



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 CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CORDÓN INDUSTRIAL PRODUCIDO CON POLIÉSTER Y ALGODÓN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTÓN ANTONIO ANTE”

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA
EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

AUTORA: Palacios Rosa
DIRECTORA: Ing. Rocío León

IBARRA, MARZO DEL 2012

RESUMEN EJECUTIVO

Del proyecto planteado, se desprende la importancia de su aplicación, ya que permitirá cubrir una necesidad sentida a nivel del sector empresarial textil, siendo una fuente necesaria para los acabados de sus productos, es por ello que se ha planteado este proyecto de producción y comercialización de cordones industrial para el área textil, para ello se ha realizado el presente estudio, el mismo que obtuvo como resultados lo siguiente: existe una demanda potencial por cubrir en cuanto a cordón industrial al año actual de 1.404.000 carretes de cordón industrial con un crecimiento considerable para los siguientes cinco años de vida útil del proyecto, de los cuales se espera cubrir mensualmente 2500 carretes, es decir que en el año se espera 29.999 carretes. La inversión total del proyecto es \$52.221,00, en la cual se estipulan los costos de equipamiento, constitución legal y capital de trabajo, pero cabe indicar que forman parte del patrimonio de la empresa el 52.07 % capital propio y en crédito bancario el 47.87%. De acuerdo a la evaluación de las entradas de efectivo que generará el proyecto, se analizó que el VAN será de USD \$ 45.595,46 que formará por efecto de la diferencia entre la inversión y las entradas de efectivo, la TIR será de 34,82 %, el Beneficio Costo de 1,16 veces y el Periodo de Recuperación de la Inversión se dará en 4 años; de acuerdo a estos indicadores de evaluación, queda demostrado que la Inversión en relación con las entradas de efectivo si se justifica. El proyecto logrará producir impactos positivos tanto en lo económico, comercial, y sobre todo a nivel ecológico y ambiental, en donde en éste último se logrará aplicar productos que no afecten al ecosistema y que no causen daños al medio ambiente y protejan la salud de los trabajadores.

EXCECUTIVE SUMMARY

The project raised, it is clear the importance of its implementation, as it will allow you to cover a need felt at the level of the corporate sector textile, being a source necessary for the finishes of their products, that is why it has been raised this project for the production and marketing of industrial cords for the textile area, for this has been raised by this study, the same as that obtained as results as follows: there is a potential demand for cover in regard to cable. Of the raised project, the importance of its application becomes detached, since it will allow to cover a need felt at level of the textile managerial sector, being a necessary source for finished of its products, it is for it that there has appeared this project of production and industrial commercialization of drawstrings for the textile area, for it there has appeared the present study, the same one that it obtained like(as) turned out the following thing: a potential demand exists for covering as for industrial drawstring to the current year of 1.404.000 spools of industrial drawstring with a considerable growth for the following five years of useful life of the project, of which one hopes to cover monthly 2500 spools, that is to say that in the year one waits for 29.999 spools. The entire investment of the project is a \$ 52.221,00 USD, in which there are stipulated the costs of equipment, legal and cardinal constitution of work, but it is necessary to indicate that they are part of the patrimony of the company 52.07 % proper capital and in bank credit 47.87 %. In accordance with the evaluation of the earnings of cash that will generate the project, it was analyzed that the VAN will be of USD a \$ 52.221 that it will form for effect of the difference between the investment and the earnings of cash, the TIR will be 34.82 %, the Benefit Cost will be 1,16 times and the Period will be of Recovery of the Investment it will happen(exist) in 4 years; in accordance with these evaluation indicators, he remains demonstrated that the Investment as regards the cash earnings if it justifies itself. The project will manage to produce positive impacts so much in the economic, commercial thing, and especially at ecological and environmental level, where in the last one one will manage to apply products that they do not affect to the ecosystem and that do not hurt to the environment and protect the health of the workpeople-

DECLARACIÓN

Yo, Rosa Palacios, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado, no calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

Rosa Palacios

C. I. 100218292-9

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la señorita Rosa Palacios para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de cordón industrial producido con poliéster y algodón en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante. Considero 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.

En la ciudad de Ibarra a los nueve días del mes de marzo del 2012.

Firma

Ing. Rocío León

C.I. Nro. 040144165-4

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

Yo, Rosa Palacios, con cédula de ciudadanía N° 100218292-9, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CORDÓN INDUSTRIAL PRODUCIDO CON POLIÉSTER Y ALGODÓN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI CANTÓN ANTONIO ANTE”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte quedando la Universidad Facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Firma

Rosa Palacios

C.I. 100218292-9

Ibarra, a los nueve días del mes de marzo del 2012

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

| DATOS DE CONTACTO | | | |
|--------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 100218292-9 | | |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | Rosa Palacios | | |
| DIRECCIÓN: | Atuntaqui, Bolívar 04-49 | | |
| EMAIL: | rossy0108@hotmail.com | | |
| TELÉFONO FIJO: | 062908127 | TELÉFONO MÓVIL: | 092055132 |
| DATOS DE LA OBRA | | | |
| TÍTULO: | "Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de cordón industrial producido con poliéster y algodón en la ciudad de Atuntaqui cantón Antonio Ante" | | |
| AUTORA: | Rosa Palacios | | |
| FECHA: AAAA/MM/DD | 2012-02-03 | | |
| SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO | | | |
| PROGRAMA: | <input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO | | |
| TITULO POR EL QUE OPTA: | INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A | | |
| ASESOR /DIRECTOR: | Ing. Rocío León | | |

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Rosa palacios, con cédula de ciudadanía Nro. 100218292-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 09 días del mes de marzo del 2012

EL AUTOR:

(Firma).....

Rosa Palacios

C.C.: 100218292-9

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Con mucho cariño dedico este trabajo a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento.

A mi preciosa hija, por ser mi inspiración, y mi fortaleza para vencer todos los obstáculos y retos que en la vida se presenta.

A mis queridos hermanos quienes siempre estuvieron a mi lado con su apoyo incondicional y desinteresado.

Rosa Palacios

AGRADECIMIENTO

Al culminar con éxito este proyecto mi agradecimiento a Dios por brindarme Salud y Fortaleza por ser la guía de mi camino en todo mi existir.

Mi agradecimiento especial a la Ing. Rocío León quien con su guía y paciencia estuvo conmigo en todo el proceso de la elaboración de este proyecto.

A los Catedráticos de la Facultad Ciencias Administrativas y Económicas quienes con su experiencia y enseñanzas sembraron en mí la fuerza de voluntad para superarme, y lograr este esperado sueño que hoy se ha convertido en una realidad.

Rosa Palacios

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado se estableció tomando en cuenta siete capítulos, descritos de la siguiente manera:

- En el Capítulo I se realizó un Diagnóstico Situacional, detallando información sobre la producción, comercialización, crecimiento micro empresarial y actividad económica, permitiendo establecer sus circunstancias actuales a nivel industrial, de esta manera se determinó la necesidad de emprender este proyecto, que pueda proporcionar fuentes de trabajo y por ende el mejoramiento de la calidad de vida en la ciudad.
- El Capítulo II que se refiere a las Bases Teóricas-Científicas es un detalle minucioso de una serie de aspectos científicos, empresariales, contables, administrativos, financieros, entre otros; los cuales fueron analizados y captados de textos relacionados a la producción y comercialización del cordón industrial, los mismos que han facilitado la comprensión del presente estudio para llevar adelante la actividad microempresarial.
- En el Capítulo III se realizó técnicamente un Estudio de Mercado permitiendo determinar el número promedio de los posibles consumidores potenciales en la ciudad de Atuntaqui; es decir se estableció los niveles de oferta y demanda, y por ende la demanda insatisfecha y la cantidad de producción, así como también, se estableció las estrategias de comercialización para orientar las ventas, hacia la búsqueda de una buena competitividad en el mercado.
- En el capítulo IV se detalla paso a paso el Estudio Técnico del Proyecto que ha tenido un papel importante en la elaboración de esta

investigación, ya que se ha logrado determinar entre otros aspectos, el tamaño del proyecto, su ubicación, sus procesos, su tecnología, su infraestructura física, las inversiones fijas y diferidas, el capital de trabajo, el financiamiento y su talento humano, permitiéndole así a la microempresa ofrecer un producto óptimo, rentable y de buena calidad.

- El Capítulo V está orientado a realizar una Evaluación Financiera del Proyecto, en el cual se detalla la proyección a cinco años del nivel de ingresos y egresos que se generará, también se logra establecer el superávit o utilidad del proyecto, y con la aplicación de criterios de evaluación financiera se ha logrado establecer la factibilidad de este proyecto.
- En el Capítulo VI se determina la Estructura Organizacional, aspectos legales de constitución de la microempresa, su misión y visión en la ciudad, sus objetivos organizacionales, su orgánico estructural y funcional permitiendo determinar las funciones y las políticas para el normal funcionamiento de la microempresa propuesta.
- Finalmente se concluye este trabajo con el Capítulo VII que es un análisis de los Impactos que generará la ejecución del presente proyecto, se ha considerado impactos en los campos económico, comercial y ambiental, con el único afán de establecer el impacto general que tendrá en la en la ciudad de Atuntaqui.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Establecer un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de cordón industrial producido con poliéster y algodón en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio diagnóstico de la situación actual de Atuntaqui a nivel económico y empresarial, con el fin de establecer el grado de necesidad de materiales de producción textil, determinado sus aliados, oponentes, oportunidades y riesgos de dicha actividad.
- Determinar un estudio de mercado que permita establecer la demanda, la oferta actual y potencial.
- Preparar una estructura técnica operativa que permita la eficaz y eficiente producción y comercialización de cordón.
- Realizar un estudio económico y financiero con algunos indicadores técnicos que terminen la inversión y evaluación del proyecto.
- Plantear la estructura orgánica funcional del proyecto.
- Analizar los impactos que el proyecto genere en los ámbitos económico, comercial y ambiental o ecológico.

JUSTIFICACIÓN

La creación de la microempresa de producción y comercialización de cordón industrial producido con poliéster y algodón es factible ya que no existe ninguna empresa que se dedique a esta actividad, facilitando a las fábricas de confección de prendas de vestir como: sacos de lana, ropa deportiva (calentadores y pantalonetas), confección de chompas térmicas, pijamas, además será un complemento para la producción en Atuntaqui que se caracteriza por ser una ciudad netamente industrial y reconocida a nivel nacional e internacional. Contará con la maquinaria de tecnología de punta, además la materia prima será producto nacional, que se adquirirá directo a las fábricas exportadoras ENKADOR productoras de fibras sintéticas (poliéster y nylon) y Pintex y la Internacional (algodón) lo que permitirá tener un buen precio del producto final.

Además contará con un talento humano capacitado y experimentado que estará motivado con la creación de la microempresa, quienes contribuirán en el incremento del mercado de la industria textil de Atuntaqui, Imbabura, y a nivel nacional.

La infraestructura contará con un local adecuado para la instalación de maquinaria y oficinas.

Con estos antecedentes, los beneficiarios directos serán los propietarios, empleados y obreros contratados para su funcionamiento disminuyendo de esta manera el índice de desempleo, al igual que los beneficiarios indirectos los cuales constituirán los clientes por los productos de calidad que ofertará la microempresa.

ÍNDICE

ÍNDICE TEMÁTICO

| | PÁG. |
|--------------------------------------------------------|------|
| Portada | i |
| Resumen Ejecutivo | ii |
| Executive Summary | iii |
| Declaración | iv |
| Informe del Director de Trabajo de Grado | v |
| Cesión de Derechos de Autor del Trabajo de Grado | vi |
| Autorización de uso y publicación | vii |
| Dedicatoria | ix |
| Agradecimiento | x |
| Presentación | xi |
| Objetivos | xiii |
| Justificación | xiv |
| Índice | xv |

CAPÍTULO I

| | |
|------------------------------------------------------------------|----|
| DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 27 |
| 1.1 ANTECEDENTES | 28 |
| 1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO | 28 |
| 1.2.1 Objetivo General | 28 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos | 28 |
| 1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS | 29 |
| 1.4 INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN LAS VARIABLES | 29 |
| 1.4.1 Variable: Producción del cordón industrial | 29 |
| 1.4.2 Variable: Comercialización del cordón industrial | 30 |
| 1.4.3 Variable: Crecimiento empresarial | 31 |
| 1.4.4 Variable: Actividad económica | 31 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.5 MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA | 32 |
| 1.6 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN | 35 |
| 1.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA | 35 |
| 1.8 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN | 37 |
| 1.9 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN | 38 |
| 1.9.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS TEXTILES COMPRADORAS DE CORDÓN INDUSTRIAL DEL CANTÓN ANTONIO ANTE (Anexo N° 1) | 38 |
| 1.9.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES-COMERCIALIZADORES DE CORDÓN INDUSTRIAL DE IMBABURA Y PICHINCHA (Anexo N° 2) | 46 |
| 1.10 SITUACIÓN ACTUAL DEL CANTÓN ANTONIO ANTE | 59 |
| 1.10.1 Producción Textil | 60 |
| 1.10.2 Producción Agropecuaria | 61 |
| 1.10.3 Turismo | 61 |
| 1.10.4 Gastronomía | 62 |
| 1.11 RELACIÓN DE LOS ASPECTOS EXTERNOS E INTERNOS | 63 |
| 1.11.1 Análisis de la información situacional del cantón Antonio Ante | 63 |
| 1.11.2 Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a empresas textiles compradoras de cordón industrial | 63 |
| 1.11.3 Análisis de la encuesta aplicada a productores – comercializadores de cordón industrial | 63 |
| 1.12 MATRIZ AOPR DE LOS PRODUCTORES TEXTILES | 64 |
| ALIADOS | 64 |
| OPONENTES | 64 |
| OPORTUNIDADES | 65 |
| RIESGOS | 65 |
| ESTRATEGIAS AR AOP OOP OR | 65 |
| 1.12 PROBLEMA DIAGNÓSTICO | 66 |

