabla 62 Costo mantenimiento de maquinaria.....	162
Tabla 63 Costo Mano de Obra Indirecta	163
Tabla 64 Herramientas de confección	163
Tabla 65 Servicios Básicos.....	164
Tabla 66 Arriendo Planta de Producción.....	164
Tabla 67 Otros Costos Indirectos de Fabricación.....	164
Tabla 68 Resumen Costos Indirectos de Fabricación.....	165
Tabla 69 Resumen Costos de Producción	165
Tabla 70 Remuneración del Personal Administrativo.....	165
Tabla 71 Otros Gastos Administrativos.....	166
Tabla 72 Resumen Gastos Administrativos.....	166
Tabla 73 Gastos del Personal de Ventas.....	167
Tabla 74 Gastos de Publicidad	168
Tabla 75 Suministros de Ventas	168
Tabla 76 Servicios Básicos.....	168
Tabla 77 Arriendo del local comercial	168
Tabla 78 Otros Gastos de Ventas	169
Tabla 79 Resumen Gastos de Ventas	169
Tabla 80 Capital de Trabajo	170
Tabla 81 Composición de la Inversión Total.....	170
Tabla 82 Tamaño de la Inversión Inicial	171
Tabla 83 Recursos Propios	171
Tabla 84 Financiamiento	172
Tabla 85 Proyección de Ingresos – Blusas	176
Tabla 86 Proyección de Ingresos - Camisetas	176
Tabla 87 Proyección de Ingresos – Top Crops.....	176
Tabla 88 Resumen Ingresos Proyectados	176

Tabla 89 Proyección Materia Prima Directa – Tela poli algodón para blusas	177
Tabla 90 Proyección Materia Prima Directa – Tela algodón para camisetas	178
Tabla 91 Proyección Materia Prima Directa – Tela poli algodón para top crops	178
Tabla 92 Resumen Proyección Materia Prima Directa	178
Tabla 93 Mano de Obra Directa – Año 1	179
Tabla 94 Tasa de incremento promedio del SBU	179
Tabla 95 Proyección Mano de Obra Directa	180
Tabla 96 Materia Prima Indirecta – Año 1	181
Tabla 97 Proyección Materia Prima Indirecta	181
Tabla 98 Costo diseñador – Año 1	181
Tabla 99 Proyección Mano de Obra Indirecta – Diseñador	182
Tabla 100 Proyección Mano de Obra Indirecta – Mantenimiento Maquinaria	182
Tabla 101 Resumen Proyección Mano de Obra Indirecta	182
Tabla 102 Proyección Otros Costos Indirectos de Fabricación	183
Tabla 103 Resumen Proyección Costos Indirectos de Fabricación	184
Tabla 104 Resumen Proyección Costos de Producción	184
Tabla 105 Proyección Remuneración Personal Administrativo	185
Tabla 106 Proyección Otros Gastos Administrativos	185
Tabla 107 Resumen Proyección Gastos Administrativos	186
Tabla 108 Remuneración Personal Administrativo – Año 1	186
Tabla 109 Proyección Remuneración Personal Administrativo	187
Tabla 110 Proyección Publicidad	187
Tabla 111 Proyección Otros Gastos de Ventas	188
Tabla 112 Proyección Gastos de Ventas	188
Tabla 113 Amortización del Crédito	189
Tabla 114 Resumen del Crédito	190
Tabla 115 Activos Fijos	190
Tabla 116 Depreciación Edificio	191
Tabla 117 Depreciación Maquinaria y Equipo	192
Tabla 118 Depreciación Muebles y Enseres	192

Tabla 119 Depreciación Equipo de Computación y Software	192
Tabla 120 Depreciación Costo	193
Tabla 121 Depreciación Gasto Administración.....	193
Tabla 122 Depreciación Gasto de Ventas.....	193
Tabla 123 Resumen Depreciación de Activos Fijos.....	194
Tabla 124 Plan de Contingencias	195
Tabla 125 Estado de Situación Financiera	197
Tabla 126 Resumen de Costos y Gastos.....	198
Tabla 127 Estado de Resultados.....	199
Tabla 128 Estado de Flujo de Efectivo.....	200
Tabla 129 Valor Actual Neto.....	202
Tabla 130 Tasa Interna de Retorno	203
Tabla 131 Relación Costo Beneficio	205
Tabla 132 Costo de Oportunidad.....	206
Tabla 133 Periodo de Recuperación de la Inversión	207
Tabla 134 Punto de Equilibrio.....	209
Tabla 135 Resumen Indicadores Financieros.....	210
Tabla 136 Manual de Funciones – Gerente	222
Tabla 137 Manual de Funciones – Contador.....	223
Tabla 138 Manual de Funciones – Personal de Mantenimiento.....	224
Tabla 139 Manual de Funciones – Diseñador	225
Tabla 140 Manual de Funciones – Costurera	226
Tabla 141 Manual de Funciones – Vendedor.....	227
Tabla 142 Cronograma de Implementación	231
Tabla 143 Factores a Validar.....	233
Tabla 144 Matriz de Validación	234
Tabla 145 Método de Calificación	237
Tabla 146 Rango de Interpretación	238
Tabla 147 Resultados Matriz de Validación.....	238
Tabla 148 Calificación Obtenida.....	242

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Localización Geográfica de Ibarra	70
Gráfico 2 Superficie de Ibarra	71
Gráfico 3 Edad de las mujeres encuestadas	96
Gráfico 4 Costumbre de comprar prendas de vestir femeninas	97
Gráfico 5 Motivos de compra	98
Gráfico 6 Pago de la ropa femenina	99
Gráfico 7 Fecha de mayor consumo	100
Gráfico 8 Sitio de mayor consumo	101
Gráfico 9 Frecuencia de compra	102
Gráfico 10 Colores de preferencia	103
Gráfico 11 Tallas de mayor consumo	104
Gráfico 12 Aspecto más importante	105
Gráfico 13 Aceptación del producto	106
Gráfico 14 Disposición de pago	107
Gráfico 15 Forma de Pago	108
Gráfico 16 Medio de publicidad y promoción	109
Gráfico 17 Estación de radio	110
Gráfico 18 Venta on-line	111
Gráfico 19 Forma de promoción	112
Gráfico 20 Macro localización del proyecto	130
Gráfico 21 Micro localización del proyecto	131
Gráfico 22 Distribución de las áreas en metros cuadrados	132
Gráfico 23 Distribución de las áreas en el terreno	133
Gráfico 24 Mapa de Procesos	137
Gráfico 25 Flujograma – Adquisición de Materia Prima	149
Gráfico 26 Flujograma – Producción	151
Gráfico 27 Flujograma – Comercialización	152
Gráfico 28 Logotipo de la microempresa	213
Gráfico 29 Organigrama Estructural	220
Gráfico 30 Organigrama Funcional	221

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DE LA PRODUCCIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN DE ROPA FEMENINA EN LA EMPRESA SOUL
STORE DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR.”**

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la ampliación de la producción y comercialización de ropa femenina en la empresa Soul Store de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, Ecuador, mediante el uso de técnicas e instrumentos especializados de investigación que den conocimiento sobre la viabilidad del proyecto.

Objetivos Específicos

- Elaborar la fundamentación teórica con la utilización de fuentes bibliográficas y artículos científicos, que permitan al lector contar con una mejor comprensión de los términos que serán utilizados en el desarrollo del proyecto.
- Detallar los procedimientos metodológicos a través de la revisión de técnicas e instrumentos de investigación que ayuden a una excelente ejecución del estudio de factibilidad.
- Realizar un estudio diagnóstico de la microempresa para la cual se desarrolla el proyecto, así como de su entorno por medio de instrumentos de investigación, de manera que se conozca la situación actual en la que se encuentra la misma.
- Estructurar una propuesta, mediante la utilización y análisis de diferentes tipos de estudios que serán aplicados para dar conocimiento sobre la capacidad y viabilidad del proyecto.

- Validar el estudio de factibilidad a través del personal técnico especializado de la Universidad en conjunto con el personal de la empresa que permita conocer su aplicabilidad.

CAPÍTULO I: Fundamentación Teórica

1.1. Introducción

En el capítulo actual se encuentra la fundamentación teórica que es el análisis estructurado de antecedentes, teorías, conocimientos científicos y básicos utilizados durante el desarrollo de toda la investigación (Ñaupas, Valvidia, Palacios, & Romero, 2018). Se procede a detallar y especificar cada uno de los términos que serán utilizados en el estudio de factibilidad, mismos que se encontrarán ordenados en tres grupos: los generales que son aquellos conceptos comunes para cualquier tipo de proyecto de inversión, los específicos donde se encuentran definiciones relacionadas con el objeto de estudio a realizar, y los técnicos en los que se detalla la información necesaria para conocer el mercado, la organización y los diferentes aspectos financieros del proyecto que ayudarán a validar la formulación de la propuesta. Para cada uno de los términos se especificará su explicación mediante fuentes bibliográficas, a partir de las cuales se creará un nuevo concepto de autoría propia y se validarán a través del análisis de artículos científicos publicados en revistas indexadas, con la finalidad de brindar al lector un mejor conocimiento e interpretación de los términos a utilizar en el desarrollo del trabajo.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Elaborar la fundamentación teórica con la utilización de fuentes bibliográficas y artículos científicos, que permitan al lector contar con una mejor comprensión de los términos que serán utilizados en el desarrollo del proyecto.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Utilizar fuentes bibliográficas de distintos autores para las correspondientes definiciones de los términos.
- Crear una definición propia para una mejor comprensión de los términos.
- Validar las definiciones por medio del análisis de artículos científicos.
- Entender de manera profunda cada uno de los términos.

Marco Teórico

Generales	Específicos	Técnicos
<ul style="list-style-type: none">• Estudio de factibilidad• Proyecto de inversión• Importancia de los proyectos• Características de un proyecto de inversión.• Tipos de proyectos de inversión• Ciclo de vida de un proyecto• Administración• Empresa<ul style="list-style-type: none">• Clasificación.• Microempresa<ul style="list-style-type: none">• Características	<ul style="list-style-type: none">• Ropa• Ropa casual• Moda• Confección	<ul style="list-style-type: none">• Estudio de mercado:<ul style="list-style-type: none">• Oferta• Demanda• Demanda insatisfecha• Producto• Distribución• Promoción• Precio• Estudio técnico:<ul style="list-style-type: none">• Localización del proyecto<ul style="list-style-type: none">• Macrolocalización• Microlocalización• Ingeniería del proyecto<ul style="list-style-type: none">• Capacidad instalada• Mapa de procesos• Tipos de procesos• Estudio económico-financiero:<ul style="list-style-type: none">• Estado de Situación Financiera<ul style="list-style-type: none">• Activo• Pasivo• Patrimonio• Estado de Resultados<ul style="list-style-type: none">• Ingresos• Costos• Gastos• Estado de flujo de efectivo• Indicadores financieros<ul style="list-style-type: none">• VAN• TIR• Estudio organizacional:<ul style="list-style-type: none">• Filosofía empresarial

1.3. Términos Generales

1.3.1. Proyecto de inversión

Un proyecto de inversión se puede definir como: *“un plan, al que si se le asigna un determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil a la sociedad”* (Meza Orozco, 2017, p. 17).

“Se entiende como una intervención en un medio para dar solución a una problemática existente y lograr un cambio deseado. Dicho problema se puede percibir como una limitación o un exceso de un bien y/o servicio” (Andia Valencia, 2014, p. 28).

Un proyecto de inversión hace referencia a un conjunto de acciones que están encaminadas a la creación de un nuevo producto en un periodo de tiempo determinado mediante el uso efectivo de recursos económicos, humanos, tecnológicos y otros. La definición de este término está validada con el artículo científico de Tania Santos publicado en la revista indexada Contribuciones a la Economía del año 2008, donde menciona que un proyecto de inversión es una propuesta por el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio. El trabajo que se va a realizar es un proyecto de inversión.

1.3.2. Importancia de los proyectos

“La importancia de los proyectos radica en que se constituyen en un instrumento básico de información para la toma de decisiones de inversión, y por los efectos que puede generar su ejecución y operación en cuanto a la solución de los problemas existentes, al desarrollo económico y social de una región o un país y, en particular,

por los beneficios que le puede generar a un inversionista” (Meza Orozco, 2017, p. 18).

Los proyectos de inversión son la base fundamental que un inversionista analiza y evalúa con el propósito de conocer su rentabilidad económica y la aceptabilidad social que tendrá dentro de una sociedad. Es una herramienta que permite realizar una correcta asignación de recursos y proporcionar información suficiente para la toma de decisiones que aseguren la ejecución de una inversión elevando las posibilidades de éxito.

1.3.3. Características de un proyecto de inversión

“Un proyecto tiene un objetivo claro que establece lo que se pretende lograr; Se realiza a través de un conjunto de actividades interdependientes; Utiliza distintos recursos para realizar las actividades; y, Tiene un plazo finito o una duración finita” (Gido, Clements, & Baker, 2018, p. 5).

Un proyecto de inversión cuenta con objetivos a cumplir en un determinado plazo, generalmente se manifiestan mediante la producción de un bien o prestación de un servicio que generará beneficios directos para un sector y para las personas que lo realicen mejorando así la calidad de vida de una comunidad. Esta clasificación se encuentra validada con el artículo de Walter Andia publicado en la revista Industrial Data en el año 2014 donde explica que un proyecto de inversión se caracteriza por que es una intervención delimitada en el tiempo e interviene en un área geográfica definida donde tendrá influencia el proyecto.

1.3.4. Tipos de proyectos de inversión

Existe una gran variedad en cuanto a la clasificación de los proyectos de inversión, a nivel global se dividen en 6 grupos que son: por carácter, por área de influencia, por tamaño, por finalidad, por grado de complejidad y por actividad o giro.

“Clasificación por actividad o giro: a) Industriales: Son aquellas empresas en donde la actividad es la producción de bienes por medio de la transformación o extracción de las materias primas. b) Comerciales: Se trata de empresas intermediarias entre el productor y el consumidor en donde su principal función es la compra y venta de productos terminados aptos para la comercialización” (Ruiz, 2018, p. 1).

Dentro de la clasificación se encuentran las inversiones productivas y comerciales que son aquellas que permiten aumentar el segmento de mercado a través de nuevos productos o servicios que satisfacen la demanda de una sociedad. El proyecto que se va a realizar consiste en la producción de prendas de vestir femeninas las cuales serán destinadas a su comercialización.

1.3.5. Ciclo de un proyecto

“1) Idea: En esta etapa se identifican los problemas que puedan resolverse y las oportunidades de negocio que puedan aprovecharse. 2) Preinversión: Esta etapa corresponde a todos los estudios que son necesarios realizar antes de tomar la decisión de la inversión. 3) Inversión: Es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios. 4) Operación: Esta etapa corresponde a un período permanente de

producción de bienes o a la prestación de un servicio” (Meza Orozco, 2017, pp. 20–24).

El ciclo de vida de un proyecto se compone de cuatro etapas que a medida que van avanzando buscan reducir el grado de incertidumbre de ocurrencia, mediante investigaciones más profundas que permiten adoptar la decisión de continuar o no con el estudio del proyecto.

1.3.6. Administración

“Se trata del conjunto de políticas, reglamentos, normas, procedimientos e instrumentos utilizados para el manejo de los empleados vinculados a la empresa” (Flores Uribe, 2017, p. 98).

La administración es considerada una técnica utilizada a nivel organizacional que busca una adecuada y óptima utilización de los recursos económicos, financieros, humanos, tecnológicos, materiales y otros, con el fin de obtener el mayor beneficio y alcanzar los objetivos propuestos.

1.3.7. Empresa

“La empresa se define como un ente económico con responsabilidad social, creado por uno o varios propietarios para realizar actividades de comercialización o producción de bienes o para prestar servicios, y requiere la ayuda de recursos humanos, financieros y tecnológicos” (Zapata Sánchez, 2017, p. 24).

“Las empresas son la base principal del sistema económico de un país, las encargadas de transformar, producir, prestar servicios y proporcionar empleos a la comunidad contribuyendo al desarrollo regional y/o nacional” (Parra Alviz, López Posada, & Ramírez Ramírez, 2019, p. 2).

La empresa es aquella unidad que hace uso de los factores productivos, con el fin de alcanzar sus objetivos mediante la fabricación y comercio de productos tangibles o intangibles que cubran las necesidades del mercado.

1.3.8. Clasificación de la empresa

“Las empresas se pueden clasificar atendiendo a diversos criterios, entre los que destacan los siguientes:

Por su actividad: a) Sector de actividad primario, b) Sector de actividad secundario, c) Sector de actividad terciario, d) Sector de actividad cuaternario. Por su tamaño: a) Grandes, b) Medianas, c) Pequeñas, d) Microempresas” (Martínez López, 2017).

Las empresas se encuentran clasificadas en función de varios aspectos que permiten: una mejor identificación en cuanto a sus actividades, tamaño, fines, entre otros. Poder agruparlas es imprescindible para legislar correctamente su funcionamiento y para realizar convenios y negociaciones entre los trabajadores y las empresas.

1.3.9. Microempresa

“Cuando hablamos de la microempresa estamos hablando de una forma de producción en menor escala y con características personales o familiares en el área de comercio, producción, o servicios que tiene como de 1 a 15 empleados máximo” (Flores, 2014).

“Aquella empresa en el que su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10” (Maldonado, 2018, p. 15).

La microempresa surge de una pequeña idea de negocio que permite generar nuevas fuentes de empleos e ingresos mediante sus actividades económicas que se realizan en el mercado.

1.3.10. Características de la Microempresa

“Su organización es de tipo familiar; El dueño es quien proporciona el capital; Es dirigida y organizada por el dueño; Generalmente su administración es empírica; El mercado que abastece es local o regional; Su producción en algunos casos es artesanal; Tiene muy poca tecnología” (Parra Alviz et al., 2019, p. 5).

Las microempresas se caracterizan principalmente por ser fuentes creadoras de empleo dentro de una comunidad, de tal manera que permiten mejorar la calidad de vida tanto de los dueños como de los trabajadores, mediante una remuneración a cada uno de ellos.

1.4. Términos Específicos

1.4.1. Ropa

“Ropa es el nombre genérico que reciben las prendas de vestir. Se trata de productos confeccionados con distintas clases de tejidos para cubrirse el cuerpo y abrigarse. La acepción más amplia del concepto incluye entre la ropa los pantalones, las camisetas, las camperas, los guantes, los sombreros y el calzado, entre otros artículos” (Julian Pérez Porto & Gardey, 2016, párr. 1).

En el transcurso del tiempo las prendas de vestir han sufrido varias transformaciones acordes a la moda, gustos y preferencias que surgen día a día. La ropa está destinada a 3 categorías en general que son: damas, caballeros y niños; el proyecto se desarrollará en base al primer grupo.

1.4.2. Ropa Casual

“La ropa casual es la ropa informal: es decir, aquella que se utiliza en contextos que no exigen el respeto de un código de vestimenta formal. A la hora de escoger ropa casual para vestirse, por lo tanto, una persona no se ata a criterios rígidos de elegancia ni se preocupa por lograr un aspecto de seriedad” (Julián Pérez Porto & Merino, 2016, párr. 3).

La ropa casual es un estilo utilizado en los últimos tiempos por niños, adolescentes y adultos puesto que permite vestir de manera cómoda y adecuada para diferentes ocasiones, lo que refleja una alta demanda en el mercado para este tipo de prendas.

1.4.3. Moda

“Se trata de una tendencia adoptada por una gran parte de la sociedad, generalmente asociada a la vestimenta. La moda puede ser definida como un mecanismo que regula las elecciones de las personas ya que, por una especie de presión social, indica a la gente qué debe consumir, utilizar o hacer. La moda se convierte en un hábito repetitivo que identifica a un sujeto o a un grupo de individuos” (Julián Pérez Porto & Merino, 2013, párr. 2).

La moda se refiere a una tendencia que permanece en el tiempo por largos y cortos periodos de tiempo, en el cual las personas se unen y adaptan a ella para predominar ante la sociedad. Este término se encuentra validado con el artículo científico de José Luis Iglesias publicado en la revista indexada *Adolescere* del año 2015, donde explica que el cambio en los diseños de ropa y accesorios sobre todo, obliga al ciudadano a renovar continuamente el vestuario.

1.4.4. Confección

“Es un término que refiere a la acción de preparar o hacer determinadas cosas a partir de una mezcla o de una combinación de otras” (Julián Pérez Porto & Gardey, 2014).

“El uso más general y amplio de este concepto permite dar cuenta de la realización y elaboración de cosas, actividades, tareas, entre otras alternativas, las cuales, mayormente, se armarán y harán mediante la unión de diferentes partes” (Ucha, 2012).

El término confección relacionado a la industria textil, hace referencia al proceso que realiza una costurera, un modista o los sastres con el fin de obtener la elaboración de una prenda de vestir lista para su venta. Su definición esta validada con el artículo científico de Paola Sánchez, Fernando Ceballos y Germán Sánchez publicado en la revista Ciencia e Ingeniería Neogranadina en el año 2015, donde expresan que la confección es entendida como la transformación de un conjunto de partes o piezas hechas de textiles en prendas de vestir.

1.5. Términos Técnicos

1.5.1. Estudio de Mercado

“Es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio” (Meza Orozco, 2017, p. 25).

“El estudio de mercado es la recolección de información del público objetivo al que se quiere atender” (Rojas López, 2016, p. 27).

Es el estudio que tiene la finalidad de conocer en entorno en el cual la empresa desarrollará sus actividades económicas; es decir, permite determinar la existencia de potenciales consumidores para el producto o servicio que se espera lanzar a la venta.

1.5.2. Oferta

“La demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta corresponde a la conducta de los empresarios” (Rojas López, 2016, p. 30).

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca Urbina, 2016, p. 56).

La oferta se refiere al conjunto de productos tangibles e intangibles que se encuentran a disponibilidad de ser adquiridos en cualquier momento a cambio de una contraprestación económica.

1.5.3. Demanda

“La cantidad de un bien o servicio que los hogares desearían comprar se denomina demanda por ese bien o servicio” (Rojas López, 2016, p. 28).

“Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Baca Urbina, 2013, p. 30).

La demanda consiste en la capacidad de adquirir productos que se encuentran disponibles en el mercado y que cumplen con las expectativas de los consumidores. Por esta razón, quienes participan como compradores en un mercado se denominan demandantes.

1.5.4. Demanda insatisfecha

“Es aquella parte de la población demandante que no está cubierta por la oferta de un bien o servicio” (Villagrán Viñán, Riofrío Puente, Reyes Ávalos, & Prócel Córdova, 2018, p. 25).

“Cuando el consumidor no ha logrado acceder al bien y/o servicio por falta del mismo” (Fores Uribe, 2015, p. 132).

Es aquella que se presenta cuando la demanda es mayor a la oferta en un momento determinado; es decir, los productos o servicios que se ofertan no son suficientes para satisfacer las necesidades de los demandantes. A través del proyecto se pretende cubrir una parte de la demanda insatisfecha que exista en el mercado.

1.5.5. Producto

“El producto es un bien, servicio o idea que se ofrece al mercado. Es el medio para alcanzar la satisfacción de las necesidades del consumidor. Por tanto, el concepto de producto debe centrarse en sus beneficios y en las características físicas” (Gamarra Giese, 2017, p. 89).

“El producto se define como todo aquello que un profesional o empresario pone a disposición de otras personas, llamadas clientes, que satisface sus necesidades” (Vargas Belmonte, 2014).

Un producto es conocido como aquel objeto o artefacto producido en empresas o industrias mediante una línea de producción o de manera natural, el cual se ofrece en un mercado para el consumo o utilidad de los demandantes.

1.5.6. Distribución

“La distribución incluye organizaciones que participan en el traslado de los productos desde el fabricante hasta el consumidor final, mientras que la distribución física comprende el conjunto de actividades que hacen llegar la cantidad adecuada de productos al lugar correcto en el tiempo preciso” (Vargas Belmonte, 2014).

La distribución consiste en el proceso que permite llevar el producto final hasta el potencial comprador para garantizar su venta. Se puede presentar en distintas etapas como son a través de los mayoristas quienes compran el producto a los fabricantes y venden a los minoristas, quienes finalmente entregan el producto al cliente final. El proyecto se llevará a cabo de una forma directa.

1.5.7. Promoción

“Con la promoción, toda empresa pretende informar al cliente sobre el producto, por otro lado, también se pretende estimular al cliente a consumir el producto, y por último y el fin primordial, es que el cliente pruebe el producto y quede satisfecho para continuar consumiéndolo” (Vargas Belmonte, 2014).

“La estrategia de comunicación de la empresa está constituida por la denominada mezcla promocional o mezcla comunicacional conformada por publicidad, propaganda, venta personal, marketing directo, relaciones públicas, merchandising y promoción de ventas” (Gamarra Giese, 2017, p. 155).

La promoción es una técnica que combinada con la publicidad se utiliza para anunciar, convencer y recordar al mercado meta sobre las bondades y características del producto o servicio que una entidad ofrece, a través de varios canales estratégicos.

1.5.8. Precio

“Dentro de los instrumentos del marketing el precio tiene un papel fundamental, ya que este incide directamente en la cantidad demandada, y esta a su vez repercute directamente en los ingresos de la empresa” (Vargas Belmonte, 2014).

“Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (Baca Urbina, 2016, p. 63).

El precio es el valor en dinero que se le asigna a un producto, el cual debe ser aceptado por los oferentes y demandantes con la intención de concretar un negocio y generar beneficios para ambas partes.

1.5.9. Estudio Técnico

“El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc” (Meza Orozco, 2017, p. 25).

En el estudio técnico se contemplan todos los aspectos necesarios para alcanzar un óptimo desarrollo del proyecto y a su vez proporciona información útil para el estudio económico-financiero.

1.5.10. Localización del proyecto

“El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Lo

ideal en los proyectos de inversión es tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de materias primas, mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra y la configuración topográfica del sitio” (Meza Orozco, 2017, p. 26).

La localización del proyecto es de gran importancia para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que se basa en fijar el sitio óptimo donde se instalará la planta tomando en cuenta variables económicas, estratégicas, técnicas, sociales y otras, que contribuyan a la maximización de la rentabilidad y a obtener un costo unitario mínimo, sin sacrificar la calidad del producto.

1.5.11. Macro localización

“Consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región” (Rojas López, 2016, p. 39).

“Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto” (Meza Orozco, 2017, p. 27).

Es el estudio que tiene por objeto decidir el territorio apropiado a nivel nacional donde se ubicará y desarrollará el proyecto, de tal forma que opere en el mejor ambiente.

1.5.12. Micro localización

“Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido” (Rojas López, 2016, p. 40).

“Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad” (Meza Orozco, 2017, p. 27).

Consiste en escoger la ubicación específica dentro de la zona macro en la cual se asentará definitivamente el negocio.

1.5.13. Ingeniería del proyecto

“Durante la etapa de perfil no se suele definir la tecnología óptima, sin embargo, durante la formulación debe considerarse este problema, de manera tal que la definición concreta del proyecto en su etapa de factibilidad se realice teniendo la certeza que la tecnología adoptada en los análisis previos de factibilidad sea óptima” (Meza Orozco, 2017, p. 29).

En la ingeniería del proyecto se definen todos los recursos necesarios para la instalación, ejecución y funcionamiento normal del proyecto, esto incluye la maquinaria y equipo, materia prima, mano de obra, entre otros.

1.5.14. Capacidad instalada

“La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios. Su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse” (Mejía Cañas, 2015, p. 1).

Se refiere al volumen de productos que una empresa está en capacidad de fabricar durante un periodo de tiempo determinado, de acuerdo a la cantidad de recursos, materiales físicos y tecnológicos, maquinaria, entre otros.

1.5.15. Mapa de procesos

“El mapa de procesos es la representación gráfica de la estructura de procesos que conforman un sistema de gestión y sirven para identificar e interrelacionar los procesos ya que este es el primer paso para poder entenderlos y luego mejorarlos” (Casanova Moreno, 2018, p. 4).

Es aquel que permite identificar de manera resumida la interrelación y el funcionamiento de los procesos que mantiene una empresa.

1.5.16. Tipos de Procesos

“Los tipos de procesos deben estar alineados con los objetivos de la organización se debe tener en cuenta el alcance y la complejidad de la organización se agrupan en cuatro categorías:

a) Procesos Estratégicos: se fundamenta en factores de ventaja competitiva que ofrece una empresa. b) Procesos Operativos: establecen e implementan procesos centrales que buscan la atención al cliente final externo. c) Procesos de Apoyo: establecer las relaciones secuenciales de soporte, buscan la atención al cliente interno. d) Procesos Administrativos: permiten planear, organizar, dirigir y controlar todos los procesos (Louffat, 2017).

Permiten dar a conocer de manera sencilla, resumida y clasificada los procesos que se realizan en una organización, a través de una forma gráfica en la que se reflejan los mismos.

1.5.17. Estudio Económico-Financiero

“En el estudio financiero se pretende determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, el costo total de operación de la planta que abarca los costos de producción, gastos de administración y ventas, así como una serie de indicadores que servirán como base para la siguiente fase que es la evaluación” (Villagrán Viñán et al., 2018, p. 50).

El estudio económico-financiero comprende el total de la inversión necesaria para dar paso al desarrollo del proyecto así como los costos requeridos para el periodo de operación hasta que el negocio pueda mantenerse por sí solo. Muestra la viabilidad que tendrá la empresa analizando si su puesta en marcha será factible o no a través del uso de indicadores financieros.

1.5.18. Estado de Situación Financiera

“Es el estado financiero más antiguo, el cual consta de tres partidas: activo, pasivo y capital, es decir, lo que se tiene, lo que se debe y el remanente entre ambos, que es propiamente lo que se posee” (Izar Landeta, 2017, pp. 14–15).

“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, y determinada la posición financiera de la empresa en un momento determinado” (Zapata Sánchez, 2017, p. 89).

El estado de situación financiera es aquel documento contable que muestra en resumen los recursos de los que dispone, las deudas contraídas y su capacidad de pago frente a las mismas, con el fin de dar a conocer a los interesados el grado de liquidez, solvencia y rentabilidad de la organización.

1.5.19. Activo

“Un activo es un recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos”

(International Accounting Standards Committee Foundation, 2009, p. 18).

Los activos se refieren a todos los bienes, derechos y valores de propiedad de una entidad, los cuales pueden convertirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes inmediatamente o en el futuro.

1.5.20. Pasivo

“Un pasivo es una obligación presente de la entidad, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos” (IASCF, 2009, p. 18).

El pasivo representa el total de las deudas a corto y largo plazo que una empresa ha contraído con terceros, con las cuales financia sus actividades; en el proyecto los pasivos estarán formados por un crédito a contratar en una institución financiera, que apoyará su desenvolvimiento.

1.5.21. Patrimonio

“Patrimonio es la parte residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos” (IASCF, 2009, p. 18).

“El patrimonio denota el interés del propietario o de los socios o accionistas en la empresa, respecto a sus aportes de capital, más la acumulación de reservas, superávit y utilidades no distribuidas” (Zapata Sánchez, 2017, p. 300).

El patrimonio está integrado por todos los valores correspondientes al financiamiento propio de una entidad así como los beneficios que ha generado la misma. En el año inicial, el patrimonio de la empresa estará constituido por el aporte de los inversionistas.

1.5.22. Estado de Resultados

“Es el informe contable fundamental preparado periódicamente para medir la situación económica integral de una entidad, encargado de presentar de forma comparativa, clasificada y ordenada las cuentas de ingresos, costos y gastos, cuya relación permite establecer la utilidad o pérdidas obtenidas” (Zapata Sánchez, 2017, p. 332).

Es aquel estado financiero que muestra de manera detallada y minuciosa los resultados económicos que ha generado una entidad a una fecha específica. Es de gran importancia para todas las organizaciones puesto que proporciona información oportuna y confiable que sirve para tomar mejores decisiones y así maximizar las ganancias.

1.5.23. Ingresos

“Ingresos son los incrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo sobre el que se informa, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como decrementos de las obligaciones, que dan como resultado aumentos del patrimonio, distintas de las relacionadas con las aportaciones de inversores de patrimonio” (IASCF, 2009, p. 20).

El ingreso es la partida que se refiere a las ganancias que ha generado una entidad por las ventas y otras actividades que generen recursos económicos. Sin embargo, no se toman en cuenta las aportaciones de los socios o propietarios.

1.5.24. Costo

“Son todos los recursos empleados en la producción de un bien en una empresa industrial” (Rivero Zanatta, 2015, p. 32).

“Agrupa las cuentas que representan la acumulación de los costos directos e indirectos necesarios en la elaboración de productos y/o prestación de los servicios vendidos” (Fierro Martínez & Fierro Celis, 2017, p. 331).

Es el valor que representa el consumo de factores necesarios para transformación y obtención de un producto final destinado a la comercialización. La determinación del costo es útil para poder establecer el precio de venta al público, ya que representa la suma del costo de producción más el beneficio que se desea obtener.

1.5.25. Gasto

“Gastos son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del periodo sobre el que se informa, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien por la generación o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio, distintos de los relacionados con las distribuciones realizadas a los inversores de patrimonio” (IASCF, 2009, p. 20).

Un gasto es una partida que implica el desembolso de dinero en efectivo o por otro medio de pago, a cambio de una contraprestación la cual puede ser el uso o consumo de un bien o servicio que permita el desarrollo normal de una empresa.

1.5.26. Estado de Flujo de Efectivo

“Es un estado útil para analizar si se cuenta con la disponibilidad de ingresos suficientes para efectuar los pagos que se tienen comprometidos en un periodo dado, el cual puede ser hasta de una semana” (Izar Landeta, 2017, p. 18).

“El estado de flujos de efectivo proporciona información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad durante el periodo sobre el que se informa, mostrando por separado los cambios según procedan de actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación” (IASCF, 2009, p. 40).

Es aquel documento que da a conocer de donde proviene el efectivo y en donde se gastó, así como las variaciones que se dieron. Por lo tanto, es un indicador de liquidez de la empresa debido a que muestra la capacidad de generar efectivo.

1.5.27. Indicadores Financieros

1.5.27.1. Valor Actual Neto (VAN)

“Significa traer del futuro al presente cantidades monetarias a su valor equivalente. Cuando se trasladan cantidades monetarias del futuro al presente, como el VPN, se dice que se utiliza una tasa de descuento debido a lo cual a los flujos de efectivo ya trasladados al presente se les llama flujos descontados” (Rojas López, 2016, p. 146).

Es el instrumento que ayuda a la toma de decisiones para escoger la inversión con mayores beneficios económicos, ya que consiste en llevar a valor presente todos los flujos netos de caja descontándolos a una tasa de interés, con el objetivo de determinar si una inversión resulta rentable o no.

1.5.27.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

“Es el índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos” (Rojas López, 2016, p. 154).

La tasa interna de retorno es la herramienta utilizada para evaluar un proyecto de inversión, que permite determinar el porcentaje de rentabilidad que generará una inversión a través de una tasa que mide la viabilidad de un proyecto indicando su beneficio o pérdida.

1.5.28. Estudio Organizacional

“Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales” (Meza Orozco, 2017, p. 31).

Es el estudio que establece la estructura organizativa de la empresa en relación a los cargos que tiene cada uno de los miembros de la empresa. Es decir, se determinan las bases necesarias para dar paso a la operación del proyecto mediante el correcto desarrollo de las actividades, funciones y responsabilidades de cada cargo existente.

1.5.29. Filosofía empresarial

“Es el estudio del comportamiento humano en contextos organizacionales, la interfaz entre el comportamiento humano y la organización, y la organización misma” (Griffin, Phillips, & Gully, 2017, p. 4).

“Hace referencia a una serie de valores, creencias, actitudes, reacciones y formas de actuar que necesitan tener los líderes empresariales” (Fores Uribe, 2015, p. 18).

La filosofía empresarial es el conjunto de elementos que determinan la cultura de una organización y el ambiente en el que se desenvolverán todas las responsabilidades y obligaciones que tengan los trabajadores.

CAPÍTULO II: Procedimientos Metodológicos

2.1. Introducción

En este capítulo se especificarán los procedimientos a seguir para el desarrollo del estudio de factibilidad, es decir, el tipo de investigación, los métodos a utilizar de acuerdo al caso de estudio, las técnicas e instrumentos necesarios para recolectar información útil para el trabajo y las variables que se van a analizar a lo largo del trabajo. La metodología de la investigación según Raúl Tafur & Manuel Izaguirre en su libro “Como hacer un proyecto de investigación” del año 2017 manifiesta que es el programa que indica el proceso a seguir durante el desarrollo del trabajo, dando a conocer los procedimientos y condiciones necesarias que permitan adquirir la información útil para alcanzar los objetivos mediante respuestas eficaces a los problemas del proyecto.

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo General

Detallar los procedimientos metodológicos a través de la revisión de técnicas e instrumentos de investigación que ayuden a una excelente ejecución del estudio de factibilidad.

2.2.2. Objetivos Específicos

- Explicar la metodología de investigación utilizada en el desarrollo del proyecto.
- Detallar los conceptos de cada tipo, método, técnica e instrumento de investigación empleado en base a definiciones de autores.
- Explicar el momento en que se usará cada procedimiento y su objetivo.

2.3. Tipo de Investigación

La investigación es el procedimiento sistemático, metódico y crítico que permite el descubrimiento de nuevos conocimientos en cualquier ámbito para dar respuestas exactas a preguntas significativas y pertinentes de un caso de estudio.

2.3.1. Investigación Explicativa

Esta investigación no sólo consiste en la descripción de conceptos, ya que su interés se centra en explicar las causas de los eventos y fenómeno físicos o sociales y en qué condiciones se manifiesta.

La investigación explicativa se utilizará en todo del proyecto debido a que siempre se informará al lector al inicio de cada capítulo su contenido y se explicará el análisis de cada proceso realizado en el trabajo.

2.3.2. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva, comprende la descripción del estado, las características, los factores y procedimientos presentes en situaciones y hechos que ocurren en forma natural en una sociedad, sin explicar las relaciones que existan.

A través de la investigación descriptiva se podrá dar a conocer los aspectos más importantes y necesarios para el estudio diagnóstico, como el entorno en el cual se desenvolverá el proyecto y la situación actual en la que se encuentra la microempresa.

2.3.3. Investigación Documental

Una investigación bibliográfica o documental es aquella que utiliza datos recabados de fuentes bibliográficas y permite crear una reflexión innovadora y crítica de los conceptos utilizados en el trabajo. Su información es de carácter fijo ya que no cambia con el tiempo.

Para el estudio diagnóstico se hará uso de la investigación documental, debido a que se necesita información histórica sobre algunas variables que se desarrollaran a profundidad para un mejor conocimiento del mercado meta.

2.3.4. Investigación de Campo

La investigación de campo es aquella que requiere una búsqueda personal de los datos, es necesario que el investigador obtenga la información mediante un contacto directo con la sociedad.

La investigación de campo se utilizará en el estudio de mercado al momento de solicitar información necesaria de fuentes primarias que brindará el público objetivo al que se dirige el proyecto.

2.3.5. Investigación Aplicada

La investigación aplicada es aquella que se basa en los resultados de la investigación básica, pura o fundamental, es decir, utiliza conocimientos para resolver los problemas sociales de una comunidad, región o país.

Durante el desarrollo de la propuesta del estudio de factibilidad se aplicarán los conocimientos contables, administrativos y financieros adquiridos a lo largo de la carrera universitaria, con el fin de alcanzar una solución al problema definido en el proyecto.

2.3.6. Análisis Incremental

Un análisis incremental hace referencia a la evaluación o estudio de varias alternativas de inversión, con el propósito de ayudar a la toma de decisiones de acuerdo a los resultados que arrojen los indicadores financieros.

A través de la propuesta y validación se dará a conocer el impacto económico y administrativo que tendría la inversión, así como la viabilidad y aplicabilidad de la misma.

2.4. Métodos

Los métodos de investigación tienen como fin establecer la manera en que se llevará a cabo la investigación, las estrategias para obtener la información y las actividades necesarias para alcanzar los objetivos planteados.

En el transcurso del trabajo se utilizarán distintos métodos de investigación, como los que se presentan a continuación:

2.4.1. Método Analítico

El método analítico es un proceso cognoscitivo, que permite descomponer en partes un objeto de estudio para analizar y estudiar de forma individual cada una de ellas, con el fin de probar o anular la hipótesis propuesta.

Mediante el método analítico se puede estudiar cada uno de los capítulos que contiene el estudio de manera que se pueda determinar su factibilidad a medida que se va avanzando con el trabajo de acuerdo con los resultados que obtienen en cada etapa.

2.4.2. Método Inductivo

Este método es aquel que hace uso del razonamiento para obtener conclusiones a partir de hechos particulares válidos para englobar a resultados más amplios llegando a conclusiones de aplicación general.

El método inductivo permitirá generalizar los resultados que se obtengan en el estudio de mercado a través de una muestra particular para toda la población de un sector específico, de tal manera que se pueda concluir las opiniones de una sociedad.