CAPÍTULO II

| | |
|--------------------------------------------------------------|----|
| MARCO TEÓRICO | |
| 2. LA MICROEMPRESA TEXTIL..... | 69 |
| 2.1 Definición..... | 69 |
| 2.2 Objetivos de la microempresa textil..... | 70 |
| 2.3 Importancia de la microempresa..... | 70 |
| 2.4 Constitución legal de la microempresa | 71 |
| 2.4.1 Legislaciones vigentes..... | 71 |
| 2.4.2 Ley de compañías..... | 72 |
| 2.5 Formación de la microempresa textil..... | 73 |
| 2.5.1 Pasos de iniciación | 73 |
| 2.5.2 Ideas básicas para constituirse legalmente..... | 74 |
| 2.5.3 Las fases para el lanzamiento de una microempresa..... | 75 |
| 2.6 Estructura formal de la microempresa..... | 76 |
| 2.6.1 Organizacional..... | 76 |
| 2.6.2 La actividad microempresarial..... | 77 |
| 2.6.3 Requisitos legales para el funcionamiento..... | 77 |
| 2.7 La departamentalización..... | 82 |
| 2.8 La industria textil..... | 85 |
| 2.8.1 Rasgos históricos..... | 85 |
| 2.8.2 Las fibras textiles..... | 85 |
| 2.8.2.1 El algodón..... | 86 |
| 2.8.2.2 El Poliéster..... | 87 |
| 2.8.3 La producción de cordón | 90 |
| 2.8.3.1 Materiales para fabricar cordones..... | 91 |
| 2.8.3.2 La Fabricación | 91 |
| 2.8.3.3 Partes del cordón..... | 92 |
| 2.9 ESTUDIO DE MERCADO | 92 |
| 2.9.1 Objetivo del estudio de mercado | 92 |
| 2.9.2 Segmento de mercado | 93 |
| 2.9.3 Identificación del mercado | 93 |
| 2.9.3.1 Mercado real | 93 |

| | |
|--------------------------------------------------------|-----|
| 2.9.3.2 Mercado meta | 93 |
| 2.9.3.3 Mercado potencial | 94 |
| 2.10 Comercialización | 94 |
| 2.11 Localización del proyecto | 94 |
| 2.11.1 Macro localización | 94 |
| 2.11.2 Micro localización | 95 |
| 2.12 Inversión..... | 95 |
| 2.12.1 Etapas de inversión..... | 95 |
| 2.12.1.1 Financiamiento..... | 95 |
| 2.12.1.2 Estudios definitivos..... | 96 |
| 2.12.1.3 Ejecución y montaje..... | 96 |
| 2.12.1.4 Puesta en marcha | 96 |
| 2.13 Contabilidad de costos..... | 97 |
| 2.13.1 Concepto..... | 97 |
| 2.13.2 Identificación de los elementos del costo..... | 97 |
| a) Materiales directos..... | 98 |
| b) Mano de obra directa | 98 |
| c) Gastos generales de fabricación..... | 98 |
| d) Gastos de administración, ventas y financieros..... | 98 |
| 2.14 Evaluación Financiera | 98 |
| 2.14.1 Ingresos | 98 |
| 2.14.2 Egresos | 99 |
| 2.14.3 Estados financieros proyectados | 99 |
| 2.14.3.1 Estado de situación inicial | 99 |
| 2.14.3.2 Estado de Resultados | 100 |
| 2.14.3.3 Estado de flujo de efectivo | 100 |
| 2.14.4 Valor Presente Neto VAN | 100 |
| 2.14.5 Tasa Interna de Retorno | 101 |
| 2.14.6 Relación costo beneficio | 101 |

CAPÍTULO III

| | |
|----------------------------------------------|-----|
| ESTUDIO DE MERCADO | 103 |
| 3.1 Introducción | 103 |
| 3.1.1 Descripción del mercado | 104 |
| 3.2 Identificación de los productos | 104 |
| 3.2.1 Productos principales | 105 |
| 3.2.2 Naturaleza del producto | 105 |
| 3.2.3 Usos del producto | 106 |
| 3.2.4 Características del producto | 107 |
| 3.3 Descripción del perfil del cliente | 108 |
| 3.4 Mercado meta | 109 |
| 3.5 Segmentación de mercado | 109 |
| 3.6 La demanda y la oferta de mercado | 110 |
| 3.6.1 Análisis de la demanda | 110 |
| 3.6.1.1 Demanda actual | 110 |
| 3.6.1.2 Demanda Proyectada | 113 |
| 3.6.2 Análisis de la Oferta | 113 |
| 3.6.2.1 Oferta proyectada | 115 |
| 3.7 Demanda potencial insatisfecha | 116 |
| 3.8 Cantidad a cubrir por el proyecto | 117 |
| 3.9 Precio del producto | 118 |
| 3.9.1 Precio actual | 118 |
| 3.10 Proyecciones del precio | 118 |
| 3.11 Comercialización del producto | 118 |
| 3.12 Canales de Comercialización | 119 |
| Canal directo | 119 |
| Canal indirecto | 119 |
| Estrategias de Comercialización | 120 |

CAPÍTULO IV

| | |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| ESTUDIO TÉCNICO | 121 |
| 4.1 Introducción | 121 |
| 4.2 Tamaño óptimo del proyecto | 121 |
| 4.3 Localización óptima de la planta | 122 |
| 4.3.1 Macrolocalización | 122 |
| 4.3.2 Microlocalización | 123 |
| 4.4 Ingeniería del proyecto | 126 |
| 4.4.1 Proceso de elaboración del cordón industrial | 126 |
| 4.4.2 Distribución de planta | 128 |
| 4.4.3 Requerimiento técnico de la planta | 130 |
| 4.4.3.1 Equipamiento administrativo | 130 |
| Equipo de oficina | 130 |
| Muebles y enseres | 130 |
| 4.4.3.2 Equipamiento de comercialización | 131 |
| 4.4.3.3 Equipamiento de producción | 131 |
| 4.4.3.4 Equipo de proceso | 132 |
| Muebles y enseres | 132 |
| Requerimientos técnicos en capacitación | 132 |
| Requerimiento de insumos y materiales de empaque | 133 |
| 4.4.3.5 Requerimiento de servicios auxiliares | 134 |
| 4.4.4 Requerimiento de personal | 134 |
| 4.4.4.1 Mano de obra directa | 134 |
| 4.4.4.2 Requerimiento de personal administrativo y de ventas | 135 |
| 4.5 Estructura y financiamiento de la inversión | 135 |
| 4.5.1 Estructura de la inversión | 135 |
| 4.5.1.1 Inversión Fija | 135 |
| 4.5.1.2 Inversión Diferida | 136 |
| 4.5.1.3 Capital de Trabajo | 136 |
| 4.5.2 Inversión Total | 138 |
| 4.5.3 Financiamiento de la inversión | 138 |

CAPÍTULO V

| | |
|---------------------------------------------------|-----|
| ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO | 139 |
| 5.1 Introducción | 139 |
| 5.2 Presupuesto de ingresos y egresos | 139 |
| 5.2.1 Presupuesto de ingresos por ventas | 139 |
| 5.2.2 Presupuesto de egresos | 140 |
| 5.2.2.1 Materia prima directa | 140 |
| 5.2.2.2 Mano de obra directa | 141 |
| 5.2.2.3 Costos indirectos de fabricación | 142 |
| 5.2.2.4 Costos de distribución | 144 |
| a. Gastos administrativos | 144 |
| b. Gasto ventas | 147 |
| 5.3 Depreciaciones y amortizaciones | 148 |
| 5.3.1 Depreciaciones | 148 |
| 5.3.2 Gastos financieros | 150 |
| 5.4 Estado de situación inicial | 152 |
| 5.5 Estado de resultados con financiamiento | 153 |
| 5.6 Estado de flujo de caja proyectado | 155 |
| 5.7 Evaluación financiera | 157 |
| 5.7.1 Determinación del costo de capital | 157 |
| 5.8 Valor actual neto (VAN) | 158 |
| 5.9 Tasa interna de retorno (TIR) | 159 |
| 5.10 Período de recuperación | 161 |
| 5.11 Beneficio / costo | 162 |
| 5.12 Punto de equilibrio | 162 |

CAPÍTULO VI

| | |
|--------------------------------------------------|-----|
| ESTUDIO ORGANIZACIONAL | 165 |
| 6.1 Estructura organizacional del proyecto | 165 |
| 6.1.1 Empresa Unipersonal..... | 165 |
| 6.1.2 Nombre de la microempresa | 165 |
| 6.1.3 Propuesta administrativa | 166 |

| | |
|-------------------------------------------------------|-----|
| 6.1.3.1 Objetivos de la microempresa..... | 166 |
| 6.1.3.2 Misión..... | 166 |
| 6.1.3.3 Visión..... | 166 |
| 6.1.4 Organización y funcionalidad de la empresa..... | 167 |
| 6.1.3.1 Organigrama estructural..... | 167 |
| 6.1.3.2 Manual de funciones | 167 |
| 6.1.4 Marco legal..... | 171 |
| Matriz de competencias..... | 172 |

CAPÍTULO VII

| | |
|--------------------------------------------------------------------|-----|
| ESTUDIO DE IMPACTOS | 175 |
| 7.1 Análisis de impactos | 175 |
| 7.1.1 Impacto económico | 175 |
| 7.1.1.1 Entrega de tributos al Estado | 176 |
| 7.1.1.2 Oferta de empleo | 176 |
| 7.1.1.3 Estabilidad económica familiar | 176 |
| 7.1.2 Impacto comercial | 177 |
| Matriz de impactos | 177 |
| 7.1.2.1 Imagen | 177 |
| 7.1.2.2 Posicionamiento del mercado | 178 |
| 7.1.2.3 Cobertura | 178 |
| 7.1.2.4 Servicio y atención al cliente | 178 |
| 7.1.2.5 Introducción de nuevos productos | 179 |
| 7.1.2.6 Precios de competencia | 179 |
| 7.1.2.7 Segmentación | 179 |
| 7.1.2.8 Competitividad | 179 |
| 7.1.3 Impacto ambiental o ecológico | 180 |
| Matriz de impactos | 180 |
| 7.1.3.1 Manejo de desperdicios | 180 |
| 7.1.3.2 Disminución de la polución (contaminación) ambiental | 181 |
| 7.1.3.3 Disminución de la contaminación auditiva | 181 |
| 7.2 Análisis general de impactos..... | 181 |

| | |
|-----------------------|-----|
| CONCLUSIONES | 182 |
| RECOMENDACIONES | 183 |
| BIBLIOGRAFÍA | 184 |
| LINCOGRAFÍA | 187 |
| ANEXOS | 188 |

ÍNDICE DE CUADROS

| Nº CUADRO | CONTENIDO | PÁG. |
|------------------|------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1 | Matriz de segmentación de mercado local..... | 110 |
| 2 | Consumo estimado de cordón industrial | 111 |
| 3 | Número de empresas textiles históricas | 111 |
| 4 | Tasa de crecimiento empresarial | 112 |
| 5 | Cálculo de consumo anual estimado de cordón industrial | 112 |
| 6 | Demanda anual proyectada de cordón industrial ... | 113 |
| 7 | Cantidad de oferta diaria | 114 |
| 8 | Cálculo de la tasa de crecimiento comercial | 114 |
| 9 | Cantidad de oferta de los comercializadores de cordón industrial | 115 |
| 10 | Proyección de la oferta | 115 |
| 11 | Demanda potencial insatisfecha | 116 |
| 12 | Precio proyectado | 118 |
| 13 | Demanda a cubrir por el proyecto en cordón industrial | 122 |
| 14 | Método cualitativo por puntos para la macro localización | 124 |
| 15 | Método cualitativo por puntos para la micro localización | 125 |
| 16 | Área de construcción e instalación | 128 |
| 17 | Equipo de oficina administración | 130 |
| 18 | Muebles y enseres administración | 130 |

| | | |
|------|--------------------------------------------------------|-----|
| 19 | Muebles y enseres de comercialización | 131 |
| 20 | Maquinaria | 131 |
| 21 | Equipo de producción | 132 |
| 22 | Muebles y enseres producción | 132 |
| 23 | Requerimiento de insumos y materiales de empaque | 133 |
| 24 | Mano de obra directa necesaria | 134 |
| 25 | Personal administrativo y de ventas | 135 |
| 26 | Resumen de la inversión fija | 135 |
| 27 | Inversión diferida del proyecto | 136 |
| 28 | Presupuesto de egresos | 137 |
| 29 | Capital de trabajo | 137 |
| 30 | Inversión total del proyecto | 138 |
| 31 | Presupuesto de ingresos | 139 |
| 32 | Materia prima directa | 141 |
| 33 | Mano de obra directa | 142 |
| 34 | Servicios básicos | 142 |
| 35 | Materiales indirectos fabricación | 143 |
| 36 | Resumen costos indirectos | 143 |
| 37 | Gastos sueldos administrativos | 144 |
| 38 | Proyección de servicios básicos | 144 |
| 39 | Gasto arriendo | 145 |
| 40 | Gasto materiales de aseo | 145 |
| 41 | Proyección materiales de oficina | 146 |
| 42 | Proyección de gastos administrativos | 146 |
| 43 | Gasto sueldos ventas | 147 |
| 44 | Gasto publicidad | 147 |
| 45 | Proyección gasto de ventas | 148 |
| 46 | Depreciación activos fijos | 148 |
| 47 | Amortizaciones | 149 |
| 48 | Tabla anual de intereses | 150 |
| 48.1 | Tabla de amortizaciones | 151 |

| | | |
|----|-----------------------------------------------|-----|
| 49 | Estado de situación inicial | 153 |
| 50 | Estado de resultados con financiamiento | 154 |
| 51 | Calculo del impuesto a la renta | 155 |
| 52 | Flujo de efectivo proyectado | 156 |
| 53 | Costo del capital | 157 |
| 54 | Cálculo del Van | 158 |
| 55 | Cálculo de la TIR | 160 |
| 56 | Recuperación en tiempo | 161 |
| 57 | Beneficio costo | 162 |
| 58 | Punto de equilibrio por producto | 163 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | | |
|------------------|-----------------------------------------|-----|
| Ilustración N° 1 | Croquis de ubicación | 123 |
| Ilustración N° 2 | Croquis de ubicación de la planta | 126 |
| Ilustración N° 3 | Plano de distribución de planta | 129 |

ÍNDICE DE ORGANIGRAMAS

| | | |
|------------------|-------------------------------|-----|
| Organigrama N° 1 | Organigrama estructural | 167 |
|------------------|-------------------------------|-----|

ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS

| | | |
|-----------------|-----------------------------------------|-----|
| Flujograma N° 1 | Proceso de elaboración del cordón | 127 |
|-----------------|-----------------------------------------|-----|

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

Desde tiempos inmemorables, Antonio Ante fue sector obrero, se destacó por poseer trabajadores manuales, industriales y textiles, caracterizados por tener una buena educación, por eso constituye la clase mayoritaria de este pueblo, ya que ellos son creadores e imaginativos y así lograban excelentes resultados para el desarrollo de la ciudad.

El trabajo manual de los artesanos era la industria textil de la cabuya, zapatería, carpintería, sastrería; en cambio la mujer anteña se dedicaba al corte, confección, bordado, tejidos, ayudando a los propietarios de las empresas para mejorar su producción y ser más competitivos.

La pequeña industria textil, ha logrado un mayor desarrollo en el país, la misma que no ha requerido de grandes capitales, sus técnicas de elaboración no han sido muy especializadas, ni se ha requerido de una gran estructura y los mercados de consumo han sido los que se encuentran dentro del país.

Su desarrollo ha sido vertical a nivel nacional, donde se ha aprovechado la mano de obra calificada del sector.

En la ciudad de Atuntaqui existe un buen número de sus habitantes que se dedican a actividades micro empresariales, las mismas que en sus inicios fue la manufactura, y con el tiempo, evolucionaron los talleres familiares, los cuales dieron paso a la formación de microempresas y empresas que cubren la demanda local y provincial en lo que respecta a producción textil, favoreciendo al desarrollo industrial del sector.

Actualmente en Atuntaqui, la mayoría de las industrias sostienen su economía en la producción de prendas de vestir como: sacos de lana, ropa interior, ropa de bebé, ropa deportiva y medias.

Para contribuir con el adelanto de la industria en el cantón se quiere crear una microempresa de producción de cordón producido con poliéster o algodón, el cual se utilizará como complemento en las prendas como chompas, ropa deportiva como calentadores y pantalonetas, zapatos, además cordones para fundas de regalos, manualidades, artesanías, redes para jugar voley-boll y básquet boll, hamacas, puesto que en la ciudad no existen estos productos y tienen que adquirir en la ciudad de Quito, o en pequeños bazares a un precio más alto.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 Objetivo General

Establecer la situación actual de la producción y comercialización del cordón industrial como material indispensable en la industria textil del cantón Antonio Ante, a fin de determinar sus aliados y oponentes; sus oportunidades y riesgos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Conocer el proceso de producción aplicado por las empresas productoras de cordones industriales de la provincia de Imbabura.
- Identificar la forma de comercialización aplicada por los proveedores de cordón industrial a nivel local y nacional.
- Conocer el crecimiento micro empresarial de las empresas textiles.
- Establecer la actividad económica que se desarrolla en el sector.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Entre las variables diagnósticas a aplicar en la presente investigación serán:

1.3.1 Producción del cordón industrial

1.3.2 Comercialización del cordón industrial

1.3.3 Crecimiento empresarial

1.3.4 Actividad económica

1.4 INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN LAS VARIABLES

1.4.1 Variable: Producción del cordón industrial

1.4.1.1 Procesos productivos

1.4.1.2 Estándares de producción

1.4.1.3 Maquinaria

1.4.1.4 Talento humano

1.4.1.5 Tiempos de producción

1.4.1.6 Tecnología aplicada en el proceso del cordón industrial

1.4.1.7 Control de calidad

1.4.1.8 Capacidad de producción

1.4.1.9 Tipos de cordón industrial producido

1.4.2 Variable: Comercialización del cordón industrial

1.4.2.1 Producto:

- a. Tipos de cordón industrial
- b. Volumen de entrega
- c. Frecuencia de entrega

1.4.2.2 Precio:

- a. Precio de venta
- b. Políticas de precios

1.4.2.3 Plaza:

- a. Tipos de mercados de entrega
- b. Canales de distribución

1.4.2.4 Publicidad y promoción:

- a. Publicidad aplicada
- b. Estrategias de promoción

1.4.2.5 Demanda:

- a. Tipo de comprador
- b. Volumen de compras
- c. Frecuencia de compra
- d. Lugar de procedencia del cordón industrial
- e. Aceptabilidad en la adquisición de cordón industrial de nuevas empresas productoras.

1.4.3 Variable: Crecimiento empresarial

- 1.4.3.1 Productos y servicios
- 1.4.3.2 Exigencias de los clientes y empleados
- 1.4.3.3 Imagen pública
- 1.4.3.4 Calidad de sí misma
- 1.4.3.5 Preocupación por la supervivencia, crecimiento y rentabilidad.

1.4.4 Variable: Actividad económica

- 1.4.4.1 Textil
- 1.4.4.2 Agropecuaria
- 1.4.4.3 Turismo
- 1.4.4.4 Gastronómico
- 1.4.4.5 Cultural

1.5 MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNÓSTICA

| OBJETIVOS | VARIABLES | INDICADORES | TÉCNICAS | PÚBLICOS |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Determinar el proceso de producción aplicado por las empresas productoras de cordones industriales de la provincia de Imbabura. | Producción | <ul style="list-style-type: none"> • Procesos productivos • Estándares de producción • Maquinaria • Talento humano • Tiempos de producción • Tecnología aplicada en el proceso del cordón industrial • Control de calidad • Capacidad de producción • Tipos de cordón industrial producido | <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> | <p>Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha</p> |
| Identificar la forma de comercialización aplicada por los proveedores de cordón industrial a nivel local y nacional. | Comercialización | <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de cordón industrial • Volumen de entrega • Frecuencia de entrega | <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> | <p>Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha</p> <p>Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha</p> <p>Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha</p> |

| | | | | |
|--|--|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------------------------------------------------------------------|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Precio de venta | Encuesta | Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Políticas de precios | Encuesta | Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de mercados de entrega | Encuesta | Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Canales de distribución | Encuesta | Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha. |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad aplicada | Encuesta | Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de promoción | Encuesta | Productores comercializadores de cordón industrial Imbabura y Pichincha |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Tipo de productos de confección | Encuesta | Empresas textiles compradoras de Atuntaqui |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Empleo del cordón industrial | Encuesta | Empresas textiles compradoras de Atuntaqui |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Volumen de compras | Encuesta | Empresas textiles compradoras de Atuntaqui. |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de compra | Encuesta | Empresas textiles compradoras de Atuntaqui |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Lugar de procedencia del cordón industrial | Encuesta | Empresas textiles compradoras de Atuntaqui |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Aceptabilidad en la adquisición de | | Empresas textiles compradoras de Atuntaqui |

| | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | cordón industrial de nuevas empresas productoras | | |
| Conocer el crecimiento micro empresarial de las empresas textiles. | Crecimiento empresarial | <ul style="list-style-type: none"> • Productos y servicios • Exigencias de los clientes y empleados • Imagen pública • Calidad de sí misma • Preocupación por la supervivencia, crecimiento y rentabilidad. | <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> <p>Encuesta</p> | <p>Empresas textiles compradoras de Atuntaqui.</p> <p>Empresas textiles compradoras de Atuntaqui</p> |
| Establecer la actividad económica que se desarrolla en el sector. | Actividad económica | <ul style="list-style-type: none"> • Textil • Agropecuaria • Turismo • Gastronomía • Cultural | Documentos estadísticas y | Municipio de Antonio Ante, INEC, SIISE, Banco Central |

1.6 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población motivo de investigación está identificada en los siguientes segmentos:

1.6.1 Población de empresas textiles de la ciudad de Atuntaqui, de 650 talleres de costura y tejido ubicados en la zona central y periferia del cantón Antonio Ante (fuente Gobierno Municipal del cantón Antonio Ante 2011).

1.6.2 Población de productores-comercializadores de cordón industrial de las ciudades de Quito e Ibarra, en un total de 15 entre los más representativos según investigación directa a nivel de empresas textiles compradoras de la ciudad de Atuntaqui.

1.7 CÁLCULO DE LA MUESTRA

En lo que respecta a empresas textiles, como posibles compradoras del cordón industrial, se aplicó la fórmula muestral, y la aplicación fue la siguiente:

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

en donde:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Tamaño de la población
- δ^2 = Varianza
- Z = Z crítico o tipificado
- Nc = Nivel de confianza
- e = Error

La población en estudio es mayor a 50 se determinó mediante la fórmula estadística, utilizando la distribución de proporciones en base al siguiente análisis matemático:

- La población es infinita o mayor a 1.000 se trabajó con el 5% de error.
- Nivel de confianza 95%
- Desviación de la población al cuadrado o varianza 0.25 porque se trabaja en el centro, es decir 0.5 de éxito y 0.5 de fracaso (δ^2)
- Valor tipificado “z” que corresponde a 1.96 doble cola
- La fórmula matemática del tamaño muestral es:

$$n = \frac{(650) (0.25) (1.96)^2}{(0.05)^2 (650-1) + (0.25) (1.96)^2}$$

$$n = \frac{624,26}{2,5829}$$

n = 242 encuestas

- Siendo la población de Productores y comerciantes de cordones industriales menor o igual a 50, se aplicó un censo estableciendo a los más representativos.

1.8 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Información primaria

Para la presente investigación, se realizó dos tipos de encuestas, siendo:

- Encuesta dirigida a propietarios de empresas textiles (talleres de costura y tejido) (Anexo N.1)
- Encuesta dirigida a productores -comercializadores de cordón industrial de Quito e Ibarra. (Anexo N. 2)

Información secundaria

- Libros técnicos de producción y comercialización de insumos empelados en la producción textil
- Libros técnicos de marketing, mercadeo, servicio al cliente, finanzas y calidad total.
- Internet
- Estadísticas de la Cámara de Comercio de Antonio Ante.

1.9 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.9.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS TEXTILES COMPRADORAS DE CORDÓN INDUSTRIAL DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

1. ¿En los productos que confecciona, utiliza cordón industrial?

Tabla N° 1

Utilización de cordón industrial

| | f | % |
|----|-----|------|
| si | 242 | 100% |
| no | 0 | 0% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N ° 1



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: La totalidad de los encuestados, emplean el cordón industrial en la confección de las prendas textiles, lo cual se observa que la utilización de este tipo de producto es muy importante.

2. ¿En dónde adquiere el cordón industrial?

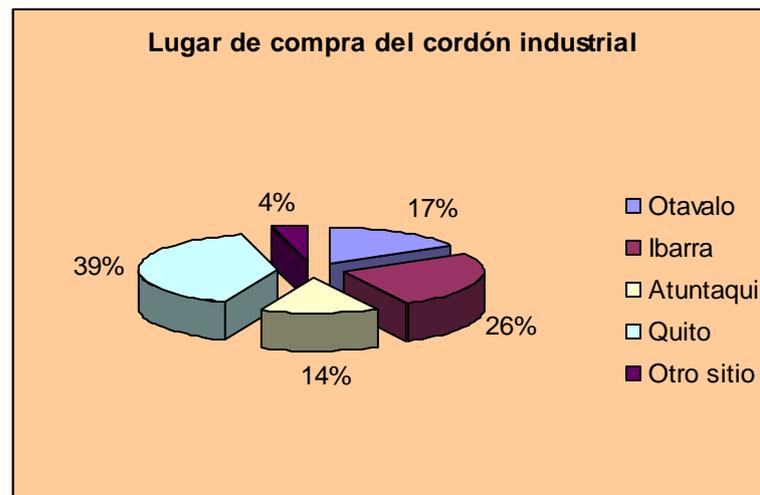
Tabla N° 2

Lugar de compra del cordón industrial

| | f | % |
|--------------|------------|-------------|
| Otavalo | 40 | 16% |
| Ibarra | 63 | 26% |
| Atuntaqui | 33 | 14% |
| Quito | 96 | 40% |
| Otro sitio | 10 | 4% |
| Total | 242 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 2



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: El cordón industrial lo adquieren en un gran porcentaje en la ciudad de Quito, seguido Ibarra, Otavalo, Atuntaqui y apenas un mínimo porcentaje en Ambato y zona austral, siendo su precio mayor por la intermediación.

3. Los principales canales de distribución para la adquisición de cordón industrial

Tabla N° 3

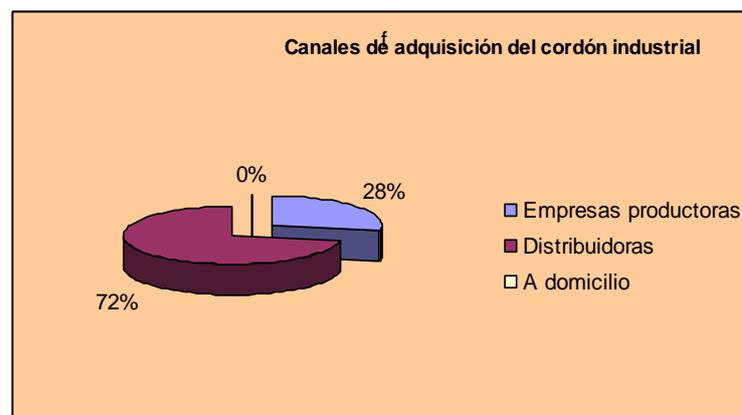
Principales canales de distribución para la adquisición de cordón

| | f | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Empresas productoras | 67 | 28% |
| Distribuidoras | 175 | 72% |
| A domicilio | 0 | 0% |
| Total | 242 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 3



Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: Los principales canales de distribución aplicados para la adquisición del cordón industrial según los encuestados afirmaron que es a través de empresas distribuidoras, en donde el costo del producto se eleva por el efecto de la intermediación, viéndose afectados en el costo de producción del mismo.

4. ¿Qué cantidad de cordón adquiere a la semana?

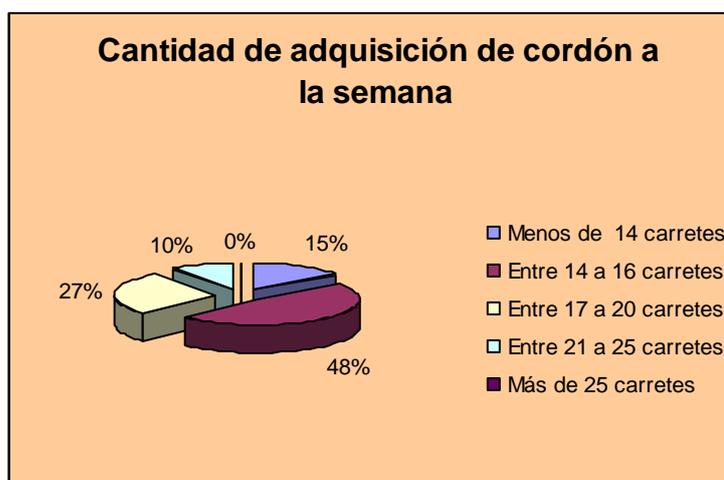
Tabla N° 4

Cantidad de adquisición de cordón a la semana

| | f | % |
|------------------------|-----|-----|
| Menos de 14 carretes | 36 | 15 |
| Entre 14 a 16 carretes | 116 | 48% |
| Entre 17 a 20 carretes | 65 | 27 |
| Entre 21 a 25 carretes | 25 | 10 |
| Más de 25 carretes | 0 | 0% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 4



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: La cantidad de cordón industrial que adquieren en su mayoría es en forma semanal entre 14 a 16 carretes de cordón, el mismo que puede aumentar de acuerdo al nivel de producción y de acuerdo al mercado.

5. ¿Con qué frecuencia adquiere este tipo de cordón industrial

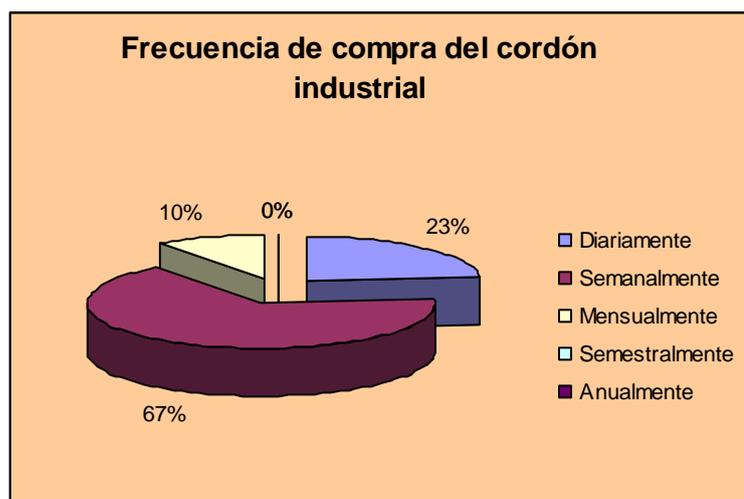
Tabla Nº 5

Frecuencia de compra del cordón industrial

| | f | % |
|----------------|-----|-----|
| Diariamente | 56 | 23% |
| Semanalmente | 161 | 67% |
| Mensualmente | 25 | 10% |
| Semestralmente | 0 | 0% |
| Anualmente | 0 | 0% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico Nº 5



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: La frecuencia de compra del cordón industrial es semanal, especialmente en épocas de mayor producción industrial, tales como apertura de clases, fiestas patronales a nivel institucional, entre otras.