2.4.3. Método Cuantitativo

Este método se basa en la posibilidad de adquirir datos o características de los fenómenos sociales que sean cuantificables y medibles, con la finalidad de elaborar las conclusiones y generalizar los resultados de la investigación.

El método cuantitativo será utilizado en el estudio de mercado al momento de proceder al análisis de datos que pueden ser medidos como la oferta, demanda, precios, población, entre otros; con el objetivo de determinar el mercado meta que el proyecto espera atender.

2.4.4. Método Cualitativo

Dentro del método cualitativo no es de gran importancia medir los datos adquiridos, sino cualificar, interpretar y describir un fenómeno social a partir de rasgos determinantes que fueron percibidos sobre la situación estudiada.

Este método pretende determinar aspectos importantes dentro del estudio de mercado sobre las costumbres, gustos, preferencias y aceptabilidad del público sobre los productos que se pretende producir y comercializar en la microempresa.

2.4.5. Método Deductivo

Es un método de razonamiento que consiste en analizar conclusiones de carácter general como teoremas, leyes, principios y otros de aplicación universal y de comprobada validez para aplicarlos en casos particulares.

Este método será utilizado en el estudio económico-financiero con el propósito de determinar la viabilidad del proyecto a través de las fórmulas que serán utilizadas para evaluar su rentabilidad.

2.5. Técnicas

Las técnicas para la recolección de datos e información son un conjunto de normas y procedimientos que permiten alcanzar un determinado objetivo y sirven de base para construir los instrumentos de investigación.

Las técnicas a utilizar durante el desarrollo del trabajo son las siguientes:

2.5.1. Observación

Esta técnica sirve para recoger datos e información a través de los sentidos sobre un objeto o fenómeno de estudio.

Se utilizará la observación en el estudio de mercado para alcanzar información necesaria sobre el comportamiento de la oferta y demanda en cuanto al producto que la empresa va a comercializar.

2.5.2. Entrevista

La entrevista es una especie de comunicación verbal entre dos o más personas que consiste en formular una serie de preguntas lógicas y con sentido para el entrevistado o informante con el fin de obtener información útil para la elaboración del trabajo.

Se realizarán entrevistas tanto a los propietarios de la microempresa con el objetivo de recabar datos relacionados con la ampliación de la producción, como también a quienes llegarían a ser los proveedores de maquinaria, materia prima y demás insumos para alcanzar información relacionada con los costos de producción.

2.5.3. Encuesta

Es la técnica de investigación que permite recolectar datos de la población a través de interrogaciones a los encuestados, cuya finalidad es obtener de manera sistemática medidas sobre varios aspectos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida.

En el desarrollo del proyecto se emplearán encuestas en una muestra del universo, con el fin de recabar toda la información útil para el estudio de factibilidad y posteriormente analizar los resultados obtenidos.

2.6. Instrumentos

Los instrumentos de investigación son las herramientas definidas para cada técnica que ayudan a recoger los datos e información, en forma sistemática y ordenada, por medio de preguntas, ítems que requieren respuestas del investigado.

Los instrumentos a utilizar en el análisis de las variables seleccionadas son los siguientes:

2.6.1. Cuestionario

El cuestionario consiste en elaborar un conjunto ordenado y racional de preguntas escritas, que están relacionadas al objeto de estudio y por ende a las variables de investigación que se desean medir; con la finalidad de recopilar información sobre las características y expectativas del mercado objetivo.

Se elaborarán cuestionarios que contengan preguntas concretas y lógicas para la aplicación respectiva de las entrevistas y encuestas al público meta.

2.6.2. Ficha de observación

Este instrumento permite registrar el comportamiento que tiene la actividad observada y obtener resultados útiles para el desarrollo del estudio de mercado.

2.7. Variables

Las variables son aquellos atributos, cualidades o características que tienen las personas, objetos, instituciones, regiones u otros que expresan ciertas variaciones discretas o en mayores magnitudes.

2.7.1. Clasificación de las variables

Las variables según su comportamiento se clasifican en:

2.7.1.1. Variable Independiente

Es aquella que tiene la capacidad de influir, incidir o afectar a otra variable y puede ser manipulada por el investigador.

2.7.1.2. Variable Dependiente

Es aquella que representa los resultados de la manipulación realizada a la variable independiente.

A continuación se presentan las variables que se medirán en el desarrollo del diagnóstico y estudio de mercado del proyecto.

2.8. Variables Diagnósticas

Para el estudio diagnóstico se tomarán en cuenta variables que ayuden a conocer el entorno en el cual se desarrollará el proyecto, las características que tiene la población del sector y la situación actual de la empresa. Las seleccionadas son las siguientes:

- Entorno geográfico
- Entorno demográfico
- Entorno económico
- Entorno social
- Entorno cultural
- Aspecto organizacional

2.9. Variables del Estudio de Mercado

En este estudio se analizarán variables necesarias para conocer las características del mercado meta al que se dirige el proyecto, como las preferencias de los consumidores y la frecuencia de consumo. Se considerarán las siguientes:

- Demanda
- Oferta

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Promoción
- Distribución

CAPÍTULO III: Diagnóstico

3.1. Introducción

En el capítulo actual se desarrollarán los estudios que permitan conocer los aspectos positivos y negativos que se relacionan con el estudio de factibilidad. También es necesario determinar las condiciones y el entorno del lugar específico donde se pretende desenvolver el proyecto para tomar en cuenta ciertas consideraciones importantes a la hora de tomar la decisión de invertir. Se considerarán varios parámetros importantes llamados variables que contienen algunos indicadores para poder analizar a fondo la información más útil al trabajo, mediante el uso de fuentes secundarias en su gran mayoría. Por último, se realizará el análisis de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), para saber la situación actual de la microempresa y se efectuarán los cruces estratégicos que ayuden al mejor desempeño del proyecto.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo General

Realizar un estudio diagnóstico de la microempresa para la cual se desarrolla el proyecto, así como de su entorno por medio de instrumentos de investigación, de manera que se conozca la situación actual en la que se encuentra la misma.

3.2.1. Objetivos Específicos

- Conocer el entorno geográfico de la ciudad de Ibarra.
- Analizar el entorno demográfico del lugar donde se desarrollará el proyecto.
- Determinar el entorno económico existente dentro de la ciudad.

- Estudiar el entorno social de los habitantes del sector.
- Analizar el entorno cultural que presenta la ciudad de Ibarra.
- Indagar el aspecto organizacional que mantiene la actual microempresa.
- Investigar cómo se encuentra la producción en Soul Store.
- Conocer aspectos relevantes con la parte comercial de la microempresa.

3.3. Variables Diagnósticas

Son los aspectos que se van a estudiar dentro del diagnóstico para conocer las características principales del entorno en el que se desarrollará el proyecto y la situación actual de la microempresa.

3.4. Indicadores del Diagnóstico

Son los datos que permiten valorar o medir el comportamiento que tienen las variables del diagnóstico.

Tabla 1 Variables e Indicadores del Diagnóstico

Variables	Indicadores
Entorno Geográfico	a) Ubicación b) Límites c) Superficie d) Clima
Entorno Demográfico	a) Índice de crecimiento poblacional b) Población total c) Población por sexo d) Población por edad e) Población en Edad de Trabajar
Entorno Económico	a) Población Económicamente Activa b) Población dependiente de la PEA c) Tasa de desempleo d) Actividades económicas e) Producto Interno Bruto (PIB) f) Balanza Comercial g) Canasta Básica Vs Ingresos Familiares h) Riesgo País i) Deuda Externa
Entorno Social	a) Analfabetismo b) Nivel de educación c) Servicios básicos
Entorno Cultural	a) Etnias b) Festividades c) Atractivos
Aspecto Organizacional	a) Número de trabajadores actuales de la empresa b) Antigüedad de los trabajadores en la organización c) Políticas vigentes en la empresa d) Registro de ingresos y egresos e) Situación económica financiera
Producción	a) Procesos productivos b) Maquinaria c) Proveedores
Comercialización	a) Formas de comercializar b) Proveedores c) Inventarios

Elaborado por: La autora

Año: 2019

3.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 2 Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivos	Variables	Indicadores	Informante	Técnica	Fuente
Conocer el entorno geográfico de la ciudad de Ibarra.	Entorno geográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Límites • Superficie • Clima 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 	Documental	Secundaria
Analizar el entorno demográfico del lugar donde se desarrolla el proyecto.	Entorno demográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Índice de crecimiento poblacional • Población total • Población por sexo • Población por edad • Población en Edad de Trabajar 	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecciones poblacionales (INEC) • Censo de Población y vivienda en el Ecuador (INEC) • Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 	Documental	Secundaria
Determinar el entorno económico existente dentro de la ciudad.	Entorno económico	<ul style="list-style-type: none"> • Población Económicamente Activa • Población dependiente de la PEA • Tasa de desempleo • Actividades económicas • Producto Interno Bruto (PIB) • Balanza Comercial • Canasta Básica Vs Ingresos Familiares • Riesgo País • Deuda Externa 	<ul style="list-style-type: none"> • Censo de Población y vivienda en el Ecuador (INEC) • Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial • Rentas Municipales GAD Ibarra • Banco Central del Ecuador en su Información Estadística Mensual 	Documental	Secundaria

Estudiar el entorno social de los habitantes del sector.	Entorno social	<ul style="list-style-type: none"> • Analfabetismo • Nivel de educación • Servicios básicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema Integrado de Indicadores Sociales • Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 	Documental	Secundaria
Analizar el entorno cultural que presenta la ciudad de Ibarra.	Entorno cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Etnias • Festividades • Atractivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 	Documental	Secundaria
Indagar el aspecto organizacional que mantiene la actual microempresa.	Aspecto Organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Número de trabajadores actuales de la empresa • Antigüedad de los trabajadores en la organización • Políticas vigentes en la empresa • Registro de ingresos y egresos • Situación económica financiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario de Soul Store 	Entrevista	Primaria
Investigar cómo se encuentra la producción en Soul Store.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos productivos • Maquinaria • Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario de Soul Store 	Entrevista	Primaria
Conocer aspectos relevantes con la parte comercial de la microempresa.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Formas de comercializar • Proveedores • Inventarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Propietario de Soul Store 	Entrevista	Primaria

Elaborado por: La autora
Año: 2019

3.6. Análisis de las Variables Diagnósticas

3.6.1. Entorno Geográfico

- **Ubicación**

La ciudad de Ibarra se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura en la sierra norte del Ecuador, entre las provincias Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Su localización geográfica en UTM es: 10'041.000 norte, 820.000 oeste siendo el punto de referencia el centro de la ciudad. Es la capital de la provincia y sus coordenadas son 00° 20' 00" y 78° 06' 00", a 2.228 metros s.n.m. Estratégicamente está a 126 km de la Capital de la República, a 135 km de la frontera con Colombia y a 185 km de San Lorenzo en el Océano Pacífico.

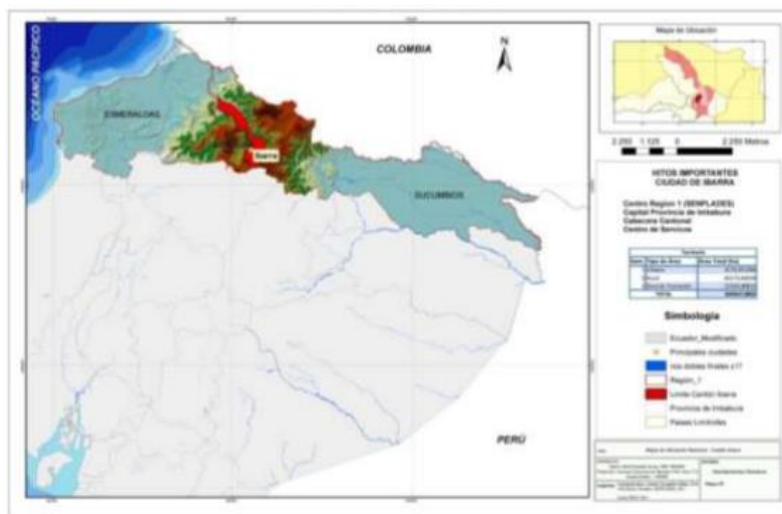


Gráfico 1 Localización Geográfica de Ibarra

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Año: 2012

- **Límites**

Los límites de la ciudad de Ibarra son: al norte la provincia del Carchi, al noroeste la provincia de Esmeraldas, al oeste los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este el

cantón Pimampiro y al sur la Provincia de Pichincha, según la información que detalla el GAD de Ibarra en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PD y OT).

- **Superficie**

Tiene una extensión total de 1.162,22 km² entre sus áreas: urbana y rural. La superficie de Ibarra está constituida por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio.

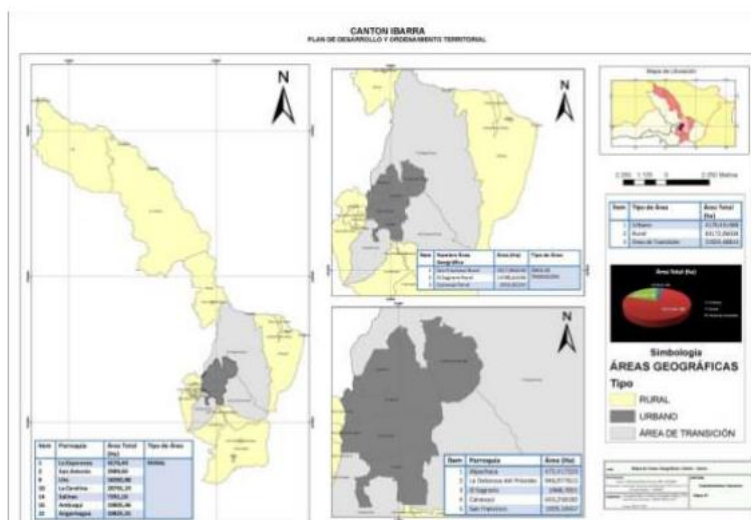


Gráfico 2 Superficie de Ibarra

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial

Año: 2012

- **Clima**

De acuerdo al PD y OT la temperatura promedio es de 18.4°C, con una máxima de 26.2°C y una mínima de 5.9°C. Sin embargo, por condiciones altitudinales de ubicación, las parroquias que se encuentran en el sur presentan temperaturas menores, mientras que las del norte presentan temperaturas superiores.

3.6.2. Entorno Demográfico

- **Índice de crecimiento poblacional**

De acuerdo con las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) Ibarra tiene un índice de crecimiento poblacional promedio de 1,64%.

- **Población total**

La población total de Ibarra para el año 2019 es de 217.856 habitantes según las proyecciones que presenta el INEC.

- **Población por sexo**

Tabla 3 Población por sexo

Cantón	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Ibarra	105.551	48,45%	112.305	51,55%	217.856

Fuente: Censo 2010 INEC

Elaborado por: La autora

Año: 2019

- **Población por edad**

Tabla 4 Población por Rango de Edad

Rango de edad	Habitantes	%
De 95 y más años	218	0,1%
De 90 a 94 años	436	0,2%
De 85 a 89 años	1.089	0,5%
De 80 a 84 años	2.179	1,0%
De 75 a 79 años	3.268	1,5%
De 70 a 74 años	4.357	2,0%
De 65 a 69 años	5.882	2,7%
De 60 a 64 años	6.536	3,0%
De 55 a 59 años	7.625	3,5%
De 50 a 54 años	8.496	3,9%
De 45 a 49 años	10.893	5,0%

De 40 a 44 años	11.982	5,5%
De 35 a 39 años	13.289	6,1%
De 30 a 34 años	14.596	6,7%
De 25 a 29 años	16.775	7,7%
De 20 a 24 años	18.953	8,7%
De 15 a 19 años	21.786	10,0%
De 10 a 14 años	24.182	11,1%
De 5 a 9 años	23.964	11,0%
De 0 a 4 años	21.350	9,8%
Total	217.856	

Fuente: Censo 2010 INEC

Elaborado por: La autora

Año: 2019

- **Población en Edad de Trabajar**

Tabla 5 PET por Parroquias

Parroquia	Población	PET	%
Ambuquí	6.586	5.229	79,4%
Angochagua	3.924	3.186	81,2%
Carolina	3.294	2.608	79,2%
Ibarra	168.009	136.423	81,2%
La Esperanza	8.854	7.003	79,1%
Lita	4.027	2.847	70,7%
Salinas	2.093	1.652	78,9%
San Antonio	21.070	17.003	80,7%
Cantonal	217.856	176.028	80,8%

Fuente: Censo 2010 INEC, PD y OT 2015

Elaborado por: La autora

Año: 2019

3.6.3. Entorno Económico

- **Población económicamente activa**

La población económicamente activa de acuerdo al último periodo intercensal tuvo un crecimiento de 2,99%.

Tabla 6 PEA por Sector Económico

Actividad	PEA	%
Sector Agropecuario	9.367	11,61%
Sector Industrias	15.630	19,38%
Sector Servicios	46.855	58,02%
Otros	8.817	10,93%
Total PEA	80.669	99,9%

Fuente: Censo 2010 INEC, PD y OT 2015

Elaborado por: La autora

Año: 2019

- **Población dependiente de la PEA**

Por lo general, el porcentaje de población que depende de la PEA se encuentra entre los 15 y 65 años.

Tabla 7 Población dependiente de la PEA

Parroquia	% Dependencia
Ibarra	57%
Ambuquí	70,78%
Angochagua	91,72%
Carolina	82,6%
La Esperanza	69,5%
Lita	89,96%
Salinas	65,34%
San Antonio	63,15%

Fuente: Censo 2010 INEC, PD y OT 2015

Elaborado por: La autora

Año: 2019

- **Tasa de desempleo**

Según información del último censo realizado por el INEC en el año 2010, Imbabura tiene una tasa de desempleo del 5% y para el 2013 de acuerdo con la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) se presenta el 5,6% y una tasa de subempleo

del 53,3%. Para el cantón Ibarra se asume una tasa de desempleo entre el 1,9% y el 3,5% con una tasa estimada del 3,3% conforme al PD y OT.

- **Actividades económicas**

La mayor actividad económica del Cantón se registra en el grupo G de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) que corresponde al comercio al por mayor y menor de diversos productos, reparación de vehículos automotores y motocicletas. Las industrias manufactureras se encuentran en el grupo C.

Tabla 8 Actividades Económicas según clasificador CIIU

Grupo	# Actividades	%	Ingresos	%
A	124	1,18%	10'039.119	1,09%
B	9	0,09%	3'320.717	0,36%
C	515	4,88%	65'103.209	7,06%
D	7	0,07%	1'108.059	0,12%
F	69	0,65%	5'103.313	0,55%
G	4.557	43,21%	612'064.701	66,40%
H	1.560	14,79%	67'241.299	7,29%
I	1.300	12,33%	26'042.255	2,83%
K	64	0,61%	77'784.804	8,44%
L-M	1.357	12,87%	34'657.059	3,76%
N	7	0,07%	1'018.954	0,11%
P	64	0,61%	959.975	0,10%
Q	455	4,31%	13'690.214	1,49%
R	453	4,30%	3'645.419	0,40%
S	6	0,06%	0	0,00%
Total	10.547	100%	921'779.098	100%

Fuente: Rentas Municipales GAD Ibarra 2013, PD y OT 2015

Elaborado por: La autora

Año: 2019

- **Producto Interno Bruto (PIB)**

De acuerdo a la información estadística que proporciona el Banco Central del Ecuador en referencia al año 2019, indica que el Producto Interno Bruto Total expresado en millones de USD (*) es de 107.435,70. En cuanto a la industria de manufactura (excepto refinación de petróleo) el PIB es de 13.962,60.

Tabla 9 PIB – Expresado en millones de USD (*)

Período	PIB
2015	99.290,40
2016	99.937,70
2017	104.295,90
2018	107.562,00
2019	107.435,70

Fuente: Banco Central del Ecuador – Información Estadística Mensual

Elaborado por: La autora

Año: 2019

- **Balanza Comercial**

Tabla 10 Balanza Comercial – Expresado en millones de USD

Período	Exportaciones	Importaciones	Balanza Comercial	Tasa de Crecimiento	
				Exportaciones	Importaciones
2015	18.330,70	20.434,70	-2.104,00	-28,7	-22,7
2016	16.797,70	15.566,40	1.231,30	-8,4	-23,8
2017	19.092,40	19.033,10	59,20	13,7	22,3
2018	21.628,00	22.105,60	-477,60	13,3	16,1
2019	22.329,40	21.509,30	820,10	3,2	-2,7

Fuente: Banco Central del Ecuador – Información Estadística Mensual

Elaborado por: La autora

Año: 2019

- **Canasta Básica Vs Ingresos Familiares**

El Informe Ejecutivo de las Canastas Analíticas: Básica y Vital emitido por el INEC, el valor de la Canasta Familiar Básica tiene un costo de \$719,03, mientras que los Ingresos Familiares conformados por 1,60 perceptores de la Remuneración Básica Unificada se encuentran en un total de \$746,67, monto que cubre el 103,84% de la CFB.

- **Riesgo País**

Tabla 11 Riesgo País

Período	PIB
2015	995
2016	995
2017	621
2018	641
2019	693

Fuente: Banco Central del Ecuador – Información Estadística Mensual

Elaborado por: La autora

Año: 2019

- **Deuda Externa**

Tabla 12 Deuda Externa – Expresado en millones de USD

Período	Saldo Deuda Externa Pública	Saldo Deuda Externa Privada
2015	20.225,7	7.707,0
2016	25.679,9	8.909,0
2017	31.750,1	8.568,3
2018	35.730,1	8.501,8
2019	41.495,6	11.007,0

Fuente: Banco Central del Ecuador – Información Estadística Mensual

Elaborado por: La autora

Año: 2019

3.6.4. Entorno Social

- **Analfabetismo**

Según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE) la tasa de analfabetismo en el cantón Ibarra es del 5,5% tomando como base la población mayor de 15 años.

- **Nivel de educación**

Tabla 13 Tasa de Asistencia Neta a la Educación

Nivel	Tasa de Asistencia Neta
Educación Básica	90,4%
Educación Secundaria	61,1%
Educación Superior	29,4%

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), PD y OT 2015

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El 64,6% terminó la educación básica a los 15 años y el 47,2% la educación secundaria a los 18 años.

- **Servicios básicos**

Tabla 14 Cobertura de Servicios Básicos

Zona Territorial	Agua Potable	Alcantarillado	Energía Eléctrica	Desechos Sólidos
Urbana	94,62%	91,83%	99,40%	94,70%
Rural	77,17%	53,05%	95,84%	69,01%

Fuente: PD y OT 2015

Elaborado por: La autora

Año: 2019

3.6.5. Entorno Cultural

- **Etnias**

La población de Ibarra está compuesta por varias etnias, en su mayoría mestizos y en menores porcentajes indígenas, afroecuatorianos y otros, según la publicación del PD y OT del GAD de San Miguel de Ibarra.

- **Festividades**

En la ciudad de Ibarra se desarrollan diferentes fiestas en conmemoración de hechos históricos y en celebración a la cultura tradicional que se vive durante cada año. Ejemplos de ello son: Baile de los Inocentes en enero, Carnaval y San Valentín en febrero, Semana Santa y Fiestas del Retorno en abril, Inti Raymi y baile de los San Juanes en junio, Cacería del Zorro en octubre, entre otros. Dentro de estas manifestaciones existe la visita de turistas de distintos lugares del país quienes acompañan en las festividades que celebra el cantón.

- **Atractivos**

Ibarra tiene diversos lugares turísticos como son sus iglesias, parques, atractivos culturales y naturales como la Laguna de Yahuarcocha, Laguna de Cubilche, Río Chota, Río Lita, las siete cascadas de Lita, bosque en la loma de Guayabillas, Cráter del Volcán Cuicocha, entre otros; que son visitados por un amplio número de turistas de todos los alrededores del Ecuador y de otros países.

3.6.6. Aspecto Organizacional

Para la obtención de esta información se realizó una entrevista al propietario de la microempresa, el Ing. José Arias, quien manifestó datos importantes en cuanto a la situación actual de Soul Store.

- **Número de trabajadores actuales de la empresa**

La microempresa se encuentra organizada como persona natural, cuenta actualmente con dos trabajadores, de los cuales uno se dedica a la comercialización y otro a la producción de las siguientes líneas de ropa: camisetas, blusas y top crops.

- **Antigüedad de los trabajadores en la organización**

Tabla 15 Antigüedad de los trabajadores

Comercialización	Antigüedad
Trabajador 1	4 años
Producción	Antigüedad
Trabajador 1	1 año

Elaborado por: La autora

Año: 2019

- **Políticas vigentes en la empresa**

Las políticas se centran primordialmente en el trato justo y esmerado a todos los clientes mediante el servicio y la asesoría que brinda, comportamiento ético de todos los integrantes, puestos de trabajo de carácter polifuncional, evaluaciones periódicas a los procesos de la organización, sesiones mensuales para definir prioridades y plantear soluciones, presentar presupuestos/planes trimestrales y difusión de la gestión de la microempresa con el uso de tecnología adecuada, según lo manifestado por el propietario de la empresa.

- **Registro de Ingresos y Egresos**

Para el manejo y control del efectivo de la microempresa, se lleva un registro de los ingresos los cuales vienen a ser las ventas diarias; y los egresos como son arriendo, pago a trabajadores, proveedores, servicios básicos, publicidad, insumos, entre otros.

- **Situación Económica Financiera**

En cuanto a la Situación actual de Soul Store, mantiene cuentas por cobrar de varios clientes que adquieren los artículos a plazo de un mes; y cuentas por pagar con los proveedores que otorgan crédito, además de los pagos mensuales que se mencionaron anteriormente. Sin embargo, no cuenta con el capital necesario para realizar la inversión para la ampliación de la planta de producción y el almacén.

3.6.7. Producción

- **Procesos productivos**

Los procesos que se llevan a cabo en el departamento de producción empiezan con el diseño de la prenda a confeccionar, se elaboran los moldes y se solicitan los materiales necesarios para la transformación. Se realizan los cortes, la costura y los acabados para finalmente llegar al planchado de la prenda y la revisión de la calidad de la misma. Se concluye con el doblado y empaquetado.

- **Maquinaria**

La microempresa cuenta con la maquinaria necesaria para la elaboración de las prendas de vestir femeninas como son: overlock, recta, Recubridora y cortadora.

- **Proveedores**

Para la adquisición de materia prima e insumos que se requieren para la producción de las prendas de vestir femeninas, existen varios proveedores de tela tanto en la ciudad de Ibarra como en Atuntaqui, por lo general se procura realizar la compra al proveedor que cuente con la mejor calidad en los productos.

3.6.8. Comercialización

- **Formas de comercializar**

Actualmente la microempresa cuenta con un local físico ubicado en el centro de Ibarra, en donde ofrece las prendas de vestir a sus clientes, también brinda acceso a sus redes sociales para incentivar las compras on-line a nivel nacional a través de Facebook, Instagram y WhatsApp.

Para alcanzar un mayor número de clientela, otorga facilidades de pago, promociones y descuentos exclusivos, así como pequeños regalos.

- **Proveedores**

Para la compra de ropa femenina de marcas nacionales e internacionales, Soul Store mantiene contacto con varios proveedores de la ciudad de Quito.

- **Inventarios**

Al momento no tiene un control de inventarios debido a que no maneja grandes niveles de mercadería en bodega ya que no cuenta con un amplio espacio físico en el almacén comercial.

3.7. Matriz FODA

Es una matriz de análisis que ayuda a conocer la situación en la que se encuentra una empresa con la finalidad de llevar a cabo con éxito el desarrollo de un proyecto. FODA son las iniciales de los componentes que conforman la matriz, que está integrada por: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Tabla 16 Matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
<p>(F1) La microempresa comercializa ropa de distintas marcas reconocidas, además de su propia producción bajo el nombre Soul.</p> <p>(F2) Realiza diseños exclusivos acorde a la moda.</p> <p>(F3) Sus precios son asequibles para el mercado.</p> <p>(F4) Realiza envíos a nivel nacional.</p> <p>(F5) Efectúa publicidad constante en redes sociales.</p> <p>(F6) Cuenta con una forma de incentivos y descuentos para sus clientes</p> <p>(F7) Recibe pagos en efectivo y con tarjeta.</p> <p>(F8) La empresa cuenta con un local familiar para la implementación de la planta de producción y el almacén.</p>	<p>(D1) Tiene niveles limitados de existencia en mercadería.</p> <p>(D2) La empresa Soul Store no es reconocida por todo el mercado meta.</p> <p>(D3) Cuenta con un espacio físico limitado en su local comercial.</p> <p>(D4) Falta de capital para invertir en el proyecto.</p> <p>(D5) Cuenta con poco personal para producir grandes cantidades.</p> <p>(D6) Existen costos elevados a las prendas de vestir de marcas internacionales.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>(O1) Existencia de líneas de crédito con tasas preferenciales para el sector industrial.</p> <p>(O2) El sector donde se encuentra ubicada cuenta con una amplia circulación de personas.</p> <p>(O3) La población del sector se encuentra conformada por mujeres en un mayor porcentaje.</p>	<p>(A1) Empresas dedicadas a la venta de ropa en el sector.</p> <p>(A2) Cierta competencia ofrece prendas de vestir femeninas a precios más bajos.</p> <p>(A4) Copias a los modelos exclusivos de la tienda.</p> <p>(A5) Altos costos de maquinaria con nueva tecnología para la producción.</p>

Elaborado por: La autora
Año: 2019

3.8. Cruces Estratégicos

3.8.1. Fortalezas – Debilidades

(F5-D2) La publicidad constante en las redes sociales permite que la empresa sea conocida en sectores más amplios.

(F8-D3) Haciendo uso del local familiar, se puede ampliar el espacio físico de las instalaciones para brindar una mejor atención a los clientes. Con esto se lograría unificar la planta de producción y el local comercial.

3.8.2. Fortalezas – Amenazas.

(F1-A1) La comercialización de distintas marcas reconocidas y la creación de una propia establece una ventaja competitiva ante las empresas que ofrecen ropa femenina.

(F6-A2y4) Mediante los descuentos e incentivos que ofrece la microempresa, se puede alcanzar la lealtad de los actuales y potenciales, para evitar que acudan a locales que ofrecen prendas similares a menor costo.

3.8.3. Oportunidades – Debilidades

(O1-D1) Aprovechar los créditos que ofrecen las instituciones financieras para abastecer al negocio con un amplio y variado stock de mercadería, de manera que se logre satisfacer las necesidades de los clientes.

(O2-D2) La ubicación de la empresa en el centro de la ciudad permite que las personas que circulan por el sector conozcan los productos que ofrece la entidad.

3.8.4. Oportunidades – Amenazas

(O1-A5) La consecución de créditos otorgados por entidades financieras, a tasas de interés preferenciales para el sector industrial, ayudará a adquirir todos los recursos necesarios para producir mayores cantidades de prendas de vestir femeninas.

3.9. Conclusión Diagnóstica

El estudio diagnóstico permitió conocer varios aspectos importantes de la ciudad de Ibarra para determinar la situación actual del entorno en el que se desarrollará el proyecto de inversión. De los resultados se obtuvo que la actividad económica que genera mayores ingresos al cantón es el comercio al por mayor y menor, y que la industria de manufactura no ha sido explotada en su totalidad. En cuanto a la microempresa se pudo conocer que al momento se dedica a la producción de 3 líneas de ropa y que su propósito es ampliar la producción para alcanzar un mayor segmento de mercado y ser competitivos ante empresas que se dedican a la misma actividad. En conclusión el trabajo a realizar representa una oportunidad de inversión que ayudará al progreso de la microempresa y a la mejora de su situación financiera, ya que el entorno muestra condiciones favorables para su desarrollo.

CAPÍTULO IV: Propuesta

4.1. Introducción

Este capítulo contendrá el desarrollo y análisis de cada una de las etapas que se realizarán con el fin de determinar la factibilidad y así poder tomar la decisión de invertir o no en el proyecto. Primero se encuentra el estudio de mercado que recoge información sobre el análisis de todas las variables necesarias para conocer las características del segmento meta en cuanto al producto que se va a fabricar y comercializar. En el estudio técnico se define la localización donde se desarrollará el proceso productivo, la ingeniería del proyecto que establece los procesos, el tamaño y el total de la inversión inicial requerida para financiar los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo necesario para el desenvolvimiento óptimo de la microempresa. Luego está el estudio económico en el cual se detallan las proyecciones de los ingresos, costos y gastos, se elaboran los estados financieros proforma y se realiza un análisis a partir de indicadores que permitan evaluar su viabilidad. Y el estudio organizacional que contiene la propuesta de una filosofía empresarial, organigrama y manual de funciones para lograr un desempeño eficiente de la empresa.

4.2. Objetivo

Estructurar una propuesta mediante la aplicación y análisis de diferentes tipos de estudios, los cuales permitan dar conocimiento sobre la capacidad y viabilidad del proyecto.

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

Introducción

El estudio de mercado consiste en la recolección de datos sobre el segmento meta que se quiere atender con el desarrollo del proyecto, es decir, se analizan una serie de variables como el comportamiento de la demanda y oferta que proporcionan información útil y necesaria para determinar la viabilidad de esta etapa. Uno de los aspectos más importantes es comprobar que existan potenciales consumidores para el producto que se va a comercializar, y establecer las características o preferencias que tiene el público objetivo, mediante la aplicación de una encuesta a una muestra específica de la población del sector. Según la información obtenida se planifican estrategias para obtener ventajas competitivas en cuanto al producto, precio, promoción y distribución.

4.1.1. Objetivos de Estudio de Mercado

Objetivo General

Elaborar un estudio de mercado a través de instrumentos de investigación de fuentes primarias y secundarias para un mejor conocimiento de las características del segmento meta.

Objetivos Específicos

- Analizar el comportamiento de la demanda de ropa femenina.
- Estudiar la estructura de la oferta de ropa femenina en el mercado.
- Identificar las características que prefieren los clientes del producto.
- Establecer el precio adecuado en función a la competencia.
- Determinar los medios de publicidad más convenientes.
- Establecer las mejores formas de promoción para los clientes.

- Definir los canales de distribución para la comercialización del producto.

4.1.2. Variables del Estudio de Mercado

Son los aspectos que se analizarán en este estudio para un mejor conocimiento del mercado en el que se centrará la empresa y poder realizar proyecciones a futuro que ayuden a determinar la viabilidad del proyecto.

4.1.3. Indicadores del Estudio de Mercado

Son los parámetros que permiten medir el comportamiento de las variables del estudio de mercado.

Tabla 17 Variables e Indicadores del Estudio Diagnóstico

Variables	Indicadores
Demanda	a) Costumbre de comprar prendas de vestir femeninas b) Motivo de compra c) Personas que realizan el pago d) Fechas de mayor consumo e) Lugares de mayor consumo f) Frecuencia de compra g) Segmento de mayor demanda
Oferta	a) Negocios similares b) Cantidad de productos en el mercado c) Precios de la competencia d) Productos que ofrecen e) Producto más solicitado f) Cantidad de prendas vendidas por la competencia g) Cantidad de clientes atendidos
Producto	a) Tipos de prendas b) Colores preferenciales c) Tallas d) Características del producto e) Aceptación del producto
Precio	a) Precio actual del producto b) Precio máximo a pagar c) Modos de pago
Publicidad	d) Medios de publicidad
Promoción	a) Promociones b) Descuentos c) Incentivos
Distribución	a) Punto de venta b) Venta on-line

Elaborado por: La autora
Año: 2019

4.1.4. Matriz de Variables del Estudio de Mercado

Tabla 18 Matriz de Variables del Estudio de Mercado

Objetivos	Variables	Indicadores	Técnica	Fuente	Informante
Analizar el comportamiento de la demanda de ropa femenina.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Costumbre de comprar prendas de vestir femeninas • Motivo de compra • Personas que realizan el pago • Fechas de mayor consumo • Lugares de mayor consumo • Frecuencia de compra • Segmento de mayor demanda 	Encuesta	Primaria	Mercado meta
Estudiar la estructura de la oferta de ropa femenina en el mercado.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Negocios similares • Cantidad de productos en el mercado • Precios de la competencia • Productos que ofrecen • Producto más solicitado • Cantidad de prendas vendidas por la competencia • Cantidad de clientes atendidos 	Entrevista Ficha de Observación	Primaria	Comercializadores de ropa femenina
Identificar las características que prefieren los clientes del producto.	Producto	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de prendas • Colores preferenciales • Tallas • Características del producto • Aceptación del producto 	Encuesta	Primaria	Mercado meta
Establecer el precio adecuado en función de los costos de producción y la competencia.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio actual del producto • Precio máximo a pagar • Modos de pago 	Ficha de observación Encuesta	Primaria	Comercializadores de ropa femenina Mercado meta
Determinar los medios de publicidad más convenientes.	Publicidad	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de publicidad 	Encuesta	Primaria	Mercado meta
Establecer las mejores formas de promoción para los clientes.	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Promociones • Descuentos • Incentivos 			
Definir los canales de distribución para la comercialización del producto.	Distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Punto de venta • Venta on-line 	Encuesta	Primaria	Mercado meta

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.1.5. Identificación del Producto

El proyecto busca analizar la posibilidad de la ampliación de la microempresa Soul Store que comercializa variada ropa de marcas reconocidas y fabrica exclusivamente tres líneas de prendas de vestir femeninas que son: camisetas, blusas y top crops, las cuales son variadas en cuanto a los modelos tallas y colores.

4.1.5.1. Características del Producto

Las camisetas, blusas y top crops son prendas de vestir femeninas que usan las mujeres para cubrir la parte superior del cuerpo, pueden ser confeccionadas con distintos materiales que cumplan con las exigencias de los consumidores para brindar satisfacción y comodidad a quien las usa.

Existe una gran variedad de modelos, colores y estampados para combinar con el resto del outfit de acuerdo a los gustos, preferencias y ocasiones para las que cada consumidor quiera adquirirlas.

Para las camisetas se ofrece variedad en tallas desde pequeñas hasta extragrandes, de manera que se pueda satisfacer las necesidades de toda mujer mediante diseños acoplados a la moda y a los gustos de cada generación.

Las blusas cuentan con una variedad de modelos para distintas ocasiones, para esta prenda de vestir se fabrican tallas pequeñas, medianas, grandes y extragrandes en varios colores.

Los top crops se encuentran dirigidos especialmente a la adolescencia por lo que cuenta con tallas pequeñas y medianas. Esta prenda suele ser usada por jóvenes y puede ser combinada de muchas formas creando varios estilos.

4.1.5.2. Ventajas del Producto

La microempresa cuenta con su propia línea de producción de prendas de vestir femeninas como son las camisetas, blusas y top crops; a parte de las marcas internacionales que comercializa.

Las prendas de vestir femeninas son confeccionadas con telas algodón y polialgodón y tienen precios accesibles para el mercado, ya que el canal de distribución es directo de fabricante a consumidor.

El personal de ventas brinda asesoramiento a los consumidores para facilitar una mejor elección de las prendas en cuanto a colores, tallas y modelos, los cuales sean acordes a la persona y la ocasión para la cual se usarán.

Fácil adquisición de los productos debido a que el local comercial se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra, en las calles Sánchez y Cifuentes entre Teodoro Gómez de la Torre y Luis Toromoreno.

4.1.6. Segmentación del Mercado

La segmentación de mercado es un proceso que permite extraer pequeños grupos de una población general, los cuales cuenten con características e intereses similares para analizar su comportamiento ante la demanda de un bien específico.

4.1.6.1. Variables de Segmentación

Para la determinación del segmento de mercado al que dirige el proyecto se tomará en cuenta las siguientes variables:

- **Segmentación Geográfica:** Ciudad de Ibarra
- **Segmentación Demográfica:** Habitantes de la ciudad de Ibarra, donde se considera únicamente a la población de género femenino dentro de un rango de edad entre los 15 y 64 años, ya que son el grupo de mayor interés para el proyecto.
- **Segmentación Económica:** Población económicamente activa de las mujeres que se encuentran en el segmento anterior.

A través de la segmentación de mercado se obtiene el mercado meta que corresponde a las mujeres de la ciudad de Ibarra entre los 15 y 64 años, representando a una población que se encuentra en edad de trabajar, cuenta con recursos económicos y por ende tienen la capacidad de realizar la compra de las prendas de vestir que comercializa la microempresa para satisfacer sus diferentes necesidades y gustos.

4.1.7. Mercado Meta

El mercado meta representa el conjunto de personas al cual se enfocará el proyecto de acuerdo al producto que se va a comercializar.

Tabla 19 Mercado Meta

Segmentación	%	Población
Población de la ciudad de Ibarra	100%	217.856
Población femenina	51,55%	112.305
Población femenina entre los 15-64 años	60,10%	67.495
Población económicamente activa (mujeres)	33,48%	22.597

Elaborado por: La autora

Año: 2019

De acuerdo con los criterios de segmentación de la ciudad de Ibarra, por género femenino y por rango de edad entre los 15-64 años, se determinó que el mercado meta para el proyecto está conformado por un total de 22.597 mujeres, quienes serían posibles

consumidoras de las prendas de vestir femeninas que ofrece la microempresa, ya que contarían con los recursos económicos necesarios para adquirir el producto.