6. La calidad del cordón que adquiere actualmente es:

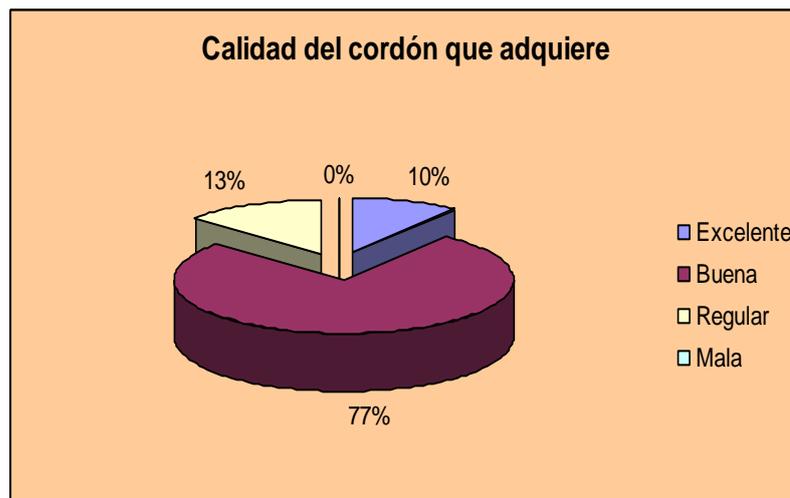
Tabla N° 6

Calidad del cordón

| | f | % |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente | 25 | 10% |
| Buena | 185 | 77% |
| Regular | 32 | 13% |
| Mala | 0 | 0% |
| Total | 242 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 6



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: En lo que respecta a la calidad del cordón industrial, en su mayor porcentaje lo calificaron como buena, a pesar de la falta de algunos atributos para que el producto sea excelente, tales como durabilidad y variedad de colores. un pequeño porcentaje lo calificaron como regular.

7. Cree usted que el precio del cordón que compra es:

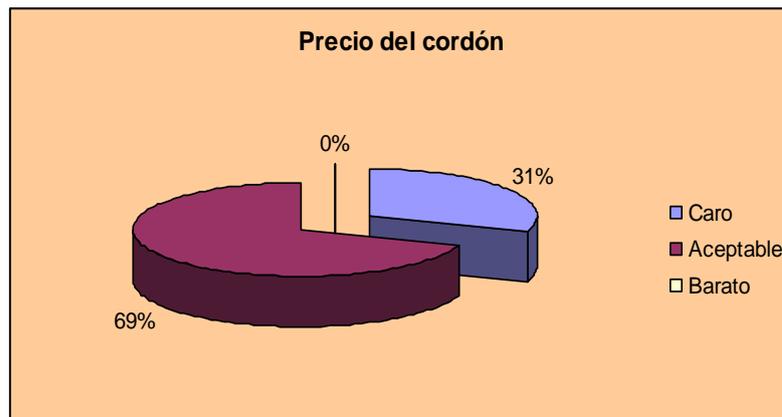
Tabla N° 7

Precio del cordón

| | f | % |
|--------------|------------|-------------|
| Caro | 74 | 31% |
| Aceptable | 168 | 69% |
| Barato | 0 | 0% |
| Total | 242 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 7



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: El precio del cordón industrial, para la mayoría consideran que es aceptable, a pesar de que en ciertas épocas el precio tiende a subir, perjudicando sus costos de producción, viéndose obligados a incrementar los precios del producto final.

8. ¿Considera usted necesario que se cree una microempresa que produzca y comercialice cordones industriales en el cantón Antonio Ante?

Tabla N° 8

Aceptación de la creación de la microempresa de cordones industriales en Antonio Ante

| | f | % |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 156 | 64% |
| NO | 86 | 36% |
| Total | 242 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 8



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: Existe un porcentaje mayoritario de encuestados que aceptan que se cree una microempresa de producción y comercialización de cordones industriales dentro del sector industrial, lo cual les beneficiaría a fin de tener disponible el producto para el proceso de acabado de una prenda textil que lo requiera.

1.9.2 RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES-COMERCIALIZADORES DE CORDÓN INDUSTRIAL DE IMBABURA Y PICHINCHA

1. ¿Qué tipo de proceso productivo aplica usted en la producción de los cordones industriales?

Tabla N° 9

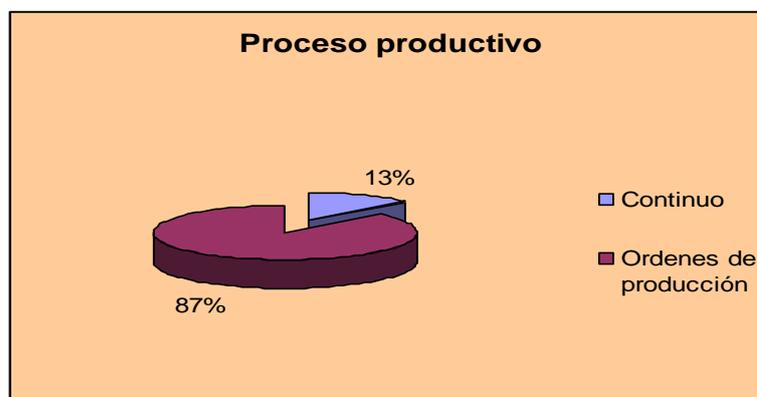
Proceso productivo aplicado en la producción

| | f | % |
|-----------------------|-----------|-------------|
| Continuo | 2 | 13% |
| Ordenes de producción | 13 | 87% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 9



Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: El tipo de proceso productivo que más aplican para la producción del cordón industrial es el sistema por órdenes de producción, es decir por pedidos, en donde de acuerdo al volumen solicitado se les da confeccionando el cordón. Mientras que un pequeño porcentaje aplican el sistema continuo debido a que su fabricación es en serie.

2 ¿Qué tipo de estándares debe cumplir el proceso de producción de los cordones industriales?

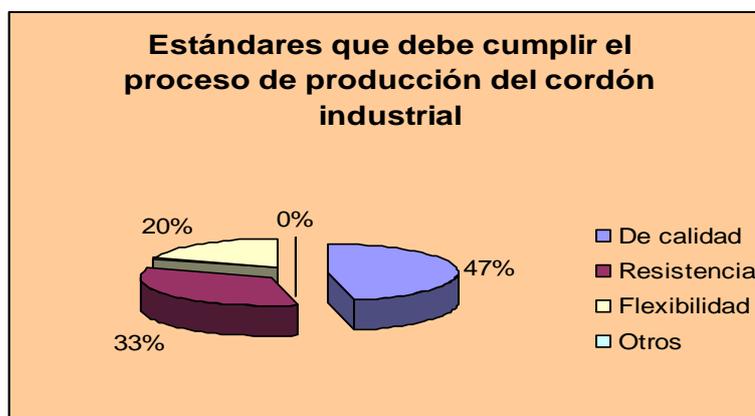
Tabla N ° 10

Tipo de estándares que debe cumplir el proceso de producción del cordón industrial

| | f | % |
|--------------|-----------|-------------|
| De calidad | 7 | 47% |
| Resistencia | 5 | 33% |
| Flexibilidad | 3 | 20% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 10



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: El proceso de producción del cordón industrial, debe cumplir con los requisitos exclusivos de calidad en primer lugar, seguido del nivel de resistencia y flexibilidad, lo cual hace que se obtenga un producto que satisfaga las necesidades de los consumidores.

3. ¿Qué tipo de maquinaria se requiere para la confección del cordón industrial?

Tabla N° 11

Maquinaria indispensable para la producción de cordón

| | f | % |
|------------------------------------|----|-----|
| Maquina trenzadora y encarretadora | 15 | 100 |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 11



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANALISIS: La maquinaria indispensable para la producción de cordón es la máquina trenzadora de cordón y máquina encarretadora.

4. ¿Cuántas personas trabajan en su empresa?

Tabla N° 12

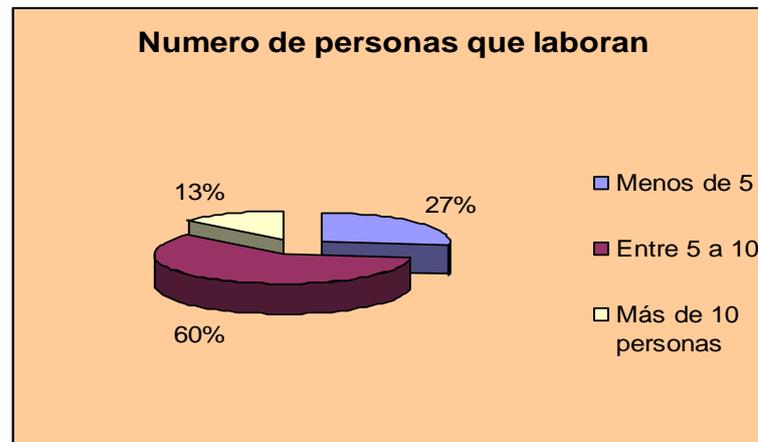
Número de personal que laboran

| | f | % |
|--------------------|-----------|-------------|
| Menos de 5 | 4 | 27% |
| Entre 5 a 10 | 9 | 60% |
| Más de 10 personas | 2 | 13% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 12



Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: El número de personas que laboran en las empresas proveedoras esta entre los 5 a 10 trabajadores, los mismos que forman parte del personal operativo dentro de la empresa.

5. ¿Cuánto tiempo utiliza en la producción de un carrete de 200 metros de cordón industrial?

Tabla N °13

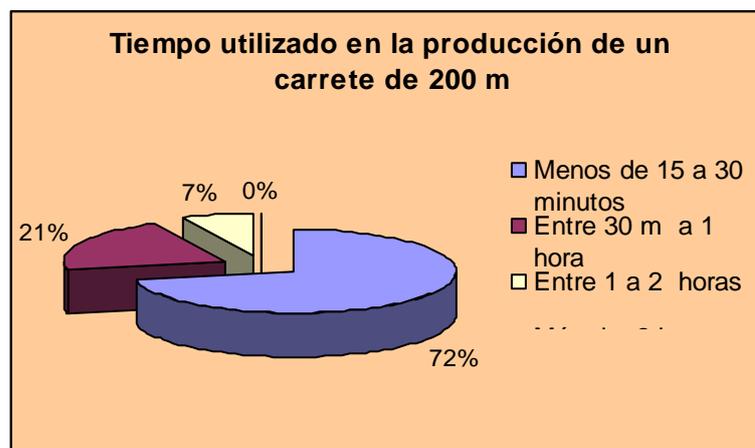
**Tiempo empleado en la producción de un carrete de cordón industrial
(de 200 metros)**

| | f | % |
|--------------------------|-----------|-------------|
| Menos de 15 a 30 minutos | 10 | 66% |
| Entre 30 m a 1 hora | 3 | 20% |
| Entre 1 a 2 horas | 1 | 14% |
| Más de 2 horas | 0 | 0% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 13



Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: El tiempo empleado en la producción de un carrete de 200 metros de cordón, según la mayor parte de los encuestados se encuentra entre los 15 a 30 minutos, dependiendo del tipo de calidad de material y tipo de insumos empleados

6. ¿Actualmente a qué capacidad de producción trabaja su empresa?

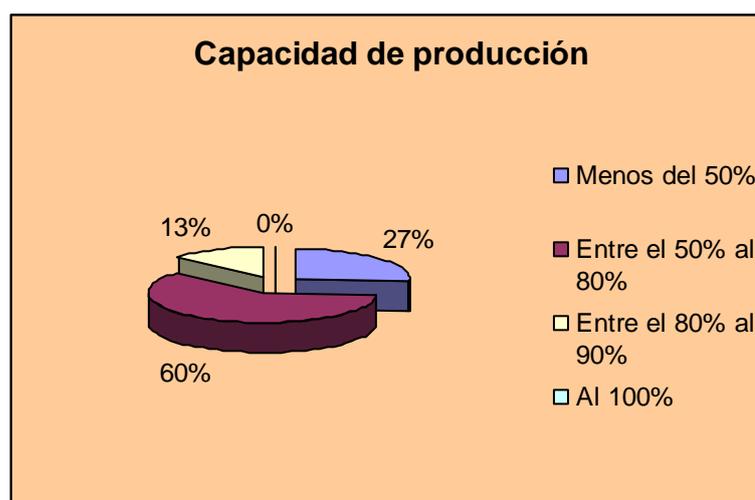
Tabla N ° 14

Capacidad de producción

| | f | % |
|---------------------|---|-----|
| Menos del 50% | 4 | 27% |
| Entre el 50% al 80% | 9 | 60% |
| Entre el 80% al 90% | 2 | 13% |
| Al 100% | 0 | 0% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 14



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: Según la mayor parte de los productores consultados, la capacidad de producción que tienen dentro de sus plantas se encuentran entre el 50 a 80% de su capacidad, el mismo que puede aumentar por efectos de mercado.

7. ¿Qué tipo de cordón industrial produce/comercializa?

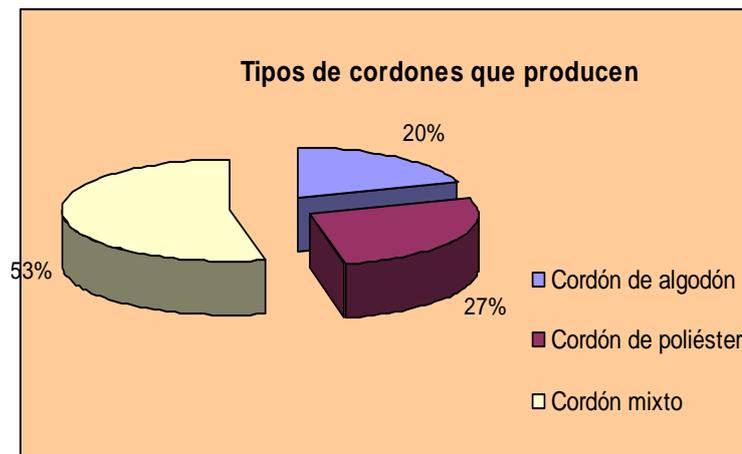
Tabla N°15
Cordón Industrial

| TIPO DE CORDÓN | No | % |
|---------------------|----|--------|
| Cordón de algodón | 3 | 20% |
| Cordón de poliéster | 4 | 26.67% |
| Cordón mixto | 8 | 53.33% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 15



Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

ANALISIS:

El cordón que más producen es el mixto, mezcla de algodón y poliéster, ya que es el más vendible en el mercado.

8. ¿Qué cantidad diaria entrega usted de cordón industrial?

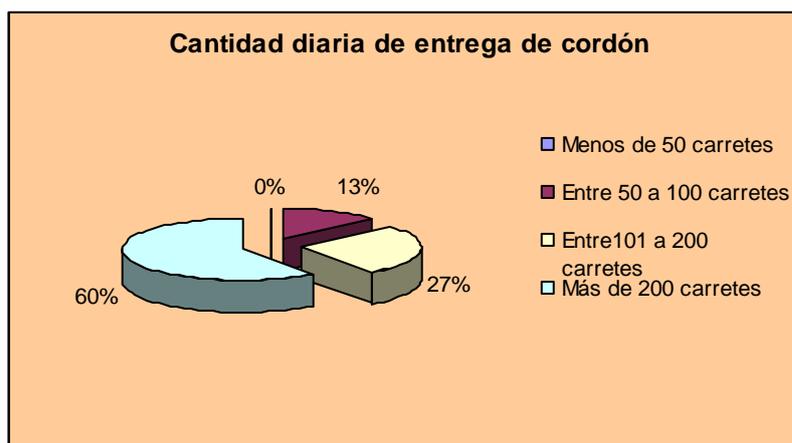
Tabla N° 16

Cantidad diaria de entrega de cordón industrial

| | f | % |
|--------------------------|-----------|-------------|
| Menos de 50 carretes | 0 | 0% |
| Entre 50 a 100 carretes | 2 | 13% |
| Entre 101 a 200 carretes | 4 | 27% |
| Más de 200 carretes | 9 | 60% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 16



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: Según los encuestados, la cantidad diaria de entrega de cordón industrial hacia los mercados tanto locales como nacionales, se observa que la entrega está entre 50 a 100 carretes

9. ¿Cómo determina el precio de venta del cordón industrial?