4.1.8. Determinación de la Muestra

Para la determinación de la muestra se aplicará el muestreo aleatorio simple del método probabilístico, utilizando la formula establecida por Badii, Castillo y Guillen en su artículo denominado “Tamaño óptimo de la muestra”, con la cual se puede determinar una muestra representativa de la población total a la que se dirige el proyecto para la aplicación de las encuestas, la cual permita conocer y analizar el comportamiento, las características y preferencias que tienen los posibles consumidores ante el producto.

4.1.8.1. Fórmula

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

σ = Desviación estándar

Z = Nivel de confianza

e = Error de tolerancia

Datos:

n = ?

N = 22.597

σ = 0,5

Z = 1,96 (95% de confianza)

e = 0,05

Aplicación:

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

$$n = \frac{22.597 * 0,5^2 * 1,96^2}{(22.597 - 1)0,05^2 + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{22.597 * 0,25 * 3,8416}{22.596 * 0,0025 + 0,25 * 3,8416}$$

$$n = \frac{21.702,16}{56,49 + 0,9604}$$

$$n = \frac{21.702,16}{57,45}$$

$$n = 378$$

Mediante el cálculo de la fórmula estadística, se determinó un total de 378 encuestas para aplicar a los habitantes de la ciudad de Ibarra con el fin de conocer información útil para el desarrollo del estudio de mercado.

4.1.9. Técnicas de recolección de información

Para el análisis de la demanda se utilizará la encuesta, que permite obtener información relevante de los posibles consumidores de ropa femenina, en la oferta se realizarán entrevistas a los comerciantes de ropa femenina similar, para conocer la situación actual de esta actividad económica y se elaborará una ficha de observación para estudiar aspectos importantes de quienes representan la competencia para la microempresa.

4.1.10. Tabulación y Análisis de la Información

Se aplicó 378 encuestas a mujeres de la ciudad de Ibarra, de lo cual se obtuvo los siguientes resultados:

Datos Generales

Edad de las mujeres encuestadas

Tabla 20 Edad de las mujeres encuestadas

Alternativa	Frecuencia	%
15-25	222	59%
26-35	79	21%
36-45	56	15%
Más de 46	21	6%
Total	378	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

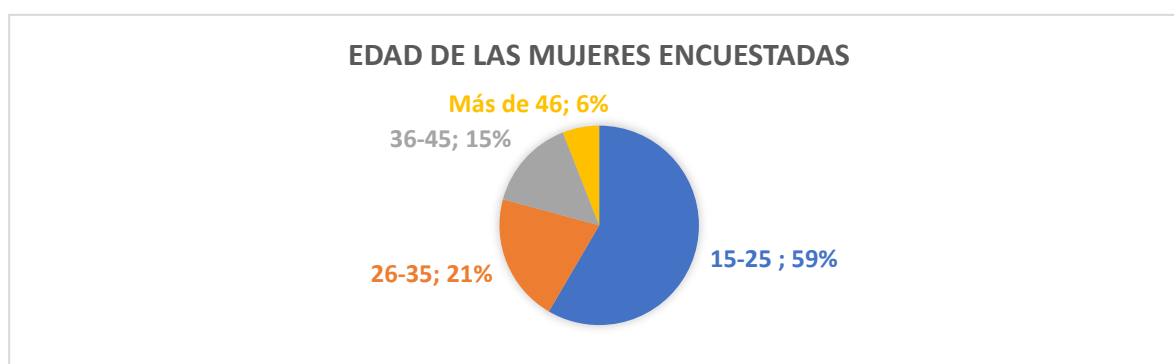


Gráfico 3 Edad de las mujeres encuestadas

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis

El mayor porcentaje de las mujeres encuestadas se encuentra en un rango de edad de 15 a 25 años con un 59% indicando que podría representar el mayor porcentaje de posibles compradoras y luego se ubican aquellas que tienen de 26 a 35 años en un 21%, siendo este un dato de suma importancia para la definición de estrategias de comercialización que permitan captar al público objetivo, a través de diseños con mayor énfasis en las características y preferencias que manifiesta aquel segmento de mercado para cumplir con los requerimientos de las demandantes.

Preguntas

1. ¿Acostumbra comprar prendas de vestir femeninas?

Tabla 21 Costumbre de comprar prendas de vestir femeninas

Alternativa	Frecuencia	%
Sí	378	100%
No	0	0%
Total	378	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019



Gráfico 4 Costumbre de comprar prendas de vestir femeninas

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

El 100% de la población encuestada de género femenino realizan compras de ropa femenina en algún momento, esto indica que cada mujer que forma parte del mercado meta segmentado estratégicamente para el proyecto, representa la existencia de un posible cliente para la microempresa ya que podría adquirir las prendas que se ofrecen.

2. ¿Por qué motivos compra prendas de vestir femeninas?

Tabla 22 Motivos de compra

Alternativa	Frecuencia	%
Por algún tipo de necesidad	111	21%
Por gusto	189	36%
Para estar acorde con la moda	117	22%
Para obsequiar	20	4%
Para vestirla en ocasiones especiales	88	17%
Total	532	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

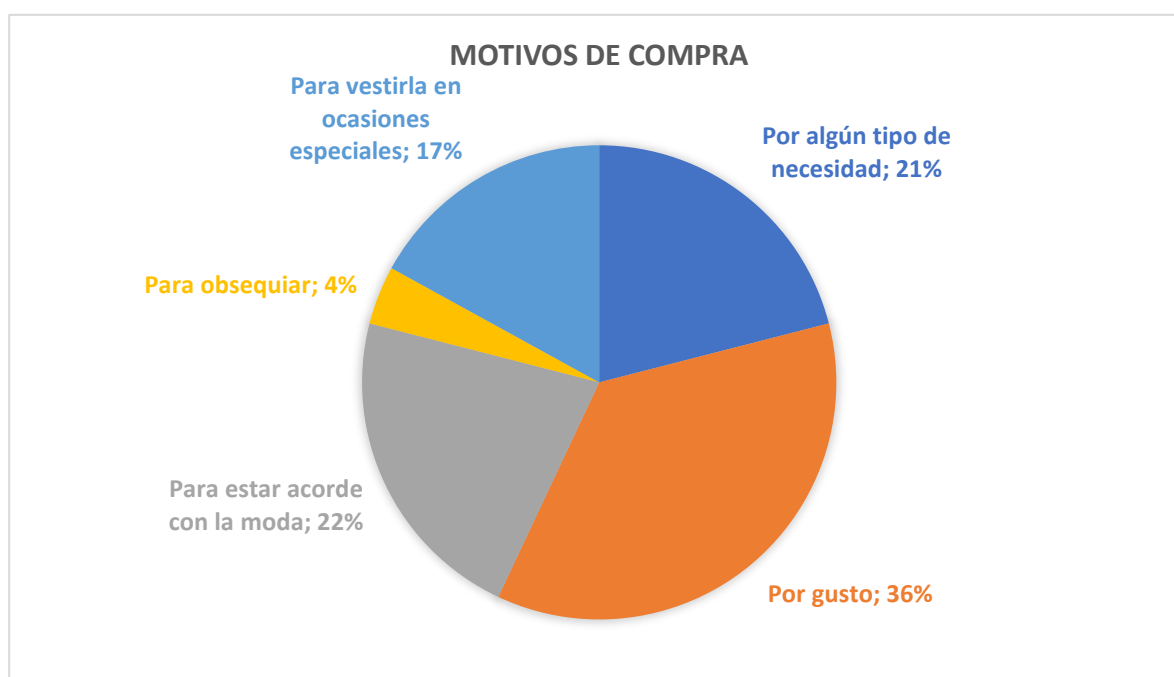


Gráfico 5 Motivos de compra

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

Los resultados de la encuesta muestran que un gran porcentaje de la población meta busca diseños innovadores y atractivos que capten su atención, acoplados a los cambios constantes de la moda y que satisfagan las necesidades de los clientes, por lo que las prendas deberán acoplarse a estas condiciones.

3. ¿Cuándo realiza compras de ropa femenina, quien realiza el pago?

Tabla 23 Pago de la ropa femenina

Alternativa	Frecuencia	%
Usted	292	69%
Padres	85	20%
Pareja	33	8%
Familiares	16	4%
Total	432	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

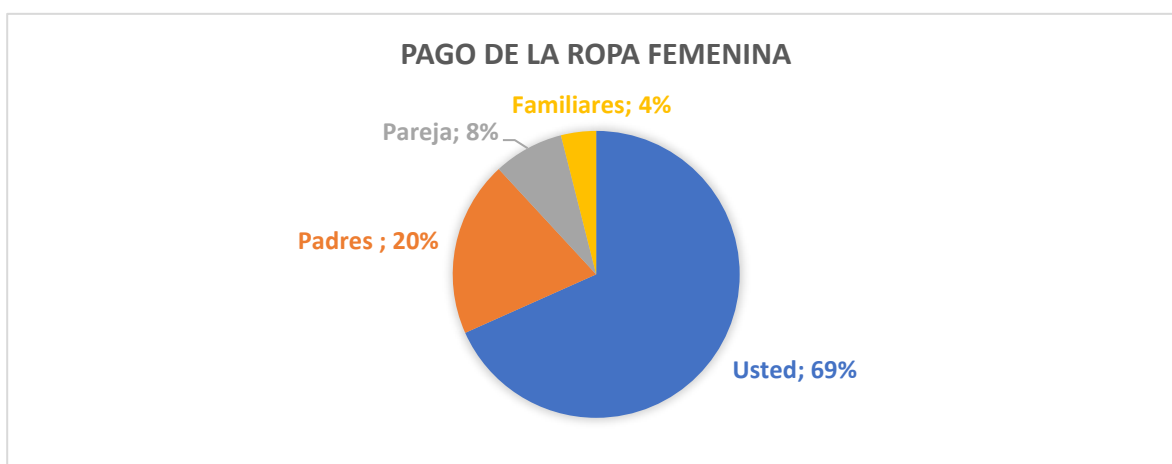


Gráfico 6 Pago de la ropa femenina

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

La mayoría de las personas encuestadas indican que son ellas mismas quienes financian las compras de prendas de vestir femeninas, lo que muestra que un gran porcentaje del público objetivo para el proyecto tiene la capacidad de adquirir el producto ya que cuentan con recursos económicos propios, una menor población muestra que los padres son los que realizan el pago, por lo que la publicidad deberá estar enfocada tanto a personas jóvenes como a padres de familia ya que son quienes en ocasiones efectúan la cancelación de dinero por las adquisiciones de este tipo de prendas de vestir.

4. ¿En qué fecha realiza mayores compras de ropa femenina?

Tabla 24 Fecha de mayor consumo

Alternativa	Frecuencia	%
Fin de año	195	36%
Black Friday	92	17%
Navidad	204	37%
Día de la mujer	24	4%
Día de la madre	34	6%
Total	549	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

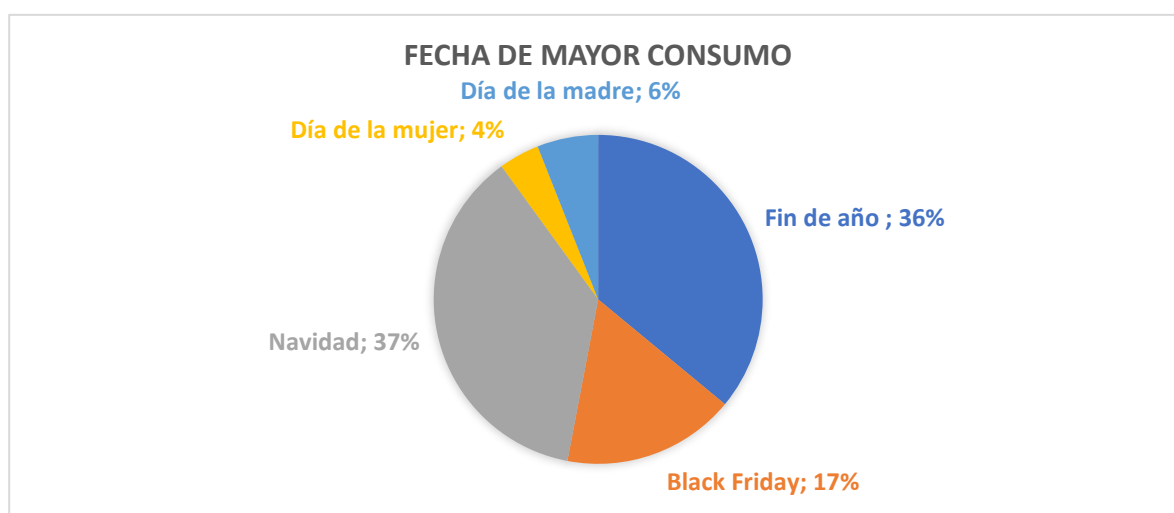


Gráfico 7 Fecha de mayor consumo

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

De acuerdo con los resultados proporcionados por la población encuestada, se refleja un mayor consumo en fin de año y en navidad, por lo que se debe tener un mayor stock de mercadería en estas fechas para satisfacer la necesidad o deseo de compra de cada demandante. Con un menor porcentaje del 17% se encuentra el Black Friday, que es una fecha donde existen grandes descuentos en las prendas de vestir femeninas. La microempresa brindará promociones especiales para estas fechas.

5. ¿En qué sitios acostumbra a realizar sus compras de ropa femenina?

Tabla 25 Sitio de mayor consumo

Alternativa	Frecuencia	%
Mercado	86	13%
Centros Comerciales	191	29%
Almacenes de Ropa	240	36%
Ferias	44	7%
Internet	45	7%
Catálogos	58	9%
Total	664	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

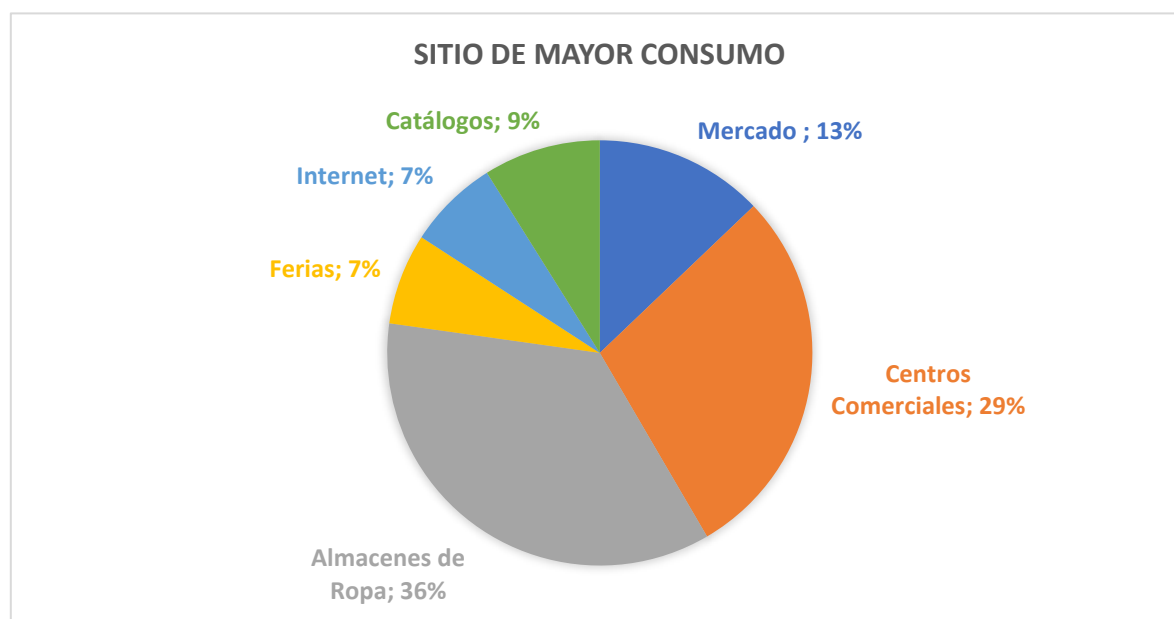


Gráfico 8 Sitio de mayor consumo

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

El 36% de las mujeres encuestadas realizan sus compras en almacenes de ropa y un 29% en centros comerciales, lo cual indica los sitios de preferencia del mercado meta. La microempresa se mantendrá siendo un almacén de ropa independiente, ya que el público objetivo prefiere adquirir las prendas en estos sitios por cuestiones de calidad.

6. ¿Con que frecuencia realiza compras de las siguientes prendas de vestir femeninas?

Tabla 26 Frecuencia de compra

Alternativa	Camisetas		Blusas		Top Crops	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Nunca	74	20%	15	4%	311	82%
Semanal	12	3%	24	6%	2	1%
Mensual	63	17%	138	37%	5	1%
Trimestral	79	21%	148	39%	15	4%
Semestral	150	40%	53	14%	45	12%
Total	378	100%	378	100%	378	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

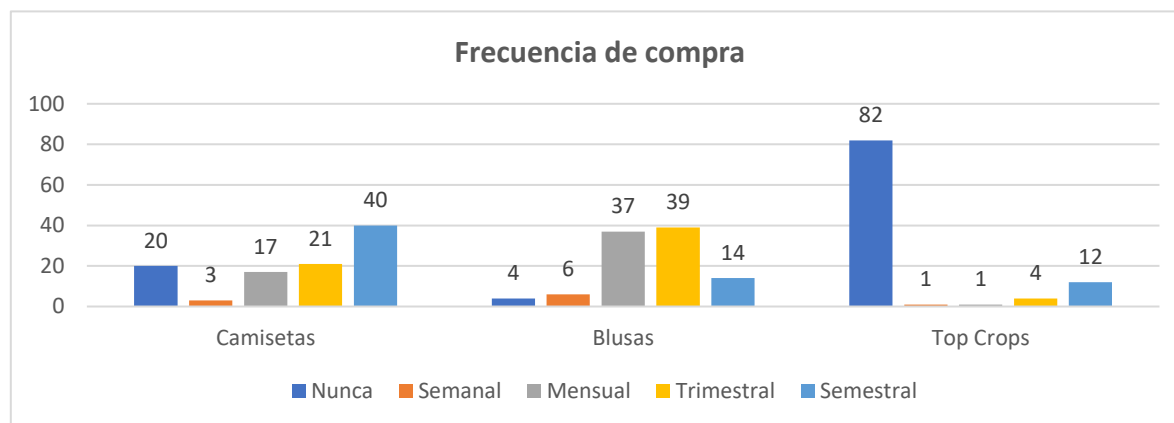


Gráfico 9 Frecuencia de compra

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

Los resultados de las encuestas manifiestan que: para las camisetas existe una mayor demanda de forma semestral, las blusas cuentan con una adquisición frecuente de manera trimestral y mensual; y, para los top crops el 82% de la población femenina no adquiere este tipo de prenda de vestir, mientras que tan sólo el 12% lo compra con una frecuencia semestral. El producto principal para el proyecto serían las blusas al ser el artículo más solicitado por el mercado, seguido de las camisetas y finalmente los top crops con el menor porcentaje. Este aspecto será tomado en cuenta al momento de emitir las ordenes de producción.

7. ¿Qué colores prefiere para las prendas mencionadas anteriormente?

Tabla 27 Colores de preferencia

Alternativa	Frecuencia	%
Claros	151	31%
Obscuros	245	50%
Pastel	75	15%
Fosforescentes	16	3%
Total	664	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

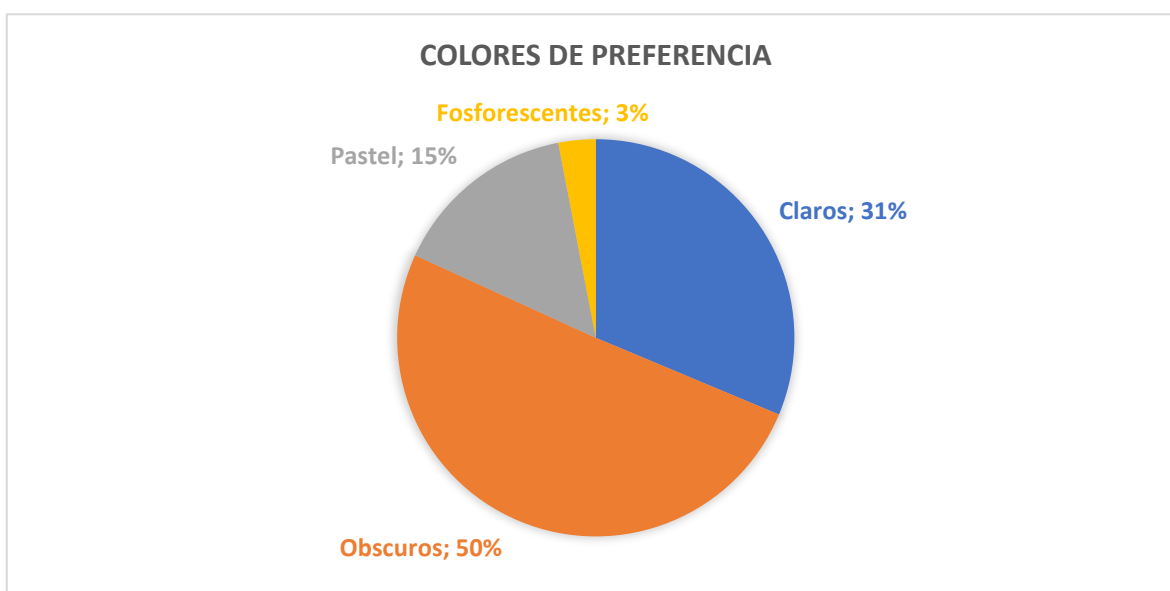


Gráfico 10 Colores de preferencia

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

Los análisis de la encuesta indican que la mayoría de la población femenina prefiere adquirir las prendas de vestir en colores oscuros, por lo que la elaboración de los productos a ofertar deberá tener un mayor enfoque en aquella tonalidad; tan sólo un moderado porcentaje gusta de colores claros y pastel, mientras que los colores neón no tienen mayor acogida en el mercado.

8. ¿Cuándo realiza sus compras de prendas de vestir femeninas, en qué tallas lo hace?

Tabla 28 Tallas de mayor consumo

Alternativa	Frecuencia	%
Pequeño	158	38%
Mediano	175	42%
Grande	69	16%
Extragrande	18	4%
Total	664	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

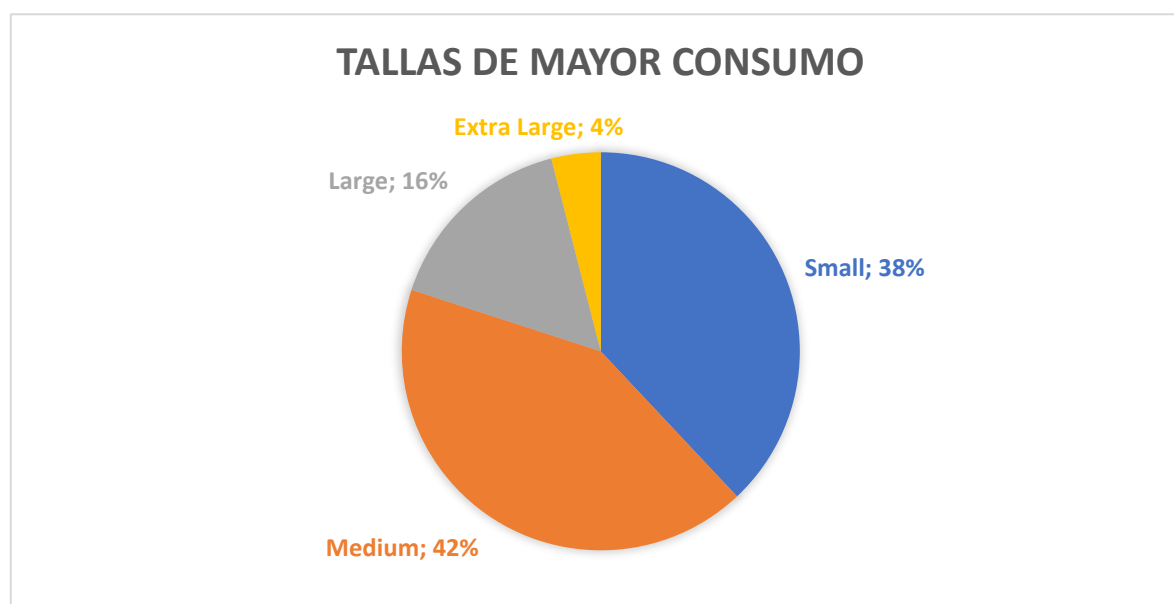


Gráfico 11 Tallas de mayor consumo

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

Existe una mayor demanda para las tallas mediano con un 42% y pequeño con un 38%, este dato indica que se deberá confeccionar las prendas en mayores cantidades con aquellas medidas. Sin embargo, no se debe dejar de lado las tallas grandes ya que también se tiene una demanda en menores porcentajes. Este aspecto será importante tomar en cuenta al planificar la producción de la microempresa.

9. ¿Qué aspectos considera importantes a la hora de comprar ropa femenina?

Tabla 29 Aspecto más importante

Alternativa	Frecuencia	%
Calidad	242	30%
Acabado	58	7%
Diseño	193	23%
Precio	191	23%
Material	94	11%
Marca	51	6%
Total	664	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

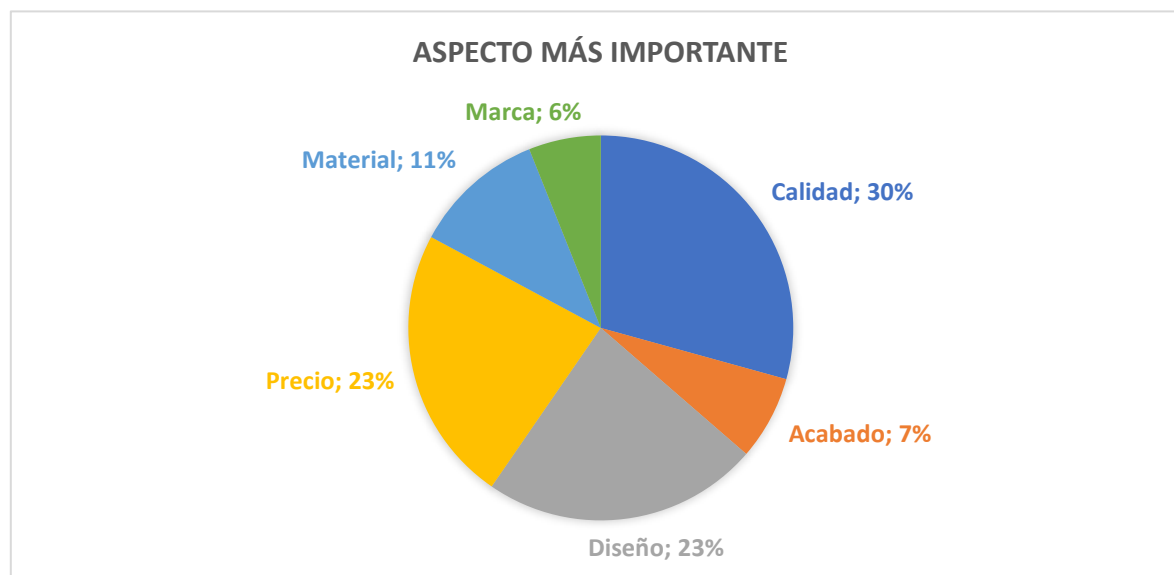


Gráfico 12 Aspecto más importante

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

Las encuestas realizadas muestran que la calidad es el aspecto más importante que la población toma en cuenta al momento de adquirir ropa femenina, otras cualidades que consideran significativas son el diseño y el precio. La microempresa deberá prestar mucha atención al escoger los materiales para la confección de las prendas, ofrecer modelos innovadores y establecer precios adecuados para el mercado.

10. ¿Estaría usted dispuesto a comprar una camiseta, blusa o top crop elaborados por una microempresa ubicada en la ciudad de Ibarra con tela algodón y poli algodón, a un precio razonable y con diseños acoplados a la moda actual?

Tabla 30 Aceptación del producto

Alternativa	Frecuencia	%
Sí	326	86%
No	52	14%
Total	664	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

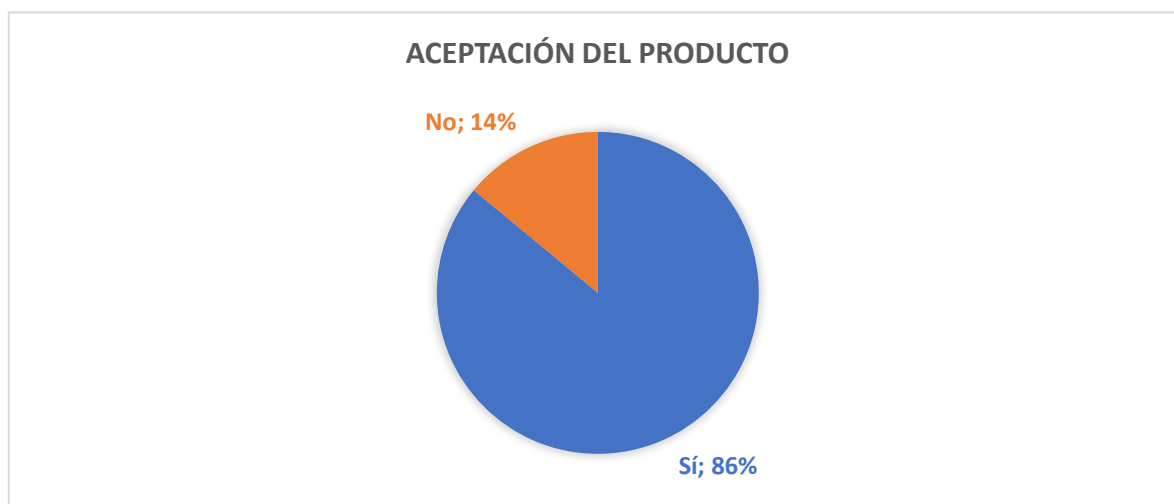


Gráfico 13 Aceptación del producto

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

De acuerdo con los resultados que se reflejan de la población encuestada, un 86% está dispuesto a adquirir las prendas de vestir elaboradas por la microempresa, y tan solo un 14% no lo desea. Por ende, existe una gran aprobación por parte del público objetivo para seguir adelante con la ampliación de la microempresa. Además, este dato permite calcular el total de las personas que representan la demanda para el proyecto.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada una de las siguientes prendas de vestir femeninas para adulto, elaboradas por la microempresa?

Tabla 31 Disposición de pago

Alternativa	Camisetas en tela algodón		Blusas en tela poli algodón		Top Crops en tela poli algodón	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
De 10 a 20 dólares	289	76%	245	65%	301	80%
De 21 a 30 dólares	83	22%	119	31%	63	17%
Más de 30 dólares	6	2%	14	4%	14	4%
Total	378	100%	378	100%	378	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

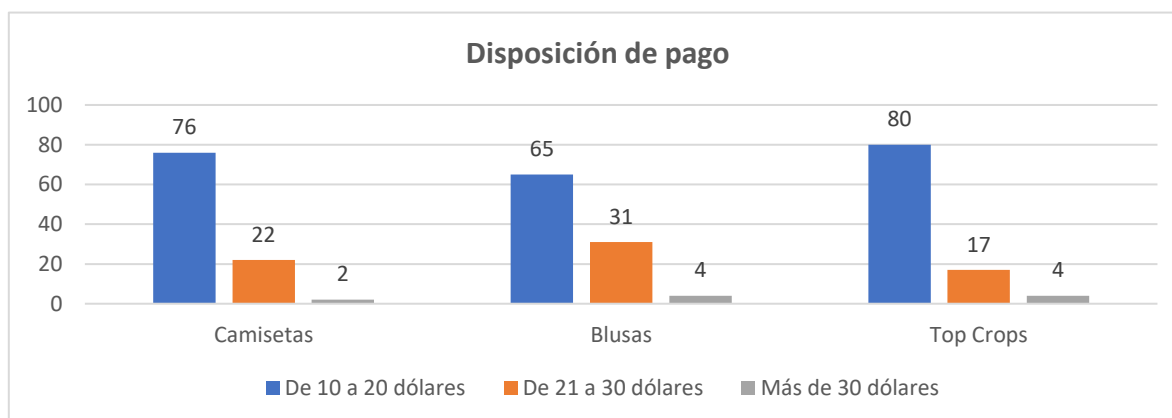


Gráfico 14 Disposición de pago

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

La mayor parte de la población encuestada muestra preferencia al menor precio que se ofrece el cual va de 10 a 20 dólares, mientras que un porcentaje moderado estaría dispuesto a pagar entre 21 y 30 dólares para cada una de las prendas. Este dato permite establecer un precio promedio para cada producto de acuerdo con los costos de producción. Según los costos históricos, los precios existentes en la microempresa son: \$17 camisetas, \$22 blusas y \$20 top crops. Es conveniente mantener o mejorar estos precios para los artículos, pues de

esta manera se logrará mantener la fidelidad de los clientes y conseguir nuevos, con la nueva producción que proporcionará la implementación del proyecto.

12. ¿Cómo prefiere pagar la compra de ropa femenina de la microempresa?

Tabla 32 Forma de pago

Alternativa	Frecuencia	%
Efectivo	299	65%
Tarjeta de crédito o débito	134	29%
Transferencia	15	3%
Depósito	11	2%
Total	459	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

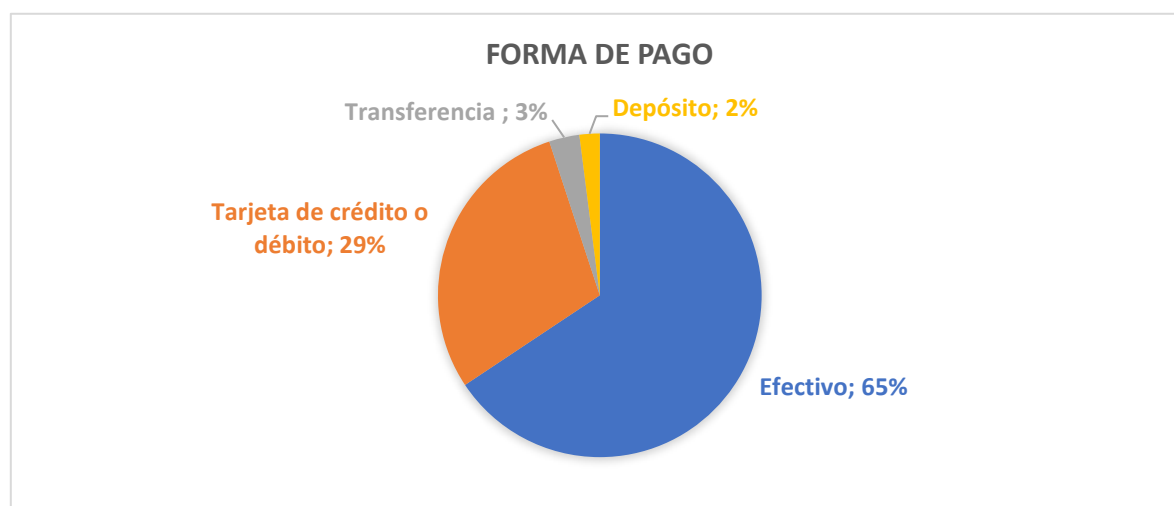


Gráfico 15 Forma de Pago

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

El 65% de los encuestados prefieren realizar el pago en efectiva y un 29% optan por utilizar las tarjetas de crédito o débito. La microempresa acepta todas estas formas por lo que da mayor facilidad de adquirir las prendas de vestir femeninas que ofrece a sus clientes, ya que podrán escoger la que mejor se acople a su disponibilidad.

13. ¿Cómo le gustaría recibir información sobre las promociones, descuentos y nueva mercadería de las prendas de vestir femeninas que ofrece la microempresa?

Tabla 33 Medio de publicidad

Alternativa	Frecuencia	%
A través de WhatsApp	182	31%
A través de Instagram	115	19%
A través de Facebook	137	23%
Página web de la microempresa	43	7%
Radio local	113	19%
Total	590	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019



Gráfico 16 Medio de publicidad y promoción

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

El medio más solicitado para recibir información de la microempresa son las redes sociales WhatsApp, Facebook e Instagram y la radio, por lo que se deberá realizar publicidad constante en estos medios sobre las promociones, descuentos y llegada de nueva mercadería para contar con la presencia de clientes frecuentemente y por ende con ventas continuas. Es conveniente que la microempresa se encuentre en constante comunicación con sus clientes, para ello cuenta con una base de teléfonos celulares de personas que han visitado el negocio, para mantenerlos informados.

14. Si su respuesta anterior fue la radio, ¿cuál estación es de su preferencia?

Tabla 34 Estación de radio

Alternativa	Frecuencia	%
Exa	63	62%
Vocú	6	6%
Mega	0	0%
Canela	32	32%
Otra	0	0%
Total	101	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

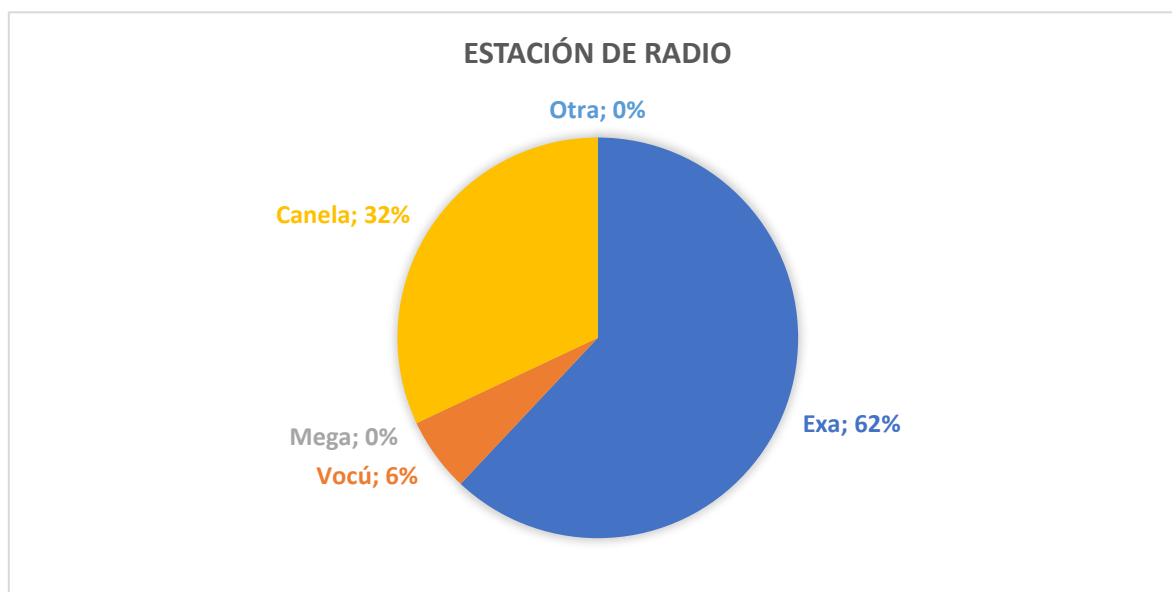


Gráfico 17 Estación de radio

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

En caso de realizar publicidad por la radio, se optaría por la estación Exa (93.9), ya que es la de mayor sintonía en el sector según los resultados que muestran las encuestas con un 62% de preferencia. Se contratarán paquetes mensuales de anuncios donde se dará a conocer sobre los nuevos productos que ofrece.

15. ¿Le gustaría adquirir las prendas de vestir que ofrece la microempresa a través del internet?

Tabla 35 Venta on-line

Alternativa	Frecuencia	%
Sí	269	71%
No	109	29%
Total	378	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

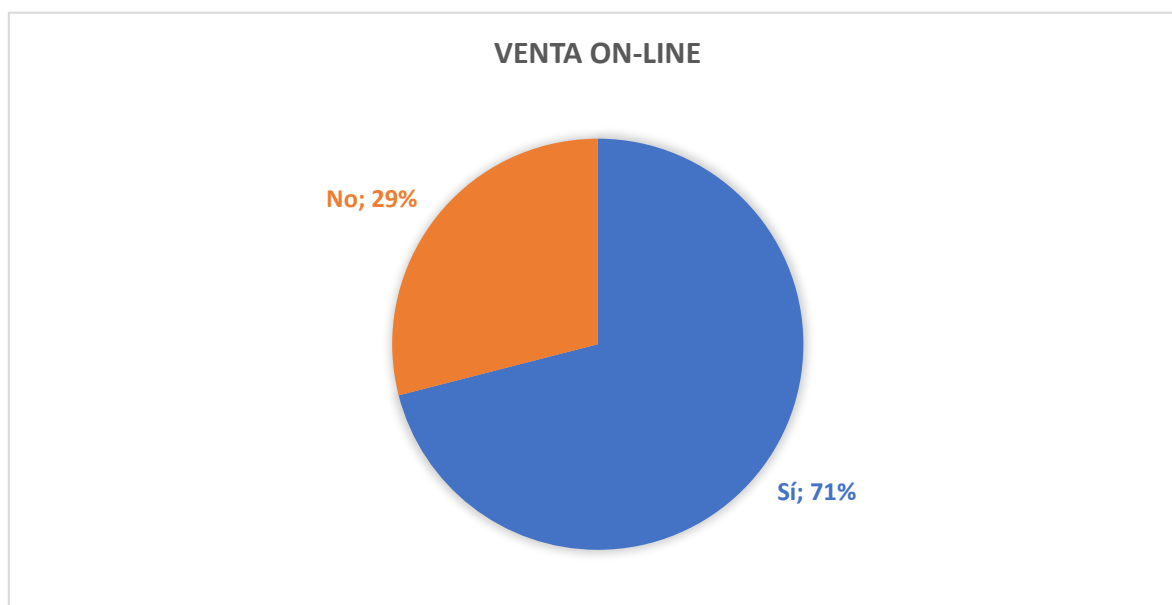


Gráfico 18 Venta on-line

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

El 71% de la población encuestada está de acuerdo con las ventas on-line, por lo que la microempresa podría dar la facilidad de realizar las compras a través de las redes sociales y mediante un medio de pago adecuado como el depósito o transferencias bancarias se concretaría la venta, haciendo llegar el producto hasta su destino final mediante la contratación del servicio que ofrece Servientrega.

16. ¿Qué formas de promoción le gustaría que brinde la microempresa?

Tabla 36 Forma de promoción

Alternativa	Frecuencia	%
Descuento del 10% en todas las prendas	167	30%
Descuentos especiales a compras de mayor consumo	78	14%
Descuentos y promociones en fechas especiales	138	25%
Obsequios a clientes frecuentes	165	30%
Total	548	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019



Gráfico 19 Forma de promoción

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Análisis:

Para las formas de promoción existe una preferencia con porcentajes iguales del 30% para los obsequios a clientes frecuentes y descuentos del 10% en todas las prendas en pagos al contado, seguido de los descuentos y promociones en fechas especiales las cuales pueden ser el Black Friday, Navidad, Fin de año, Día de la Madre y Día de la Mujer.

4.1.11. Demanda

La demanda consiste en la capacidad de adquirir los productos que se encuentran disponibles en el mercado y que cumplen con las expectativas de los consumidores, como son en este caso las camisetas, blusas y top crops.

Para el cálculo de la demanda se tomó en cuenta los siguientes datos:

Tabla 37 Determinación de la población demandante

Datos	2019
Mercado meta	22.597
* % de aceptación del producto	86%
= Total de personas demandantes al año	19.433

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

De acuerdo con la determinación del mercado meta que se obtuvo anteriormente a través de los criterios de segmentación, se multiplicó por el porcentaje de aceptación que tienen los productos, que representa el 86%, obteniendo un total de 19.433 demandantes anuales, dato que servirá de base para realizar las proyecciones de los siguientes años.

4.1.11.1. Demanda actual

Para determinar la cantidad de la demanda actual, se tomó en cuenta el total de personas que están dispuestas a adquirir los productos que ofrece la microempresa integrados por 19.433 y la frecuencia de consumo para cada producto que indicó la población en los resultados de la encuesta.

Tabla 38 Demanda actual por producto

Producto	Frecuencia de compra	%	Total mujeres	Equivalencia en años	Cantidad demandada anual
Camisetas	Nunca	20%	3.804	0	0
	Semanal	3%	617	52	32.081
	Mensual	17%	3.239	12	38.867
	Trimestral	21%	4.061	4	16.246
	Semestral	40%	7.712	2	15.423
Total demanda camisetas					102.617
Blusas	Nunca	4%	771	0	0
	Semanal	6%	1.234	52	64.161
	Mensual	37%	7.095	12	85.137
	Trimestral	39%	7.609	4	30.435
	Semestral	14%	2.725	2	5.450
Total demanda blusas					185.183
Top Crop	Nunca	82%	15.989	0	0
	Semanal	1%	103	52	5.347
	Mensual	1%	257	12	3.085
	Trimestral	4%	771	4	3.085
	Semestral	12%	2.314	2	4.627
Total demanda top crops					16.143

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El producto estrella para la producción de la microempresa lo constituyen las blusas, al ser la prenda de vestir femenina con una mayor frecuencia de adquisición por el público objetivo. Los productos secundarios son las camisetas y los top crops con una demanda inferior, esta distribución será tomada en cuenta para determinar las cantidades de las ordenes de producción a emitirse.

4.1.11.2. Proyección de la Demanda

Se tomará como base la demanda anual del año cero de cada producto, para proyectarla a 5 años que será la vida útil del proyecto. La tasa que se considera será el índice de crecimiento poblacional, que de acuerdo con las proyecciones del INEC para el año 2019 existe un promedio del 1,64%.

Para el cálculo de la proyección de la demanda se usará la siguiente fórmula:

$$C_n = C_0 (1 + i)^n$$

Aplicación:

$$C_1 = 102.617 (1 + 0,0164)^1$$

$$C_1 = 102.617 (1,0164)$$

$$C_1 = 104.300 \rightarrow \text{Cantidad demandada al año 1 de camisetas}$$

Tabla 39 Proyección de la cantidad demandada por producto

Año	Camisetas	Blusas	Top Crops
0	102.617	185.183	16.143
1	104.300	188.220	16.408
2	106.010	191.307	16.677
3	107.749	194.444	16.950
4	109.516	197.633	17.228
5	111.312	200.874	17.511

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.1.12. Oferta

La oferta está constituida por el conjunto de prendas de vestir femeninas que se encuentran en el mercado a disponibilidad de ser adquiridos en la ciudad de Ibarra a cambio de una contraprestación económica.

4.1.12.1. Resultados de la ficha de observación y entrevista

Con la utilización de la ficha de observación se logró conocer las empresas que ofrecen productos similares y de la misma calidad en la ciudad de Ibarra, ya que son quienes representarían la competencia directa para la microempresa.

Por medio de las entrevistas aplicadas a la competencia más representativa de cada sector donde se encuentran ubicadas, se pudo indagar el nivel de ventas promedio al mes de cada prenda de vestir femenina. Con este dato, se pudo realizar proyecciones para el resto de las empresas ubicadas en las mismas secciones.

Tabla 40 Comercializadores de ropa femenina

Ubicación	Nombre de los comerciantes	Prendas	Venta Mensual	Venta Anual
Plaza Shopping Center	Pinto	Camisetas	200	2.400
		Blusas	250	3.000
	Pasa	Camisetas	250	3.000
		Blusas	230	2.760
	Casa del Jean	Camisetas	85	1.020
		Blusas	110	1.320
	Eta Fashion	Camisetas	2.500	30.000
		Blusas	5.000	60.000
		Top Crops	125	1.500
	Aeropostale	Camisetas	300	3.600
		Blusas	150	1.800
	5.3	Camisetas	60	720
		Blusas	240	2.880
	AT collection	Camisetas	30	360
		Blusas	150	1.800
Top Crops		25	300	
Laguna Mall	Vatex	Camisetas	300	3.600
		Blusas	450	5.400
		Top Crops	90	1.080
	Azzaria	Camisetas	20	240
		Blusas	60	720
	RM	Camisetas	2.400	28.800
		Blusas	4.800	57.600
		Top Crops	95	1.140
	Casa del Jean	Camisetas	100	1.200
		Blusas	130	1.560
	Derick	Camisetas	750	9.000
	Captoos	Camisetas	200	2.400
		Blusas	150	1.800
	Mundo del Jean	Camisetas	60	720
		Blusas	45	540
	Jean Up	Camisetas	25	300
		Blusas	30	360
	Look	Blusas	35	420
Taty	Blusas	45	540	

Centro de la ciudad	Kalí	Camisetas	18	216
		Blusas	20	240
	Modelos Rossy	Blusas	50	600
	Tu moda	Blusas	70	840
		Top Crops	15	180
	Chikas Moda y Estilo	Blusas	18	216
		Top Crops	10	120
	Agata	Blusas	80	960
		Top Crops	25	300
	Mundo del Jean	Camisetas	60	720
		Blusas	45	540
	Ocasión Boutique	Camisetas	90	1.080
		Blusas	120	1.440
	Mua	Blusas	90	1.080
		Top Crops	30	360
	AT collection	Blusas	75	900
		Top Crops	25	300
	Monoxido	Blusas	60	720
	Pretty Woman Boutique	Camisetas	50	600
		Blusas	60	720
	Egipcy (2)	Camisetas	90	1.080
		Blusas	105	1.260
		Top Crops	45	540
	D/M boutique	Camisetas	40	480
		Blusas	70	840
		Top Crops	30	360
	Bella Ella (2)	Camisetas	65	780
		Blusas	130	1.560
		Top Crops	40	480
	Only moda boutique	Blusas	75	900
Top Crops		22	264	
Lili Modas	Camisetas	50	600	
	Blusas	115	1.380	
	Top Crops	18	216	
Diva Moda	Camisetas	60	720	
	Blusas	120	1.440	
	Top Crops	35	420	
Local 31	Blusas	45	540	
	Top Crops	35	420	
Local 15	Blusas	75	900	
	Top Crops	20	240	
Local 17	Camisetas	50	600	
	Blusas	115	1.380	
	Top Crops	22	264	
The closet	Blusas	45	540	
	Top Crops	27	324	
Carteras	Camisetas	50	600	
	Blusas	115	1.380	
	Top Crops	22	264	

Centro Comercial La Fortuna	Fashion Girls	Blusas	45	540
		Top Crops	27	324
	Local 25	Blusas	120	1.440
		Top Crops	30	360
	Local 8	Blusas	45	540
		Top Crops	30	360
	Wj Beauty	Blusas	60	720
		Top Crops	30	360
	Local 19	Camisetas	60	720
		Blusas	120	1.440
		Top Crops	33	396
	Local 22	Blusas	85	1.020
		Top Crops	25	300
	Family closet	Camisetas	40	480
		Blusas	80	960
		Top Crops	22	264
	Local 42	Blusas	80	960
		Top Crops	30	360
	Local 27	Blusas	75	900
		Top Crops	25	300
	Local 28	Camisetas	50	600
		Blusas	115	1.380
		Top Crops	27	324
	Buho store	Blusas	50	600
		Top Crops	20	240
	Local 54	Camisetas	60	720
	Blusas	120	1.440	
	Top Crops	30	360	
Local 53	Blusas	60	720	
	Top Crops	33	396	
Local 2	Camisetas	60	720	
	Blusas	120	1.440	
	Top Crops	32	384	
Local 5	Blusas	80	960	
	Top Crops	30	360	

Fuente: Ficha de observación, Entrevista

Elaborado por: La autora

Año: 2019

De acuerdo con los resultados de la ficha de observación, se pudo identificar la existencia de 56 empresas similares a Soul Store que comercializan los mismos productos.

A través de la entrevista también se pudo determinar que la mayoría de la competencia se dedican exclusivamente a la comercialización de casi todo tipo de ropa femenina, sólo un pequeño porcentaje fabrica las prendas que ofrece al mercado.

El producto más solicitado son las blusas en su gran mayoría, por lo que se constituye en el producto principal de fabricación para la microempresa y las tallas con mayor demanda son Small y Medium.

El segmento de mayor demanda son los adolescentes y luego están los adultos, sin embargo existen empresas que cuentan con clientes de todas las edades debido a la variedad de mercadería que ofrecen.

Además, mediante la ficha de observación se pudo conocer que el precio promedio para las prendas de vestir similares a las que fabrica la microempresa es: para las camisetas es de \$15, para las blusas \$21 y para los top crops \$18. Los colores con mayor stock son los claros y oscuros. Existen empresas que no ofrecen la venta de camisetas y top crops al mercado o no cuentan con suficiente mercadería de este tipo.

4.1.12.2. Oferta actual

Para la determinación de la oferta actual se utilizó la información obtenida en la ficha de observación y la entrevista, donde se detalla la venta anual promedio de cada producto por el total de la competencia existente.

Tabla 41 Oferta actual por producto

Prenda	Oferta mensual	Oferta anual
Camisetas	8.173	98.076
Blusas	14.833	177.996
Top Crops	1.180	14.160

Fuente: Ficha de observación, Entrevista

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.1.12.3. Proyección de la Oferta

Para determinar la proyección, se considera la oferta actual de cada prenda de vestir femenina y la tasa de crecimiento del sector textil que es del 0,3186%, dato que se obtuvo al multiplicar la tasa promedio de crecimiento del PIB en el sector de manufactura por el porcentaje que representa la industria textil en la composición del PIB ($4,4\% * 7,24\% = 0,3186\%$).

Para el cálculo de la proyección de la demanda se usará la siguiente fórmula:

$$Op = O_0(1 + i)^n$$

Aplicación:

$$O_1 = 98.076 (1 + 0,003186)^1$$

$$O_1 = 98.076 (1,003186)$$

$$O_1 = 98.388$$

Tabla 42 Proyección de la oferta

Año	Camisetas	Blusas	Top Crops
0	98.076	177.996	14.160
1	98.388	178.563	14.205
2	98.702	179.132	14.250
3	99.016	179.703	14.296
4	99.332	180.275	14.341
5	99.648	180.850	14.387

Fuente: Ficha de observación, Entrevista

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.1.13. Balance Demanda – Oferta

La diferencia al restar la cantidad demandada y la ofertada de cada año, da como resultado el total de la demanda insatisfecha por producto. Este valor se pretende cubrir al menos en un porcentaje, por medio de la elaboración de nuevas prendas de vestir en la microempresa.

Tabla 43 Balance Demanda – Oferta por Producto

Camisetas			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	102.617	98.076	4.541
1	104.300	98.388	5.911
2	106.010	98.702	7.308
3	107.749	99.016	8.732
4	109.516	99.332	10.184
5	111.312	99.648	11.663

Blusas			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	185.183	177.996	7.187
1	188.220	178.563	9.657
2	191.307	179.132	12.175
3	194.444	179.703	14.742
4	197.633	180.275	17.358
5	200.874	180.850	20.025

Top Crops			
Año	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	16.143	14.160	1.983
1	16.408	14.205	2.203
2	16.677	14.250	2.427
3	16.950	14.296	2.655
4	17.228	14.341	2.887
5	17.511	14.387	3.124

Fuente: Proyecciones demanda y oferta

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.1.14. Análisis de Precios

El precio es la cantidad de dinero que se asigna a las prendas de vestir femeninas que ofrece la microempresa, el cual es aceptado por oferentes y demandantes con el fin de concretar una venta y generar beneficios para ambas partes.

Para el análisis de precios de la ropa femenina que se va a producir y comercializar, se tomó en cuenta los resultados de las fichas de observación que se realizaron en varios lugares que ofrecen similares prendas de vestir.

Tabla 44 Precio por producto

Producto	Precio por unidad
Camisetas	\$15,00
Blusas	\$21,00
Top Crops	\$18,00

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.1.14.1. Proyección del precio

Para la proyección del precio se toma como base el precio establecido para cada producto y el porcentaje promedio de inflación de los últimos cinco años, que de acuerdo a los reportes del Banco Central del Ecuador se encuentra conformada de la siguiente manera:

Tabla 45 Inflación anual

Año	Inflación Anual
2015	3,38
2016	1,12
2017	-0,20
2018	0,27
2019	-0,07
Total inflación promedio	0,90%

Fuente: Reporte Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El cálculo de la proyección de precios para cada año, se realizó por medio de la siguiente fórmula:

$$P_1 = P_0 + (P_0 + \% \Delta \text{ promedio})$$

Aplicación:

$$P_1 = 15 + (15 * 0,009)$$

$$P_1 = 15 + (0,135)$$

$$P_1 = 15,14$$

Tabla 46 Proyección del precio

Año	Camisetas	Blusas	Top Crops
0	\$15,00	\$21,00	\$18,00
1	\$15,14	\$21,19	\$18,16
2	\$15,27	\$21,38	\$18,33
3	\$15,41	\$21,57	\$18,49
4	\$15,55	\$21,77	\$18,66
5	\$15,69	\$21,96	\$18,82

Fuente: Ficha de observación, Inflación promedio

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.1.15. Estrategias de Comercialización

Son aquellas acciones que se llevarán a cabo durante el desarrollo del proyecto, para lograr que la microempresa pueda alcanzar sus objetivos relacionados a la venta óptima de los productos que ofrece.

4.1.15.1. Producto

La microempresa ofrece una gran variedad de prendas de vestir femeninas importadas para adolescentes y adultas, de diferentes marcas reconocidas como Forever 21, American Eagle, H&M, entre otras.

Además, cuenta con su propia línea de producción bajo su marca denominada Soul, exclusivamente para tres tipos de prendas que son las camisetas, blusas y top crops.

El producto principal de la producción serán las blusas, ya que es la prenda de vestir femenina que constituye la mayor demanda en el mercado meta, el segundo producto serán las camisetas y finalmente los top crops en menor escala.

Los productos estarán acoplados a la moda actual y serán confeccionados en materiales de alta calidad como son las telas algodón y poli algodón para lograr la satisfacción de los clientes. Contarán con variedad de diseños atractivos, tallas y colores para todo tipo de gusto, teniendo mayor énfasis en los resultados que arrojan las encuestas, de tal manera que se pueda cubrir las exigencias y necesidades de los consumidores.

Cada producto contará con las etiquetas respectivas donde se pueda visualizar el nombre de la microempresa, la talla, los materiales utilizados en la confección e instrucciones de lavado recomendables para cada tipo.

En cuanto a la presentación de las prendas al público, se encontrarán colgadas en ganchos triangulares para permitir una mejor visualización de cada modelo y evitar la aparición de arrugas, así como maniqués que vistan la ropa fabricada.

La microempresa brindará el servicio de costurera para afinar arreglos a las prendas que comercializa, según los requerimientos que necesiten los clientes.

4.1.15.2. Precio

La fijación de precios se establecerá en función de los costos y gastos incurridos en la confección y comercialización de cada prenda de vestir, considerando un margen de utilidad para la microempresa.

Los precios tendrán concordancia con los que mantiene la competencia que ofrece prendas de vestir similares, y tendrán ligeras variaciones de acuerdo al material y diseño que se realice.

4.1.15.3. Plaza

La microempresa se encontrará ubicada en el centro de la ciudad, en las calles Sánchez y Cifuentes entre Teodoro Gómez de la Torre y Luis Toromoreno. Es un lugar que presenta condiciones favorables y amplia circulación de personas para lograr la comercialización de los productos. De igual forma, los resultados de las encuestas aplicadas al mercado meta del proyecto, indican que el público prefiere realizar sus compras en almacenes de ropa particulares por lo que Soul Store cumple con esta condición.

Para la ampliación de la microempresa, no existirá mayor cambio en cuanto a la ubicación de la misma, debido a que el nuevo local se encontrará a tan sólo pasos del punto de venta actual.

También se optará por comercializar las prendas de vestir femeninas al por mayor, a los locales del sector que deseen adquirir el producto para ofrecer a sus clientes.

4.1.15.4. Promoción

Existirán distintos tipos de promoción que permitan captar la atención de los clientes, para motivarlos a realizar la acción de compra y alcanzar su fidelidad.

La microempresa incluirá las siguientes: descuentos del 10% a todas las prendas que adquieran al contado, promociones en fechas especiales como navidad, fin de año y black friday, ya que fueron las opciones de mayor consumo según la población encuestada, y

obsequios como aretes o pulseras a los clientes frecuentes o a quienes realicen compras de varios artículos.

4.1.15.5. Publicidad

Para dar a conocer al público meta la mercadería que ofrece la microempresa, así como también las ocasiones en las que se establecen nuevas promociones y descuentos, se utilizarán las redes sociales al ser el medio más solicitado según los resultados que muestran las encuestas.

Las redes sociales a utilizarse serán: WhatsApp mediante mensajes de difusión para los clientes que opten por dejar su número telefónico para recibir dicha información; Facebook e Instagram a través de publicaciones constantes con fotografías de la ropa femenina, información del precio, tallas disponibles y colores.

Una de las facilidades que brindarán las redes sociales, es que los clientes tendrán la oportunidad de reservar de las prendas de vestir femeninas que sean de su agrado para evitar que se agote antes de que puedan visitar el local comercial. Otra ayuda es que las personas que viven en sectores lejos de la ciudad de Ibarra, podrán efectuar compras on-line mediante mensajes, efectuar el pago a través de transferencias bancarias o depósitos y el producto será enviado mediante el servicio de Servientrega.

Otra forma de publicitar las prendas de vestir femeninas que fabrica y comercializa la microempresa Soul Store, será a través de anuncios publicitarios por medio de una estación de radio, para que la población de Ibarra esté informada de que se realizarán ventas al por mayor y menor.

4.1.16. Conclusiones del Estudio de Mercado

- Actualmente existe una gran demanda para las blusas, con una mayor frecuencia de compra de manera mensual y trimestral, las camisetas reflejan una periodicidad semestral y los top crops tienen un nivel bajo de adquisición, por lo que constituyen el producto de menor producción para el proyecto.
- La ciudad de Ibarra cuenta con un amplio número de comerciantes de ropa femenina, sin embargo, 56 empresas representan la competencia para Soul Store al ofrecer productos de calidad similar.
- Mediante el análisis de demanda-oferta, se manifiesta una demanda insatisfecha, por lo que el proyecto cuenta con viabilidad de mercado.
- Un 86% de la población universo para el proyecto, expresa aceptación a los productos que fabrica y comercializa la microempresa.
- Soul Store cuenta con una diferenciación ante los comerciantes de ropa femenina, al ofrecer prendas de vestir de marcas internacionales, a más de las de su propia producción.
- Ofrece el servicio de costurera para realizar arreglos a las prendas de vestir femeninas de acuerdo a las necesidades de los consumidores.
- El precio establecido para las blusas, camisetas y top crops producidos por Soul Store serán similares, en relación a los de la competencia.
- La ubicación actual es beneficiosa para la microempresa, ya que al estar físicamente en el centro de la ciudad, permite que los clientes puedan acceder con facilidad al local comercial y conocer los productos que se ofrecen.

- Las estrategias de promoción establecidas como descuentos, promociones y obsequios permiten mejorar constantemente los niveles de venta de la empresa y por ende sus ganancias.
- La forma de brindar información al público objetivo acerca de la microempresa y los productos ofertados será a través de publicaciones en las redes sociales Facebook e Instagram, mensajes de texto en WhatsApp y anuncios en la radio.

4.2. ESTUDIO TÉCNICO

Introducción

En el Estudio Técnico se define la macro y micro localización del lugar donde se instalará la planta y se determina la ingeniería del proyecto que consiste en la distribución del espacio físico para todas las áreas que tendrá la microempresa. Igualmente, se establece el tamaño del proyecto, donde se dará a conocer la capacidad de producción anual, los procesos, la maquinaria, los insumos y el personal que será necesario para lograr la confección y comercialización de las prendas de vestir femeninas. Finalmente, se detallará el total de la inversión inicial y su destino, el cual será para financiar la adquisición de los activos fijos y el capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto hasta que este pueda mantenerse por sí solo, mediante la otorgación de un crédito y el capital propio de los inversionistas.

4.2.1. Objetivos del Estudio Técnico

Objetivo General

Estructurar un estudio técnico a través de instrumentos de investigación que permitan definir los aspectos generales de la infraestructura, los recursos materiales, tecnológicos, económicos y humanos necesarios para el desempeño óptimo del proyecto.

Objetivos Específicos

- Precisar la localización específica donde se asentará la microempresa.
- Definir la distribución del espacio físico para el normal desarrollo de las actividades.
- Determinar el tamaño del proyecto y la capacidad de producción.

- Detallar los procesos para la adquisición de materia prima, producción y comercialización de las prendas de vestir femeninas.
- Definir la maquinaria, insumos y personal que se requiere adquirir o contratar.
- Cuantificar el tamaño de la inversión inicial necesaria para el funcionamiento de la microempresa.

4.2.2. Localización del Proyecto

Consiste en determinar la macro y micro localización del lugar donde se realizará la implementación de la planta y local comercial de la microempresa.

4.2.2.1. Macro localización

Se refiere a la ubicación que tendrá el proyecto a nivel nacional, especificando la región, provincia y ciudad. La ubicación geográfica donde se encontrará la microempresa de ropa femenina Soul Store es en el territorio ecuatoriano, en la región sierra norte, zona 1, provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra.

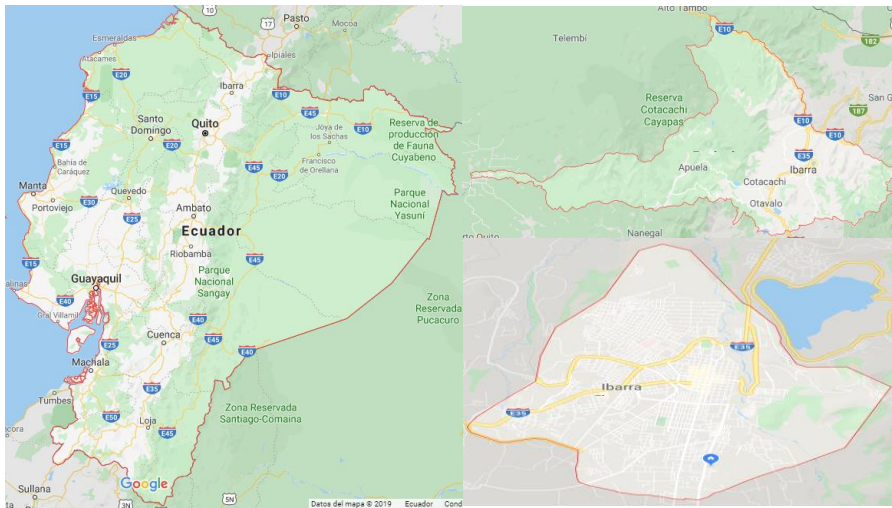


Gráfico 20 Macro localización del proyecto

Fuente: Google Maps

Año: 2019

4.2.2.2. Micro localización

Es la determinación del punto preciso dentro de la macro localización donde se construirá la microempresa. El inversionista cuenta con un local familiar, el cual será arrendado para la instalación de la planta de producción y el punto de venta, por un costo mensual de \$700. Su ubicación es en la ciudad de Ibarra, en la parroquia del sagrario, en la calle Sánchez y Cifuentes entre la Avenida Teodoro Gómez de la Torre y Luis Toromoreno.



Gráfico 21 Micro localización del proyecto

Fuente: Google Maps

Año: 2019

El lugar específico en el que se instalará la microempresa, se encuentra ubicado en el centro de la ciudad Ibarra, en un sector que manifiesta diferentes actividades comerciales, por lo que facilita la adquisición de materia prima, mano de obra e insumos necesarios para la producción de las prendas de vestir femeninas. Cuenta con una superficie de 110 metros cuadrados, servicios básicos, vías de acceso vehicular y peatonal hacia el sitio, estación de transporte público y por ende, abundante circulación de personas y vehículos.

4.2.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto consiste en determinar la distribución del espacio físico del lugar donde será instalada la microempresa. El local que se utilizará para el negocio, cuenta con 13,8 m² de largo y 8 m² de ancho, dando un total de 110 m², el cual será distribuido para todas las áreas existentes de la siguiente manera:

Tabla 47 Distribución de espacios en metros cuadrados

Áreas	Metros Cuadrados
Producción	30 m ²
Bodega de materia prima e insumos	10m ²
Bodega de productos terminados	5 m ²
Baño	5 m ²
Administración	10 m ²
Comercialización	50 m ²
Total metros cuadrados	110 m²

Elaborado por: La autora

Año: 2019

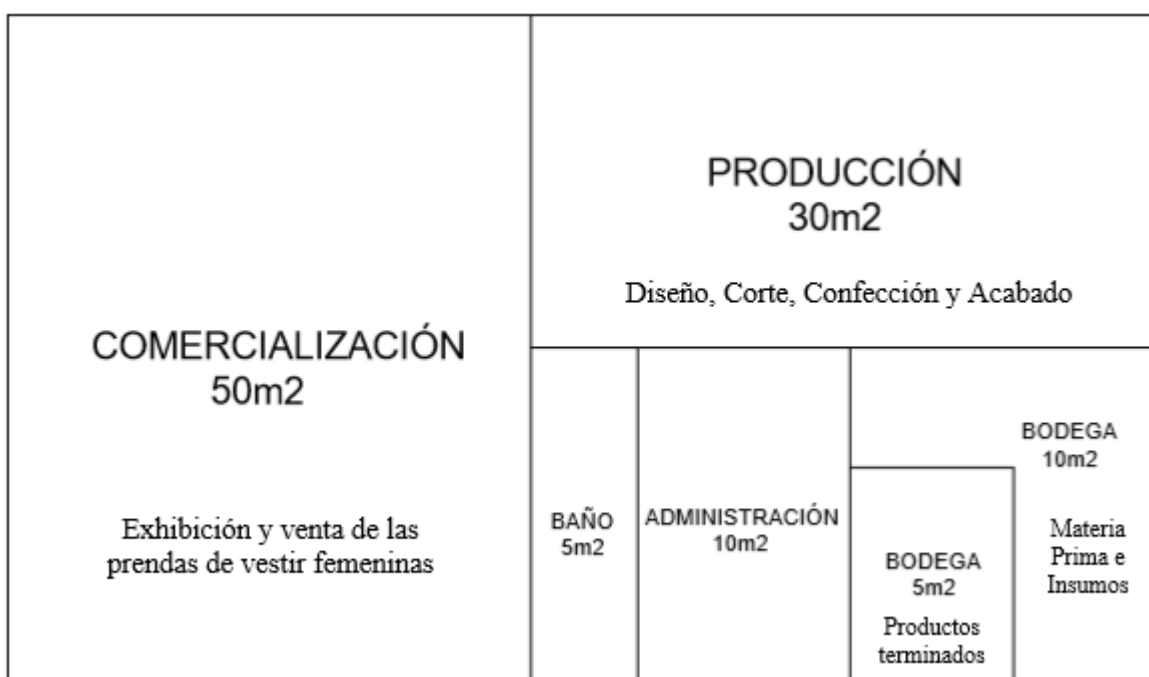


Gráfico 22 Distribución de las áreas en metros cuadrados

Elaborado por: Arq. Pablo Almeida

Año: 2019

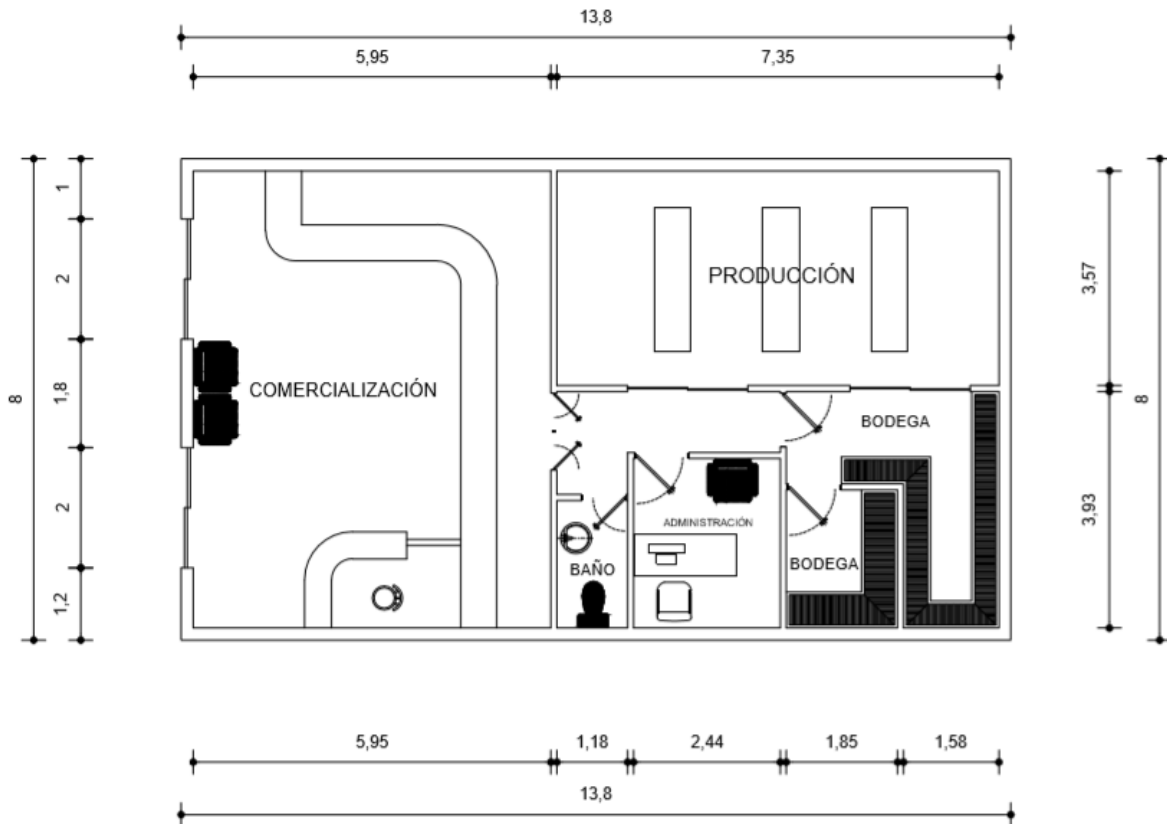


Gráfico 23 Distribución de las áreas en el terreno

Elaborado por: Arq. Pablo Almeida

Año: 2019

4.2.4. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto será determinado en base a la capacidad que tendrá la microempresa para producir las prendas de vestir femeninas en un lapso de tiempo establecido y el tamaño de la inversión necesaria para la ampliación de la planta y el local comercial.

4.2.4.1. Disponibilidad de Materia Prima

La principal materia prima que constituyen las prendas de vestir femeninas que confeccionará la microempresa es la tela algodón para las camisetas y poli algodón para las blusas y top crops. También será necesario la adquisición de insumos textiles como el hilo.

Los principales proveedores para la microempresa serán:

Tabla 48 Principales proveedores de telas e insumos

Proveedor	Producto	Ubicación
Mercantil Garzón	Telas	Ibarra
Sin Costuras	Telas	Ibarra
Textiles Aiditex	Telas	Ibarra
Nortextil	Telas	Atuntaqui
Portofino	Telas	Atuntaqui
Enkador	Insumos	Atuntaqui
D'Mauri	Insumos	Atuntaqui

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.4.2. Disponibilidad de Mano de Obra

La planta de producción de la microempresa se instalará en centro de la ciudad de Ibarra, donde se encuentran ubicadas instituciones como el Gremio de Sastres y Modistas, El Centro Artesanal María Angélica Idrobo, que ofrecen capacitación y formación académica en la rama de confección, permitiendo que en el lugar exista personal debidamente calificado en el área.

Para el área de producción, se deberá contar con 3 costureras a tiempo completo que se dediquen a la confección de las blusas, camisetas y top crops, y 1 diseñadora a medio tiempo para que elabore los modelos de las prendas de vestir acomodándose a la moda del momento.

El horario de trabajo para la mano de obra establecida para la planta, será de 09h00 a 13h00 y de 14h00 a 18h00, la diseñadora trabajará 4 horas diarias y las costureras 8.

4.2.4.3. Disponibilidad de Financiamiento

Para la óptima ejecución del proyecto es necesario contar con un financiamiento externo a los recursos propios con los que cuentan los propietarios de la microempresa.

BanEcuador es una institución financiera pública que otorga microcréditos para cubrir los costos y gastos necesarios en emprendimientos de producción y comercialización, como activos fijos y capital de trabajo, ofrece montos de financiamientos que van hasta los \$59.100, a una tasa de interés reajutable del 16%. La forma de pago se ajusta al flujo de caja del proyecto, pudiendo ser de manera mensual, bimensual, trimestral, semestral, anual o al vencimiento. Existe un plazo de hasta 10 años de acuerdo al destino de la inversión. Por ende, el proyecto será financiado por la misma, ya que al ser parte del Estado ofrece mayores facilidades de pago y menores tasas de interés.

4.2.5. Capacidad Instalada

La capacidad instalada hace referencia al nivel de producción que se conseguiría sin interrupción alguna durante todo un día, la capacidad normal es aquella que se obtiene en condiciones corrientes y la capacidad utilizada representa un porcentaje de la anterior debido a situaciones incontrolables que se puedan presentar durante un periodo de tiempo.

Para determinar la capacidad de producción normal que tendría la microempresa, se tomó en cuenta el tiempo estimado de confección para cada una de las prendas de vestir femeninas de acuerdo a los datos históricos y la mano de obra disponible para la producción de la ropa femenina que serán 3 costureras, trabajando en horario de 8 horas diarias, los cinco días de la semana.

Tabla 49 Capacidad de producción normal

Prenda de vestir	Tiempo de confección	Minutos diarios	Cantidad por Costurera	Cantidad Diaria	Cantidad Mensual	Cantidad Anual
Blusa	58 minutos	290	5	15	300	3.600
Camiseta	46 minutos	138	3	9	180	2.160
Top Crop	52 minutos	52	1	3	60	720
Total		480 (8h)	9	27	540	6.480

Fuente: Datos Históricos Soul Store

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Debido a que el producto que refleja mayor demanda en el mercado son las blusas, se estimó una mayor cantidad de producción para esta prenda, seguido de las camisetas y por último los top crops al ser el artículo con menor preferencia en el segmento meta.

Para determinar el nivel de producción estimado que tendría la microempresa Soul Store, se considera una capacidad utilizada en base a los siguientes parámetros:

- Capacidad normal: 540 prendas mensuales
- Capacidad efectiva: 90%
- Capacidad de eficiencia: 89%

La capacidad utilizada es igual a la capacidad normal por la capacidad efectiva y por la capacidad de eficiencia:

- Capacidad utilizada: $540 * 0,90 * 0,89 = 432$ prendas mensuales

De acuerdo a los cálculos, se determina que la microempresa está en la capacidad de producir 432 prendas de vestir femeninas mensualmente y 5.184 anualmente, cubriendo un porcentaje de la demanda insatisfecha de cada producto como se indica a continuación:

Tabla 50 Capacidad de producción utilizada

Prenda de vestir	Producción Mensual	Producción Anual	% Demanda Insatisfecha a Cubrir
Blusas	240	2.880	64%
Camisetas	144	1.728	24%
Top Crops	48	576	29%
Total	432	5.184	

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.6. Mapa de Procesos

Es una representación gráfica o diagrama de valor que contiene los procesos estratégicos, operativos (cadena de valor) y de apoyo o soporte que se manejan en la empresa.

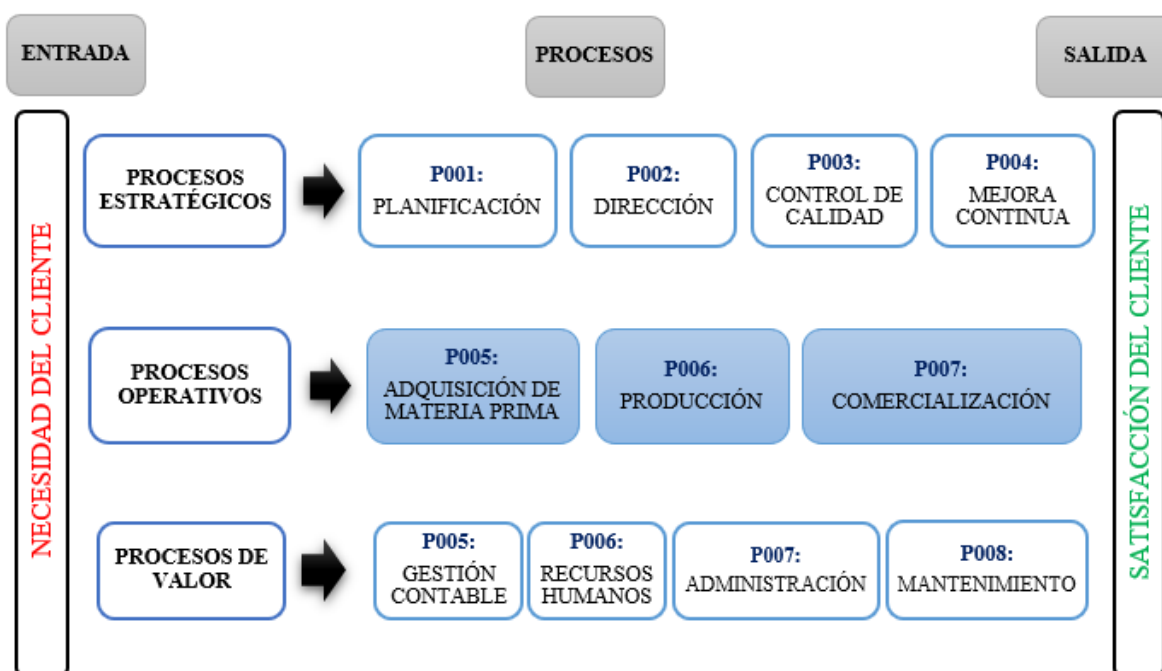


Gráfico 24 Mapa de Procesos

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.7. Manual de Procesos

El manual de procesos permite la gestión correcta de cada proceso operativo que se lleva a cabo dentro de la organización.

4.2.7.1. Adquisición de Materia Prima

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
Código:	P005		
Edición N° 01		Pág. 1 de 9	

1. Propósito

Seleccionar los mejores proveedores de cada tipo de material que se utiliza en la confección de las prendas de vestir femeninas, para evitar inconvenientes, fallos o pérdidas en la obtención del producto final como son las camisetas, blusas o top crops.