Tabla N° 17

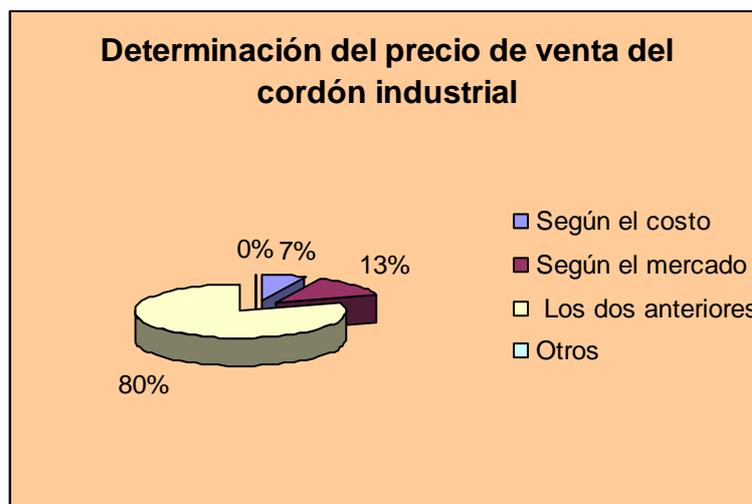
Determinación del precio de venta del cordón industrial

| | f | % |
|--------------------|-----------|-------------|
| Según el costo | 1 | 6% |
| Según el mercado | 2 | 7% |
| Los dos anteriores | 12 | 87% |
| Otros | 0 | 0% |
| TOTAL | 15 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 17



Fuente: Investigación encuestas al 2011

Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: El precio de venta del cordón industrial, según los productores encuestados lo establecen de acuerdo al mercado, determinado un precio competitivo y manejando políticas de precio aceptables para el cliente.

10. ¿A qué mercados entrega usted su producción?

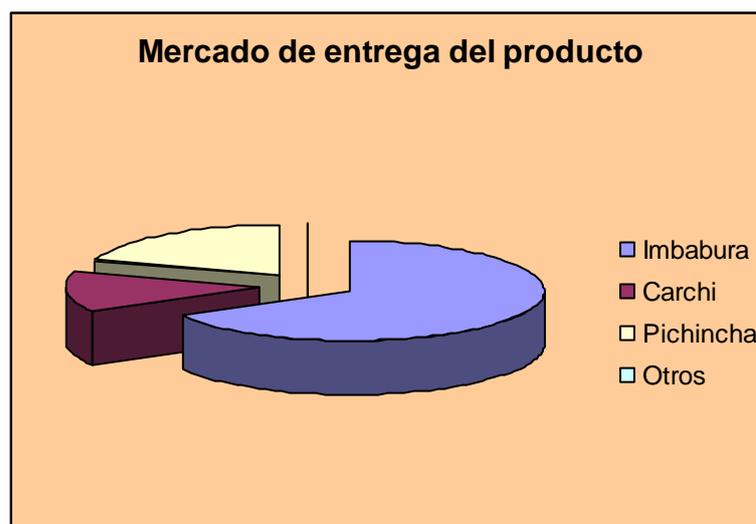
Tabla N° 18

Mercado de entrega del producto

| | f | % |
|--------------|-----------|-------------|
| Imbabura | 10 | 67% |
| Carchi | 2 | 13% |
| Pichincha | 3 | 20% |
| Otros | 0 | 0% |
| TOTAL | 15 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 18



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: Los mercados donde entregan el producto son:, a nivel de Imbabura, siendo los cantones de Antonio Ante, Otavalo y una parte de Ibarra los principales compradores de este tipo de producto.

11. ¿Cuáles son sus principales canales de distribución aplicadas para la entrega del cordón industrial?

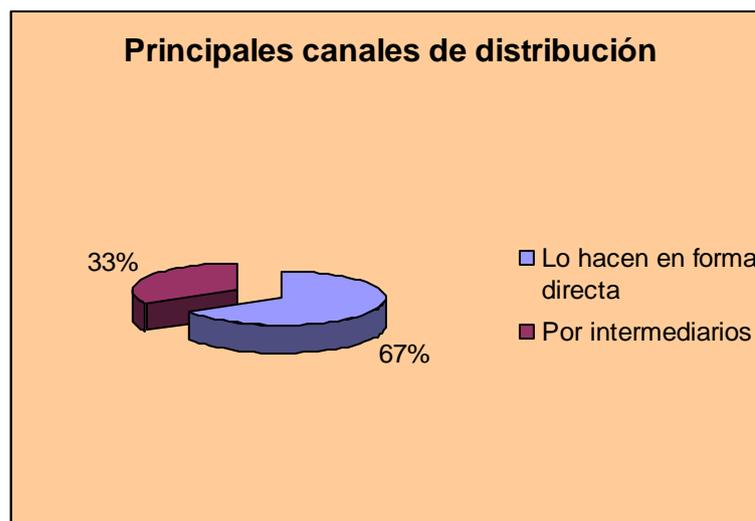
Tabla N° 19

Principales canales de distribución aplicados

| | f | % |
|---------------------------|-----------|-------------|
| Lo hacen en forma directa | 10 | 67% |
| Por intermediarios | 5 | 33% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 19



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: Los principales canales de distribución del cordón industrial lo hacen en forma directa, es decir no utilizan intermediación, sino lo entregan a los compradores, sean mayoristas o minoristas.

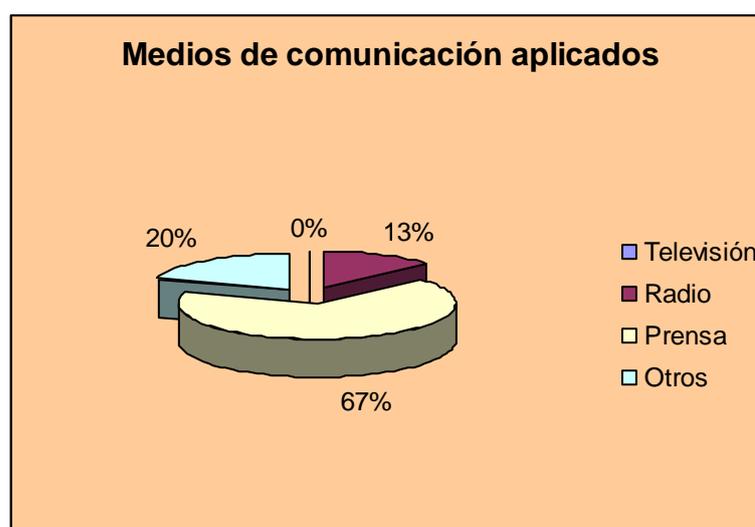
12. ¿Qué medios de comunicación utiliza para dar a conocer el cordón industrial?

Tabla N ° 20

Medios de comunicación aplicados

| | f | % |
|--------------|-----------|-------------|
| Televisión | 0 | 0% |
| Radio | 2 | 13% |
| Prensa | 10 | 67% |
| Otros | 3 | 20% |
| Total | 15 | 100% |

Gráfico N° 20



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: Como medio de comunicación empleado por los encuestados, la mayoría aplican la prensa escrita, colocando avisos en los diarios de mayor circulación de la zona norte (El Norte, La Hora, La Verdad). Y también material publicitario como los catálogos y comercio electrónico.,

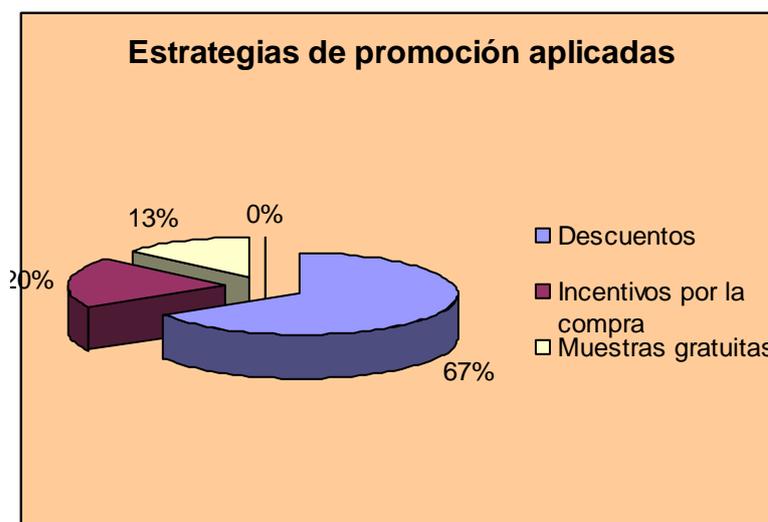
13. ¿Qué estrategias de promoción aplica para incentivar la compra del cordón industrial?

Tabla N° 21
Estrategias de promoción aplicadas

| | f | % |
|--------------------------|-----------|-------------|
| Descuentos | 10 | 67% |
| Incentivos por la compra | 3 | 20% |
| Muestras gratuitas | 2 | 13% |
| Otros | 0 | 0% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

Gráfico N° 21



Fuente: Investigación encuestas al 2011
Elaboración: Rosa Palacios

ANÁLISIS: Poseen como estrategias fundamentales para la aplicación de la promoción: los descuentos por compras mayores a un estándar fijado por las empresas, también aplican incentivos por la compra al contado y a la vez se entregan obsequios para incentivar a la compra.

1.10 SITUACIÓN ACTUAL DEL CANTÓN ANTONIO ANTE

Dentro del Cantón Antonio Ante la población económicamente activa se encuentra distribuida de la siguiente manera por rama de actividad económica lo cual da muestra clara que los niveles de ocupación dentro del cantón son muy altas.

| Sector | Indicador | Unidad | Valor |
|-----------|-------------------------------------------|--------|-------|
| Pobreza | Incidencia de pobreza por NBI | % | 53,09 |
| | Incidencia de la extrema pobreza por NBI | % | 22,44 |
| Educación | Analfabetismo | % | 7,99 |
| | Nivel de escolaridad | Años | 8,48 |
| | Tasa de asistencia neta básica | % | 92,89 |
| | Tasa de asistencia neta bachillerato | % | 54,95 |
| | Tasa de asistencia neta superior | % | 22,65 |
| | Educación básica completa | % | 45,37 |
| | Educación básica completa (16 años y más) | % | 69,74 |
| | Secundaria completa | % | 35,05 |
| | Secundaria completa (19 años) | % | 52,73 |

| | | | |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-------|--------|
| | Madres jóvenes con secundaria completa | % | 39,69 |
| Salud | Tasa global de fecundidad | % | 2,42 |
| | Población con discapacidad | % | 5,72 |
| | ** Tasa médicos por 10.000 habitantes | % | 10,34 |
| | Tasa de natalidad | % | 20,13 |
| | *** Tasa de mortalidad infantil | % | 0,00 |
| | *** Tasa de mortalidad de la niñez | % | 0,00 |
| | * Tasa de camas por 10.000 hab | % | 5,06 |
| Vivienda | Hogares hacinados | % | 15,43 |
| | Viviendas con acceso a agua por red pública dentro de la vivienda | % | 64,41 |
| | Viviendas con acceso a sistemas de eliminación de excretas | % | 90,50 |
| | Viviendas con acceso a red de alcantarillado | % | 79,43 |
| | Hogares con acceso a servicio telefónico convencional | % | 33,01 |
| | Hogares con vivienda propia | % | 68,63 |
| | Viviendas con piso adecuado | % | 86,90 |
| | Viviendas con pared adecuado | % | 99,78 |
| Viviendas con techo adecuado | % | 99,71 | |
| Empleo | Población económicamente Activa - PEA | n | 18.974 |
| | Población en edad de trabajar - PET | n | 34.573 |
| | Tasa bruta de participación laboral | % | 43,60 |

Fuente: SIISE 2011

| RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA | PEA | % |
|-------------------------------------------|------------|----------|
| Agricultura | 2.812 | 19.82 |
| Minas y canteras | 26 | 0.18 |
| Manufactura | 3803 | 26.79 |
| Electricidad, gas y agua | 15 | 0.10 |
| Construcción | 1.198 | 8.43 |
| Comercio Hoteles y Restaurantes | 2.149 | 15.15 |
| Transporte, almacenamiento y comunicación | 646 | 4.55 |
| Servicios Financieros | 305 | 2.14 |
| Servicios Personales y sociales | 2.065 | 14.54 |
| No bien especificadas | 1.179 | 8.30 |

Fuente: SIISE 3.5 de agenda 21 al 2010

1.10.1 Producción Textil

De acuerdo a <http://www.ecuadortv.ec/ecutopnw>, se establece que: Atuntaqui, perteneciente al cantón Antonio Ante, es catalogada como el “centro industrial de la moda”. 140 fábricas textiles y de confección forman parte de la Cámara de Comercio del Antonio Ante.

El auge de esta actividad productiva empezó hace 9 años con la ejecución de eventos feriales nacionales y se consolidó en el 2006, con una mayor oferta de productos, construcción y adecuación de industrial y reingeniería urbana con visión comercial.

Dos ferias reconocidas a nivel nacional y con proyección internacional se

desarrollan en esta ciudad. La una en febrero, específicamente en carnaval, interviene todos los centros comerciales y fábricas textiles, es abierta. La otra, en septiembre, se desarrolla en un espacio cerrado.

1.10.2 Producción Agropecuaria

Parte importante de la cultura de Antonio Ante es la gastronomía: la exquisita y tradicional “fritada de Atuntaqui”, los sabrosos y crujientes “cuyes de Chaltura” platos que acompañados de mote, tostado, choclo, papas, deleitan los paladares más exigentes y dan a conocer a su vez el potencial agropecuario del cantón, como es la producción del maíz y sus heterogéneos productos resultado de una cosecha en un estado diferente, al igual que la producción de animales menores como el cuy.

1.10.3 Turismo

La actividad turística, específicamente, ha logrado consolidar la presencia de Atuntaqui en todo el país. Es así, que cada feriado, como este último, congrega centenares visitantes que hacen de Antonio Ante un centro de atracción turística.

Hasta hace unos años provenientes, únicamente, de provincias vecinas (Carchi, Pichincha). En la actualidad, la actividad comercial textil de esta ciudad atrae a turistas de Loja, Guayas, Tungurahua, Esmeraldas, Azuay e incluso Colombia y Perú.

No existe un estudio que detalle el número de visitantes que recibe Atuntaqui durante los distintos feriado y en días no festivos. La Cámara de Comercio registra un promedio de 80 mil visitantes en la feria industrial de febrero, entre tanto que en la de septiembre, un aproximado de 30 mil personas.

La oferta turística de Antonio Ante es muy amplia, iniciando por la Fábrica Imbabura “Patrimonio Cultural de la Nación”, legado histórico cultural que dio la pauta para hacer de Atuntaqui ese potencial Industrial-Textil, que hoy se refleja en la existencia de vistosos almacenes de comercialización textil y las ferias de febrero y agosto con productos de excelente calidad y bajo precio; razón justificada que permite que Atuntaqui sea reconocido como destino turístico de compras, histórico y cultural del Ecuador.

1.10.4 Gastronomía

La gastronomía, factor importante que contribuye a la consolidación turística del cantón; las fritadas, los cuyes, los helados con suspiros, mojicones, panuchas y rosquetes, de los cuales el maíz, producto de nuestra tierra es ingrediente básico, para atraer a turistas nacionales y extranjeros.

Aspecto Cultural

Manifestaciones culturales propias de la sociedad Anteña como: la tradicional fiesta de inocentes y fin de año, reflejado principalmente en el gran desfile de comparsas el 31 de Diciembre, identidad misma de nuestro pueblo; la fiesta indígena del Inti Raymi en la parte urbana de la ciudad y parroquias rurales del Cantón; el mes de junio declarado “cultural”, por los diferentes espectáculos culturales que se presentan; manifestaciones religiosas como las de Semana Santa, Corpus Cristi y 2 de Noviembre acompañadas de su respectiva y deliciosa gastronomía; atractivos arqueológicos importantes como las “tolas”, que hoy como “Pailatola”, son un atractivo turístico elemental; las fiestas de cantonización en febrero y marzo entre otros, contribuyen culturalmente a diversificar la oferta turística provincial.

1.11 RELACIÓN DE LOS ASPECTOS EXTERNOS E INTERNOS

1.11.1 Análisis de la información situacional del cantón Antonio Ante

El cantón Antonio Ante, presenta una población económicamente activa que ha superado las expectativas del gobierno seccional, cuyas actividades principales se desenvuelven en los ámbitos: agrícola, manufactura, comercio (hoteles y restaurantes), servicios personales y sociales, turismo y sobre todo la actividad textil (manufactura), siendo entre las más representativas y generadoras de ingresos y de fuentes de trabajo.

1.11.2 Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a empresas textiles compradoras de cordón industrial

El 100% de las empresas de confección textil emplean el cordón industrial para su proceso de acabado, las mismas que adquieren especialmente en su mayoría de la ciudad de Quito y parte de la ciudad de Ibarra y Otavalo, adquiriendo semanalmente entre 14 a 16 carretes para la producción. No existen proveedores directos del cordón, mucha de las veces acuden a intermediarios, lo cual hace que el costo de compra sea mayor. Existen productos que no han cumplido con las expectativas de las empresas textiles, especialmente en calidad.

1.11.3 Análisis de la encuesta aplicada a productores – comercializadores de cordón industrial

Las empresas productoras trabajan bajo la modalidad de órdenes de producción (por pedido), cumpliendo con estándares de calidad,

resistencia y flexibilidad en sus productos, con un equipamiento industrial completo para la fabricación del cordón, con personal calificado tanto en proceso como en comercialización, aplicando tiempos y movimientos productivos para la elaboración de los carretes, cuya capacidad de producción se encuentra entre un 50% a 80%; ofertan una variedad de cordones en diferentes estilos y colores, cuya entrega diaria mínima se encuentra entre los 50 a 100 carretes de cordón, sus principales mercados de entrega son Pichincha, Imbabura, Carchi y parte del sur de Ecuador. Generalmente aplican como estrategias de promoción las muestras gratuitas, los descuentos y los incentivos por compras.

1.12 MATRIZ AOPR DE LOS PRODUCTORES TEXTILES

ALIADOS

- Convenio de compra directa con los productores textiles de la ciudad de Atuntaqui.
- Acceso a tecnología en maquinaria y equipo de empresas industriales para producir el cordón.
- Infraestructura adecuada.
- Predisposición de los pobladores del sector para trabajar en el proyecto.
- Obtención de certificación de calidad.

OPONENTES

- Desconocimiento de técnicas de producción de cordones por parte de los productores.
- Políticas de gobierno -. Inestabilidad tributaria.
- Competencia de productos sustitutos en cadenas almacenes de la ciudad.
- Ingresos de Mercadería de otros países

OPORTUNIDADES

- Adquisición considerable en cantidad de cordón industrial por parte de las empresas textiles.
- Gran aceptación del cordón industrial por parte de las pequeñas y medianas empresas.
- Escasas empresas productoras de cordón industrial a nivel de la provincia de Imbabura.
- Existencia de nuevos nichos de mercado.

RIESGOS

- Volatilidad del mercado.
- Incremento del número de competidores en el mercado
- Créditos con altas tasas
- Inestabilidad socioeconómica
- Importación del producto

ESTRATEGIAS AR AOP OOP OR

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Externos | OPORTUNIDADES: | RIESGOS: |
| Internos | <ol style="list-style-type: none"> 1. Adquisición considerable en cantidad de cordón industrial por parte de las empresas textiles. 2. Gran aceptación del cordón industrial por parte de las pequeñas y medianas empresas. 3. Escasas empresas productoras de cordón industrial a nivel de la provincia de Imbabura. 4. Existencia de nuevos nichos de mercado. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Volatilidad del mercado. 2. Incremento del número de competidores en el mercado 3. Créditos con altas tasas 4. Inestabilidad socioeconómica 5. Importación del producto |
| | ALIADOS: | A1- O1 –O2 |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Convenio de compra directa con los productores textiles de la ciudad de Atuntaqui. | <p>Establecer en base a la creación de una nueva empresa un plan de producción que permita aprovechar el mercado</p> | <p>Realizar un convenio directo entre empresa productora de cordones y las empresas textiles a fin de contrarrestar los</p> |

| | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> 2. Acceso a tecnología en maquinaria y equipo de empresas industriales para producir el cordón. 3. Infraestructura adecuada. 4. Predisposición de los pobladores del sector para trabajar en el proyecto. 5. Obtención de certificación de calidad | <p>existente de cordón industrial, la misma que cubra dicha demanda en relación al producto terminado.</p> <p style="text-align: center;">A2-A3-O3</p> <p>Establecer un convenio de comercialización entre las empresas textiles compradoras y la nueva empresa proveedora directa de los insumos de fábrica (cordón industrial), acogiéndose a las exigencias de su tecnología aplicada en la producción y de la experiencia alcanzada en su actividad.</p> | <p>competidores en el mercado</p> <p style="text-align: center;">A3-R5</p> <p>Manejar en base a la experiencia de los productores textiles como futuros compradores, manejos de capacitación productiva en insumos de fabricación textil (cordones industriales) a fin de no depender de estilos y calidad por parte de otros países.</p> |
| <p>OPONENTES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento de técnicas de producción de cordones por parte de los productores. 2. Carencia de mano de obra cualificada en el sector. 3. Competencia de productos sustitutos en cadenas almacenes de la ciudad. 4. Competencia desleal | <p style="text-align: center;">OP3- O2</p> <p>Establecer una red de contactos directos con proveedores que permitan negociar, proveerse y obtener beneficios directos al comprar insumos de fábrica, a fin de contrarrestar los productos sustitutos.</p> | <p style="text-align: center;">OP2 –R2</p> <p>Establecer programas de capacitación en técnicas de producción de cordones a fin de incentivar a la creación de nuevas empresas y cubrir el mercado local y nacional.</p> |

1.12 PROBLEMA DIAGNÓSTICO

Del análisis de la matriz AOOPR empleada en la presente investigación se establece que el problema de mayor incidencia que atraviesan los pequeños y medianos productores textiles del cantón Antonio Ante es la falta de un proveedor directo de insumos de fábrica especialmente en la línea de cordones industriales, el mismo que les obliga a adquirir el producto a precios altos y de baja calidad, existen atrasos en la entrega y sobre todo entregas incompletas.

Por lo tanto el presente ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CORDÓN INDUSTRIAL PRODUCIDO CON POLIÉSTER Y ALGODÓN EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI , CANTÓN ANTONIO ANTE, propone una solución que contendrá ciertos aspectos básicos que permitan manejar adecuadamente el proceso de producción y comercialización del cordón industrial como material indispensable en la industria textil del cantón ..

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2. MICROEMPRESA TEXTIL

2.1 Definición

Para Baca Urbina Gabriel, Edición 2008, define como: “La microempresa textil “es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los US \$20.000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio”.

La microempresa textil es un fenómeno social de indiscutible importancia para el país, ya que comprende el 65% de la población económicamente activa. Los ecuatorianos somos grandes emprendedores. Decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años en empresarios de microempresas.

A través del Decreto Legislativo N° 705, se define microempresa:”a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción, de comercialización de bienes o de prestación de servicios”.

2.2 Objetivos de la microempresa textil

Toda microempresa ya sea esta de productos o servicios tiene como objetivo principal recibir una ganancia o utilidad a cambio de lo que ofrece a sus clientes.

Adicionalmente se puede hablar que los principales objetivos que persigue la microempresa son:

- Aumentar las ganancias.
- Crecimiento y expansión de la Microempresa.
- Incremento de la productividad.
- Responder a las demandas concretas de los consumidores.
- Crear nuevos productos y servicios.
- Generar empleos.

De acuerdo a Figueroa, José Alejandro (2008 p.21), los objetivos micro-empresariales deben ser operativos y capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa, las mismas que pueden ser: Objetivos de Comercialización, de innovación, sobre recursos humanos, de productividad, relacionado con las dimensiones sociales de la microempresa, de supervivencia, de crecimiento y de rentabilidad”

2.3 Importancia de la Microempresa

La microempresa o pequeña empresa es el gran motor de empleo, debido a que provee trabajo a gran parte de los trabajadores de ingresos medios y bajos. En América Latina, este tipo de empresa es la principal fuente de trabajo con alrededor de 57 millones de microempresas, brindando empleo a por lo menos 110 millones de personas. Para el año 2008, en el caso de Ecuador, las microempresas proporcionaron trabajo a

un total de 1´018,135 personas, lo cual representó el 25% de la mano de obra urbana. Adicionalmente, de acuerdo a cifras oficiales al 2005, el 33,5% de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos contaba con uno o más miembros de la familia con una microempresa

2.4 Constitución legal de la microempresa

2.4.1 Legislaciones vigentes

Toda actividad económica que se quiera emprender, requiere siempre desde su etapa de nacimiento, analizar diversos factores para lograr un buen funcionamiento y desarrollo, tales como de tipo organizacional, recursos, localización, tamaño, de gestión y sobre todo la forma jurídica que ésta tendrá para su normal desempeño.

Para CLAVIJO A, Julio M 2008, sostiene que: “El caso de la microempresa es diferente, ya que su principal característica es la informalidad de su funcionamiento. Además se puede decir que nace de la conjugación de una o varias personas que generalmente son de tipo familiar y que procuran poner en práctica ciertos conocimientos en una actividad económica, con el uso de sus propios capitales, iniciando de esta manera una asociación de hecho y que a lo largo de su existencia y de sus resultados va cambiando y ajustándose a formas jurídicas, para ir dejando de lado la informalidad y someterse a las ventajas y desventajas, a deberes y derechos de las leyes que rigen el país”.

El autor define en forma más real lo que el sector microempresarial en cuanto a su sustento legal y funcional realmente suele suceder, ya que este sector nace de la idea inicial de tipo familiar, para lograr mejorar en parte sus condiciones a través de la generación de ingresos, los cuales a su vez, a través de un sentido de ahorro y reinversión logran incrementar su actividad, cambiando y ajustándose a nuevas formas jurídicas de acuerdo a su grado de crecimiento con sentido empresarial.

Para CLAVIJO A, Julio afirma que: “La forma jurídica que se adopte, deberá estar siempre en función directa de los intereses de los propietarios y ajustados a la legislación vigente. La microempresa textil estará sujeta de acuerdo a sus actividades a la Ley de Fomento de la Pequeña Industria y Artesanía, al Código de Comercio, a la Ley de Compañías y más reglamentos y legislación conexas, que oriente la actividad económica que realiza, y que sus propietarios o administradores conduzcan a ésta, dentro de una organización empresarial legalmente constituida”.

Las legislaciones vigentes en el país, no ponen impedimento a la constitución de la sociedad mercantil atípicas, es decir, distintas a las que se encuentran expresamente reguladas por la ley, tal es el caso de la empresa individual, en donde su dueño aporta el capital, su maquinaria y su familia quienes son sus trabajadores, los cuales tampoco ponen obstáculos para que se contrate a otras personas que colaboren en el desarrollo de sus actividades.

2.4.2 Ley de compañías

Art. 1.- Contrato de Compañías es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de la ley, por las del primer código de comercio.

Para el inicio de la microempresa se realiza los siguientes trámites:

- La obtención del Registro único de Contribuyentes (RUC), en el servicio de Rentas Internas.
- La patente que se obtiene en el Municipio
- Permiso de funcionamiento otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Registro Sanitario expedido por el Ministerio de Salud.

La base legal en una microempresa, es una parte muy importante ya que a través de estas leyes nos brinda mayor estabilidad y cumple con todos los parámetros que rigen las leyes vigentes de las asociaciones de las compañías, sean privadas o públicas las cuales nos respaldan y nos ayudan a tener seguridad para cumplir con todas las normas que dicta la ley.

2.5 Formación de la microempresa textil

2.5.1 Pasos de iniciación

Para Torres, Luís (2008 p.35): manifiesta que para formar una microempresa es necesario seguir los siguientes pasos:

- Autoevalúese para conocer sus potencialidades y debilidades
- Piense en 10 actividades económicas y escoja 1 de ellas sobre la base de que la conoce, le gusta hacer y hay demanda
- Realice una investigación de mercado, para asegurarse de que existe necesidad de su producto o servicio
- Asista a centros especializados que le puedan dar un apoyo y capacitación en áreas técnicas o de gestión empresarial
- Escoja adecuadamente el nombre de su empresa
- Separe los bienes personales de los empresariales.
- Establezca previamente el costo de sus productos o servicios, para establecer un precio real.
- Elabore políticas de crédito para sus clientes.
- Efectúe una campaña publicitaria.

2.5.2 Ideas básicas para constituirse legalmente

Según Torres, Luís (2008 p.37), dice que las ideas básicas serán:

- Siga el ejemplo de lo que hacen las grandes empresas, y con las diferencias del caso aplique a su actividad económica, aquellas gestiones empresariales;
- Constituya una microempresa de carácter formal mediante un documento escrito y legalizado, para que tenga fuerza para exigir su cumplimiento.
- El empresario de la microempresa requiere cambiar, de la mentalidad individualista y egoísta a una cultura corporativa empresarial. Necesita socios que le apoyen económica y técnicamente.
- Defina de la manera más exacta posible el objetivo de su microempresa.
- La microempresa es el mejor proyecto de su vida, puesto que le dará independencia y libertad a su vida, y sobre todo solucionará la falta de trabajo que tendrán sus hijos.
- El proyecto tiene que ser a largo plazo.
- Hágase socio con gente que vale por su capacidad y don de gentes, no por el dinero que tiene. Recuerde que la empresa avanzará si tiene gente capaz y honrada. El dinero es una parte minoritaria en la empresa.
- La política administrativa debe ser ágil y eficiente. Debe existir un solo gerente responsable en la microempresa. Pero, todos los socios son iguales. Nadie es empleado o subalterno del otro. La administración correcta es la "plana", es decir la que se hace por consenso, por acuerdo, mediante conversación.
- Invierta una parte de su capital en la microempresa, la otra le permitirá vivir durante los primeros meses, cuando la microempresa no le da todavía rentabilidad.