2. Alcance

Este proceso se lleva a cabo desde la selección de los proveedores hasta la adquisición de los materiales en perfecto estado.

3. Responsables

- Propietario
- Costureras
- Diseñador

4. Glosario

- **Materia Prima:** Se refiere a cada material que será utilizado en el proceso de transformación hasta la obtención de un producto de consumo para las personas.
- **Proveedores:** Aquella persona que abastece a distintas entidades con bienes o servicios para que posteriormente sean procesados o directamente vendidos al consumidor final.

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
Código:	P005		
Edición N° 01		Pág. 2 de 9	

- **Producto:** Resultado de un trabajo que tiene la finalidad de satisfacer la necesidad del consumidos por medio de su adquisición.
- **Adquisición:** Hace referencia a la acción de comprar cualquier cosa que tiene un valor económico establecido.

5. Políticas del proceso

- El diseñador será el encargado de definir el tipo de material y la cantidad necesaria para la confección de cada prenda de vestir, de acuerdo a las características que se presenten para cada producto.
- Se deberá notificar por escrito al gerente propietario la orden de compra con las especificaciones necesarias para dar paso a la adquisición.
- El gerente propietario seleccionará al proveedor que brinde mejor calidad, precio y formas de pago.
- Una costurera tendrá la responsabilidad de realizar la compra de los materiales en un horario establecido.
- Se deberá verificar que el pedido se encuentre completo y en buenas condiciones.
- Cualquier daño, falla u observación que se tenga, se deberá notificar al instante al propietario para solicitar una devolución del dinero o del producto.

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
Código:	P005		
Edición N° 01			Pág. 3 de 9

6. Indicador de desempeño

Tabla 51 Indicador – Nivel de ventas sobre gastos incurridos

Nombre:	Nivel de ventas sobre gastos incurridos			
Descripción:	Este indicador de eficiencia permitirá medir el presupuesto de gastos que tendrá la empresa por cada dólar generado.			
Fórmula	Frecuencia	Fuente	Responsable de Medición	Responsable de Análisis
\$ Ventas / \$ Gastos	Mensual	Facturas de ventas Facturas de compras	Costurera	Contador

Elaborado por: La autora

Año: 2019

7. Documentación o formatos del proceso

Tabla 52 Documentación – Adquisición de Materia Prima

Código	Documentos
DocSC	Solicitud de compra
DocCP	Cotización de precios
DocFcC	Factura
DocKMP	Kardex de materia prima

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.7.2. Producción

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
Código:	P006		
Edición N° 01		Pág. 4 de 9	

1. Propósito

Llevar a cabo el proceso de producción bajo todas las medidas de control establecidas dentro de la microempresa Soul Store para alcanzar productos de calidad que puedan satisfacer los gustos, necesidades y preferencias de los consumidores.

2. Alcance


Este proceso abarca todo lo que implica la transformación de la materia prima hasta la obtención de los productos terminados como son las camisetas, blusas y top crops.

3. Responsables

- Diseñador
- Costureras

4. Glosario

- **Necesidad:** Estado de una persona que se encuentra en carencia de un objeto para alcanzar plenitud.
- **Preferencia:** Ventaja que presenta una persona o cosa ante distintas alternativas.
- **Transformación:** Acción que permite que algo o alguien cambie de aspecto a través de un proceso.

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
Código:	P006	
Edición N° 01	Pág. 5 de 9	

5. Políticas del proceso

- El diseñador tiene el deber de buscar constantemente modelos actualizados de las prendas de vestir femeninas para que la microempresa se encuentre al día con las renovaciones que se dan en el mercado.
- El diseñador manejará un software específico para la obtención de los patrones de cada producto, el cual deberá ser manejado de forma correcta para evitar inconvenientes.
- Las costureras deberán manejar cuidadosamente las máquinas de coser, así como los materiales y utensilios necesarios que estarán a su disposición para el proceso de confección.
- Los daños en la maquinaria o pérdidas de materiales deberán ser notificadas a tiempo al gerente propietario para su pronta reparación o recuperación.
- En caso de presentarse fallos en el producto final, este deberá ser corregido antes de ser colocado en bodega, o desechado de no haber solución.
- Una vez finalizado las prendas de vestir, estas deberán ser almacenadas en la bodega de productos terminados e ingresadas al Kardex.

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
Código:	P006		
Edición N° 01			Pág. 6 de 9

6. Indicador de desempeño

Tabla 53 Indicador – Rendimiento de calidad

Nombre:	Rendimiento de calidad			
Descripción:	Este indicador de eficiencia permitirá determinar el porcentaje de productos terminados que cumplen con todas las normas de calidad a la primera, sin fallos ni desperdicios.			
Fórmula	Frecuencia	Fuente	Responsable de Medición	Responsable de Análisis
# de prendas sin observaciones / # total de prendas	Mensual	Kardex de productos terminados Hoja de observaciones de prendas con fallos	Costurera	Contador

Elaborado por: La autora

Año: 2019

7. Documentación o formatos del proceso

Tabla 54 Documentación – Producción

Código	Documentos
DocRMP	Requisición de materia prima
DocNE	Nota de entrega
DocKPT	Kardex de productos terminados

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.7.3. Comercialización

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
Código:	P007		
Edición N° 01		Pág. 7 de 9	

1. Propósito

Durante el proceso de comercialización se deberá brindar una excelente atención al cliente con trato amable, de tal forma que se pueda llegar a los consumidores cumpliendo con sus expectativas, dudas o requerimientos para que se sientan a gusto realizando sus compras.

2. Alcance

Este proceso conlleva desde la entrada de los clientes al local comercial hasta alcanzar compras exitosas, generando confianza en las personas.

3. Responsables

- Vendedores

4. Glosario

- **Requerimiento:** Se refiere a la acción de solicitar o pedir alguna cosa que sea necesaria para una persona.
- **Cliente:** Es la persona que consume los bienes o servicios que ofrece una empresa, especialmente si lo hace con mayor frecuencia o regularmente.

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS
Código:	P007	
Edición N° 01	Pág. 8 de 9	

5. Políticas del proceso

- Cada vendedor tendrá la obligación de mantener el local comercial limpio y ordenado durante su turno de trabajo.
- El vendedor a cargo deberá realizar el cuadro y cierre de caja al finalizar su jornada laboral.
- Cualquier pérdida de dinero, producto o algún otro material que sea propiedad de la microempresa será responsabilidad del vendedor que haya estado a cargo y será descontado al final del mes en su rol de pagos.
- En caso de existir quejas por parte de los clientes, estas deberán ser notificadas inmediatamente al gerente propietario para encontrar una solución.
- Los trabajadores deberán usar su uniforme de trabajo mientras se encuentren desarrollando su trabajo.
- Cada vendedor será responsable del uso de los equipos disponibles en su área de trabajo durante su turno laboral, en caso de presentarse fallas o inconvenientes con los mismos se deberá notificar al instante para su pronta reparación.

		MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	
Código:	P007		
Edición N° 01			Pág. 9 de 9

6. Indicador de desempeño

Tabla 55 Indicador – Nivel de crecimiento de ventas

Nombre:	Nivel de crecimiento de ventas			
Descripción:	Este indicador de eficacia permitirá conocer si el departamento de ventas ha alcanzado el monto meta establecido para el personal.			
Fórmula	Frecuencia	Fuente	Responsable de Medición	Responsable de Análisis
$\frac{\$ \text{ Ventas}}{\$ \text{ Monto Meta}}$	Mensual	Facturas de ventas Presupuesto de ventas	Vendedor	Contador

Elaborado por: La autora

Año: 2019

7. Documentación o formatos del proceso

Tabla 56 Documentación – Comercialización

Código	Documentos
DocNP	Nota de pedido
DocFacV	Factura

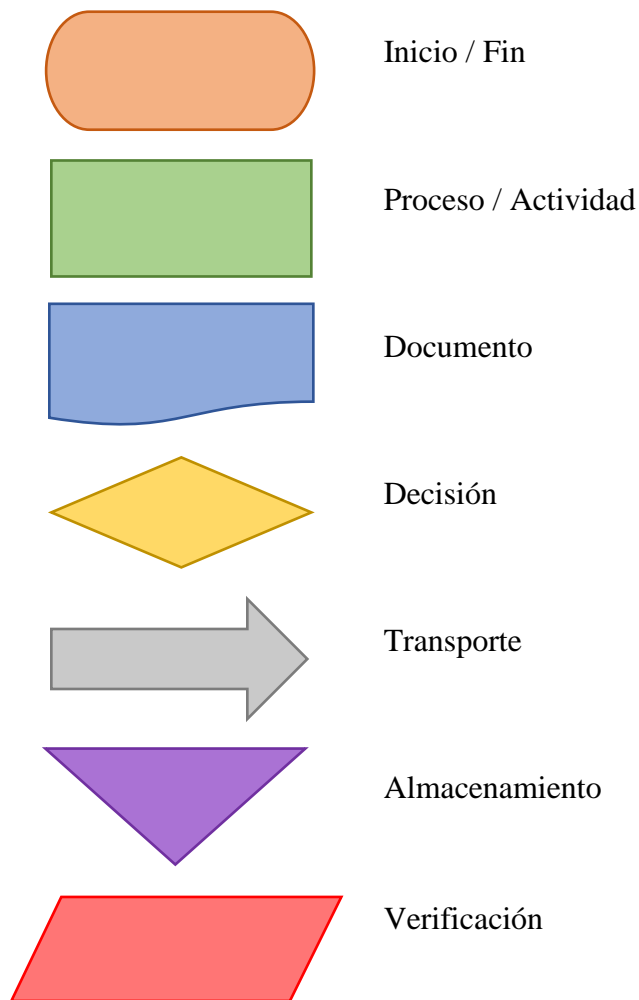
Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.8. Diseño de los procesos

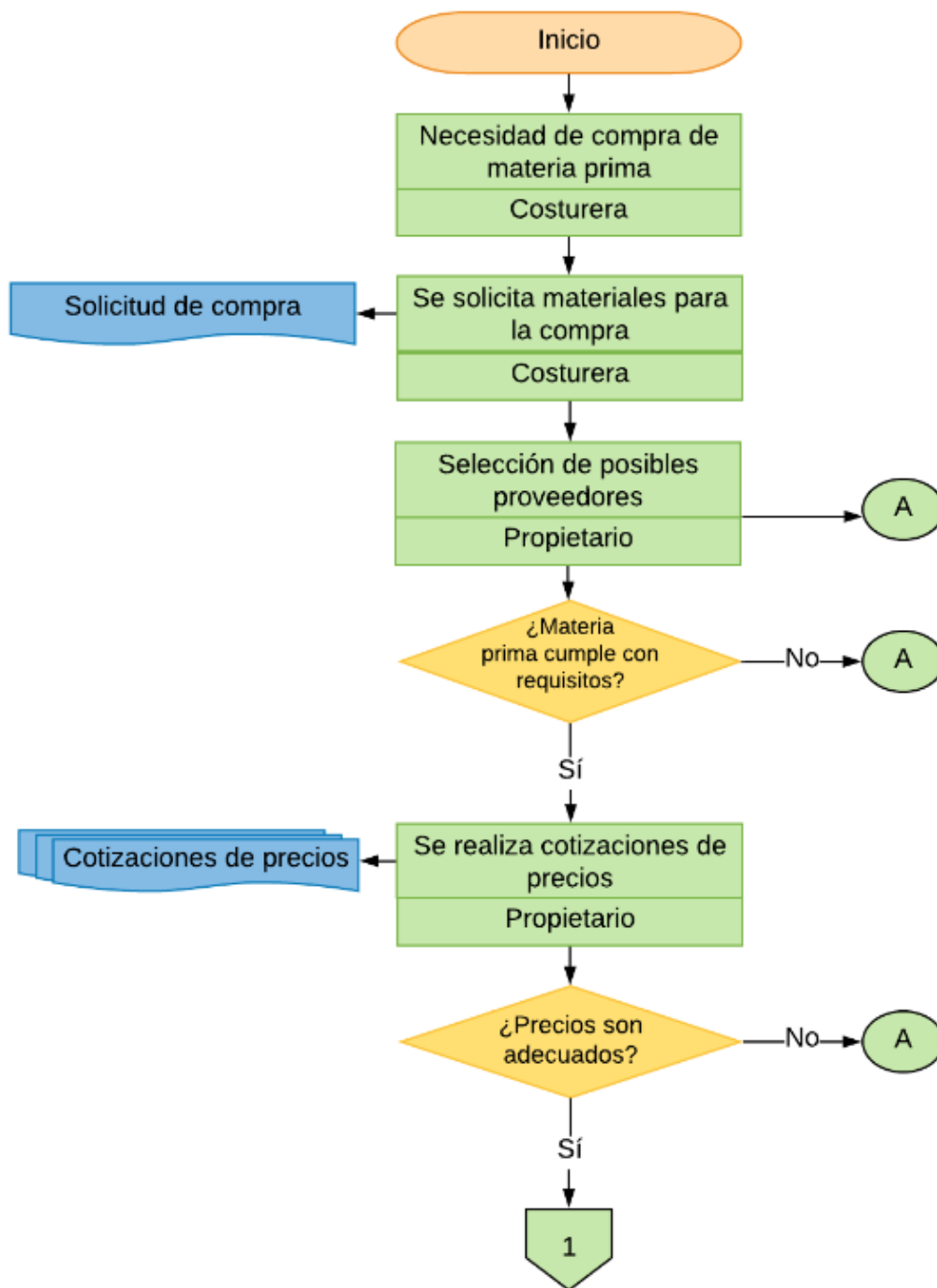
A continuación se presentan todos los procesos necesarios dentro de la microempresa, para llegar a la elaboración de los productos y proceder a su comercialización. Para la elaboración de los flujogramas se ha utilizado la metodología ANSI.

Simbología



4.2.8.1. Flujogramas de procesos

Los procesos necesarios para la producción y comercialización de las prendas de vestir femeninas son los siguientes:



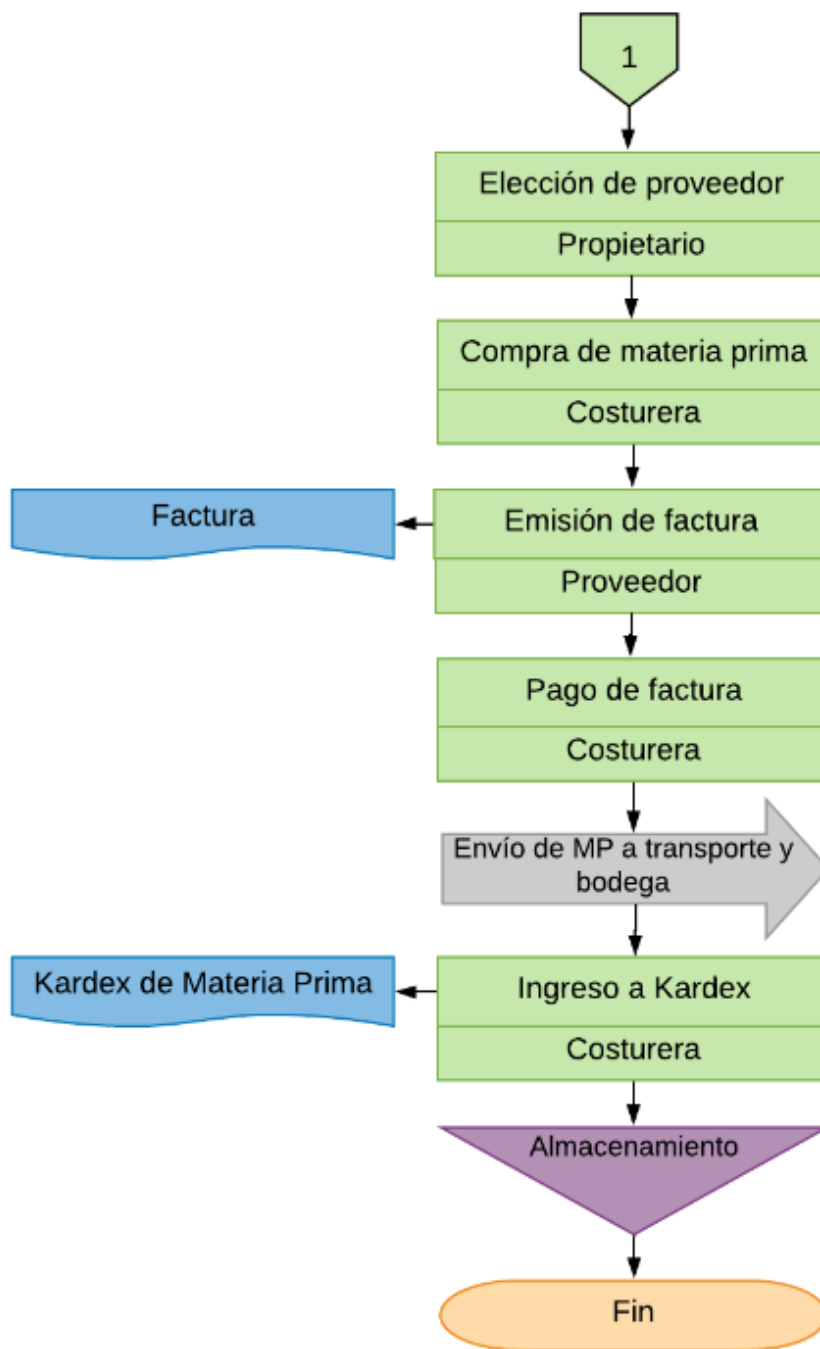
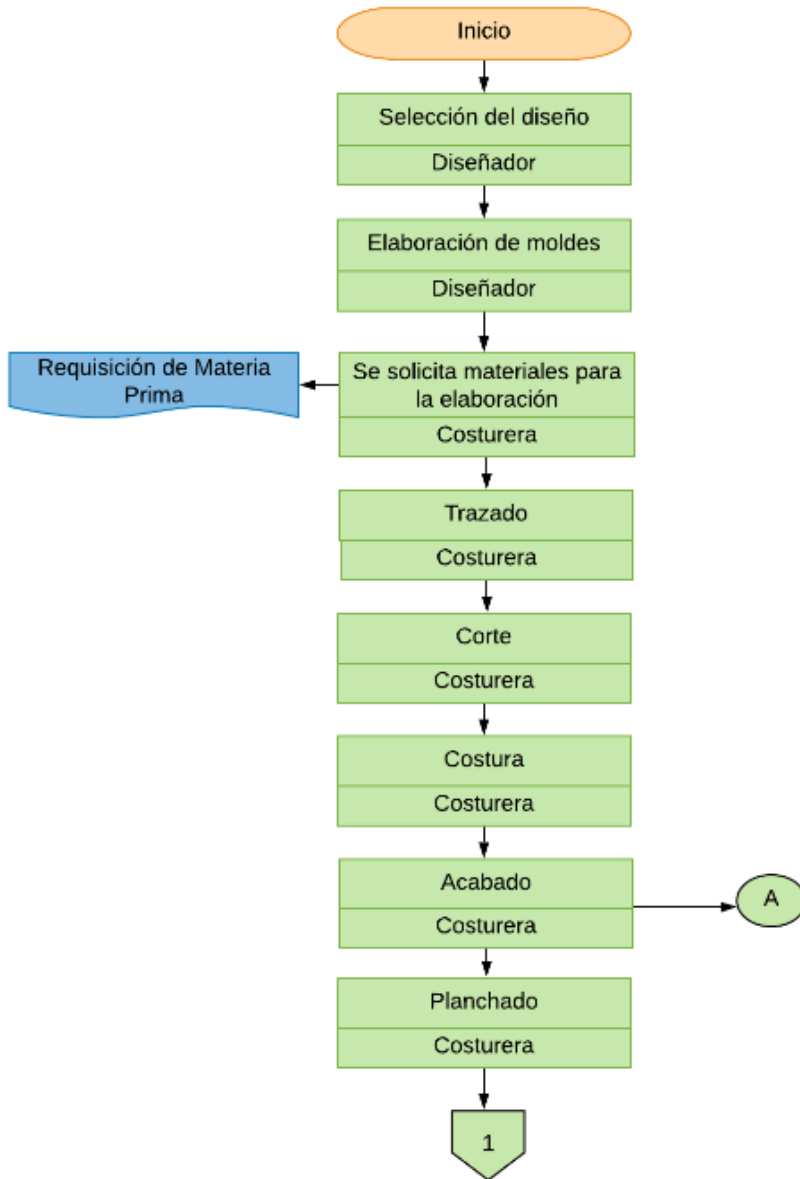


Gráfico 25 Flujograma – Adquisición de Materia Prima

Elaborado por: La autora

Año: 2019



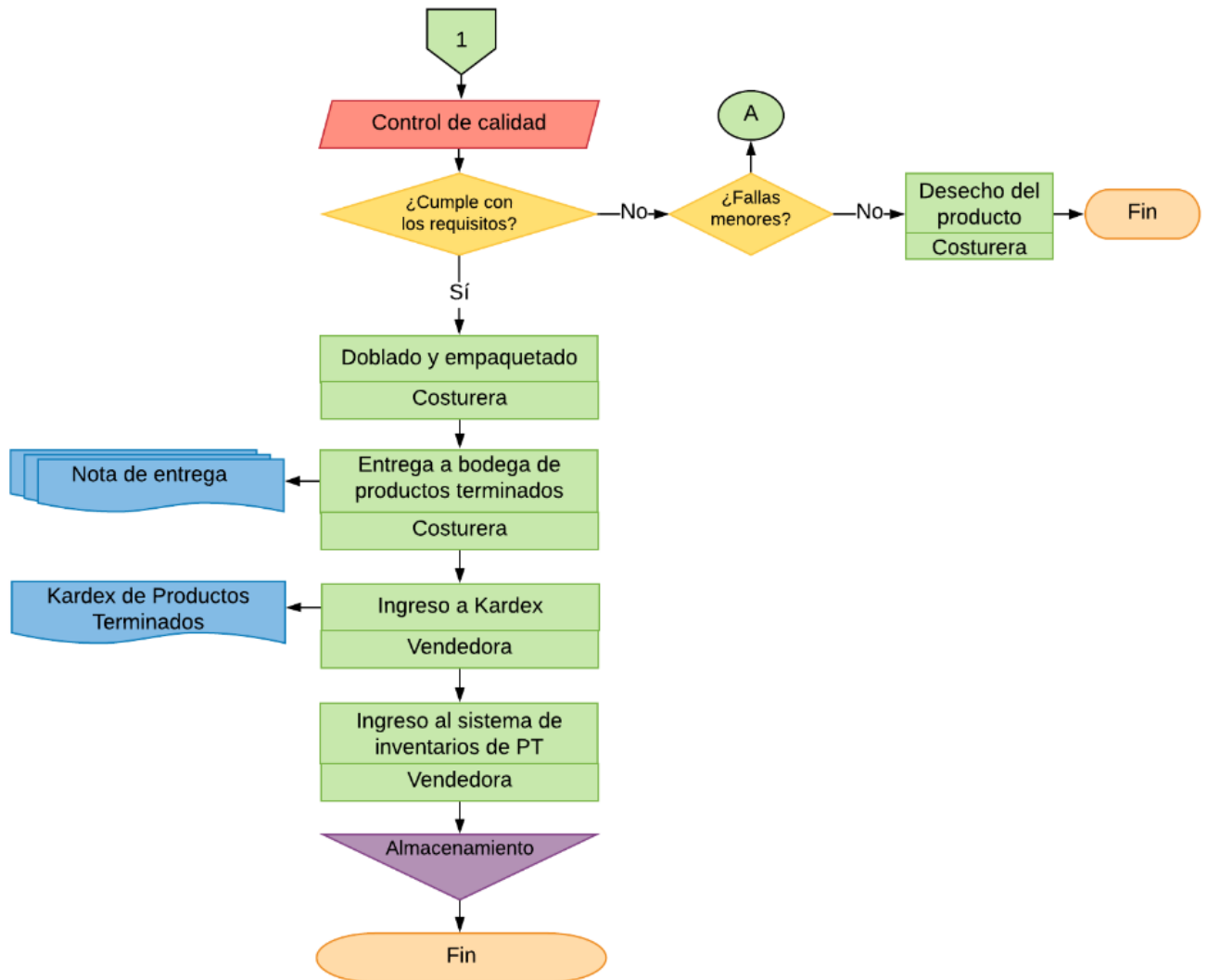


Gráfico 26 Flujograma – Producción

Elaborado por: La autora

Año: 2019

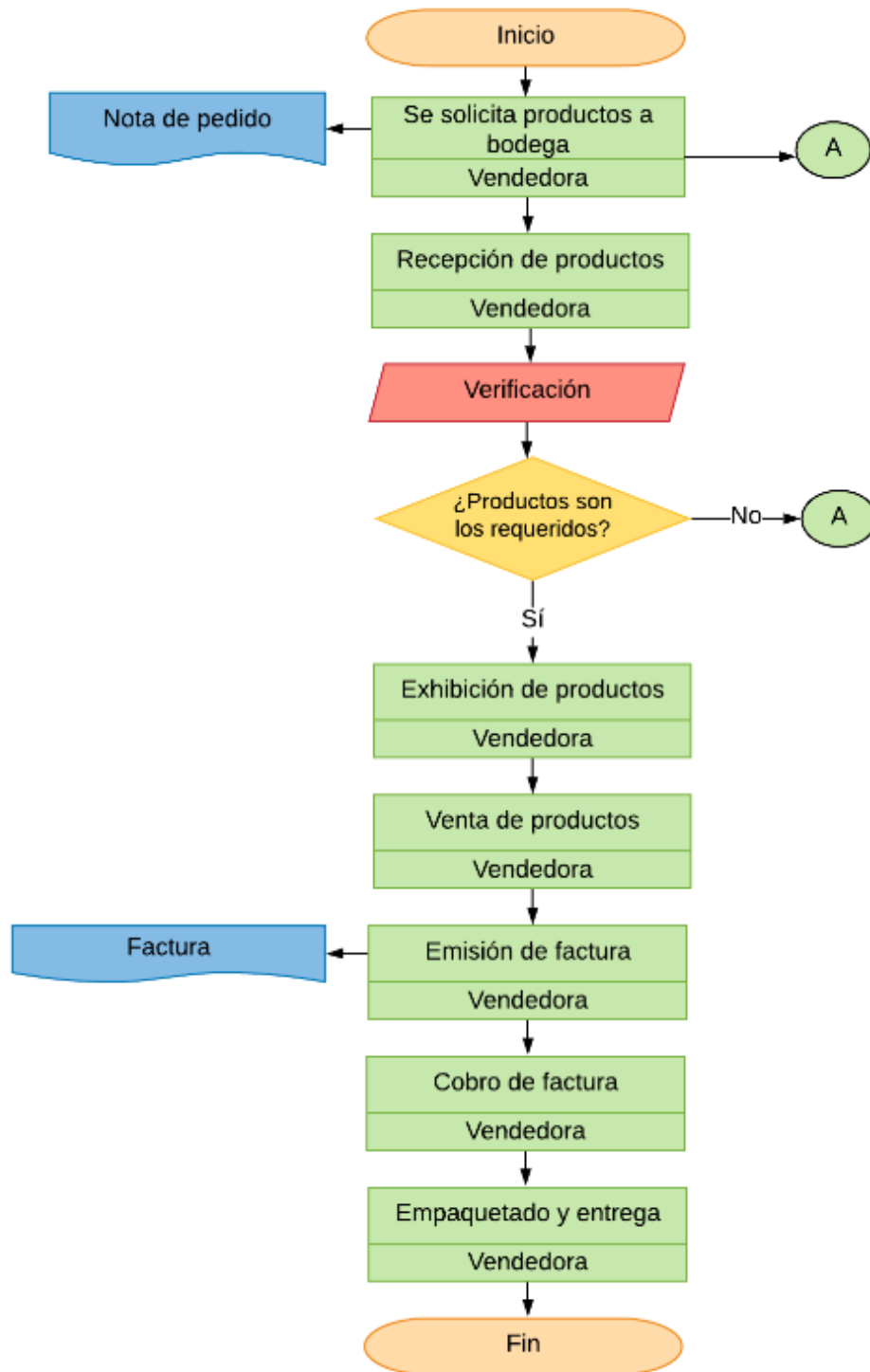


Gráfico 27 Flujograma – Comercialización

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.9. Descripción de los procesos

4.2.9.1. Proceso de Adquisición de Materia prima

Para este proceso se debe tener conocimiento de todos los materiales que se necesitan para la producción de las prendas de vestir femeninas, se procede a realizar una solicitud de compra donde se detalla la cantidad y las especificaciones de cada artículo. Posteriormente, se analizan los proveedores existentes en la ciudad de Ibarra y Otavalo para determinar si cuentan o no con los requisitos que se exigen para la materia prima, hasta seleccionar el distribuidor que ofrezca mejores precios al mercado, de acuerdo con las cotizaciones. Finalmente, se realiza la compra y se efectúa el pago de la factura emitida, para poder enviar los recursos adquiridos a la bodega correspondiente e ingresar los datos en el Kardex de materia prima.

4.2.9.2. Proceso de Producción

En el proceso de producción, se selecciona el diseño de la prenda de vestir que se va a confeccionar, para elaborar los moldes en láminas de cartón con el uso de las reglas de patronaje. Se elabora la solicitud de materiales para que las costureras puedan seleccionar todos los insumos necesarios para la elaboración de cada producto, realizar el trazado de los moldes en las telas y proceder a su corte. Para la unión de piezas y confección de la ropa, se utiliza la maquinaria disponible en el área y se efectúan los acabados, así como el planchado de la prenda y el control de calidad donde se verifica que cada artículo este en buenas condiciones. En caso de notar fallas menores se regresa al acabado para las correcciones y si se presentan fallas mayores se desecha el producto. Se concluye con el doblado y empaquetado, la entrega a bodega de productos terminados para el almacenamiento y el ingreso respectivo a los Kardex y al sistema de manejo de inventarios.

4.2.9.3. Proceso de Comercialización

Para llegar a la comercialización de las prendas de vestir femeninas, se realiza la solicitud de los productos necesarios a bodega a través de una nota de pedido. Al momento de recibir los artículos, se verifica que sean los que fueron requeridos para que puedan ser colocados en los mostradores y maniqués del almacén comercial, de tal manera que los clientes puedan visualizar la ropa que se ofrece y se efectúe la venta, emitiendo la factura y el cobro de la misma. Las prendas son empaquetadas en una funda plástica y se entregan al consumidor final.

4.2.10. Inversiones en Activos Fijos

Los activos fijos son aquellos bienes de propiedad privada, que tienen una vida útil mayor a un año, un costo representativo como práctica sana mayor a \$100,00, son depreciables y necesarios para el funcionamiento normal de todas las actividades que desarrolla la microempresa.

A continuación se detallan los activos fijos que mantiene Soul Store y aquellos que son necesarios adquirir para su ampliación:

4.2.10.1. Edificios

Es necesario realizar adecuaciones en las instalaciones del edificio que se arrendará, de acuerdo a las necesidades de operatividad de la microempresa, como es en este caso las divisiones departamentales.

Tabla 57 Edificio

Descripción	Adquirir		
	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Adecuaciones en el edificio	1	1.500,00	1.500,00
Total			1.500,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.10.2. Maquinaria y Equipo

Para el buen funcionamiento del área de producción, se debe contar con la maquinaria necesaria que ayude a la confección de las prendas de vestir femeninas, a través del uso adecuado que darán los trabajadores.

La microempresa cuenta actualmente con la siguiente maquinaria, la cual ha sido utilizada un mínimo de su capacidad, por lo que no se ve necesario adquirir una nueva:

Tabla 58 Maquinaria y equipo

Descripción	Existente		
	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Máquina Overlock	1	1.200,00	1.200,00
Máquina Recta	1	850,00	850,00
Máquina Recubridora	1	1.600,00	1.600,00
Máquina Cortadora	1	350,00	350,00
Plancha a vapor	1	180,00	180,00
Total			4.180,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.10.3. Muebles y Enseres

Los muebles y enseres son todos los bienes propiedad de la microempresa, necesarios en las áreas de producción, comercialización y administración, para la correcta operación de todas las funciones que tienen los trabajadores.

Para la ampliación será necesario adquirir nuevos activos, los cuales se acomoden a las necesidades de la microempresa.

Tabla 59 Muebles y enseres

Descripción	Existente			Adquirir		
	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Producción						
Mesas para diseño				1	200,00	200,00
Mesas para corte	1	250,00	250,00			
Estanterías para MP	1	180,00	180,00	1	150,00	150,00
Estanterías para insumos	1	110,00	110,00			
Estantería para PT				1	210,00	210,00
Comercialización						
Mostradores	6	170,00	1.020,00	10	140,00	1.400,00
Counter	1	320,00	320,00	1	650,00	650,00
Vestidores	2	130,00	260,00	2	150,00	300,00
Sillón de espera	1	100,00	100,00	1	140,00	140,00
Letrero de publicidad	1	180,00	180,00	1	800,00	800,00
Administración						
Escritorio de oficina	1	350,00	350,00			
Estantería de oficina	1	170,00	170,00			
Sillón de espera	1	130,00	130,00			
Total			2.930,00			3.850,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.10.4. Equipo de Computación y Software

La administración de la empresa cuenta con la tecnología adecuada para el eficiente desarrollo de sus actividades mediante el equipo de cómputo. Sin embargo, es necesario adquirir uno nuevo para el área de comercialización y los software de sistemas, mejorando así su desempeño.

Tabla 60 Equipo de computación y Software

Descripción	Existente		Adquirir			
	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Administración						
Computadora hp Core i5	1	650,00	650,00			
Impresora Epson	1	220,00	220,00			
Comercialización						
Computadora hp Core i5				1	850,00	850,00
Impresora Epson				1	235,00	235,00
Software de facturación e inventarios de PT				1	750,00	750,00
Producción						
Software para diseño de patrones				1	700,00	700,00
Total			870,00			2.535,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.11. Resumen de Inversión en Activos Fijos

La inversión en activos fijos necesaria para ampliación de la microempresa se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 61 Resumen de Inversión en Activos Fijos

Descripción	Valor Existente	Valor a Adquirir
Edificio		1.500,00
Maquinaria y Equipo	4.810,00	
Muebles y Enseres	2.930,00	3.850,00
Equipo de Computación y Software	870,00	2.535,00
Total	7.980,00	7.885,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El total de la inversión en activos fijos que se requieren para dar paso a la ampliación de la planta de producción y del local comercial, representa un monto de \$7.885,00.

4.2.12. Activos no Depreciables

Dentro de los activos no depreciables se encuentran varios insumos y bienes, que son necesarios para el normal funcionamiento de las actividades de la empresa, y que no son depreciables debido a su bajo costo de adquisición.

Tabla 62 Activos no Depreciables

Descripción	Existente			Adquirir		
	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Producción						
Sillas para trabajadores	5	28,00	140,00	2	30,00	60,00
Canastas para insumos	6	4,50	27,00	4	4,75	19,00
Canastas para PT	6	12,00	72,00	10	13,50	135,00
Juego de reglas patronaje				1	16,00	16,00
Comercialización						
Armadores	250	0,90	225,00	350	0,95	332,50
Pistola etiquetadora	2	12,00	24,00			
Calculadora	1	16,00	16,00			
Silla giratoria	1	65,00	65,00	1	70,00	70,00
Maniqués	4	120,00	300,00	2	150,00	158,00
Administración						
Silla giratoria	1	65,00	65,00			
Archivador	1	65,00	60,00			
Sillas de atención	2	40,00	80,00			
Total			1.254,00			932,50

Elaborado por: La autora

Año: 2019

La cantidad a adquirir en activos no depreciables, suman un valor total de \$932,50, los cuales representan bienes e insumos que se necesitan específicamente para las áreas de producción y comercialización.

4.2.13. Costos de Producción

Es la cantidad de dinero que se involucra en el proceso productivo del proyecto, es decir, todos los costos incurridos hasta alcanzar un producto terminado listo para su comercialización, como son en este caso las prendas de vestir femeninas.

4.2.13.1. Materia Prima Directa

Es aquella que se puede identificar fácilmente, ya que constituye una gran participación física en la elaboración del producto final. La materia prima directa para la confección de las prendas de vestir femeninas, está constituida principalmente por la tela.

En la siguiente tabla se indica el tipo de tela y la cantidad mensual que se necesita para la elaboración de cada prenda de vestir:

Tabla 63 Cantidad de Materia Prima Directa

Producto	Tela	Unidad de medida	Cantidad por prenda	Prendas mensuales	Cantidad de tela mensual
Blusas	Poli algodón	Metros	1,00 m	240 u	240,00 m
Camisetas	Algodón	Metros	0,80 m	144 u	115,20 m
Top Crops	Poli algodón	Metros	0,60 m	48 u	28,80 m

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Luego de haber obtenido la cantidad de materia prima directa necesaria para la confección de cada prenda de vestir femenina, se requiere calcular el costo mensual y anual que la microempresa deberá disponer para su adquisición, a través del precio unitario por metro de cada tipo de tela.

Tabla 64 Costo Materia Prima Directa

Producto	Tela	Cantidad de tela mensual	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Blusas	Poli algodón	240,00 m	7,25	1.740,00	20.880,00
Camisetas	Algodón	115,20 m	4,50	518,40	6.220,80
Top Crops	Poli algodón	28,80 m	7,25	208,80	2.505,60
Total				2.467,20	29.606,40

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El costo de la materia prima directa que se requiere para la elaboración de los tres tipos de prendas, representa un total de \$2.467,20 mensuales y \$29.606,40 de forma anual.

4.2.13.2. Mano de Obra Directa

Es aquella que se involucra directamente con la fabricación del producto terminado, para el área de producción de la microempresa se contratará la mano de obra de 3 costureras, quienes se encargarán de realizar el proceso de confección de las prendas de vestir femeninas.

El sueldo establecido para las costureras, tendrá concordancia con el salario mínimo sectorial vigente para la actividad económica de confección textil y los beneficios sociales pertinentes a excepción de los fondos de reserva, ya que al ser personal nuevo se calcularán luego de haber cumplido un año de trabajo.

Tabla 65 Costo Mano de Obra Directa

Personal	Sueldo	Aporte patronal IESS	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Total
Costurera 1	410,00	49,82	34,17	33,33	527,32
Costurera 2	410,00	49,82	34,17	33,33	527,32
Costurera 3	410,00	49,82	34,17	33,33	527,32
Total mensual					1.581,95
Total anual					18.983,34

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Para el funcionamiento normal de la planta de producción que tendrá la microempresa mediante su ampliación, se requiere un costo mensual de \$1.581,95 y anual de \$18.983,34 para el pago de mano de obra directa.

4.2.13.3. Costos Indirectos de fabricación

Representan todos aquellos costos que se incurren para la fabricación de un producto, aparte de los materiales y mano de obra directa.

4.2.13.3.1. Materia Prima Indirecta

Está integrada por los insumos que representan un valor poco significativo o difícil identificación física dentro del producto final. Para las prendas de vestir femeninas se considera la siguiente materia prima indirecta:

- Conos de hilo.
- Etiquetas de marca.
- Etiquetas de instrucciones de lavado, especificaciones de la tela y referencias del lugar de producción.

Para determinar la cantidad de conos de hilo necesarios para cada prenda de vestir, se consideró que cada uno rinde aproximadamente para 20 blusas, otro para 30 camisetitas y uno más para 30 top crops. En cuanto a las etiquetas de marca y de instrucciones, se requiere una por cada producto final.

Tabla 66 Costo Materia Prima Indirecta

Producto	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Blusas			
Conos de hilo	144	2,50	360,00
Etiqueta de marca	2.880	0,03	86,40
Etiqueta de instrucciones	2.880	0,06	172,80
Camisetas			
Conos de hilo	58	2,50	145,00
Etiqueta de marca	1.728	0,03	51,84
Etiqueta de instrucciones	1.728	0,06	103,68
Top Crops			
Conos de hilo	19	2,50	47,50
Etiqueta de marca	576	0,03	17,28
Etiqueta de instrucciones	576	0,06	34,56
Total anual			1.019,06
Total mensual			84,92

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El total de materia prima indirecta que se necesita para la confección de los tres tipos de prendas de vestir femeninas es de \$84,82 mensual y \$1.019,06 anual.

4.2.13.3.2. Mano de Obra Indirecta

La mano de obra indirecta se refiere a la remuneración que se asigna al personal que no interviene en el proceso productivo, pero es necesario para el normal funcionamiento de la planta.

En el proyecto se considera la contratación de un diseñador a medio tiempo, quien se encargará de elaborar los moldes para la confección de las prendas de vestir femeninas.

Tabla 67 Costo diseñador

Personal	Sueldo	Aporte patronal IESS	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Total
Diseñador 1	205,00	24,91	17,08	16,67	263,66
Total mensual					263,66
Total anual					3.163,89

Elaborado por: La autora

Año: 2019

También se toma en cuenta el costo que representa el servicio de mantenimiento para la maquinaria utilizada, el cual se realizará cada dos meses.