- Recuerde que casi todos los proyectos en sus inicios le arrojan pérdidas, y además son una gran aventura. Es decir, no sabe si le irá bien o mal.
- Para minimizar los riesgos de esta gran aventura usted necesita elaborar su perfil del plan de negocios, donde la parte más importante es el estudio de mercado. Si su producto tiene de antemano clientes, el proyecto vale.
- Sólo después de dos años de creada su microempresa, y con rentabilidad, usted podrá decir que el proyecto es correcto y que tiene la madera de un gran empresario, pues ha superado todos los obstáculos del arranque.

2.5.3 Las fases para el lanzamiento de una microempresa

Según Torres, Luis (2008 p.38) sostiene que las fases para el lanzamiento de una microempresa son:

- “Estudio del bien (producto o servicio) que se trata de elaborar
- Necesidad de capital
- La forma jurídica más adecuada
- La dirección adecuada
- La fijación de objetivos
- Emplazamiento
- Organización de la producción
- Disponibilidad de mano de obra cualificada
- La organización de la distribución
- Sistema de control y registro adecuados
- Enmarque jurídico y fiscal de la empresa”.

La microempresa debe disponer de planes y programas para conseguir sus objetivos, toda programación y planificación debe ser suficientemente flexible como para que aquellos presupuestos no impidan el

desarrollo y desarrollo de las actuaciones sectoriales de la empresa. El Plan General establece los objetivos empresariales a largo plazo, este debe descomponerse en planes parciales para determinar las actuaciones a corto plazo en cada uno de los aspectos empresariales. La táctica a seguir a corto plazo se señala en los presupuestos de la microempresa.

2.6 Estructura formal de la microempresa

2.6.1 Organizacional

La microempresa textil es un fenómeno social de indiscutible importancia para el país, ya que comprende el 45% de la población económicamente activa. Los ecuatorianos somos grandes emprendedores. Decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años en empresarios de microempresas.

Actualmente Antonio Ante cuenta con más de 2000 pequeñas y medianas industrias textiles, de las cuales apenas 116 empresas están afiliadas a la Cámara de Comercio de Antonio Ante, 80 metalmecánica y 91 de servicios

Se considera además que un 60% de microempresas están legalmente constituidas, y otras trabajan al margen de la ley.

Al igual que toda edificación, la microempresa necesita de una infraestructura y base necesaria para su sustento. Es indispensable tener una partida de nacimiento (acta constitutiva) donde expresemos nuestros objetivos, nuestros recursos materiales, financieros y humanos que incorporamos a la microempresa, nuestra organización y conformación.

Al no existir una ley sobre la creación y funcionamiento de la microempresa, se ha recomendado por parte de los organismos de control, Cámaras de Comercio y Pequeña Industria, la formalización de la

creación de la microempresa, mediante el cumplimiento de ciertos requisitos básicos para el funcionamiento, que le evite multas y sanciones por su incumplimiento.

2.6.2 La actividad microempresarial

Es una constante en la actividad productiva del país. La parte mayoritaria de la población económicamente activa de Antonio Ante, siempre ha estado desarrollando actividades textiles, artesanales, comercio minorista y producción agrícola en minifundios. La actividad microempresarial aporta con el 70% del valor agregado bruto nacional a los ingresos del gobierno seccional de Antonio Ante.

2.6.3 Requisitos legales para el funcionamiento de una microempresa

a. Registro único de contribuyentes:

Tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y proporcionar información a la administración tributaria.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, que realicen actividades económicas permanentes, ocasionales o quesean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

b. Patente Municipal:

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

La inscripción se debe realizar en la jefatura de Rentas del Municipio, debe cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y de patente mensual para el ejercicio de la actividad.

Para inscribir una microempresa se requiere:

- Copia de la cédula de identidad.
- Informe sobre la dirección de la microempresa.

El plazo es de 30 días, contados a partir del inicio del negocio.

El costo está determinado por la naturaleza, volumen, y ubicación del negocio.

c. Permiso sanitario

Para el área de talleres artesanales se requiere:

- R.U.C
- Cédula de identidad
- Papeleta de votación
- Pago de patente y permiso (no necesario)
- Certificación de salud (sala de belleza, peluquerías)
- Calificación artesanal
- Compatibilidad de uso de suelo, aprobado por la administración zonal o la Dirección Nacional de Planificación (mecánicas: automotriz industrial, motos, lubricadoras, lavadoras, salas de billar, juegos electrónicos y aserraderos).

Para la renovación del permiso sanitario, necesita todos los documentos, excepto el RUC.

Para los artesanos y empresarios de la microempresa hay un tratamiento especial mediante el cual no requieren de Registro Sanitario, sino de

Licencia Sanitaria extendida pro la Dirección Provincial de Salud de la respectiva provincia donde se elabore o expendan el producto. La Dirección Provincial exigirá exclusivamente el cumplimiento de las normas de buenas prácticas de manufactura.

d. Pago de bomberos

Con el pago de una parte de la patente (10%) se cubre el servicio que da el cuerpo de bomberos a todos los locales que desarrollan actividades económicas, mediante el cual recomiendan la instalación de equipos contra incendio o las seguridades que debe tener para evitar los mismos. El cumplimiento de estas recomendaciones le da derecho al dueño del negocio a reclamar el seguro contra incendios, que es cancelado con todos los pagos de las planillas de energía eléctrica, en caso de que ocurra el flagelo.

e. Registro como artesano o empresario de la microempresa

Para acogerse a la disposición anterior y estar exento del pago, deberán registrarse en el Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad (MICIP) en las oficinas de la Dirección Nacional de Artesanía y Microempresa, Subsecretarías del Litoral y del Austro, o en las Direcciones Regionales de Manabí, Tulcán, Ambato y Loja.

Los requisitos para el registro son:

- Cédula de Identidad
- Cédula de Votación
- Adquirir formulario

f. Marcas

Si usted desea poner un nombre o logo a sus productos alimenticios, farmacéuticos, ropas o artesanía, debe hacer un trámite en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) ubicada en la ciudad de Quito (Avda. La República 396 y Almagro, edificio Forum, fono 25508000), con jurisdicción a nivel nacional.

g. Tributación

La obligación tributaria para las microempresas, es la relación jurídica que se crea entre el sujeto activo (Estado) y el sujeto pasivo (contribuyente), en virtud de la cual éste debe cumplir una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el presupuesto establecido por la ley para configurar cada tributo.

La obligación tributaria por parte de las microempresas, nace cuando se efectiviza el hecho generador, es decir, cuando el sujeto pasivo se encasilla en el presupuesto hipotético establecido por la ley.

h. Impuestos

Al referirse a este tema Guillermo Cabanellas, (1992 p.356), dice: “contribución, gravamen, carga o tributo que se ha de pagar, casi siempre en dinero, por las tierras, frutos, mercancías, industrias, actividades mercantiles y profesionales liberales, para sostener los gastos del Estado y las restantes corporaciones públicas. También es el gravamen que pesa sobre determinadas transmisiones de bienes, intervivos o motriz causa, y por otorgamiento de ciertos instrumentos públicos”.

Este impuesto a nivel micrompresarial puede ser:

- Sobre la renta, utilidades y ganancias de capital

- Sobre la propiedad (predios urbanos, rústicos, vehículos, activos totales, etc.)
- Al consumo e bienes y servicios
- Impuestos diversos.

En forma general se considera que los impuestos son ingresos de derecho público que consiste en una obligación de pagar dinero por parte de los contribuyentes y se caracteriza por ser los ingresos del Estado de mayor importancia. Ejemplo: Impuesto a la Renta, IVA, ICE, impuesto predial urbano, etc.

i. Tasas

El Diccionario Jurídico de Guillermo Cabanellas, (1992 p.8), dice sobre este tema: “Valuación, estimación del valor o precio de una cosa. Precio fijo o máximo por la autoridad puesto a determinados productos, a fin de reprimir la especulación abusiva. Documento donde consta la tasación de una cosa. Regla, norma, límite”.

Son los ingresos de derecho público que consiste en pagar una cantidad de dinero por parte de los contribuyentes por la prestación de un servicio actual y que pueden ser recaudados por instituciones públicas y semipúblicas. Ejemplo: luz eléctrica, teléfono, agua potable, recolección de basura, bomberos, impuesto al deporte.

j. Contribuciones especiales de mejora

El Diccionario Jurídico de Guillermo Cabanellas, (1992 p.361), dice: “Acción de contribuir o su efecto. Participación con una cantidad u otra cosa, especialmente dinero. Ayuda. Concurso. Aportación”.

Este tipo de tributo sirve:

- Para mejorar urbanas y rurales
- Pavimentos
- Aceras, bordillos, cercas, etc.

Son ingresos de derecho público que nacen de la ley. La administración tributaria se ha visto en la obligación de establecer este tributo, lo pagarán las personas naturales o jurídicas que han recibido un beneficio directo ya sea personal o colectivo. Ejemplo: peaje, alcantarillado, pavimentación.

2.7 La Departamentalización

En las grandes industrias textiles a más de los departamentos de producción existen los de servicio, que también incurren en una serie de gastos generales, los cuales deben ser absorbidos por los departamentos de producción, entonces se hace necesario establecer e identificar claramente los departamentos de producción y de servicio.

La departamentalización en relación a los costos de las microempresas textiles es muy fundamental, ya que permitirá determinar centros o unidades operativas donde el personal, con la ayuda de las máquinas laborará directamente en la transformación de los materiales en productos terminados o semielaborados. Los departamentos de producción serán los únicos que tendrán costos primos, así por ejemplo existirán departamentos de: moldeado, cortado, ensamblaje, acabado, pintado, tintorería, terminado, de hilatura, entre otros.

Se procederá a determinar los costos que se incurran en cada uno de ellos, estableciendo lo incurrido en materia prima, mano de obra y gastos de fabricación, adhiriendo además los respectivos gastos tanto administrativos, de ventas y financiero; incluyéndose además los

incurridos por el centro de servicio en forma directa e indirecta tales como: el departamento de mantenimiento, entre los primeros, y el de control de calidad, ingeniería industrial, servicios médicos, restaurantes, etc. entre los segundos; estos departamentos pertenecientes al centro de servicios incurrirán exclusivamente en gastos generales.

Tanto los costos como los gastos incurridos en cada uno de estos departamentos tendrán que ser prorrateados o distribuidos en forma equitativa en el establecimiento del costo real de un producto terminado, en este caso del cordón, cuyo costo dependerá si es alto o bajo de la forma como se haya manejado cada uno de los costos y gastos (productividad).

Definiendo la departamentalización, podemos decir que es la división y el agrupamiento de las funciones y actividades en unidades específicas, con base en su similitud.

Al departamentalizar, es conveniente observar la siguiente secuencia:

- Listar todas las funciones de la empresa.
- Clasificarlas.
- Agruparlas según un orden jerárquico.
- Asignar actividades a cada una de las áreas agrupadas.
- Especificar las relaciones de autoridad, responsabilidad, y obligación entre las funciones y los puestos.
- Establecer líneas de comunicación e interrelación entre los departamentos.
- El tamaño, la existencia y el tipo de organización de un departamento deberán relacionarse con el tamaño y las necesidades específicas de la empresa y las funciones involucradas.

De acuerdo con la situación específica de cada empresa, los tipos de departamentalización más usuales son:

a. Funcional.

Es común en las empresas industriales; consiste en agrupar las actividades análogas según su función principal.

b. Por producto.

Es característica de las empresas fabricantes de diversas líneas de productos, la departamentalización se hace en base a un producto o grupo de productos relacionados entre si.

c. Geográfica o por Territorios

Se establece por áreas geográficas o espacios perfectamente delimitados en el entorno externo.

d. Por clientes

Por lo general se aplica en empresas comerciales, principalmente almacenes, y su función consiste en crear unidades cuyo interés primordial es servir a los distintos compradores o clientes.

e. Por Proceso o Equipo

En la industria, el agrupamiento de equipos en distintos departamentos reportará eficiencia y ahorro de tiempo.

f. Por Secuencia

Es utilizada en empresas productoras que trabajan sin interrupción los tres turnos, para controlar cada uno de los turnos; o cuando se trate de labores que manejen una gran cantidad de números o letras.

2.8 INDUSTRIA TEXTIL

2.8.1 Rasgos Históricos

SALVADOR L., J. (2008:56); manifiesta: “A pesar de ser el cantón más pequeño de Imbabura, Antonio Ante, más conocido como Atuntaqui, se ha convertido en el Centro Industrial de la Moda del país. La historia textilera se remonta al año 1922, con la construcción de la Fábrica Imbabura. Desde entonces, por iniciativa de los habitantes del sector, se han creado 800 empresas legalmente constituidas y aproximadamente 2500 pequeñas y medianas industrias, cada una de ellas con un mínimo de 10 a 15 empleados, lo que genera una fuente de empleo directa para los habitantes del lugar y de otras zonas aledañas. Su producción se caracteriza por la calidad de las telas e hilos, que van desde algodón hasta el acrílico. Precisamente por ello, en los últimos años se han abierto mercados en Venezuela y Perú.

Eso sí, no dejan de lado el comercio local y tienen como sus principales compradores a los comerciantes de Pichincha, Tungurahua, Carchi y Guayas. Pero el tema de las importaciones ilegales no abandona a esta industria. Así, el sector textil también se ha visto afectado por el contrabando, especialmente asiático. No necesariamente son productos de calidad, sino con bajos costos, dice Magali Pozo, de la Cámara de Comercio de Atuntaqui.

2.8.2 LAS FIBRAS TEXTILES

Las fibras textiles son filamentos definidos o indefinidos que se hilan o trenzan, se tiñen y se entretejen para formar paños o telas. Las fibras naturales se obtienen de materias primas que están en la naturaleza, como la lana animal, la semilla del algodón o el tallo de lino. Las fibras

sintéticas se obtienen por reacción química, por ejemplo, el nailon, el poliéster y el elastán.

2.8.2.1 EL ALGODÓN



FUNDALGODÓN 2008 manifiesta que: El de algodón es una fibra natural, tiene una longitud promedio de 30 a 40 milímetros y de 20 a 40 milímetros de finura. La superficie forma la cinta como un tubo achatado con torsiones irregulares en forma de S y Z que le dan a la fibra hueca capacidad de hilado. El algodón debe ser uniforme, en cuanto a la longitud media indicada debe ser mantenida por la mayor parte del material proporcionado; cuando menos sean las oscilaciones de finura y longitud tanto mejor será el lote. Además debe ser puro pues cualquier algodón que contenga impurezas es causado por las partículas de la planta.

La generalización de su uso se debe sobre todo a la facilidad con que la fibra se puede trenzar en hilos. La resistencia, la absorbencia y la facilidad con que se lava y se tiñe también contribuyen a que el algodón se preste a la elaboración de géneros textiles muy variados.

El tejido

- Retiene del 45 al 50% de su peso en agua: es fresco y su uso resulta confortable.
- Mercerización: tratamiento químico dado al algodón a base de sosa cáustica, que, además del brillo que produce en él, aumenta su resistencia a la tracción en un 50% (pudiéndose así hilar más fino) e incrementa su afinidad por los colorantes, con lo cual no se produce el fenómeno de descarga en el proceso de tintura..
- No tiene estabilidad frente a la conservación de la forma y hay que conferírsela mediante tratamientos mecánicos o químicos, como el sanforizado (encogimiento previo a base de temperatura, presión y humedad en el sentido de la urdimbre).
- Se arruga, aunque hay tratamientos químicos para evitarlo.
- Es más económico que las fibras animales.
- Arde, huele a papel quemado.
- Resiste mal a los ácidos y bien a las lejías

2.8.2.2 EL POLIÉSTER



El Folleto Informativo de ENKADOR 2012 productores de fibras sintéticas. dice que :El poliéster es una fibra sintética, resistente e inarrugable desarrollada en 1941 Es la fibra más utilizada , y muy a

menudo se encuentra mezclada con otras fibras para reducir las arrugas, suavizar el tacto y conseguir que el tejido seque más rápidamente.