Tabla 68 Costo mantenimiento de maquinaria

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mantenimiento de maquinaria	6	60,00	360,00
Total anual			360,00
Total mensual			30,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El resumen del costo total de mano de obra indirecta es de \$293,66 mensual y \$3.523,89 anual, como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 69 Costo Mano de Obra Indirecta

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Diseñador	263,66	3.163,89
Mantenimiento de maquinaria	30,00	360,00
Total	293,66	3.523,89

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.13.3.3. Otros Costos Indirectos de Fabricación

Dentro de los costos indirectos de fabricación se consideran aquellos materiales y servicios que se utilizan durante la elaboración de las prendas de vestir femeninas. Para el proyecto se consideran los siguientes:

- Herramientas de confección.
- Servicios Básicos.
- Arriendo de la planta.

Las herramientas de confección se refieren a varios insumos que se requieren al momento de fabricar el producto, los necesarios para el proyecto se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 70 Herramientas de confección

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Tijera de tela metálica	3	14,00	42,00
Corta hilos	3	1,00	3,00
Cinta métrica	3	1,25	3,75
Tizas	20	0,25	5,00
Agujas de mano	20	0,10	2,00
Agujas para máquina	60	0,25	15,00
Aceite de máquina	1	4,50	4,50
Mandiles costureras	3	7,00	21,00
Láminas de cartón	1.500	0,40	600,00
Total anual			696,25
Total mensual			58,02

Elaborado por: La autora

Año: 2019

También es importante reflejar el costo de los servicios básicos que se utilizan en el área de producción, como son en este caso energía eléctrica y agua potable.

Tabla 71 Servicios Básicos

Servicios Básicos	Costo Mensual	Costo Anual
Energía	45,00	540,00
Agua Potable	12,00	144,00
Total	57,00	684,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Otro de los costos indirectos de fabricación es el valor correspondiente al arriendo de la planta de producción, donde se confeccionan las prendas de vestir femeninas.

Tabla 72 Arriendo Planta de Producción

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Arriendo planta de producción	315,00	3.780,00
Total	315,00	3.780,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

A continuación se presenta el resumen de los valores mensuales y anuales que se incurren en la cuenta otros costos indirectos de fabricación:

Tabla 73 Otros Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Herramientas de confección	58,02	696,25
Servicios básicos	57,00	984,00
Arriendo planta de producción	315,00	3.780,00
Total	430,02	5.160,25

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Con la información anterior, se puede presentar el cuadro resumen de otros costos indirectos de fabricación: materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros.

Tabla 74 Resumen Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Materia prima indirecta	84,92	1.019,06
Mano de obra indirecta	293,66	3.523,89
Otros Costos Indirectos de Fabricación	430,02	5.160,25
Total	808,60	9.703,20

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.14. Resumen Costos de Producción

Los costos de producción totales se encuentran conformados por: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Tabla 75 Resumen Costos de Producción

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Materia prima directa	2.467,20	29.606,40
Mano de obra directa	1.581,95	18.983,34
Costos Indirectos de Fabricación	808,60	9.703,20
Total	4.857,75	58.292,94

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.15. Gastos Administrativos

Son aquellos gastos relacionados con el proceso administrativo y contable de la microempresa Soul Store.

4.2.15.1. Remuneración del Personal Administrativo

Para el correcto funcionamiento del área administrativa de la microempresa, se contará con los servicios profesionales de un contador, quien estará encargado de realizar todas las funciones respectivas.

Tabla 76 Remuneración del Personal Administrativo

Personal	Valor Mensual	Valor Anual
Contador	80,00	960,00
Total	80,00	960,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Los gastos en honorarios profesionales para el contador de la microempresa ascienden a un total de \$80,00 mensuales y \$960,00 anuales.

4.2.15.2. Otros Gastos Administrativos

Para el desarrollo de las actividades en el área administrativa es necesario realizar otros gastos en servicio de internet y suministros de oficina.

Tabla 77 Otros Gastos Administrativos

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Servicio de Internet	25,00	300,00
Suministros de oficina	8,00	96,00
Total	33,00	396,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.16. Resumen Gastos Administrativos

A continuación se presenta los valores correspondientes a gastos administrativos en periodos mensuales y anuales:

Tabla 78 Resumen Gastos Administrativos

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Remuneración del Personal Administrativo	80,00	960,00
Otros Gastos Administrativos	33,00	396,00
Total	113,00	1.356,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.17. Gastos de Ventas

Dentro de los gastos de ventas se encuentran todas las erogaciones de dinero, relacionadas con el proceso de entrega del producto final hacia el cliente.

4.2.17.1. Remuneración del Personal de Ventas

Para el óptimo desarrollo de las actividades en el área comercial, la microempresa cuenta actualmente con un trabajador, encargado de brindar la atención al cliente con el fin de alcanzar ventas de los productos ofertados.

Para la ampliación respectiva, se establecerá un contrato a tiempo completo con un nuevo trabajador, de tal manera que se cubra con las necesidades de atención de todos los clientes actuales y potenciales. La fijación de los sueldos, se establecerán en base a los salarios mínimos sectoriales vigentes para el año 2020.

Tabla 79 Gastos del Personal de Ventas

Personal	Sueldo	Aporte patronal IESS	Fondos de Reserva	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Total
Vendedor 1	410,00	49,82	34,17	34,17	33,33	561,48
Vendedor 2	410,00	49,82	-	34,17	33,33	527,32
Total mensual						1.088,80
Total anual						13.065,56

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.17.2. Gastos de Publicidad

Para dar a conocer la información adecuada de los productos que mantiene la microempresa, se realizará publicidad a través de las redes sociales Facebook e Instagram, mediante publicaciones que contengan fotografías e información sobre tallas, precios, diseños, ubicación de la microempresa y número de contacto.

También se efectuarán anuncios por medio de la estación de radio “Exa 93.9”, donde se indique información relativa a la microempresa.

Tabla 80 Gastos de Publicidad

Descripción	Valor Mensual	Cantidad	Valor Anual
Facebook	30,00	3 meses	90,00
Instagram	45,00	3 meses	135,00
Radio	250,00	3 meses	750,00
Total	325,00		975,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

La publicidad en redes sociales y radio se contratará por un lapso de tiempo de 3 meses, dando como resultado un total de \$975,00 anuales.

4.2.17.3. Otros Gastos de Ventas

Son todos aquellos gastos necesarios para el funcionamiento normal del área de ventas, como los suministros, servicio de energía eléctrica y el valor proporcional de arriendo para el local comercial.

Tabla 81 Suministros de Ventas

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Facturación (50 u)	2	4,00	8,00
Fundas plásticas	350	0,20	70,00
Etiquetas plásticas	432	0,01	4,32
Plastiflechas (paquete)	1	1,00	1,00
Total Mensual			83,32
Total Anual			999,84

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 82 Servicios Básicos

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	25,00	300,00
Total	25,00	300,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 83 Arriendo del local comercial

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo local comercial	385,00	4.620,00
Total	385,00	4.620,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

A continuación se presenta el cuadro resumen que contiene los valores mensuales y anuales que se incurren en otros gastos de ventas.

Tabla 84 Otros Gastos de Ventas

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Suministros de venta	83,32	999,84
Servicios básicos	25	300
Arriendo local comercial	385	4.620,00
Total	493,32	5.919,84

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.18. Resumen Gastos de Ventas

El total de los gastos de ventas necesarios para el correcto funcionamiento del área comercial de la microempresa, están constituidos por los siguientes rubros:

Tabla 85 Resumen Gastos de Ventas

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Remuneración del Personal de Ventas	1.088,80	13.065,56
Gastos de Publicidad	325,00	975,00
Otros Gastos de Ventas	493,32	5.919,84
Total	1.907,12	19.960,40

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.19. Capital de Trabajo

El capital de trabajo constituye la cantidad de costos y gastos que la microempresa necesita para poder cubrir con sus obligaciones y continuar con el desarrollo normal de las actividades diarias sin interrupciones, hasta que pueda autofinanciarse por medio de los ingresos que va generando en el tiempo.

El tiempo que se estimó para la determinación del capital de trabajo que necesita la microempresa es de un mes, reflejando los siguientes resultados:

Tabla 86 Capital de Trabajo

Descripción	Valor Mensual
Costos de Producción	
Materia Prima Directa	2.467,20
Mano de Obra Directa	1.581,95
Costos Indirectos de Fabricación	808,60
Gastos Administrativos	
Remuneración del personal administrativo	80,00
Otros Gastos Administrativos	33,00
Gastos de Ventas	
Remuneración del personal de ventas	1.088,80
Gastos de Publicidad	325,00
Otros Gastos de Ventas	493,32
Total capital de trabajo	6.877,86

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El capital de trabajo está conformado por un monto total de \$6.877,86, valor que se estima necesario contar al inicio del proyecto, para que la microempresa pueda funcionar de manera normal por el lapso de un mes hasta que pueda generar los ingresos suficientes para autofinanciar sus obligaciones.

4.2.20. Composición de la Inversión Total

La inversión total de la microempresa se encuentra clasificada en los valores totales correspondientes a la inversión fija, inversión diferida e inversión variable.

Tabla 87 Composición de la Inversión Total

Descripción	Valor Total
Inversión Fija	18.051,50
Inversión Variable	79.609,34
Total	97.660,84

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.21. Tamaño de la Inversión Inicial

El tamaño de la inversión inicial necesaria para la ampliación de la microempresa, está conformada por los valores que pertenecen a los activos fijos y el capital de trabajo para un mes.

Tabla 88 Tamaño de la Inversión Inicial

Descripción	Valor Total
Activos Fijos	18.051,50
Capital de Trabajo	6.877,86
Total	24.929,36

Elaborado por: La autora

Año: 2019

La inversión total para la puesta en marcha del proyecto de ampliación de la microempresa Soul Store, constituye un valor total de \$24.929,36.

4.2.22. Financiamiento

Para poder financiar la inversión que requiere la ampliación de la microempresa, se cuenta con recursos propios y con el apoyo de un crédito otorgado por alguna institución financiera, como es en este caso BanEcuador al ser una entidad pública que otorga bajas tasas de interés a los emprendimientos.

Dentro de los recursos propios que tienen los inversionistas, se encuentran los activos fijos que fueron adquiridos previo al proyecto de ampliación y un aporte económico propio de los inversionistas como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 89 Recursos Propios

Descripción	Valor Total
Activos Fijos	9.234,00
Aporte económico	5.695,36
Total	14.929,36

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El proyecto será financiado con recursos propios de los inversionistas en un 59,89% y la diferencia bajo crédito otorgado por BanEcuador.

Tabla 90 Financiamiento

Descripción	Valor Total	Porcentaje
Recursos Propios	14.929,36	59,89%
Financiamiento	10.000,00	40,11%
Total Inversión	24.929,36	100%

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.2.23. Conclusiones del Estudio Técnico

- Se determinó la macro y micro localización de la nueva planta de producción y punto de venta para la ampliación de la microempresa, la cual será en el centro de la ciudad de Ibarra.
- La ingeniería del proyecto permitió establecer la distribución del espacio físico en metros cuadrados para las áreas de administración, comercialización, producción, bodegas de materia prima y productos terminados.
- En el tamaño del proyecto, se estimó que la microempresa está en la capacidad de producir 432 prendas de vestir femeninas mensuales, según la maquinaria y mano de obra disponible.
- Se diseñó los procesos necesarios a través de flujogramas para la compra de materia prima, su transformación a productos terminados y la venta de los mismos.
- De acuerdo a las necesidades, se determinó los activos fijos que deben ser adquiridos para complementar la ampliación de la microempresa.
- Se establecieron los costos de producción necesarios para la confección de las prendas de vestir femeninas, así como los gastos administrativos y de ventas.

- Se obtuvo el total de la inversión requerida para la ampliación, la misma que estará destinada a cubrir los gastos en activos fijos y capital de trabajo.
- El financiamiento para cubrir la inversión será bajo recursos propios en un 59,89% y la diferencia con crédito otorgado por BanEcuador.

Análisis del Estudio Técnico

El análisis del estudio técnico fue importante ya que permitió establecer la ubicación de la microempresa y la capacidad de la planta, así como los costos y gastos necesarios para la producción y comercialización de las prendas de vestir femeninas, determinando que desde este punto de vista el proyecto es viable.

4.3. ESTUDIO FINANCIERO

Introducción

Dentro del Estudio Financiero se procede a realizar las proyecciones de los ingresos, que se encuentran conformados por las ventas totales de las prendas de vestir femeninas que se van a ofrecer a los clientes, y de los egresos que se componen de la suma de los costos de producción y los gastos pertinentes. Se toman en cuenta los valores que representan las depreciaciones de los activos fijos, y a partir de estos datos, se estructura el Estado de Situación Financiera al año 0, el Estado de Resultados y el Estado de Flujo de Efectivo para los años de vida útil del proyecto. La finalidad es encontrar los flujos de efectivo netos, para realizar un análisis financiero a través de la aplicación de varios indicadores, que se encontraran resumidos en un cuadro integral de comandos, donde se podrá obtener una mejor visualización de los resultados que ayudarán a decidir sobre la viabilidad del estudio.

4.3.1. Objetivos

Objetivo General

Realizar un análisis económico a partir de la proyección de ingresos, costos y gastos totales para cada año, que permitan la elaboración de estados financieros proforma para determinar la viabilidad del proyecto a través de la presentación de indicadores.

Objetivos Específicos

- Calcular las proyecciones de ingresos y egresos para el nivel de producción estimado del proyecto.
- Establecer las amortizaciones e intereses que generará el crédito financiero.
- Determinar las depreciaciones costo y gasto de los activos fijos.

- Realizar la estructura de los estados financieros proforma para cada año.
- Evaluar la viabilidad del proyecto a partir de un análisis financiero.

4.3.2. Ingresos

Son aquellas ganancias que ha generado una organización por concepto de ventas u otras actividades que rindan beneficios económicos.

4.3.2.1. Determinación de Ingresos Proyectados

Los ingresos que genera la microempresa, se encuentran constituidos por la venta de las prendas de vestir femeninas.

Para determinar la proyección de los ingresos, se tomó en cuenta la capacidad de producción estimada en el estudio técnico para cada producto, el precio establecido en el estudio de mercado y dos parámetros de crecimiento para cada año:

- El índice de crecimiento poblacional promedio de la ciudad de Ibarra, que es del 1,64%.
- La tasa de inflación promedio de los últimos 5 años, equivalente al 0,90%.

El cálculo de los ingresos proyectados para cada año se realiza multiplicando la cantidad por el precio; y para determinar el incremento del próximo periodo se multiplica cada ítem por el porcentaje de crecimiento.

A continuación se detalla la proyección de los ingresos por ventas de cada prenda de vestir femenina:

Tabla 91 Proyección de Ingresos – Blusas

Blusas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	2.880	2.927	2.975	3.024	3.074
Precio	21,19	21,38	21,57	21,77	21,96
Ingreso Total	61.027,20	62.581,34	64.180,08	65.824,30	67.514,88

Fuente: Estudio de Mercado, Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 92 Proyección de Ingresos - Camisetas

Camisetas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	1.728	1.756	1.785	1.814	1.844
Precio	15,14	15,28	15,41	15,55	15,69
Ingreso Total	26.161,92	26.825,11	27.513,54	28.212,18	28.936,86

Fuente: Estudio de Mercado, Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 93 Proyección de Ingresos – Top Crops

Top Crops	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad	576	585	595	605	615
Precio	18,16	18,32	18,49	18,65	18,82
Ingreso Total	10.460,16	10.719,21	11.000,57	11.286,12	11.575,92

Fuente: Estudio de Mercado, Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

La siguiente tabla contiene el resumen de los ingresos proyectados para cada año según las prendas de vestir ofertadas:

Tabla 94 Resumen Ingresos Proyectados

Producto	Ingreso Año 1	Ingreso Año 2	Ingreso Año 3	Ingreso Año 4	Ingreso Año 5
Blusas	61.027,20	62.581,34	64.180,08	65.824,30	67.514,88
Camisetas	26.161,92	26.825,11	27.513,54	28.212,18	28.936,86
Top Crops	10.460,16	10.719,21	11.000,57	11.286,12	11.575,92
Total	97.649,28	100.125,66	102.694,19	105.322,60	108.027,66

Fuente: Estudio de Mercado, Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.3. Egresos

Los egresos se encuentran constituidos por el conjunto de costos y gastos que realiza una entidad para el normal funcionamiento de sus operaciones.

4.3.3.1. Determinación de Egresos Proyectados

Para la proyección de los egresos de la microempresa, se tendrá en cuenta los costos de producción como son la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación; así como los gastos administrativos, de ventas y financieros.

4.3.4. Costos de Producción

Están integrados por los 3 elementos del costo, necesarios para alcanzar la transformación de insumos y materiales en productos terminados.

4.3.4.1. Materia Prima Directa

Es aquella que cuenta con una mayor participación física en la prenda de vestir terminada; para el caso de las blusas, camisetitas y top crops, la materia prima directa se constituye por la tela utilizada en cada producto.

Para su cálculo, se tomará en cuenta la cantidad de tela en metros necesaria para cada prenda, multiplicada por la producción anual y por el precio al que se espera adquirir.

Tabla 95 Proyección Materia Prima Directa – Tela poli algodón para blusas

Blusas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad en mts por unidad	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
(*) Producción anual	2.880	2.927	2.975	3.024	3.074
(=) Cantidad de mts anual	2.880	2.927	2.975	3.024	3.074
(*) Costo Unitario	7,25	7,32	7,38	7,45	7,51
(=) Costo Total	20.880,00	21.411,74	21.958,73	22.521,29	23.099,71

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 96 Proyección Materia Prima Directa – Tela algodón para camisetas

Blusas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad en mts por unidad	0,80	0,80	0,80	0,80	0,80
(*) Producción anual	1.728	1.756	1.785	1.814	1.844
(=) Cantidad de mts anual	1.382,40	1.404,80	1.428,00	1.451,20	1.475,20
(*) Costo Unitario	4,50	4,54	4,58	4,62	4,66
(=) Costo Total	6.220,80	6.378,49	6.542,19	6.708,31	6.880,63

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 97 Proyección Materia Prima Directa – Tela poli algodón para top crops

Blusas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad en mts por unidad	0,60	0,60	0,60	0,60	0,60
(*) Producción anual	576	585	595	605	615
(=) Cantidad de mts anual	345,60	351,00	357,00	363,00	369,00
(*) Costo Unitario	7,25	7,32	7,38	7,45	7,51
(=) Costo Total	2.505,60	2.567,65	2.635,05	2.703,45	2.772,87

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

A continuación se presenta el resumen de los costos de la materia prima directa para cada tipo de prenda de vestir femenina:

Tabla 98 Resumen Proyección Materia Prima Directa

Producto	Costo MPD Año 1	Costo MPD Año 2	Costo MPD Año 3	Costo MPD Año 4	Costo MPD Año 5
Blusas	20.880,00	21.411,74	21.958,73	22.521,29	23.099,71
Camisetas	6.220,80	6.378,49	6.542,19	6.708,31	6.880,63
Top Crops	2.505,60	2.567,65	2.635,05	2.703,45	2.772,87
Total	29.606,40	30.357,88	31.135,97	31.933,05	32.753,21

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.4.2. Mano de Obra Directa

La mano de obra directa es aquella que se involucra principalmente con la fabricación del producto, para la microempresa se necesitará el trabajo de 3 costureras, quienes realizarán la totalidad del proceso productivo de las prendas, a cambio de una remuneración establecida según el salario mínimo sectorial vigente y los beneficios sociales a los que tienen derecho.

Al ser personal nuevo para la entidad, los fondos de reserva se calcularán a partir del segundo año de trabajo.

Tabla 99 Mano de Obra Directa – Año 1

Personal	Sueldo	Ingreso Anual	Aporte Patronal IEES	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Año 1
Costurera 1	410,00	4.920,00	597,78	410,00	400,00	6.327,78
Costurera 2	410,00	4.920,00	597,78	410,00	400,00	6.327,78
Costurera 3	410,00	4.920,00	597,78	410,00	400,00	6.327,78
Total		14.760,00	1793,34	1.230,00	1.200,00	18.983,34

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.4.2.1. Proyección de Mano de Obra Directa

Para la proyección de la mano de obra directa del proyecto, se toma en cuenta el porcentaje de incremento promedio que ha tenido el salario básico unificado en los últimos 5 años, como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 100 Tasa de incremento promedio del SBU

Año	SBU	% Incremento
2015	354,00	
2016	366,00	0,0339
2017	375,00	0,0246
2018	386,00	0,0293
2019	394,00	0,0207
2020	400,00	0,0152
% Incremento Promedio		0,0248

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: La autora

Año: 2019

La tasa promedio de incremento salarial de los últimos cinco años es del 2,48%, valor que será utilizado para estimar las proyecciones para el pago de mano de obra directa, donde se incluirán los fondos de reserva desde el segundo año.

Tabla 101 Proyección Mano de Obra Directa

Descripción	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Sueldo	14.760,00	15.125,39	15.499,82	15.883,52	16.276,71
Fondos de Reserva	-	1.260,45	1.291,65	1.323,63	1.356,39
Aporte Patronal	1.793,34	1.837,73	1.883,23	1.929,85	1.977,62
Décimo Tercero	1.230,00	1.260,45	1.291,65	1.323,63	1.356,39
Décimo Cuarto	1.200,00	1.229,71	1.260,15	1.291,34	1.323,31
Total	18.983,34	20.713,72	21.226,49	21.751,96	22.290,43

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.4.3. Costos Indirectos de Fabricación

Los CIF son todos los costos necesarios para el proceso productivo de la microempresa, constituido por la materia prima indirecta, mano de obra indirecta, herramientas de confección, servicios básicos, entre otros.

4.3.4.3.1. Materia Prima Indirecta

Se encuentra integrada por todos los materiales que no son fácilmente identificables en el producto final, pero son necesarios para su elaboración. Para la confección de las prendas de vestir femeninas, se consideró la siguiente materia prima indirecta:

- Conos de hilo, donde cada rollo rinde para aproximadamente para 20 blusas, otro para 30 camisetitas y uno más para 30 top crops.
- Etiquetas de marca por producto.
- Etiquetas de instrucciones de lavado, especificaciones de la tela y referencias del lugar de producción para cada unidad.

A continuación, se detalla la cantidad necesaria para cada prenda de vestir y el costo unitario, así como las proyecciones para los próximos cinco años de vida útil del proyecto:

Tabla 102 Materia Prima Indirecta – Año 1

Producto	Cantidad Blusas	Cantidad Camisetas	Cantidad Top Crops	Cantidad Total	Costo Unitario	Total Año 1
Conos de hilo	144	58	19	221	2,5	552,5
Etiqueta de marca	2.880	1.728	576	5.184	0,03	155,52
Etiqueta de instrucciones	2.880	1.728	576	5.184	0,06	311,04
Total						1.019,06

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 103 Proyección Materia Prima Indirecta

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Conos de hilo	552,5	567,56	582,85	598,37	614,12
Etiqueta de marca	155,52	159,46	163,55	167,74	172,05
Etiqueta de instrucciones	311,04	318,92	327,11	335,48	344,09
Total MPI	1.019,06	1.045,95	1.073,52	1.101,59	1.130,26

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.4.3.2. Mano de Obra Indirecta

Es aquella que no participa directamente en la confección de las prendas de vestir femeninas, pero es necesaria para el normal funcionamiento del proceso productivo.

En el Estudio Técnico se consideró necesario la contratación de un diseñador a medio tiempo, quien elaborará los moldes para cada tipo de prenda y recibirá una remuneración con los beneficios de ley. Para la proyección de los próximos años se utilizará la tasa de crecimiento salarial del 2,48%.

Tabla 104 Costo diseñador – Año 1

Personal	Sueldo	Ingreso Anual	Aporte Patronal IEES	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Año 1
Diseñador 1	205,00	2.460,00	298,89	205	200	3.163,89

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Para la proyección de los próximos años se realizará en base a la tasa de crecimiento salarial del 2,48% y tomando en cuenta los fondos de reserva a partir del año dos.

Tabla 105 Proyección Mano de Obra Indirecta – Diseñador

Descripción	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Sueldo	2.460,00	2.520,90	2.583,30	2.647,25	2.712,79
Fondos de Reserva	-	210,07	215,28	220,60	226,07
Aporte Patronal	2.98,89	306,29	313,87	321,64	329,60
Décimo Tercero	205,00	210,07	215,28	220,60	226,07
Décimo Cuarto	200,00	204,95	210,02	215,22	220,55
Total	3.163,89	3.452,29	3.537,75	3.625,33	3.715,07

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

También es necesario reflejar la proyección del costo anual por el mantenimiento a la maquinaria utilizada, que se realizará cada dos meses.

Tabla 106 Proyección Mano de Obra Indirecta – Mantenimiento Maquinaria

Descripción	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Mantenimiento maquinaria	360,00	368,91	378,04	387,40	396,99

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

A continuación se presenta el cuadro resumen de la proyección de materia prima indirecta, constituida por el costo para el pago al diseñador y al mantenimiento de maquinaria.

Tabla 107 Resumen Proyección Mano de Obra Indirecta

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Diseñador 1	3.163,89	3.452,29	3.537,75	3.625,33	3.715,07
Mantenimiento maquinaria	360,00	368,91	378,04	387,40	396,99
Total	3.523,89	3.821,20	3.915,79	4.012,73	4.112,06

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.4.3.3. Otros Costos Indirectos de Fabricación

Dentro de este grupo se encuentran aquellos costos que no forman parte del producto pero se utilizan durante el proceso de elaboración, como son:

- Herramientas de confección.
- Servicios Básicos.
- Arriendo de la planta.
- Reposición de activos no depreciables, considerando un 30% del valor anual.

La siguiente tabla contiene la cantidad anual y costo unitario de cada ítem para los cinco años de proyección utilizando el incremento promedio de la inflación del 0,90%.

Tabla 108 Proyección Otros Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Herramientas de confección							
Tijera de tela metálica	3	14,00	42,00	42,38	42,76	43,14	43,53
Corta hilos	3	1,00	3,00	3,03	3,05	3,08	3,11
Cinta métrica	3	1,25	3,75	3,78	3,82	3,85	3,89
Tizas	20	0,25	5,00	5,05	5,09	5,14	5,18
Agujas de mano	20	0,10	2,00	2,02	2,04	2,05	2,07
Agujas para máquina	60	0,25	15,00	15,14	15,27	15,41	15,55
Aceite de máquina	1	4,50	4,50	4,54	4,58	4,62	4,66
Mandiles costureras	3	7,00	21,00	21,19	21,38	21,57	21,77
Láminas de cartón	1.500	0,40	600,00	605,40	610,85	616,35	621,89
Subtotal			696,25	702,52	708,84	715,22	721,66
Energía Eléctrica	12	45,00	540,00	544,86	549,76	554,71	559,70
Agua Potable	12	12,00	144,00	145,30	146,60	147,92	149,25
Arriendo Planta de Producción	12	315,00	3.780,00	3.814,02	3.848,35	3.882,98	3.917,93
Recuperación Activos No Depreciables	30%	262,00	78,60	79,31	80,02	80,74	81,47
Total			5.238,85	5.286,00	5.333,57	5.381,58	5.430,01

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Se detalla el resumen de los costos indirectos de fabricación, integrado por materia prima indirecta, mano de obra indirecta y otros:

Tabla 109 Resumen Proyección Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Indirecta	1.019,06	1.045,95	1.073,52	1.101,59	1.130,26
Mano de Obra Indirecta	3.523,89	3.821,20	3.915,79	4.012,73	4.112,06
Otros Costos Indirectos de Fabricación	5.238,85	5.286,00	5.333,57	5.381,58	5.430,01
Total	9.781,80	10.153,15	10.322,88	10.495,89	10.672,34

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.5. Resumen Costos de Producción

La siguiente tabla contiene el resumen de los costos de producción totales, así como su proyección a los cinco años.

Tabla 110 Resumen Proyección Costos de Producción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	29.606,40	30.357,88	31.135,97	31.933,05	32.753,21
Mano de Obra Directa	18.983,34	20.713,72	21.226,49	21.751,96	22.290,43
Costos Indirectos de Fabricación	9.781,80	10.153,15	10.322,88	10.495,89	10.672,34
Total	58.371,54	61.224,76	62.685,35	64.180,90	65.715,97

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.6. Gastos Administrativos

Son aquellos gastos necesarios para dirigir, coordinar y controlar de las actividades contables y administrativas de la microempresa.

4.3.6.1. Remuneración del Personal Administrativo

En el área administrativa se contratará los servicios profesionales de un contador cada mes, a quien se cancelará el valor de \$80,00 mensuales y \$960.00 anuales, determinando su crecimiento de acuerdo con la tasa promedio de incremento salarial.

Tabla 111 Proyección Remuneración Personal Administrativo

Personal	Valor Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Contador-Administrador	80,00	960,00	983,76	1.008,12	1.033,07	1.058,65

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.6.2. Otros Gastos Administrativos

Dentro de este grupo se encuentran las proyecciones de los gastos necesarios para contar con el servicio de internet, así como los suministros de oficina y la recuperación de activos no depreciables. Para el cálculo se utilizó la tasa de inflación promedio de los últimos cinco años del 0,90%.

Tabla 112 Proyección Otros Gastos Administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de Internet	300,00	302,70	305,42	308,17	310,95
Suministros de oficina	96,00	96,86	97,74	98,62	99,50
Recuperación Activos No Depreciables	61,50	62,05	62,61	63,18	63,74
Total	457,50	461,62	465,77	469,96	474,19

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.7. Resumen Gastos Administrativos

La tabla que se muestra a continuación contiene el resumen de los valores anuales en gastos administrativos para los cinco años de proyección.

Tabla 113 Resumen Proyección Gastos Administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal Administrativo	960,00	983,76	1.008,12	1.033,07	1.058,65
Servicio de Internet	300,00	302,70	305,42	308,17	310,95
Suministros de Oficina	96,00	96,86	97,74	98,62	99,50
Recuperación Activos No Depreciables	61,50	62,05	62,61	63,18	63,74
Total	1.417,50	1.445,38	1.473,89	1.503,04	1.532,84

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.8. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas están integrados por aquellas erogaciones de dinero que se requieren para hacer llegar el producto hacia el cliente final.

4.3.8.1. Remuneración Personal de Ventas

Para el funcionamiento del local comercial, se contará con un personal total de dos vendedores, quienes realizarán las funciones necesarias para lograr ventas diarias. La remuneración se encuentra establecida de acuerdo al salario mínimo sectorial vigente para el año en curso.

Tabla 114 Remuneración Personal de Ventas – Año 1

Personal	Sueldo	Ingreso Anual	Fondos de Reserva	Aporte Patronal IEES	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Año 1
Vendedor 1	410,00	4.920,00	410,00	597,78	410,00	400,00	6.737,78
Vendedor 2	410,00	4.920,00	-	597,78	410,00	400,00	6.327,78
Total		9.840,00	410,00	1.195,56	820,00	800,00	13.065,56

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El cálculo de las remuneraciones de los próximos cinco años, se determinó mediante la aplicación de la tasa de promedio de crecimiento salarial del 2,48% y considerando los fondos de reserva del vendedor 2 desde el segundo año.

Tabla 115 Proyección Remuneración Personal de Ventas

Descripción	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Sueldo	9.840,00	10.083,59	10.333,21	10.589,01	10.851,14
Fondos de Reserva	410,00	840,30	861,10	882,42	904,26
Aporte Patronal	1.195,56	1.225,16	1.255,49	1.286,56	1.318,41
Décimo Tercero	820,00	840,30	861,10	882,42	904,26
Décimo Cuarto	800,00	819,80	840,10	860,90	882,21
Total	13.065,56	13.809,15	14.151,00	14.501,31	14.860,29

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.8.2. Publicidad

La publicidad se la realizará a través de las redes sociales Facebook e Instagram y mediante anuncios en la radio “Exa 93,9”, donde se dará a conocer la mayor información posible de la microempresa para llegar a sus clientes. La proyección se determinó según la tasa de inflación promedio del 0,90%.

Tabla 116 Proyección Publicidad

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Facebook	90,00	90,81	91,63	92,45	93,28
Instagram	135,00	136,22	137,44	138,68	139,93
Radio	750,00	756,75	763,56	770,43	777,37
Total	975,00	983,78	992,63	1.001,56	1.010,58

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.8.3. Otros Gastos de Ventas

Son aquellos gastos necesarios para el normal desarrollo de actividades del área de ventas, como los suministros, servicios básicos, arriendos del local comercial y la recuperación de activos no depreciables equivalente al 30% para cada año.

Tabla 117 Proyección Otros Gastos de Ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de Ventas					
Facturación	96,00	96,86	97,74	98,62	99,50
Fundas plásticas	840,00	847,56	855,19	862,88	870,65
Etiquetas plásticas	51,84	52,31	52,78	53,25	53,73
Plastiflechas	12,00	12,11	12,22	12,33	12,44
Subtotal	999,84	1.008,84	1.017,92	1.027,08	1.036,32
Energía Eléctrica	300,00	302,70	305,42	308,17	310,95
Arriendo local comercial	4.620,00	4.661,58	4.703,53	4.745,87	4.788,58
Recuperación Activos No Depreciables	357,15	360,36	363,61	366,88	370,18
Total	6.276,99	6.333,48	6.390,48	6.448,00	6.506,03

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.9. Resumen Gastos de Ventas

A continuación se presenta el cuadro resumen para la proyección de los gastos de ventas totales para cada año de vida útil del proyecto.

Tabla 118 Proyección Gastos de Ventas

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal de Ventas	13.065,56	13.809,15	14.151,00	14.501,31	14.860,29
Publicidad	975,00	983,78	992,63	1.001,56	1.010,58
Suministros de Ventas	999,84	1.008,84	1.017,92	1.027,08	1.036,32
Energía Eléctrica	300,00	302,70	305,42	308,17	310,95
Arriendo Local Comercial	4.620,00	4.661,58	4.703,53	4.745,87	4.788,58
Recuperación Activos No Depreciables	357,15	360,36	363,61	366,88	370,18
Total	20.317,55	21.126,41	21.534,11	21.950,87	22.376,89

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.10. Gastos Financieros

Para poder financiar la inversión que se requiere para la ampliación de la microempresa, se contará con un crédito financiero otorgado por la institución pública “BanEcuador”, por un monto total de \$10.000,00, que representa el 40,11% del valor total.

El financiamiento se encontrará establecido para un plazo de 5 años, a una tasa de interés efectiva del 16,20% y con cuotas fijas pagaderas de forma trimestral.

4.3.10.1. Tabla de Amortización del Crédito

A continuación se presenta la tabla de amortización, donde se detalla el valor de cada cuota, interés y amortización para cada periodo:

Tabla 119 Amortización del Crédito

N° Cuota	Capital	Valor de la Cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	10.000,00	724,45	382,49	341,96	9.658,04
2	9.658,04	724,45	369,41	355,04	9.302,99
3	9.302,99	724,45	355,83	368,62	8.934,37
4	8.934,37	724,45	341,73	382,72	8.551,65
5	8.551,65	724,45	327,09	397,36	8.154,28
6	8.154,28	724,45	311,89	412,56	7.741,72
7	7.741,72	724,45	296,11	428,34	7.313,38
8	7.313,38	724,45	279,73	444,72	6.868,66
9	6.868,66	724,45	262,72	461,73	6.406,92
10	6.406,92	724,45	245,06	479,40	5.927,53
11	5.927,53	724,45	226,72	497,73	5.429,79
12	5.429,79	724,45	207,68	516,77	4.913,03
13	4.913,03	724,45	187,92	536,54	4.376,49
14	4.376,49	724,45	167,40	557,06	3.819,43
15	3.819,43	724,45	146,09	578,36	3.241,07
16	3.241,07	724,45	123,97	600,49	2.640,58
17	2.640,58	724,45	101,00	623,45	2.017,13
18	2.017,13	724,45	77,15	647,30	1.369,83
19	1.369,83	724,45	52,39	672,06	697,77
20	697,77	724,45	26,69	697,77	0,00
TOTAL		14.489,08	4.489,08	10.000,00	

Fuente: BanEcuador

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.11. Resumen del Crédito

El resumen del crédito está constituido por el pago anual de capital e intereses para el tiempo establecido.

Tabla 120 Resumen del Crédito

Año	Capital	Interés	Total
1	1.448,35	1.449,46	2.897,82
2	1.682,99	1.214,83	2.897,82
3	1.955,63	942,18	2.897,82
4	2.272,44	625,37	2.897,82
5	2.640,58	257,24	2.897,82
Total	10.000,00	4.489,08	14.489,08

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.12. Depreciación de Activos Fijos

La depreciación de activos fijos representa la disminución de valor que sufren aquellos bienes de propiedad de la microempresa, por el uso que se les ha dado a través del tiempo.

De acuerdo al Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, la depreciación de los activos se realizará según la naturaleza de los bienes, la duración de su vida útil y la técnica contable a utilizar.

Se muestran los activos fijos necesarios para todas las actividades de la microempresa, su valor actual, residual y años de vida útil para cada uno de ellos:

Tabla 121 Activos Fijos

Activos Fijos	Valor Actual	Valor Residual	Vida Útil
Edificio	1.500,00	150,00	20
Maquinaria	4.180,00	418,00	10
Muebles y Enseres	6.780,00	678,00	10
Equipo de Computación y Software	3.405,00	340,50	5
Total	15.865,00	1.436,50	

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.12.1. Tablas de Depreciación

Las depreciaciones serán calculadas para cada activo depreciable, mediante el método de línea recta, tomando en cuenta el valor en libros, valor residual y los años de vida útil, como se detalla en la siguiente fórmula:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

Tabla 122 Depreciación Edificio

Edificio	Valor Actual	Depreciación	Depreciación Acumulada	Saldo
Año 1	1.500,00	67,50	67,50	1.432,50
Año 2	1.500,00	67,50	135,00	1.365,00
Año 3	1.500,00	67,50	202,50	1.297,50
Año 4	1.500,00	67,50	270,00	1.230,00
Año 5	1.500,00	67,50	337,50	1.162,50
Año 6	1.500,00	67,50	405,00	1.095,00
Año 7	1.500,00	67,50	472,50	1.027,50
Año 8	1.500,00	67,50	540,00	960,00
Año 9	1.500,00	67,50	607,50	892,50
Año 10	1.500,00	67,50	675,00	825,00
Año 11	1.500,00	67,50	742,50	757,50
Año 12	1.500,00	67,50	810,00	690,00
Año 13	1.500,00	67,50	877,50	622,50
Año 14	1.500,00	67,50	945,00	555,00
Año 15	1.500,00	67,50	1.012,50	487,50
Año 16	1.500,00	67,50	1.080,00	420,00
Año 17	1.500,00	67,50	1.147,50	352,50
Año 18	1.500,00	67,50	1.215,00	285,00
Año 19	1.500,00	67,50	1.282,50	217,50
Año 20	1.500,00	67,50	1.350,00	150,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 123 Depreciación Maquinaria y Equipo

Maquinaria y Equipo	Valor Actual	Depreciación	Depreciación Acumulada	Saldo
Año 1	4.180,00	376,20	376,20	3.803,80
Año 2	4.180,00	376,20	752,40	3.427,60
Año 3	4.180,00	376,20	1.128,60	3.051,40
Año 4	4.180,00	376,20	1.504,80	2.675,20
Año 5	4.180,00	376,20	1.881,00	2.299,00
Año 6	4.180,00	376,20	2.257,20	1.922,80
Año 7	4.180,00	376,20	2.633,40	1.546,60
Año 8	4.180,00	376,20	3.009,60	1.170,40
Año 9	4.180,00	376,20	3.385,80	794,20
Año 10	4.180,00	376,20	3.762,00	418,00

*Elaborado por: La autora**Año: 2019***Tabla 124 Depreciación Muebles y Enseres**

Muebles y Enseres	Valor Actual	Depreciación	Depreciación Acumulada	Saldo
Año 1	6.780,00	610,20	610,20	6.169,80
Año 2	6.780,00	610,20	1.220,40	5.559,60
Año 3	6.780,00	610,20	1.830,60	4.949,40
Año 4	6.780,00	610,20	2.440,80	4.339,20
Año 5	6.780,00	610,20	3.051,00	3.729,00
Año 6	6.780,00	610,20	3.661,20	3.118,80
Año 7	6.780,00	610,20	4.271,40	2.508,60
Año 8	6.780,00	610,20	4.881,60	1.898,40
Año 9	6.780,00	610,20	5.491,80	1.288,20
Año 10	6.780,00	610,20	6.102,00	678,00

*Elaborado por: La autora**Año: 2019***Tabla 125 Depreciación Equipo de Computación y Software**

Equipo de Computación	Valor Actual	Depreciación	Depreciación Acumulada	Saldo
Año 1	3.405,00	612,90	612,90	2.792,10
Año 2	3.405,00	612,90	1.225,80	2.179,20
Año 3	3.405,00	612,90	1.838,70	1.566,30
Año 4	3.405,00	612,90	2.451,60	953,40
Año 5	3.405,00	612,90	3.064,50	340,50

*Elaborado por: La autora**Año: 2019*

La depreciación de cada activo fijo se encuentra separada en porcentajes que fueron determinados de acuerdo al área a la que se destine su uso, según los valores que se establecieron en el estudio técnico para costo de producción, gastos administrativos y de ventas, como se detalla en las siguientes tablas:

Tabla 126 Depreciación Costo

Descripción	% asignado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo	100%	376,20	376,20	376,20	376,20	376,20
Muebles y Enseres	16,22%	99,00	99,00	99,00	99,00	99,00
Total Depreciación Costo		475,20	475,20	475,20	475,20	475,20

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 127 Depreciación Gasto Administración

Descripción	% asignado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificio	100%	67,50	67,50	67,50	67,50	67,50
Muebles y Enseres	7,67%	46,80	46,80	46,80	46,80	46,80
Equipo de Computación	32,16%	197,12	197,12	197,12	197,12	197,12
Total Depreciación Gasto Administración		311,42	311,42	311,42	311,42	311,42

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 128 Depreciación Gasto de Ventas

Descripción	% asignado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y Enseres	76,11%	464,40	464,40	464,40	464,40	464,40
Equipo de Computación	67,84%	415,78	415,78	415,78	415,78	415,78
Total Depreciación Gasto de Ventas		880,18	880,18	880,18	880,18	880,18

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.13. Resumen Depreciación de Activos Fijos

A continuación se presenta el resumen de la depreciación de activos fijos, constituida por costo y gasto.

Tabla 129 Resumen Depreciación de Activos Fijos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación Costo	475,20	475,20	475,20	475,20	475,20
Depreciación Gasto Administración	311,42	311,42	311,42	311,42	311,42
Depreciación Gasto de Ventas	880,18	880,18	880,18	880,18	880,18
Total Depreciaciones	1.666,80	1.666,80	1.666,80	1.666,80	1.666,80

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.14. Plan de Contingencia

El plan de contingencia hace referencia a un conjunto de actividades por realizar, para permitir el normal funcionamiento de las actividades de la microempresa, en caso de que se presenten contratiempos que afecten a la operatividad de la misma.

Plan de Contingencia: Microempresa “Soul Store”

Objetivo: Ejecutar todas las actividades cotidianas de la microempresa, controlando cualquier eventualidad o riesgo que pueda presentarse en el transcurso del tiempo, a través de estrategias que permitan minimizar los impactos negativos.

Tabla 130 Plan de Contingencias

Riesgo	Estrategia	Actividad	Costo	Responsable	Tiempo de ejecución
Ocurriencia de desastres naturales que afecten las instalaciones de la microempresa.	Contratar un seguro contra desastres naturales.	Contratación de un seguro contra desastres naturales para asegurar las instalaciones de la microempresa.	420,00	Gerente	Cada año.
	Contratar un seguro de vida para los trabajadores.	Contratación de un seguro de vida para proteger a los trabajadores.	550,00		Cada año.
Interrupciones operativas a causa de apagones eléctricos.	Comprar una planta de energía eléctrica.	Adquisición de la planta generadora de energía eléctrica para evitar complicaciones en los procesos de la microempresa.	620,00	Gerente	Año 1
Incendios que provoquen daños a los equipos y bienes de la microempresa.	Adquirir sensores de humo.	Instalación de sensores de humo en las instalaciones de la microempresa.	570,00	Gerente	Año 1
	Comprar equipos contra incendios.	Adquisición de equipos contra incendios para evitar mayores daños en los bienes.	400,00		Año 1
Asaltos o robos que ocurran dentro de las instalaciones de la microempresa.	Adquirir cámaras de seguridad.	Instalación de cámaras de seguridad en las distintas áreas de la microempresa.	840,00	Gerente	Año 1
Pérdida de la documentación que ocasionen problemas legales.	Comprar espacio en la nube.	Adquisición de espacio en la nube para almacenar copias de la documentación como respaldo.	75,00	Contador	Año 1

Fallas de funcionamiento permanentes en los equipos y maquinaria de la microempresa.	Contratar un seguro para la maquinaria.	Contratación de un seguro para la maquinaria de la microempresa, para evitar atrasos en la producción.	450,00	Gerente	Cada año
Otros riegos que puedan ocurrir.	Realizar planes, guías o estudios de solución.	Elaboración de planes, guías o estudios de solución para otros posibles riesgos.	100,00	Gerente	Año 1
Total año 1			4.025,00		
Total año 2 -5			1.420,00		

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Los valores al año uno están integrados por la suma de todas las actividades a realizar, mientras que aquellos para el año dos al cinco se encuentran constituidos únicamente por los seguros que son necesarios contratar cada año.

El monto total que implica llevar a cabo todas las actividades del Plan de Contingencia para cada año de vida útil del proyecto, se encuentra registrado en los gastos administrativos de la microempresa.

4.3.15. Estado de Situación Financiera

El estado de situación financiera está compuesto por los valores al año cero en las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, con los que se podrá poner en marcha las actividades del proyecto.

Microempresa “Soul Store”
Estado de Situación Financiera
Año cero
Expresado en Dólares Americanos

Tabla 131 Estado de Situación Financiera

ACTIVOS	
Activos Corrientes	
Efectivo y equivalentes de efectivo	6.877,86
Total Activos Corrientes	6.877,86
Activos No Corrientes	
Edificio	1.500,00
Maquinaria y Equipo	4.180,00
Muebles y Enseres	6.780,00
Equipo de Computación y Software	3.405,00
Activos No Depreciables	2.186,50
Total Activos No Corrientes	18.051,50
TOTAL ACTIVOS	<u>24.929,36</u>
PASIVOS	
Pasivos No Corrientes	
Préstamo Bancario	10.000,00
TOTAL PASIVOS	10.000,00
PATRIMONIO	
Capital	14.929,36
TOTAL PATRIMONIO	14.929,36
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	<u>24.929,36</u>

Elaborado por: La autora
Año: 2019

4.3.16. Resumen de Costos y Gastos

Tabla 132 Resumen de Costos y Gastos

Costos de Producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	29.606,40	30.357,88	31.135,97	31.933,05	32.753,21
Mano de Obra Directa	18.983,34	20.713,72	21.226,49	21.751,96	22.290,43
Materia Prima Indirecta	1.019,06	1.045,95	1.073,52	1.101,59	1.130,26
Mano de Obra Indirecta	3.523,89	3.821,20	3.915,79	4.012,73	4.112,06
Herramientas de Confección	696,25	702,52	708,84	715,22	721,66
Energía Eléctrica	540,00	544,86	549,76	554,71	559,70
Agua Potable	144,00	145,30	146,60	147,92	149,25
Arriendo Planta de Producción	3.780,00	3.814,02	3.848,35	3.882,98	3.917,93
Recuperación Activos No Depreciables	78,60	79,31	80,02	80,74	81,47
Depreciación Costo	475,20	475,20	475,20	475,20	475,20
Total Costos de Producción	58.846,74	61.699,96	63.160,55	64.656,10	66.191,17
Gastos Administrativos					
Personal Administrativo	960,00	983,76	1.008,12	1.033,07	1.058,65
Servicio de Internet	300,00	302,70	305,42	308,17	310,95
Suministros de oficina	96,00	96,86	97,74	98,62	99,50
Recuperación Activos No Depreciables	61,50	62,05	62,61	63,18	63,74
Gestión de Riesgos	4.025,00	1.420,00	1.420,00	1.420,00	1.420,00
Depreciación Gasto Administrativo	311,42	311,42	311,42	311,42	311,42
Total Gastos de Administración	5.753,92	3.176,80	3.205,31	3.234,46	3.264,26
Gastos de Ventas					
Personal de Ventas	13.065,56	13.809,15	14.151,00	14.501,31	14.860,29
Publicidad	975,00	983,78	992,63	1.001,56	1.010,58
Suministros de Ventas	999,84	1.008,84	1.017,92	1.027,08	1.036,32
Energía Eléctrica	300,00	302,70	305,42	308,17	310,95
Arriendo Local Comercial	4.620,00	4.661,58	4.703,53	4.745,87	4.788,58
Recuperación Activos No Depreciables	357,15	360,36	363,61	366,88	370,18
Depreciación Gasto de Ventas	880,18	880,18	880,18	880,18	880,18
Total Gasto de Ventas	21.197,73	22.006,59	22.414,29	22.831,05	23.257,07
Gastos Financieros					
Intereses	1.449,46	1.214,83	942,18	625,37	257,24
Total Gastos Financieros	1.449,46	1.214,83	942,18	625,37	257,24
TOTAL COSTOS Y GASTOS	87.247,85	88.098,17	89.722,33	91.346,98	92.969,74
Total Costos y Gastos Variables	54.512,94	57.331,43	58.756,98	60.217,18	61.716,58
Total Costos y Gastos Fijos	32.734,91	30.766,75	30.965,35	31.129,80	31.253,17
TOTAL COSTOS Y GASTOS	87.247,85	88.098,17	89.722,33	91.346,98	92.969,74

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.17. Estado de Resultados

Es aquel estado en el que constan las partidas de ingresos, costos y gastos, su finalidad es demostrar la utilidad o pérdida que ha generado la microempresa en los años de vida útil del proyecto.

Para su elaboración se ha tomado como base los resultados que se reflejan en el resumen de costos y gastos para cada año.

Tabla 133 Estado de Resultados

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	97.649,28	100.125,66	102.694,19	105.322,60	108.027,66
(-) Costo de Producción	58.846,74	61.699,96	63.160,55	64.656,10	66.191,17
= Utilidad Bruta en Ventas	38.802,54	38.425,71	39.533,64	40.666,50	41.836,49
(-) Gastos de Administración	5.753,92	3.176,80	3.205,31	3.234,46	3.264,26
(-) Gastos de Ventas	21.197,73	22.006,59	22.414,29	22.831,05	23.257,07
= Utilidad Bruta en operaciones	11.850,89	13.242,32	13.914,04	14.600,99	15.315,16
(-) Gastos Financieros (intereses)	1.449,46	1.214,83	942,18	625,37	257,24
= Utilidad neta antes de participación trabajadores	10.401,43	12.027,49	12.971,85	13.975,62	15.057,92
(-) 15% participación trabajadores	1.560,21	1.804,12	1.945,78	2.096,34	2.258,69
= Utilidad neta antes de impuesto a la renta	8.841,21	10.223,37	11.026,08	11.879,28	12.799,23
(-) 0% de impuesto a la renta	-	-	-	-	-
Utilidad Neta	8.841,21	10.223,37	11.026,08	11.879,28	12.799,23

Elaborado por: La autora
Año: 2019

4.3.18. Estado de Flujo de Efectivo

Es aquel informe contable que refleja los movimientos de entrada y salida de efectivo que se han dado en la microempresa, con el propósito de conocer los flujos netos de efectivo de cada año de vida útil del proyecto y determinar su grado de liquidez.

Tabla 134 Estado de Flujo de Efectivo

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Ingresos							
Ventas Netas		97.649,28	100.125,66	102.694,19	105.322,60	108.027,66	
Valor de Rescate							7.531,00
Total Ingresos		97.649,28	100.125,66	102.694,19	105.322,60	108.027,66	7.531,00
Egresos							
Costo de Producción		58.846,74	61.699,96	63.160,55	64.656,10	66.191,17	
Gastos de Administración		5.753,92	3.176,80	3.205,31	3.234,46	3.264,26	
Gastos de Ventas		21.197,73	22.006,59	22.414,29	22.831,05	23.257,07	
Gastos Financieros (intereses)		1.449,46	1.214,83	942,18	625,37	257,24	
Total Egresos		87.247,85	88.098,17	89.722,33	91.346,98	92.969,74	
Utilidad neta antes de participación trabajadores		10.401,43	12.027,49	12.971,85	13.975,62	15.057,92	
15% participación trabajadores		1.560,21	1.804,12	1.945,78	2.096,34	2.258,69	
Utilidad Neta antes de Impuesto a la Renta		8.841,21	10.223,37	11.026,08	11.879,28	12.799,23	
0% Impuesto a la Renta		-	-	-	-	-	
Utilidad Neta		8.841,21	10.223,37	11.026,08	11.879,28	12.799,23	
Depreciaciones de Activos Fijos		1.666,80	1.666,80	1.666,80	1.666,80	1.666,80	
Inversiones en Activos Fijos	-18.051,50						
Crédito	10.000,00						
Capital de Trabajo	-6.877,86						
Amortizaciones del préstamo		-1.448,35	-1.682,99	-1.955,63	-2.272,44	-2.640,58	
FLUJO DE CAJA NETO	-24.929,36	9.059,66	10.207,18	10.737,24	11.273,63	11.825,45	7.531,00

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.19. Análisis Financiero

El análisis financiero consiste en desarrollar varios cálculos a partir de la información obtenida en el estado de flujo de efectivo, con el fin de armar un tablero integral de comandos donde se encontrará el resultado de cada indicador aplicado, lo cual ayudará a decidir sobre la viabilidad del proyecto.

4.3.19.1. Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador financiero permite conocer la rentabilidad que tendría el proyecto en valores absolutos, trayendo los valores futuros que se obtuvieron en cada año del estado de flujo de efectivo al presente a través de una tasa de interés.

Para determinar su cálculo se utilizó una tasa de descuento del 16,20%, que fue otorgada para el préstamo bancario en BanEcuador, a través de la cual se podrá traer a valor presente los flujos de efectivo netos reflejados en cada año de vida útil del proyecto.

Fórmula:

$$VAN = -I.I. + \frac{FNC_1}{(1+i)^1} + \frac{FNC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+i)^n}$$

Donde:

I.I. = Inversión Inicial

FNC = Flujo Neto de Caja

i = Tasa de Descuento

$$VAN = -24.929,36 + \frac{9.059,66}{(1 + 0,1620)^1} + \frac{10.207,18}{(1 + 0,1620)^2} + \frac{10.737,24}{(1 + 0,1620)^3} + \frac{11.273,63}{(1 + 0,1620)^4} + \frac{11.825,45}{(1 + 0,1620)^5} + \frac{7.531,00}{(1 + 0,1620)^6}$$

$$VAN = -24.929,36 + 7.796,61 + 7.559,51 + 6.843,44 + 6.183,57 + 5.581,96 + 3.059,26$$

$$VAN = 12.094,99$$

A continuación se presenta un resumen de los flujos de efectivo netos y descontados para cada año de vida útil.

Tabla 135 Valor Actual Neto

Año	Flujos Netos	Flujos Descontados
0	-24.929,36	-24.929,36
1	9.059,66	7.796,61
2	10.207,18	7.559,51
3	10.737,24	6.843,44
4	11.273,63	6.183,57
5	11.825,45	5.581,96
6	7.531,00	3.059,26
Valor Actual Neto		12.094,99

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El resultado que arroja el Valor Actual Neto es igual a \$12.094,99; el cual al ser mayor a cero indica que el proyecto es rentable para los inversionistas, ya que cada año generará flujos positivos.

4.3.19.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es aquella que provoca que el VAN sea igual a cero y representa el porcentaje de rendimiento que se esperaría que genere el proyecto de inversión.

Su cálculo será determinado a través del método de interpolación, para lo cual es necesario determinar una tasa de descuento inferior y otra superior, que permitan que el VAN sea positivo y negativo respectivamente.

Para la tasa inferior se tomará como base la anterior, que representa el 16,20% y como superior se aplicará un porcentaje del 33,05%, obteniendo los siguientes flujos actualizados:

Tabla 136 Tasa Interna de Retorno

Año	Flujos Netos	Flujos Descontados 0,1620	Flujos Descontados 0,3305
0	-24.929,36	-24.929,36	-24.929,36
1	9.059,66	7.796,61	6.809,21
2	10.207,18	7.559,51	5.766,02
3	10.737,24	6.843,44	4.558,78
4	11.273,63	6.183,57	3.597,53
5	11.825,45	5.581,96	2.836,24
6	7.531,00	3.059,26	1.357,57
Valor Actual Neto		12.094,99	-4.01

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Una vez que se obtuvo la tasa superior e inferior, así como los VAN positivo y negativo se aplica la siguiente fórmula de interpolación:

Fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) * \frac{VAN\ Positivo}{(VAN\ Positivo - VAN\ Negativo)}$$

Donde:

Ti = Tasa inferior

Ts = Tasa Superior

$$TIR = 0,1620 + (0,3305 - 0,1620) * \frac{12.094,99}{(12.094,99 - (-4,01))}$$

$$TIR = 0,1620 + (0,1685) * \frac{12.094,99}{12.099}$$

$$TIR = 0,1620 + 0,1684$$

$$TIR = 0,3304$$

$$TIR = 33,04\%$$

De acuerdo con los resultados que arroja el cálculo de la tasa interna de retorno, el proyecto de inversión generará una tasa de rendimiento del 33,04%, al ser un valor positivo y mayor a la tasa activa del crédito, el estudio de factibilidad es viable.

4.3.19.3. Relación Costo Beneficio

Es un indicador financiero que indica el rendimiento que se obtendrá por cada dólar invertido en el proyecto. Un resultado mayor a uno significa que existe factibilidad ya que se estaría recuperando la inversión y a su vez se obtiene un beneficio extra.

Para su cálculo se procede a actualizar los ingresos y egresos, multiplicando los valores de cada año por el factor de inflación, el mismo que se obtiene de la siguiente fórmula donde el porcentaje de inflación corresponde al 0,90%:

$$\text{Factor de inflación} = \frac{1}{(1 + \% \text{ inflación})}$$

Tabla 137 Relación Costo Beneficio

Año	Ingresos	Factor de Inflación	Ingresos Actualizados	Egresos	Egresos Actualizados
0	-14.929,36	1,00	-14.929,36		
1	97.649,28	0,99	96.778,28	87.247,85	86.469,63
2	100.125,66	0,98	98.347,44	88.098,17	86.533,56
3	102.694,19	0,97	99.970,61	89.722,33	87.342,79
4	105.322,60	0,96	101.614,79	91.346,98	88.131,17
5	108.027,66	0,96	103.294,97	92.969,74	88.896,73
Total			485.076,73		437.373,88

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Luego de haber obtenido la sumatoria de los valores de ingresos y costos actualizados de cada año, se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\Sigma \text{Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{485.076,73}{437.373,88}$$

$$\text{Relación Beneficio Costo} = 1,11$$

Los resultados de este indicador financiero expresan una ganancia excedente de \$0,11 centavos por cada dólar invertido, por lo que el proyecto es aceptable al ser un valor superior a uno.

4.3.19.4. Costo de Oportunidad

El costo de oportunidad se refiere al porcentaje de rendimiento económico al que se renuncia, por invertir los recursos para llevar a cabo este proyecto, en lugar de destinar el dinero en una póliza.

Para su cálculo se considera la tasa activa que cobra BanEcuador por el crédito concedido que es del 16,20%, y la tasa pasiva promedio que brindan las instituciones en pólizas de inversión del 6,50%.

Tabla 138 Costo de Oportunidad

Origen	Inversión	% Composición	Tasa de Operación	Valor Ponderado
Aporte Propio	14.929,36	0,5989	6,50%	0,0389
Aporte Financiado	10.000,00	0,4011	16,20%	0,0650
Total	24.929,36	1,00		0,1039
Costo de Oportunidad				10,39%

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El costo de oportunidad representa el porcentaje que se dejaría de ganar por invertir los recursos en el proyecto, para el caso de Soul Store es de 10,39%, valor que resulta inferior frente a la TIR.

4.3.19.5. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Es la tasa que representa el porcentaje mínimo de rentabilidad que debería generar el proyecto para cubrir los egresos y generar un beneficio para los inversionistas.

Para determinar su cálculo se aplica la siguiente fórmula, donde el costo de capital es de 10,39 y la inflación utilizada será aquella que se obtuvo del promedio de los último cinco años del 0,90:

$$TMAR = (1 + KO) * (1 + Inf) - 1$$

$$TMAR = (1 + 10,39) * (1 + 0,90) - 1$$

$$TMAR = (11,39) * (1,90) - 1$$

$$TMAR = 21,641 - 1$$

$$TMAR = 20,64$$

Al obtener un resultado del 20,64% se puede visualizar que el proyecto devolverá una tasa de rendimiento mayor a la mínima, ya que en el cálculo de la TIR se obtuvo un porcentaje del 34,14%, valor mayor en 13,5 puntos. Por lo tanto, el proyecto sí es viable.

4.3.19.6. Periodo de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo en el que se espera poder recuperar el total de la inversión inicial del proyecto y empezar a generar ganancias, este resultado debe ser menor al tiempo de vida útil establecido para el proyecto.

Para su cálculo se considerarán los flujos de efectivo netos actualizados de cada año y se determinarán los flujos acumulados:

Tabla 139 Periodo de Recuperación de la Inversión

Año	Inversión Inicial	Flujos Actualizados	Flujos Acumulados
0	-24.929,36		
1		7.796,61	7.796,61
2		7.559,51	15.356,11
3		6.843,44	22.199,55
4		6.183,57	28.383,13
5		5.581,96	33.965,09

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Para determinar el periodo de recuperación, se parte del flujo acumulado que más se acerque al valor de la inversión inicial y se realizan los siguientes cálculos:

- **Valor recuperado en el año 3 = \$22.199,55**
- Valor faltante en el año 3 = \$24.929,36 - \$22.199,55 = \$2.729,81
- Valor mensual = \$6.183,57 / 12 = \$515,30
- Número de meses = \$2.729,81 / \$515,30 = **5 meses**
- Valor recuperado en el quinto mes = \$515,30 * 5 = \$2.576,50

- Valor faltante en el cuarto mes = \$2.729,81 - \$2.576,50 = \$153,31
- Valor diario = \$515,30 / 30 = \$17,18
- Número de días = \$153,31 / \$17,18 = **9 días**

El tiempo de la recuperación de la inversión inicial es de 3 años, 5 meses y 9 días; lapso que es menor al total de la vida útil del proyecto; por ende, desde este punto de vista, es factible.

4.3.19.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio representa el nivel de ingresos o ventas que deberá generar la microempresa, para alcanzar a cubrir con todos sus costos y gastos, sin obtener pérdidas ni ganancias. Este puede ser expresado tanto en unidades de producto como en valores económicos.

- **Punto de Equilibrio (\$)**

Para determinar el punto de equilibrio en unidades monetarias, se utilizará la siguiente fórmula:

$$\mathbf{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{\mathbf{Costos\ y\ Gastos\ Fijos}}{1 - (\mathbf{Costos\ y\ Gastos\ Variables} / \mathbf{Ventas})}$$

$$\mathbf{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{32.734,91}{1 - (54.512,94 / 97.649,28)}$$

$$\mathbf{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{32.734,91}{1 - (0,5583)}$$

$$\mathbf{Punto\ de\ Equilibrio} = \frac{32.734,91}{0,4417}$$

$$\mathbf{Punto\ de\ Equilibrio} = \$74.103,19$$

El punto de equilibrio en dólares equivale a un total de \$74.103,19, valor que representa el 75,89% de las ventas en el año uno. A partir de este monto, la microempresa obtendría utilidades.

- **Punto de Equilibrio (Q)**

Para obtener el punto de equilibrio en unidades de producto, se realizan los siguientes cálculos:

Tabla 140 Punto de Equilibrio

Producto	Cantidad	P.U.	Total	Composición %	Composición Valores	P. E. Cantidad
Blusas	2.880	21,19	61.027,20	0,6250	46.311,76	2.186
Camisetas	1.728	15,14	26.161,92	0,2679	19.853,52	1.311
Top Crops	576	18,16	10.460,16	0,1071	7.937,91	437
Total	5.184		97.649,28	1,0000	74.103,19	3.934

Elaborado por: La autora

Año: 2019

La microempresa necesitará vender 3.934 unidades para cubrir con sus costos y gastos, una vez superado este nivel empezará a generar utilidades.

4.3.20. Resumen de Indicadores Financieros

A continuación se presenta un cuadro integral de comandos, donde se podrá visualizar los resultados obtenidos en cada indicador financiero que fue aplicado para evaluar la factibilidad del proyecto de inversión para la microempresa Soul Store:

Tabla 141 Resumen Indicadores Financieros

Indicadores Financieros	Valor Obtenido	Valor Esperado	Resultado
Valor Actual Neto	\$12.094,99	> 0 es ejecutable	Factible
Tasa Interna de Retorno	33,04%	Superior a tasa activa y pasiva	Factible
TIR Descontada	16,84%	> 0 es ejecutable	Factible
Costo de Oportunidad	10,39%	Superior a tasa pasiva	Factible
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento	20,64%	Superior a tasa activa y pasiva	Factible
Relación Costo Beneficio	\$1,11	Superior a 1	Factible
Punto de Equilibrio \$	\$74.103,19	75,89% del total ingresos	Factible
Punto de Equilibrio Q	2.186	Blusas	Factible
	1.311	Camisetas	
	437	Top Crops	
Periodo de Recuperación de Inversión	3 años 5 meses 9 días	70% de V.U. del Proyecto	Factible

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.3.21. Conclusiones

- A través del estudio financiero se logró determinar los ingresos para cada año de vida útil del proyecto, mismos que se encuentran conformados por las ventas de las prendas de vestir femeninas.
- Se estableció la proyección de los costos de producción, gastos administrativos, de ventas y financieros, así como la amortización del crédito en la institución financiera BanEcuador.
- La depreciación de activos fijos para cada año fue separada en costos y gastos, de acuerdo al destino de uso que tendrán dentro de la microempresa.
- Se elaboró un plan de contingencia con el objetivo de mantener un normal funcionamiento de las actividades operativas de la entidad, ante la presencia de cualquier tipo de riesgo que pudiera suceder.
- Se estructuraron los estados financieros proforma, con la finalidad de aplicar una serie de indicadores, los cuales permitan analizar la viabilidad que tendrá el mismo.

- El Valor Actual Neto indica un resultado favorable de 12.094, esto expresa que el proyecto generará una rentabilidad favorable para la microempresa.
- La Tasa Interna de Retorno que se obtuvo fue del 33,04%, siendo un porcentaje mayor en 13 puntos a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento que se esperaba obtener.
- La recuperación del total de la inversión inicial será en 3 años, 5 meses y 9 días, tiempo que se considera aceptable al ser menor a la vida útil del proyecto.
- En cuanto al Punto de Equilibrio, este se encuentra reflejado cuando se alcance el 75,89% de las ventas, a partir de este valor se obtendría ganancias.

Análisis del capítulo

Por todo lo expuesto anteriormente, se determina que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero, ya que se obtendrían rendimientos aceptables para la microempresa, según los resultados que expresan los indicadores aplicados en el análisis.

4.4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Introducción

Este estudio consiste en estructurar una propuesta organizacional, donde se encontrará el nombre del negocio por el que los clientes podrán identificarlo, así como su logotipo distintivo y slogan personal. La filosofía empresarial está constituida por la misión, visión, objetivos, principios y valores, que establecerán la cultura y el ambiente de trabajo dentro de la organización. También se fijan las políticas para cada una de las partes implicadas que son: clientes, proveedores, entidad y trabajadores. Se presenta un organigrama estructural y funcional, donde se detallan los departamentos y puestos de trabajo respectivamente. Finalmente, se elabora un manual de funciones para los cargos existentes dentro de la microempresa y se describe su constitución jurídica.

4.4.1. Objetivos del Estudio Organizacional

Objetivo General

Elaborar una propuesta de estudio organizacional, mediante la definición de la filosofía empresarial y las responsabilidades de los trabajadores, para garantizar un adecuado funcionamiento de la microempresa.

Objetivos Específicos

- Elaborar el logotipo y el slogan para la microempresa.
- Definir la misión, visión, objetivos, principios, valores y políticas empresariales.
- Diseñar una estructura organizacional y un organigrama funcional.
- Detallar las funciones de cada puesto de trabajo.
- Analizar la constitución jurídica de la microempresa.

4.4.2. Denominación de la Empresa

La denominación de la empresa es la razón social por la cual se conoce a una empresa dentro del mercado y se la distingue de las demás.

El nombre comercial que mantiene actualmente la microempresa es Soul Store, la cual se mantendrá al ser una denominación corta, fácil de pronunciar y de recordar por sus clientes. Esta razón social fue escogida por los propietarios de la misma, al considerar que es un nombre atractivo, elegante y delicado, que se ajusta a las características que tienen las mujeres.

Soul Store es una microempresa de propiedad de una persona natural que se dedica a la producción y comercialización de ropa femenina para adolescentes y adultos bajo su propia marca, como también de otras importadas.

4.4.3. Logotipo

El logotipo se refiere al diseño de un gráfico formado por imágenes o letras, que permiten distinguir a una empresa, marca o institución de otras.



Gráfico 28 Logotipo de la microempresa

Elaborado por: La autora

Año: 2019

El logotipo de la microempresa se encuentra conformado por el nombre de la misma, en un tono de color muy femenino que se asocia con la moda, la elegancia y el glamur; una

flecha con un corazón, señalando a la silueta de una mujer que sostiene dos fundas de compras, y finalmente el eslogan empresarial.

4.4.4. Eslogan

El eslogan está constituido por una frase corta, expresiva y fácil de recordar, que se utiliza como publicidad para identificar a una empresa. Soul Store contará con el siguiente:

“Crea tu estilo, arma tu outfit”

Esta frase explica brevemente la idea principal de lo que la microempresa ofrece a sus clientes, debido a la variedad de ropa femenina que comercializa, despierta el interés y llama la atención particularmente de las damas.

4.4.5. Filosofía Empresarial

La filosofía empresarial constituye el conjunto de aspectos que permiten identificar a una empresa de acuerdo con lo que es, lo que quiere llegar a ser, los objetivos que persigue y su ambiente de trabajo.

4.4.5.1. Misión

La misión se refiere a la razón de ser de la microempresa, indica la actividad que realiza, los productos que ofrece, el motivo por el que existe y la diferenciación que tiene ante la competencia.

“Soul Store es una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de ropa femenina de distintas marcas incluyendo la suya, brinda atención y asesoría personalizada al cliente, calidad en los productos, diseños exclusivos y precios cómodos.”

4.4.5.2. Visión

La visión de una empresa representa la declaración de lo que quiere llegar a ser en un futuro, hacia donde se dirige o lo que pretende alcanzar en el largo plazo; indicando además como conseguirá lograr sus metas de crecimiento y prosperidad.

“Ser una microempresa líder en la producción y comercialización de ropa femenina, reconocida a nivel nacional por su innovación continua, adaptación a las tendencias de la moda, calidad y variedad en sus diseños.”

4.4.5.3. Objetivos Empresariales

Los objetivos empresariales son aquellos que la entidad se propone realizar para mejorar los resultados y beneficios que se obtienen. La microempresa contará con los siguientes:

- Fabricar las prendas de vestir femeninas con estándares de calidad, para generar satisfacción en los clientes.
- Actualizar frecuentemente las líneas de ropa acorde a las tendencias de moda.
- Mantener stock de ropa suficiente en bodega, para conservar al local comercial surtido de mercadería en todo momento.
- Ofrecer promociones y descuentos especiales a cierta mercadería que demore en rotar o salir, para alentar su venta.
- Escoger a los proveedores que ofrezcan materiales de calidad para la correcta elaboración de las prendas.
- Negociar frecuentemente con los proveedores para obtener los materiales al mejor costo y poder fijar precios accesibles para los compradores.

- Permitir reservas de mercadería a sus clientes, con un monto de \$10,00 y plazo de 30 días para cancelar la deuda total.

4.4.5.4. Valores Corporativos

Están conformados por el conjunto de creencias, dogmas o reglas propias de cada negocio que regulan la gestión de la empresa, de tal manera que se reconocen como parte de la identidad institucional a través del comportamiento de los trabajadores.

El personal que formará parte de la microempresa Soul Store, deberá acoplarse a los siguientes valores corporativos:

- **Responsabilidad:** Los trabajadores deben cumplir con todas sus actividades y obligaciones diarias.
- **Compromiso:** Cada persona que forma parte de la empresa debe demostrar su interés y dedicación constante en sus labores.
- **Respeto:** Se deberá mantener un trato adecuado, justo y cortés entre todos los involucrados.
- **Honestidad:** Los empleados realizarán las funciones asignadas con transparencia e integridad.
- **Puntualidad:** El talento humano de la microempresa cumplirá con su horario de trabajo y con sus responsabilidades dentro de los plazos establecidos.
- **Equidad:** La microempresa debe brindar justicia e igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, sin discriminar sus condiciones.
- **Solidaridad:** Los trabajadores deben estar dispuestos a brindar apoyo a sus colegas, con el fin de alcanzar los objetivos empresariales en conjunto.

4.4.5.5. Principios

Los principios empresariales son aquellas reglas o normas de conducta que guían a la forma de actuar de todos los colaboradores de la microempresa.

Los trabajadores de Soul Store tendrán que cumplir con los siguientes principios:

- **Trabajo en equipo:** Estar dispuestos a realizar sus actividades diarias en conjunto con el resto de los trabajadores, manteniendo una relación de compañerismo entre todos.
- **Productos de calidad:** Trabajar con materiales e insumos adecuados, para generar resultados favorables que cumplan con las expectativas y necesidades de los clientes.
- **Óptima atención al cliente:** Mantener un trato respetuoso y cordial con los clientes, responder sus inquietudes y ayudar en sus requerimientos.
- **Mejora continua:** Estar al pendiente de las actualizaciones y capacitaciones constantes al equipo y personal de la microempresa respectivamente, para estar involucrados con los cambios repentinos del mercado.
- **Motivación constante:** Incentivar a los trabajadores a realizar sus actividades con entusiasmo, con el fin de alcanzar un objetivo común.

4.4.5.6. Políticas Empresariales

Son las normas que se establecen dentro de la microempresa para tener en claro los modos de trabajo y estándares de actuación en cada situación que pueda presentarse, con el fin de obtener mejores resultados.

- **Clientes**

- Los clientes podrán cancelar sus compras físicas en efectivo y tarjetas de crédito o débito.
- Quienes realicen compras on-line deberán realizar el pago mediante depósito o transferencia bancaria a la cuenta del propietario de la microempresa.
- Las compras que se realicen en efectivo tendrán un 10% de descuento.
- El monto mínimo para realizar reservas será de \$10,00 con un plazo máximo de 30 días para cancelar la totalidad de la deuda y retirar la compra.
- Los clientes gozarán de descuentos y promociones especiales en distintas fechas establecidas y en cierta mercadería seleccionada.

- **Proveedores**

- Los proveedores deberán cumplir con las especificaciones que se requieren para cada material e insumo.
- Cada proveedor deberá otorgar las proformas correspondientes para que la microempresa pueda analizar las cotizaciones de precios.
- En caso de encontrar fallas en los materiales o insumos, el proveedor deberá responder a esto con el cambio o devolución de los recursos.
- El proveedor tendrá la obligación de entregar la documentación legal necesaria por cada compra que se realice.

- **Entidad**

- La microempresa se encargará de proveer todos los implementos para el correcto desarrollo de sus funciones asignadas.

- Se fomentará la buena comunicación y amistad entre todos los trabajadores que forman parte de la microempresa.
- La entidad deberá tomar en consideración las opiniones y observaciones que transmitan los clientes, para realizar mejoras en sus procesos.
- Velar constantemente por mantener una adecuada imagen del negocio.
- **Trabajadores**
 - Todos los trabajadores deberán cumplir con su respectivo horario de trabajo que fue asignado en su contrato.
 - Los empleados tendrán que usar el uniforme entregado durante la jornada laboral.
 - No realizarán otras actividades ajenas a las que se relacionan sus obligaciones de trabajo.
 - Serán responsables del cuidado de las instalaciones, maquinarias y recursos que les fueron asignados.
 - El personal se encargará de mantener orden y limpieza en cada una de sus áreas de trabajo.
 - Mantener una adecuada presencia física en las instalaciones de la microempresa.

4.4.6. Estructura Organizacional

La estructura organizacional de la microempresa es una representación gráfica de la manera en que se encuentra constituida la misma. Se establecen niveles de jerarquía para mejorar el control, los procesos y las responsabilidades designadas.

4.4.6.1. Organigrama Estructural

Permite conocer la estructura general de la microempresa, a través de cuadros que representan los departamentos o áreas existentes, así como sus niveles jerárquicos.

El siguiente organigrama estructural, muestra la forma general en la que se encuentra constituida la microempresa Soul Store:

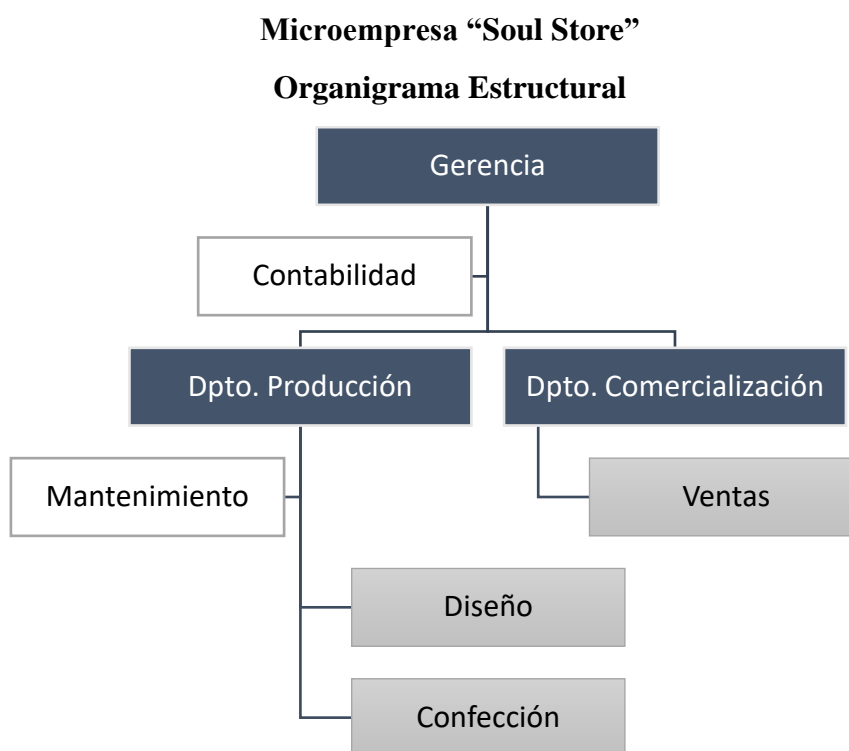


Gráfico 29 Organigrama Estructural

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.4.6.2. Organigrama Funcional

En el organigrama funcional se da a conocer la distribución de los puestos de trabajo disponibles en cada departamento o área de la microempresa. A continuación se presenta el siguiente para la microempresa Soul Store:

Microempresa “Soul Store”

Organigrama Funcional

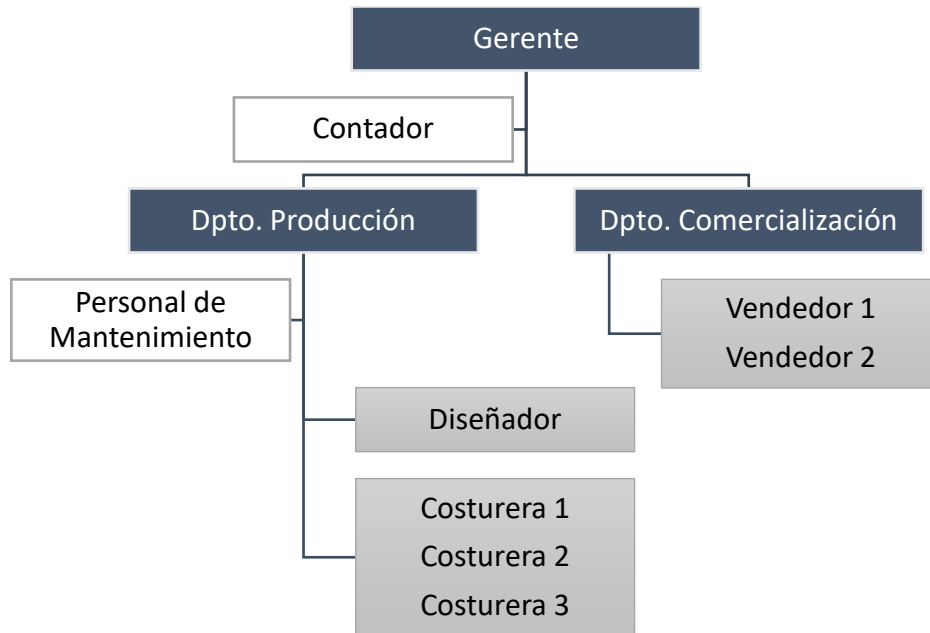


Gráfico 30 Organigrama Funcional

Elaborado por: La autora


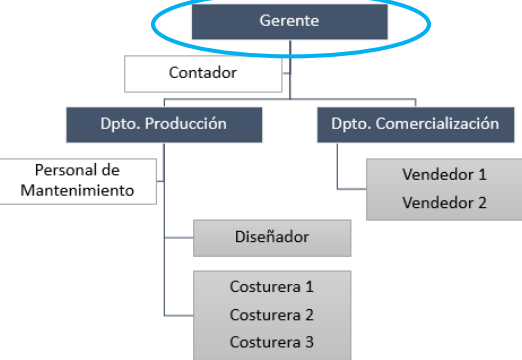
Año: 2019

4.4.7. Manual de Funciones

El manual de funciones es un instrumento integrado por fichas individuales para cada cargo que existe dentro de la microempresa, donde se especifica la identificación, nivel y objetivo del puesto, las responsabilidades y los requisitos específicos que se solicitan para cumplir con el perfil.


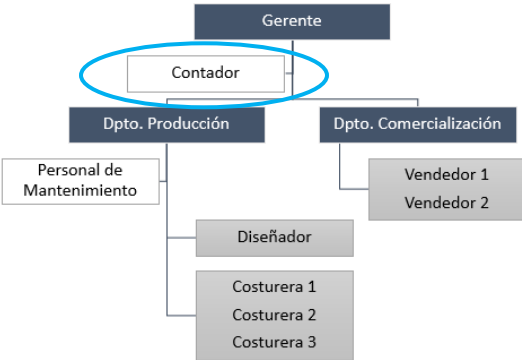
A continuación se presenta el manual de funciones para la microempresa Soul Store, el cual estará conformado por 6 fichas individuales:

Tabla 142 Manual de Funciones – Gerente

	Microempresa “Soul Store” Manual de Funciones
Identificación del Puesto	
Denominación del puesto: Área de Gestión: Ambiente de Trabajo:	Gerente Administración Oficina
Nivel del Puesto	
Reporta a: Supervisa a:	No aplica Contador, Dpto. Producción y Comercialización
Objetivo del Puesto	
Planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que realizan los trabajadores de la microempresa, con el propósito de cumplir los objetivos planteados.	
Organigrama	
	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal de la microempresa. • Controlar los procesos que se realizan en cada área. • Tomar las decisiones de la microempresa, en beneficio de todos los involucrados. • Adquirir los materiales e insumos necesarios para todas las actividades. • Administrar la asignación de recursos en cada área. • Seleccionar el personal que formará parte de la microempresa, para desarrollar los distintos cargos. • Motivar al talento humano para que cumplan con sus responsabilidades eficientemente. • Realizar evaluaciones periódicas a las actividades que realizan los trabajadores de la microempresa. • Supervisar el cumplimiento de políticas empresariales establecidas. • Formular y proponer estrategias que permitan mejorar la productividad de la microempresa. • Autorizar los pagos a proveedores y sueldos de empleados. 	
Requisitos	
Edad: Preparación Académica: Experiencia:	Mayor de 25 años Título de tercer nivel en especialidades como Administración o carreras afines. Dos años como mínimo en cargos similares.

*Elaborado por: La autora
Año: 2019*


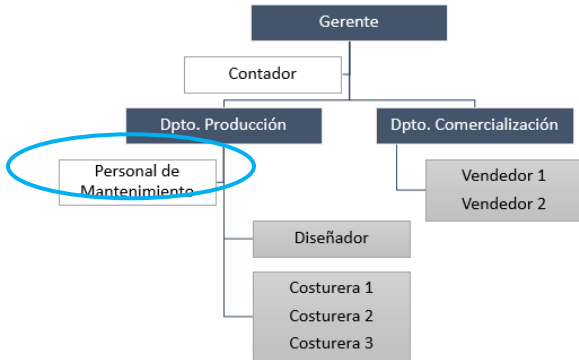
Tabla 143 Manual de Funciones – Contador

	Microempresa “Soul Store” Manual de Funciones
Identificación del Puesto	
Denominación del puesto: Área de Gestión: Ambiente de Trabajo:	Contador Administración Oficina
Nivel del Puesto	
Reporta a: Supervisa a:	Gerente Dpto. Producción y Comercialización
Objetivo del Puesto	
Llevar a cabo las actividades contables y tributarias de la microempresa Soul Store, para aportar a la correcta toma de decisiones del gerente.	
Organigrama	
	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir con las obligaciones tributarias vigentes para la microempresa. • Verificar que los comprobantes de compra y venta se encuentren correctamente elaborados. • Llevar el registro de ingresos y gastos respectivos. • Elaborar los roles de pago para los trabajadores que mantiene la microempresa. • Realizar el pago del aporte al IESS de cada empleado. • Informar sobre los cambios que se den en el ámbito legal al que se rige la microempresa. 	
Requisitos	
Edad: Preparación Académica: Experiencia:	Mayor de 25 años. Título de tercer nivel en Contabilidad. Un año como mínimo en cargos similares.

Elaborado por: La autora

Año: 2019



Tabla 144 Manual de Funciones – Personal de Mantenimiento

	Microempresa “Soul Store” Manual de Funciones
Identificación del Puesto	
Denominación del puesto:	Personal de Mantenimiento
Área de Gestión:	Producción
Ambiente de Trabajo:	Área Operativa
Nivel del Puesto	
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No Aplica
Objetivo del Puesto	
Informar al gerente de la microempresa sobre el estado actual de la maquinaria existente para evitar daños posteriores.	
Organigrama	
	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar mantenimiento a la maquinaria actual de la microempresa. • Asesorar a los trabajadores sobre el correcto uso de las máquinas de coser. • Reparar los daños que se presenten en el momento de su revisión. 	
Requisitos	
Edad:	Mayor de 22 años.
Preparación Académica:	Técnico en mantenimiento de maquinaria textil.
Experiencia:	Un año como mínimo en actividades similares.

Elaborado por: La autora

Año: 2019


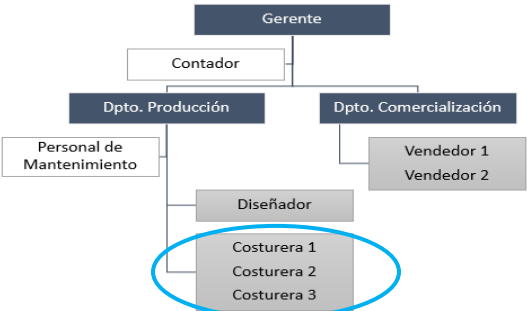
Tabla 145 Manual de Funciones – Diseñador

	Microempresa “Soul Store” Manual de Funciones
Identificación del Puesto	
Denominación del puesto:	Diseñador
Área de Gestión:	Producción
Ambiente de Trabajo:	Área Operativa
Nivel del Puesto	
Reporta a:	Gerente
Supervisa a:	No Aplica
Objetivo del Puesto	
Elaborar diseños exclusivos para cada prenda de vestir acoplados a la moda actual, a través del uso del software de patronaje.	
Organigrama	
	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Investigar constantemente sobre los cambios en los estilos de la moda. • Diseñar modelos innovadores para cada tipo de prenda. • Utilizar correctamente el software de diseño de patrones. • Elaborar los moldes en láminas de cartón para las tallas pequeño, mediano, grande y extragrande. • Proporcionar los diseños y tallas de patrones al departamento de confección. 	
Requisitos	
Edad:	Mayor de 25 años.
Preparación Académica:	Título de tercer nivel en Diseño de Modas o carreras afines.
Experiencia:	Un año como mínimo en cargos similares.

Elaborado por: La autora

Año: 2019


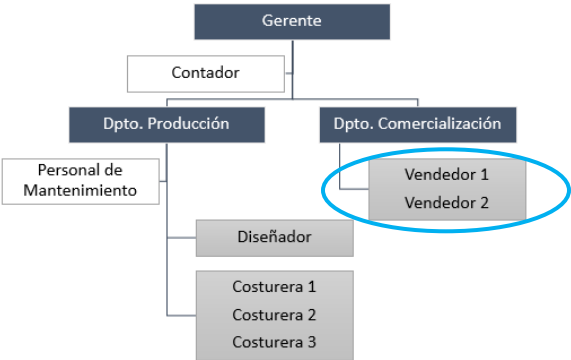
Tabla 146 Manual de Funciones – Costurera

	Microempresa “Soul Store” Manual de Funciones
Identificación del Puesto	
Denominación del puesto: Área de Gestión: Ambiente de Trabajo:	Costurera Producción Área Operativa
Nivel del Puesto	
Reporta a: Supervisa a:	Gerente No Aplica
Objetivo del Puesto	
Realizar el proceso de confección de las prendas de vestir femeninas, hasta llegar a la obtención del producto final que son las blusas, camisetitas y top crops.	
Organigrama	
	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Informar al gerente cuando se requiera adquirir nueva materia prima para el proceso productivo. • Verificar que los materiales e insumos cumplan con las características requeridas. • Usar correctamente la maquinaria que estarán a su disposición. • Realizar el trazado de los moldes en cada tipo de tela según corresponda y proceder a su corte. • Efectuar la confección completa de las prendas de vestir hasta llegar a los acabados finales. • Planchar cada producto obtenido y revisar que se encuentre en buenas condiciones. • Informar al gerente la cantidad de prendas confeccionadas por día. • Almacenar los artículos de forma ordenada en bodega. • Mantener limpia su área de trabajo. • Enviar al almacén las prendas terminadas. • Realizar arreglos a las prendas de vestir que los clientes soliciten. 	
Requisitos	
Edad: Preparación Académica: Experiencia:	Mayor de 25 años. Bachiller con título en corte y confección o carreras afines. Un año como mínimo en cargos similares.

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Tabla 147 Manual de Funciones – Vendedor

	Microempresa “Soul Store” Manual de Funciones
Identificación del Puesto	
Denominación del puesto: Área de Gestión: Ambiente de Trabajo:	Vendedor Comercialización Almacén Comercial
Nivel del Puesto	
Reporta a: Supervisa a:	Gerente No Aplica
Objetivo del Puesto	
Brindar una óptima atención al cliente, dando a conocer las características e información de los productos hasta llegar a su venta.	
Organigrama	
	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar la cantidad de prendas que se necesiten para el almacén de ventas. • Recibir las prendas de vestir confeccionadas. • Revisar que los productos cumplan con las especificaciones solicitadas. • Ordenar las prendas de vestir en los distintos mostradores del local comercial. • Asesorar a los clientes en sus compras cuando ellos lo requieran. • Informar sobre las ofertas, promociones y descuentos que se presenten en ciertas temporadas. • Manejar correctamente el sistema de facturación e inventarios. • Receptar los cobros de dinero por las compras efectuadas, ya sea en efectivo o a través del uso del datafast. • Entregar el comprobante de venta a los clientes junto con su compra. 	
Requisitos	
Edad: Preparación Académica: Experiencia:	Mayor de 18 años. Bachiller – Conocimientos en atención al cliente Un año como mínimo en cargos similares.

Elaborado por: La autora

Año: 2019

4.4.8. Constitución Jurídica

La microempresa Soul Store es de propiedad de una persona natural no obligada a llevar contabilidad, al no superar los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, en cuanto a su capital, ingresos, costos y gastos.

Para el normal funcionamiento de su actividad económica, cuenta con los siguientes permisos en cumplimiento a la legislación actual:

- **Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

Es aquel documento que permite al Servicio de Rentas Internas (SRI), identificar a los contribuyentes que realicen alguna determinada actividad económica, para mantener un control sobre las obligaciones tributarias.

- **Patente Municipal**

Toda persona natural o jurídica que realice alguna actividad económica permanente, están en la obligación de obtener la patente municipal como un permiso para operar y realizar su respectivo pago anual.

- **Permiso de Bomberos**

Los jefes del cuerpo de bomberos de la localidad donde está ubicada la microempresa, otorgan anualmente un permiso de funcionamiento a los establecimientos comerciales e industriales, luego de haber verificado que las instalaciones del negocio cumplan con las condiciones de seguridad industrial necesarias.

4.4.9. Obligaciones Tributarias

Al estar constituida como una persona natural no obligada a llevar contabilidad, la microempresa Soul Store tiene las siguientes obligaciones tributarias:

- Llevar un registro de los ingresos y egresos para determinar su renta imponible de la siguiente manera: Fecha, Número de Comprobante de Venta/Compra, Concepto, Subtotal, IVA y Total.
- Emitir comprobantes de venta autorizados en transacciones que superen el valor de \$4,00, a petición del comprador sin importar el monto y por las transacciones que no fueron respaldadas por una factura.
- Realizar la declaración mensual del Impuesto al Valor Agregado (IVA), de acuerdo al noveno dígito del RUC en el formulario 104A.
- Realizar la declaración anual del Impuesto a la Renta en el mes de marzo, según el noveno dígito del RUC en el formulario 102A.

La microempresa Soul Store se encuentra registrada a nombre del Ing. José Ricardo Arias Espinoza, con RUC número 1002210373001, por lo que sus declaraciones deberá realizar hasta el 22 de cada mes.

CAPÍTULO V: Validación

Introducción

Este capítulo tiene como finalidad dar a conocer la aplicabilidad que tendrá la propuesta que se ha planteado en las cuatro unidades respectivas del anterior capítulo que son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y estudio organizacional; los mismos que se espera permitan una mejora en cuanto a los resultados que genera la microempresa, así como en el ámbito administrativo de la misma. Para esto, se definirá el equipo de trabajo responsable, quienes aprobarán cada uno de los factores que estarán establecidos por varios indicadores, los cuales se encontrarán dentro de los métodos de verificación. Se desarrollará una matriz que contenga una lista de preguntas, que puedan ser evaluadas por parte del propietario de la microempresa, de acuerdo a un tipo de calificación determinado; y posteriormente, mediante un rango de interpretación se expresarán los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario de manera porcentual y escrita, de tal manera que quede claro el nivel que se obtuvo y lo que este representa.

5.1. Descripción del estudio

Para alcanzar una gran aceptación de la propuesta que se ha planteado para la ampliación de la microempresa Soul Store por parte del equipo de trabajo, a continuación se presenta un cronograma de implementación con una lista de actividades a realizar en un tiempo determinado, las cuales permitan conseguir los resultados respectivos de su validación, realizar ajustes y correcciones requeridas hasta llegar a la aprobación y ejecución de este trabajo por parte del personal de la entidad.

Tabla 148 Cronograma de Implementación

Microempresa “Soul Store”										
Cronograma de Implementación										
N°	Actividades	Tiempo								Responsable
		Enero				Febrero				
		S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	
1.	Validación de la propuesta									
1.1.	Agendar cita con el dueño de la microempresa Soul Store.									Autora
1.2.	Reunión con el propietario para presentar la propuesta.									Autora
1.3.	Ajustes y modificaciones en la propuesta inicial.									Propietario / Autora
1.4.	Evaluación final de la propuesta.									Propietario
2.	Implementación de la propuesta									
2.1.	Entrega de la propuesta al propietario.									Autora
2.2.	Socialización de la propuesta con los trabajadores.									Gerente
2.3.	Aprobación de la propuesta.									Propietario
2.4.	Ejecución de la propuesta.									Gerente / Trabajadores

Elaborado por: La autora

Año: 2019

5.2. Objetivo

Validar el estudio de factibilidad a través del personal técnico especializado de la Universidad en conjunto con el personal de la empresa, que permita conocer su aplicabilidad.

5.3. Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo responsable de elaborar, verificar, aprobar y validar el respectivo estudio de factibilidad para la microempresa Soul Store es el siguiente:

- **Autora – Melanie Espinoza:** Persona encargada de realizar todo el proceso de investigación para el estudio de factibilidad, de acuerdo a los conocimientos percibidos a lo largo de la carrera universitaria.
- **Tutora – Msc. Ana Arciniegas:** Persona que guía y complementa el trabajo de investigación a través de clases y tutorías.
- **Oponentes – Msc. Sandra Guevara y Msc. Benito Scacco:** Son las personas quienes se encargan de revisar y corregir posibles errores que se presenten en el trabajo de titulación.
- **Propietario de Soul Store – Ing. José Arias:** Persona que representa a la microempresa, proporciona información necesaria para la elaboración de este trabajo, sugiere correcciones y se encarga de validar la propuesta del estudio de factibilidad.

5.4. Métodos de Verificación

El propósito consiste en verificar el nivel de aplicabilidad que tendrá la implementación de la propuesta planteada para la microempresa, a través de variables e indicadores que se relacionen específicamente con los estudios de mercado, técnico, financiero y organizacional, los mismos que permitirán una mejora en los procesos y resultados que mantiene Soul Store.

5.4.1. Factores a Validar

Tabla 149 Factores a Validar

VARIABLES	DESCRIPCIÓN	INDICADORES
Estudio de Mercado	Permite recolectar información en cuanto a la demanda, oferta y las características del público objetivo al que se quiere llegar a atender.	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Publicidad • Promoción • Distribución
Estudio Técnico	Contempla todos aquellos aspectos necesarios para lograr el desarrollo normal de todas las actividades de la microempresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Localización • Ingeniería del proyecto • Capacidad instalada • Flujogramas de procesos • Activos fijos y no depreciables • Costos de producción • Gastos Administrativos • Gastos de Ventas • Inversión Inicial • Financiamiento
Estudio Financiero	Muestra la viabilidad que tendrá el proyecto de acuerdo a la aplicación de varios indicadores financieros, que indicarán la factibilidad del estudio.	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos Proyectados • Egresos Proyectados • Estado de Situación Financiera • Estado de Resultados • Valor Actual Neto • Tasa Interna de Retorno • Costo de Oportunidad • Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento • Índice Costo – Beneficio • Punto de Equilibrio • Periodo de Recuperación de la Inversión
Estudio Organizacional	Establece la estructura organizacional que tendrá la microempresa, para el correcto desenvolvimiento de las funciones, responsabilidades y actividades de cada cargo existente.	<ul style="list-style-type: none"> • Logotipo • Slogan • Filosofía empresarial • Organigrama estructural • Organigrama funcional • Manual de Funciones

Fuente: Propuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2019

5.4.2. Matriz de Validación

A continuación se presenta la matriz de validación que se aplicará al propietario de la microempresa Soul Store, la cual contiene una serie de preguntas que abarcan cada uno de los indicadores que se establecieron para las cuatro variables.

Tabla 150 Matriz de Validación

Microempresa “Soul Store”						
Matriz de Validación						
Nº	Variable	Preguntas	Muy Aplicable	Aplicable	Poco Aplicable	Observaciones
1	Estudio de mercado	¿La ampliación de la microempresa Soul Store generará mayores beneficios a la misma?				
2		¿Existen posibilidades de poder colocar las nuevas cantidades de producto, generadas con la implementación del proyecto en el mercado?				
3		¿La forma de establecimiento de precios propuesta en el estudio de mercado para los productos se ajusta a la realidad actual de la microempresa?				
4		¿Los canales de publicidad sugeridos se adaptan a los requerimientos de la microempresa y contribuirán a brindar mayor conocimiento de los productos de la misma a sus potenciales clientes?				
5		¿Las formas de promoción propuestas son sustentables para la microempresa a través del tiempo?				

6		¿Se estima que es favorable ofrecer ventas físicas y on-line a los clientes de Soul Store?				
7	Estudio Técnico	¿La geolocalización propuesta para la ampliación de la microempresa es la adecuada y contribuirá a la fácil ubicación por parte de sus clientes?				
8		¿La distribución de los espacios físicos para cada área disponible dentro de la microempresa está acorde a las necesidades y ayudará al desarrollo adecuado de las actividades?				
9		¿Es posible alcanzar la capacidad de producción planteada en la propuesta?				
10		¿Los flujogramas de procesos cumplen con los pasos que se realizan en cada actividad en la realidad de la microempresa?				
11		¿Considera necesaria la adquisición de los activos fijos que se han determinado en la propuesta?				
12		¿Los insumos, materiales, y personal estimados para los costos de producción responden a la realidad de la microempresa?				

13		¿Los gastos administrativos y de ventas detallados en la propuesta se adaptan a las necesidades de la microempresa?				
14	Estudio Financiero	¿Los nivel de ventas planteado en los estados financieros proyectados son alcanzables?				
15		¿Es conveniente la proyección aplicada a los ingresos y egresos para los próximos 5 años como vida útil del proyecto?				
16		¿El margen de utilidad proyectado es sostenible a través de la vida útil del estudio de factibilidad?				
17		¿El análisis financiero realizado en el trabajo es sustentable?				
18	Estudio Organizacional	¿El logo y eslogan propuestos mejorarán la imagen de la microempresa?				
19		¿La filosofía empresarial diseñada permitirá alcanzar de mejor manera las metas y proporcionará mayor conocimiento de la organización de la microempresa a los grupos de personas que interactúan con ella?				

20	Estudio Organizacional	¿La delimitación de funciones, organigramas estructural, funcional y manual de funciones propuestos es apropiada y de fácil implementación en la microempresa?				
21		¿El organigrama funcional ayudará a identificar fácilmente las funciones de cada puesto?				
22		¿El manual de funciones está diseñado de acuerdo a las responsabilidades que tiene cada trabajador en la actualidad en la microempresa?				

Fuente: Propuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2019

5.5. Método de Calificación

El método que se utilizará para la matriz de validación de la propuesta, estará compuesto de los siguientes parámetros con su escala de calificación respectiva:

Tabla 151 Método de Calificación

Parámetro	Calificación
Poco Aplicable	1
Aplicable	2
Muy Aplicable	3

Elaborado por: La autora

Año: 2019

5.6. Rango de Interpretación

El rango de interpretación permitirá conocer de manera clara y comprensible, el grado de aplicabilidad que tendrá propuesta diseñada para la microempresa, según los resultados obtenidos en su calificación.

Tabla 152 Rango de Interpretación

Porcentaje	Rango de Interpretación
Del 0% al 33%	Poco Aplicable
Del 34% al 66%	Aplicable
Del 67% al 100%	Muy Aplicable

Elaborado por: La autora

Año: 2019

Para obtener el resultado final de la validación de la propuesta, se hará uso de la siguiente fórmula:

$$\text{Validación} = \frac{\text{Calificación Obtenida}}{\text{Calificación Total}} * 100$$

Donde

Calificación Obtenida = Suma de los puntajes obtenidos en cada parámetro.

Calificación Total = Multiplicación del puntaje más alto por el total de indicadores.

5.7. Resultados

Se aplicó la matriz de validación al propietario de la microempresa Soul Store, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 153 Resultados Matriz de Validación

Microempresa "Soul Store"						
Matriz de Validación						
N°	Variable	Preguntas	Muy Aplicable	Aplicable	Poco Aplicable	Observaciones
1	Estudio de mercado	¿La ampliación de la microempresa Soul Store generará mayores beneficios a la misma?	X			
2		¿Existen posibilidades de poder colocar las nuevas cantidades de producto, generadas con la implementación del proyecto en el mercado?		X		

3	Estudio de mercado	¿La forma de establecimiento de precios propuesta en el estudio de mercado para los productos se ajusta a la realidad actual de la microempresa?	X			
4		¿Los canales de publicidad sugeridos se adaptan a los requerimientos de la microempresa y contribuirán a brindar mayor conocimiento de los productos de la misma a sus potenciales clientes?	X			
5		¿Las formas de promoción propuestas son sustentables para la microempresa a través del tiempo?	X			
6		¿Se estima que es favorable ofrecer ventas físicas y on-line a los clientes de Soul Store?	X			
7	Estudio Técnico	¿La geolocalización propuesta para la ampliación de la microempresa es la adecuada y contribuirá a la fácil ubicación por parte de sus clientes?	X			
8		¿La distribución de los espacios físicos para cada área disponible dentro de la microempresa está acorde a las necesidades y ayudará al desarrollo adecuado de las actividades?		X		
9		¿Es posible alcanzar la capacidad de producción planteada en la propuesta?		X		

10	Estudio Técnico	¿Los flujogramas de procesos cumplen con los pasos que se realizan en cada actividad en la realidad de la microempresa?	X				
11		¿Considera necesaria la adquisición de los activos fijos que se han determinado en la propuesta?	X				
12		¿Los insumos, materiales, y personal estimados para los costos de producción responden a la realidad de la microempresa?		X			
13		¿Los gastos administrativos y de ventas detallados en la propuesta se adaptan a las necesidades de la microempresa?	X				
14	Estudio Financiero	¿Los niveles de ventas planteados en los estados financieros proyectados son alcanzables?		X			
15		¿Es conveniente la proyección aplicada a los ingresos y egresos para los próximos 5 años como vida útil del proyecto?	X				
16		¿El margen de utilidad proyectado es sostenible a través de la vida útil del estudio de factibilidad?	X				
17		¿El análisis financiero realizado en el trabajo es sustentable?	X				

18	Estudio Organizacional	¿El logo y eslogan propuestos mejorarán la imagen de la microempresa?	X			
19		¿La filosofía empresarial diseñada permitirá alcanzar de mejor manera las metas y proporcionará mayor conocimiento sobre la organización de la microempresa a los grupos de personas que interactúan con ella?		X		
20		¿La delimitación de funciones, organigramas estructural, funcional y manual de funciones propuestos son apropiados y de fácil implementación en la microempresa?	X			
21		¿El organigrama funcional ayudará a identificar fácilmente las funciones de cada puesto?	X			
22		¿El manual de funciones está diseñado de acuerdo a las responsabilidades que tiene cada trabajador en la actualidad en la microempresa?	X			

Fuente: Propuesta

Elaborado por: La autora

Año: 2019



Ing. José Ricardo Arias
Propietario Soul Store



Melanie Espinoza
Autora

5.7.1. Calificación Total

Total de indicadores = 22

Calificación más alta = 3

Calificación Total = 22 * 3 = 66

5.7.2. Calificación Obtenida

Tabla 154 Calificación Obtenida

Parámetro	Calificación	Número de indicadores	Total
Poco Aplicable	1	0	0
Aplicable	2	6	12
Muy Aplicable	3	16	48
Total		22	60

Elaborado por: La autora

Año: 2019

5.7.3. Evaluación

Con los resultados anteriores, se procede a reemplazar los datos en la siguiente fórmula para obtener el porcentaje de aplicabilidad de la propuesta:

$$\text{Validación} = \frac{\text{Calificación Obtenida}}{\text{Calificación Total}} * 100$$

$$\text{Validación} = \frac{60}{66} * 100$$

$$\text{Validación} = 90,91\%$$

5.7.4. Interpretación

Luego de haber aplicado la matriz de validación, se obtuvo como resultado un porcentaje equivalente al 90,91%, por lo que se determina que la propuesta para la ampliación de la producción y comercialización de la microempresa Soul Store, ubicada en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura resulta muy aplicable para el propietario de la misma.

CONCLUSIONES

- Dentro de la fundamentación teórica se establecieron conceptos de los términos más relevantes para la investigación, que permitieron interpretar adecuadamente sus definiciones para una mejor comprensión del contexto del proyecto.
- En los procedimientos metodológicos se determinó el tipo de investigación, los métodos utilizados, así como las técnicas y los instrumentos necesarios para la recopilación de información.
- A través del diagnóstico situacional se estableció que el lugar donde se encuentra actualmente la microempresa presenta situaciones favorables para su ampliación, pues es un sitio con abundante circulación de personas y tránsito de vehículos.
- La propuesta diseñada para la microempresa permitió conocer la existencia de una demanda insatisfecha para cada producto la cual será cubierta en cierto porcentaje, a través de la utilización completa de la capacidad instalada de la maquinaria, así como con la adquisición de recursos y contratación de personal suficiente y capaz de producir una cantidad adecuada para cubrir con las necesidades del público objetivo. A su vez, dentro de la propuesta se definieron los estados financieros proforma, a partir de los cuales se obtuvo los resultados de los indicadores que mostraron la viabilidad del proyecto y se elaboró la propuesta de estructura y filosofía organizacional que permitirán un mejor desenvolvimiento de los trabajadores en sus funciones.
- De acuerdo con los resultados de la validación de la propuesta, se obtuvo un porcentaje del 90,91%, lo que indica que el proyecto de ampliación es muy aplicable para la microempresa.

RECOMENDACIONES

- Es conveniente comprender claramente las definiciones de los términos generales, específicos y técnicos que se relacionan con el desarrollo del proyecto.
- Utilizar los tipos, métodos, técnicas e instrumentos de investigación adecuados para obtener información verídica y resultados óptimos al finalizar la investigación.
- Aprovechar el lugar de ubicación de la microempresa para poner en marcha el proyecto de ampliación y potenciar los beneficios que mantiene al momento, debido a las condiciones favorables que presenta el sector.
- Tener en consideración los cambios que se manifiestan constantemente en el mercado en cuanto a los gustos y preferencias del mercado meta hacia las prendas de vestir femeninas; obtener una inversión que permita abastecer a la microempresa de los recursos físicos, materiales, tecnológicos y humanos necesarios para su normal funcionamiento diario, de manera que se pueda obtener un rendimiento económico suficiente, que permita recuperar en un tiempo considerable el total de dinero colocado en el proyecto y además obtener un rendimiento económico para el propietario. También es importante establecer la filosofía empresarial, así como los organigramas y manual de funciones, para el óptimo desarrollo de las actividades administrativas, comerciales y productivas.
- Implementar la propuesta diseñada para la microempresa Soul Store, debido a que presenta resultados favorables en su evaluación financiera y ayudará su crecimiento económico y social.

BIBLIOGRAFÍA

- Andía Valencia, W. (2014). Proyectos de inversión: Un enfoque diferente de análisis. *Industrial Data*, 13(1), 028. <https://doi.org/10.15381/idata.v13i1.6154>
- Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de Proyectos. In *Evaluación de Proyectos* (Séptima Ed, p. 2).
- Baca Urbina, G. (2016). *Evaluación de Proyectos* (Octava; S. A. de C. . McGraw-Hill/Interamericana Editores, ed.).
- Casanova Moreno, M. de la C. (2018). Mapa de procesos de la Universidad de Ciencias Médicas de Pinar del Río. *Revista de Ciencias Médicas de Pinar Del Río*, 22(2), 0–0.
- Fierro Martínez, Á. M., & Fierro Celis, F. M. (2017). *Contabilidad General con enfoque NIIF para las PYMES* (Quinta edi; E. Ediciones, ed.). Bogotá.
- Flores, J. (2014). Microempresa. Retrieved November 1, 2019, from Derecho Ecuador website: <https://www.derechoecuador.com/microempresa>
- Flores Uribe, J. A. (2017). *Proyectos de inversión para las PYME* (Cuarta edi; Ecoe Ediciones, Ed.). Bogotá.
- Fores Uribe, J. A. (2015). *Plan de negocio para pequeñas empresas* (Segunda ed; E. de la U, Ed.). Bogotá.
- Gamarra Giese, G. (2017). *Marketing* (A. P. Gallardo M., Ed.). Bogotá.
- Gido, J., Clements, J., & Baker, R. (2018). *Administración Exitosa de Proyectos* (Sexta edic; Cengage Learning, Ed.). Ciudad de México, México.

Griffin, R. W., Phillips, J. M., & Gully, S. M. (2017). *Comportamiento Organizacional Administración de personas y organizaciones* (Doceava ed; C. L. Editores, Ed.). Ciudad de México.

International Accounting Standards Committee Foundation. (2009). *Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES)*. Retrieved from www.iasb.org

Izar Landeta, J. M. (2017). *Ingeniería Económica y Financiera* (Segunda Ed; E. Trillas, Ed.). Ciudad de México.

Louffat, E. (2017). *Diseño organizacional basado en procesos*. Mexico.

Maldonado, S. (2018). *Contabilidad General* (M. Press, Ed.). Quito.

Martínez López, E. (2017). *Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa* (Segunda Ed; I. Editorial, Ed.). Retrieved from <https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=eTBMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=microempresa&ots=suZmJFabru&sig=eC9U9qjxqbkvm6VfFIpm735qLac#v=onepage&q=microempresa&f=false>

Mejía Cañas, C. A. (2015). *EL CONCEPTO DE LA CAPACIDAD INSTALADA*. (574), 1. Retrieved from www.planning.com.co

Meza Orozco, J. de J. (2017). *Evaluación financiera de proyectos* (ECOFE).

Ñaupas, H., Valvidia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (Quinta edi; E. de la U, Ed.). Bogotá, Colombia.

- Parra Alviz, M., López Posada, L. M., & Ramírez Ramírez, E. A. (2019). *Gestión de la competitividad empresarial* (Ecoe Ediciones, Ed.). Bogotá.
- Pérez Porto, Julian, & Gardey, A. (2016). Definición de ropa. Retrieved November 2, 2019, from Definición.De website: <https://definicion.de/ropa/>
- Pérez Porto, Julián, & Gardey, A. (2014). Definición de confección. Retrieved November 2, 2019, from Definición.De website: <https://definicion.de/confeccion/>
- Pérez Porto, Julián, & Merino, M. (2013). Definición de moda. Retrieved November 2, 2019, from Definición.De website: <https://definicion.de/moda/>
- Pérez Porto, Julián, & Merino, M. (2016). Definición de ropa casual. Retrieved November 2, 2019, from Definición.De website: <https://definicion.de/ropa-casual/>
- Rivero Zanatta, J. P. (2015). *Costos y presupuestos, reto de todos los días* (Primera ed; E. de la U, Ed.). Bogotá.
- Rojas López, M. D. (2016). *Evaluación de Proyectos para Ingenieros* (Segunda ed; Ecoe Ediciones, Ed.). Bogotá.
- Ruiz, R. (2018). Clasificación de los proyectos de inversión. Retrieved November 1, 2019, from mind meister website: <https://www.mindmeister.com/1041315804/clasificaci-n-de-los-proyectos-de-inversi-n>
- Ucha, F. (2012). Definición de Confección. Retrieved November 2, 2019, from Definición ABC website: <https://www.definicionabc.com/general/confeccion.php>
- Vargas Belmonte, A. (2014). *Marketing y plan de negocio de la microempresa* (I. Editorial, Ed.).

Villagrán Viñán, J. A., Riofrío Puente, M. I., Reyes Ávalos, J. A., & Prócel Córdova, J. R. (2018). *Proyecto de inversión: un enfoque práctico* (ESPOCH, Ed.). Riobamba.

Zapata Sánchez, P. (2017). *Contabilidad general con base en normas internacionales de información financiera* (Octava edi; A. C. S.A., Ed.).

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Anexo 1. Entrevista dirigida al propietario de la microempresa Soul Store

1. ¿Cómo está organizada la microempresa?
2. ¿Cuántos trabajadores existen actualmente en la microempresa?
3. ¿Cómo se encuentran divididos los trabajadores para la producción y comercialización?
4. ¿Qué antigüedad tienen los trabajadores?
5. ¿Qué tipo de ropa confecciona?

6. ¿Cuenta con políticas vigentes para el desarrollo cotidiano de las actividades?
¿Cuáles son?
7. ¿Maneja un registro de ingresos y egresos diarios?
8. ¿Cómo se encuentra la situación económica financiera de la microempresa en cuanto a las cuentas por cobrar y por pagar?
9. ¿Cuál es el proceso que utiliza en la producción de las prendas de vestir femeninas?
10. ¿Cuenta con maquinaria especializada para la fabricación de la ropa?
11. ¿Dónde se encuentran ubicados los proveedores de la materia prima necesaria?
12. ¿Cuáles son las formas de comercializar que utiliza actualmente?
13. ¿Quiénes son los proveedores de ropa de las distintas marcas que ofrece?
14. ¿Maneja un control de inventarios para cada uno de los productos?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Anexo 2. Encuesta dirigida a posibles compradores de ropa femenina

Objetivo: Determinar la demanda de prendas de vestir femeninas en la ciudad de Ibarra.

Indicaciones: Por favor lea detenidamente cada pregunta y marque con una X la opción que le parezca más conveniente.

DATOS GENERALES

Genero

() Masculino () Femenino

Edad

() 15-25 () 26-35 () 36-45 () Más de 46

PREGUNTAS

1. ¿Acostumbra comprar prendas de vestir femeninas?

() Si () No

2. ¿Por qué motivos compra prendas de vestir femeninas?

- () Por algún tipo de necesidad
- () Por gusto
- () Para estar acorde con la moda
- () Para obsequiar
- () Para vestirla en ocasiones especiales

3. ¿Cuándo realiza compras de ropa femenina, quien realiza el pago?

- () Usted
- () Padres
- () Pareja
- () Familiares

4. ¿En qué fecha realiza mayores compras de ropa femenina?

- () Fin de año
- () Black Friday
- () Navidad
- () Día de la mujer
- () Día de la madre



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Anexo 3. Entrevista dirigida a comercializadores de ropa femenina

Nombre del local comercial:

Nombre de la persona entrevistada:

1. ¿Qué tipo de ropa femenina comercializa en su empresa?

2. ¿Usted fabrica las prendas que comercializa?

3. ¿Cuál es el producto más solicitado?
() Camisetas
() Blusas
() Top Crops
4. ¿Qué cantidad de prendas comercializa mensualmente?
Camisetas _____
Blusas _____
Top Crops _____
5. ¿Qué tallas son las más vendidas?
() Small
() Medium
() Large
() Extra Large
6. ¿Qué segmento de mercado refleja mayor demanda para su negocio?



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Anexo 4. Ficha de observación dirigida a comercializadores de ropa femenina

Lugar: Ibarra	
Elaborado por: Melanie Espinoza	
Puntos de Venta	Nombre de ofertantes de ropa femenina
Plaza Shopping Center	
Laguna Mall	
Centro de la ciudad	
Centro Comercial Nueva Ruta	
Centro Comercial La Fortuna	
Total	

Prendas de vestir femeninas

Lugar: Ibarra			
Elaborado por: Melanie Espinoza			
Nombre del local comercial:			
Prendas de vestir	Stock	Precio	Colores
Camisetas			
Blusas			
Top Crops			
Observaciones:			

Anexo 5. Proformas de muebles y enseres



PROFORMA REFERENCIAL DE MOBILIARIO

Material : Melamínico de alta densidad

Nuestros muebles incluyen:

Rieleles de extensión en cajones


Bisagras hidráulicas (con freno)

DETALLE	UNID	CANT	VAL UNIT	VAL TOTAL
Mesa para diseño	ml	1,50	133,00	200,00
Estantería para bodega de materia prima	ml	2,50	60,00	150,00
Estantería para bodega de productos terminados	ml	3,50	60,00	210,00
Muebles mostradores	ml	10,00	140,00	1400,00
Counter de atención al cliente	ml	3,51	185,00	650,00
Vestidores	u	2,00	150,00	300,00
Sillón de espera	u	1,00	140,00	140,00
Sillas para trabajadores	u	2,00	30,00	60,00
Silla giratoria con rodamientos	u	1,00	70,00	70,00
SUBTOTAL				3180,00
IVA 12%				381,60
TOTAL				3561,60


Atentamente
D.I. Andrea Mina

Anexo 6. Proforma Computadora



DESTACADO



1/9




PROFORMA COMPUTADORA


\$ 850  

Computador All In One Hp Core i5+20gb+1tb+ Touch 24" Full Hd


Cotocollao, Quito, Pichincha Hoy

Descripción del vendedor



TEKBOSS Laptops
Miembro desde may. 2018 

CHATEA CON EL VENDEDOR

 ***** [Mostrar número](#)

CARACTERÍSTICAS


- Procesador: Intel Core i5 8400T de 8va Generación Turbo 3.30Ghz
- Generación: 8va Generación
- Memoria RAM: 20GB DDR4 (16GB Optane + 4GB DDR4)
- Disco Duro: de 1TB (SATA)
- Unidad Óptica: N/D
- Pantalla: Touch de 24" LED Full HD (1920x1080p)
- Tarjeta Gráfica: Intel Graphics HD620 memoria disponible de 4GB
- Conectividad: Wifi 802.11ac + Bluetooth 4.2 + Lan RJ45
- Puertos: 3 USB 3.1; 2 USB 3.1 Tipo C; Entrada HDMI; Salida HDMI; Lector de tarjetas 3 en 1
- Teclado y Mouse inalámbricos
- Sistema Operativo: Windows 10 Licencia Original

Anexo 7. Proforma Impresora

DESTACADO

MI BODEGA

L3150



IMPRESORA EPSON | ECOTANK | WIFI | MULTIFUNCIONAL


PROFORMA IMPRESORA

\$ 235

Impresora Epson EcoTank L3150 WiFi Multifuncional 235 Inc IVA

Lomas de la Prosperina, Guayaquil, Guayas 23 dic.

Descripción del vendedor

 **Mi Bodega**
Miembro desde dic. 2018

[CHATEA CON EL VENDEDOR](#)

[Mostrar número](#)

Descripción

Impresora Epson EcoTank L3150 WiFi Multifuncional 235 Inc IVA

- EcoTank: Economía y tranquilidad
- Wi-Fi: 802.11 b/g/n
- Impresión sin bordes hasta 4R
- Sistema de tanque de tinta de altísima capacidad, fácil de rellenar.
- Imprime hasta 4500 páginas en negro ó hasta 7500 páginas a color.
- Funciones: Imprime, Escanea y Copia
- Resolución máx. de impresión: 5760 x 1440 dpi
- Velocidad impresión color: Hasta 15 ppm
- Velocidad impresión ByN: Hasta 33 ppm
- Tamaños hojas: A4, A5, A6, B5, carta, legal, media carta
- Bandejas: Entrada 100 hojas de papel normal / Salida 30 hojas de papel normal
- Resolución de escaneo: Hasta 1200 dpi
- Profundidad de color: Color de 48 bits entrada / Color de 24 bits de salida
- USB: 2.0 de alta velocidad

Anexo 8. Proforma Maniqués



2/11

PROFORMA MANIQUÉS

Precio Unitario	\$150,00
Precio Total	\$300,00

\$ 150

Ventas de maniquies

Centro Histórico, Quito, Pichincha

hace 2 días

Descripción del vendedor



Maniques Cicaza
Miembro desde may. 2015

[CHATEA CON EL VENDEDOR](#)