Esta fibra se fabrica a partir de productos químicos derivados del petróleo o del gas natural y se requiere la utilización de recursos no renovables y de grandes cantidades de agua, para el proceso de enfriamiento. Sin embargo, el poliéster se puede considerar un tejido químico respetuoso con el entorno, si no está mezclado puede fundir y reciclar. También puede fabricarse a partir de botellas de plástico recicladas.

Las fibras de poliéster pueden ser fabricadas con dos tipos de resistencia: de alta tenacidad y de tenacidad media.

Su aspecto es liso y brillante, aunque puede ser fabricadas sin brillo o mates.

Son resistentes a la acción de los ácidos y tienen resistencia también a los álcalis y agentes oxidantes o reductores. Son solubles en fenol.

Al igual que las poliamidas, las fibras de poliéster son poco higroscópicas, lo que las hace poco absorbentes del sudor y de difícil tintura.

Es también termoplástico. Por esta razón es conveniente fijar sus dimensiones en las operaciones de acabado (termofijado) a temperaturas que pueden llegar hasta los 220° C. El planchado de las prendas que lo contienen debe hacerse a temperaturas moderadas. Es muy conocido el hecho de que las prendas que contienen fibra de poliéster conservan los pliegues que se les hacen (pantalones y faldas plisadas). Sin embargo, esta propiedad impide la corrección de los pliegues hechos equivocadamente.

Es mal conductor de la electricidad. Esta propiedad produce una carga de electricidad estática, de la que no puede desprenderse fácilmente, dando lugar a las operaciones de hilatura, tisaje, acabado y confección a dificultades como la de pegarse en las partes mecánicas de la maquina

produciendo atascos y rupturas, cargarse de polvo y suciedad y producir descargas cuando se la toca. Para evitar este inconveniente debe ser sometido a tratamientos con productos “antiestáticos” que ayudan a su descarga, tratamientos que deben ser repetidos en numerosas fases de la fabricación de hilados y tejidos.

Otra propiedad característica de esta fibra es su propensión a formar pequeñas bolitas cuando se someten los tejidos al roce (pilling), lo que impide su empleo en tejido destinados a acabados con pelo (franela, duvetinas, etc). Los fabricantes de estas fibras están luchando contra este inconveniente mediante transformaciones en su proceso de fabricación.

Las fibras de poliéster pueden ser empleadas en forma de filamento continuo o cortadas. Las cortadas han encontrado gran aplicación mezcladas con las naturales (algodón, lana, lino) las artificiales (rayón viscosa, acetato y triacetato) y las sintéticas (acrílicas) empleándose para la fabricación de tejidos para camisería, pantalones, faldas, trajes completos, ropa de cama y mesa, genero de punto, etc.

Su difusión, pese a los inconvenientes que pueden presentar en la fabricación y en el uso, esta basada en la duración y en su facil cuidado. Una de las útiles decisiones que esta difusión a producido, a sido la creación de una marca del secretariado internacional de la lana para promocionar su mezcla con dicha fibra y, de esta forma, promocionar a la vez la venta de la lana.

Las marcas más conocidas de fibra de poliéster son: tergal, terylene, terlenka, trevira, dacrón, terital, etc.

PROPIEDADES

Se adapta muy bien en mezclas con fibras naturales, contribuyendo al fácil cuidado.

- En 100% PES imitan también las naturales.

- Resistencia a la absorción muy buena.
- Producen carga electrostática.
- Poseen baja absorción de humedad.
- En mezclas producen mucho pilling.

2.8.3 LA PRODUCCIÓN DE CORDÓN



La actualidad en el diseño y la calidad de los acabados son características de los cordones usados en la decoración, donde la calidad y la estética son indispensables. Disponemos de una amplia gama de acabados con trenzados y colores para todo tipo de soluciones.

TIPOS: Trenzados.

MATERIAS PRIMAS: Algodón y Poliéster

TRATAMIENTOS: Adaptamos trenzados y acabados a las necesidades de cada cliente.

PRESENTACION: Bobinas y carretes.

| EL CORDÓN | CARACTERISTICAS |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| CALIBRE | Es el ancho del cordón. Por lo general se presenta en calibre 1, 2, 3. |
| NUMERO DE HILOS | Lo define el calibre del cordón. |
| PESO X METRO | La producción se maneja en unidades de longitud (mt) y/o de peso (gr , kg) |
| PUNTADA (DISEÑO) | Circular de 4 y 8 agujas con relleno Se pueden combinar poliéster con algodón |
| TEJIDO | Circular |
| COLOR | Crudo, APT para teñir |
| UNIDAD DE EMPAQUE | El cordón se entrega en Carretes. A solicitud del cliente y se entrega el producto en fundas |

2.8.3.1 Materiales para fabricar cordones

Los principales materiales usados por los fabricantes de cordones son poliéster, nylon, polipropileno, algodón, algodón encerado, fibra de carbono, yute, hilos metálicos, etc.

La punta (también llamada herrete) regularmente consiste en celulosa fusionada por acetona, aunque también se pueden encontrar puntas metálicas o fusionadas por calor.

2.8.3.2 La Fabricación

Los principales pasos en el proceso de fabricación de los cordones son los siguientes:

- Para máquina trenzadora de aguja; montar hilo en filetas, trenzar cordón y cabetear (colocar la punta de acetato).

- Para máquina trenzadora de malacates rotatorios; bobinar hilo en carretes más pequeños, montar carretes en máquina, trenzar cordón y cabetear.

2.8.3.3 Partes del cordón

Los nombres que recibe cada parte del cordón son: lazo, filetas, y el herrete o acetato, que es la pequeña punta de plástico que se encuentra al final de cada cordón y sirve para que entre más fácil en el ojal.

2.9 ESTUDIO DE MERCADO

BLANCO Adolfo. (2009:45); manifiesta; “Un estudio de mercado tiene la finalidad de probar que existe un número suficiente de posibles clientes, que bajo ciertas condiciones presenten una demanda insatisfecha, la cual justifique la puesta en marcha de una producción encaminada a satisfacer esas necesidades sea con bienes o servicios, así mismo este debe incluir formas específicas para llegar hasta ellos”.

2.9.1 Objetivo del estudio de mercado

ARÉVALO, G, (2008:46); manifiesta:“estimar la cuantía de los bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción o de servicios que la comunidad estaría dispuesta a adquirir por determinado precio”

El objetivo del estudio de mercado va encaminado a buscar un grupo determinado de personas que busque nuevos productos o servicios que sirvan para satisfacer sus necesidades.

2.9.2 Segmento de mercado

Los autores Stanton, Etzel y Walker, definen un segmento de mercado como "un grupo de clientes con diferentes deseos, preferencias de compra o estilo de uso de productos"

Un segmento de mercado es considerado como tal de acuerdo a las diferentes necesidades que tienen un determinado grupo de personas que buscan satisfacer sus necesidades con la adquisición de productos y servicios.

2.9.3 Identificación del mercado

2.9.3.1 Mercado real

El mercado real es el contexto físico en el cual una empresa se desarrolla y está determinado por los clientes reales que una empresa tiene como consumidores de sus productos o servicios.

2.9.3.2 Mercado meta

El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar.

2.9.3.3 Mercado potencial

Es la cantidad máxima que un producto o servicio puede venderse durante un tiempo determinado, en un mercado y en unas condiciones específicas. También suele denominarse a este concepto potencial del mercado.

2.10 Comercialización

BACA U., Gabriel(2008:35); argumenta “Comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización es la culminación de un proceso, por medio de la cual el productor realiza un movimiento de sus productos para hacer llegar a su consumidor tratando de que esta sea la más adecuada y satisfaga las necesidades de los dos involucrados.

Una excelente estrategia de comercialización garantiza el éxito de un producto para cual debe cumplir con los siguientes aspectos:

- Fijación de precios
- Medidas de promoción.

2.11 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

2.11.1 Macro localización

GARCÍA G., Flor, (2007:74); dice: “La macro localización es decidir la zona donde se instalará la empresa o negocio”

En esta etapa de proyecto es necesarios decidir la zona general en donde se ubicará la empresa o negocio es decir la ciudad, las facilidades que se puede tener dentro de esta para poder desarrollar las actividades en forma normal.

2.11.2 Micro localización

GARCÍA G., Flor, (2007:74); indica: “La micro localización es elegir el punto preciso dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio”.

Se debe analizar todos los puntos que ayuden a determinar los aspectos que influyan en la puesta en marcha tales como transporte, carreteras, servicios básicos entre otros.

2.12 INVERSIÓN

La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

2.12.1 Etapas de inversión

Un proyecto inicia con los estudios definitivos y termina con la puesta en marcha. Sus fases son:

2.12.1.1 Financiamiento

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la

inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos.

2.12.1.2 Estudios definitivos

Denominado también estudio de ingeniería, es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha, dichos estudios se realizan después de la fase de pre-inversión, en razón de su elevado costo y a que podrían resultar inservibles en caso de que el estudio salga factible, otra es que deben ser lo más actualizados posibles al momento de ser ejecutados. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

2.12.1.3 Ejecución y montaje

Comprende al conjunto de actividades para la implementación de la nueva unidad de producción. Esta etapa consiste en llevar a ejecución o a la realidad el proyecto, el que hasta antes de ella, solo eran planteamientos teóricos.

2.12.1.4 Puesta en marcha

Denominada también “Etapa De Prueba” consiste en el conjunto de actividades necesarias para determinar las deficiencias, defectos e imperfecciones de la instalación de la infraestructura de producción, a fin de realizar las correcciones del caso y poner “a punto” la empresa, para el inicio de su producción normal.

2.13 CONTABILIDAD DE COSTOS

2.13.1 Concepto

POLIMENI, Fabozzi; (2008:36);dice: “La Contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales.”

La contabilidad de costos es la herramienta que nos ayuda a determinar los verdaderos valores que se han invertido un bien o servicio tiene antes de salir a la venta, y poder fijar un precio justo de tal forma que la empresa obtenga utilidades y el cliente pueda acceder a este.

2.13.2 Identificación de los elementos del costo

Dentro de toda producción de bienes y servicios existen elementos que ayudan a determinar cuál es la inversión real que se hace incurren el proceso hasta llegar al producto terminado. Estos elementos son:

- a) Materiales directos
- b) Mano de obra directa
- c) Gastos generales de fabricación
- d) Gastos de administración, ventas y financieros

a) Materiales directos

En este rubro se encuentra involucrados todos aquellos insumos que intervienen directamente en la elaboración del producto.

b) Mano de obra directa

Personal que ayuda a directamente en la transformación de los insumos en producto terminado sea operando maquinaria o aportado manualmente.

c) Gastos generales de fabricación

Algunos autores les identifican como carga fabril, son todos aquellos egresos que se incurren en la fabricación de un producto pero no afectan individualmente a este sino más bien a un conjunto.

d) Gastos de administración, ventas y financieros

Son todos aquellos que intervienen en la distribución y venta del producto terminado.

2.14 EVALUACIÓN FINANCIERA**2.14.1 Ingresos**

Ingreso es cualquier partida u operación que afecte los resultados de una empresa aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas. No debe utilizarse como sinónimo de entradas en efectivo, ya que éstas se refieren exclusivamente al dinero en efectivo o su equivalente que se recibe en una empresa sin que se afecten sus resultados.

2.14.2 Egresos

Se denomina egreso a la salida de dinero de una empresa ya sea este en movimiento de caja o bancario, a medida que aumente los egresos en una empresa las utilidades van en disminución.

2.14.3 Estados Financieros Projectados

La proyección de los Estados Financieros, se lo realiza una vez presupuestados los Ingresos y los Egresos, con esta proyección la empresa podrá sintetizar claramente la viabilidad del proyecto.

2.14.3.1 Estado de Situación Inicial

El balance es un documento contable que refleja la situación de la empresa en un momento determinado.

Se considera como la representación integral del patrimonio de la empresa en un determinado momento, es decir, la representación por separado del conjunto de bienes y derechos poseídos por la empresa (activo) y del conjunto de obligaciones que tiene contraídos frente a los propietarios y frente a terceros, así como los recursos totales que posee una empresa (pasivo).

En definitiva, el activo y el pasivo no son más que clasificaciones diferentes de una misma cantidad: los recursos totales, lo que implica el cumplimiento de la identidad fundamental de la contabilidad.

2.14.3.2 Estado de Resultados

LAWRENCE, G (2008:46); expresa: “Es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de Rentas, Costos y Gastos, para determinar el resultado económico de una empresa, obteniendo durante un periodo de tiempo dado”.

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que muestra detalladamente y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio.

2.14.3.3 Estado de Flujo de Efectivo

MIRANDA, Juan, (2005:195); dice: “El flujo de caja representa en una forma esquemática las salidas y entradas de dinero al proyecto, permitiendo aplicar criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financieros”.

El Estado de Flujo del Efectivo al estado financiero básico que muestra los cambios en la situación financiera a través del efectivo y equivalente de efectivo de la empresa.

2.14.4 Valor Presente Neto VAN

SAPAG, Nassir (2008:56); señala “El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es igual o superior a cero, donde VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} - Inversión\ Inicial$$

2.13.5 Tasa Interna de Retorno

SAPAG, Nassir (2008:250), sostiene: “La TIR evalúa el proyecto en función de una tasa única de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsados expresados en moneda actual”.

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Fn}{(1+i)^t} - Inversión\ Inicial = 0$$

2.14.6 Relación Costo Beneficio

SAPAG, Nassir (2008:278); dice: “El análisis costo-beneficio es una técnica de evaluación genérica que se emplea para determinar la conveniencia y oportunidad de un proyecto”.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

Antonio Ante crece en población a un ritmo mayor que la media nacional y provincial entre los últimos años destacándose como un cantón netamente productivo, ya que en el mismo, el índice de desempleo es menor con respecto a otros cantones del país.

La rama de la actividad más importante es la actividad textil, seguida de la agricultura, servicios y comercio. Actualmente el cantón es conocido como uno de los principales polos de desarrollo es la moda y confecciones y fabricación de implementos textiles vendidos a nivel nacional. Es por ello que el presente estudio de mercado se ha realizado en la ciudad de Atuntaqui, perteneciente al cantón Antonio Ante, por ser este muy conocido por su desarrollo textil e industrial.

La trayectoria de su industria textil se originó a partir del establecimiento en 1924 de la fábrica “Imbabura” que llegó a ocupar 1200 trabajadores. En 1988 se cierra definitivamente la fábrica que venía decayendo desde 1950 y comenzaron a surgir pequeños emprendimientos de confecciones, y microempresas que con el tiempo se fueron multiplicando.

Actualmente en esta ciudad no solo se fabrican prendas de vestir además de ello existe un sinnúmero de negocios y oportunidades de emprendimiento como lo es la creación de una empresa destinada a la producción de cordón industrial en la ciudad, ya que este es muy demandado debido a que los distintos talleres y empresas dedicadas a la confección de ropa principalmente de tipo deportiva son quienes demandan el producto, además de ello este es útil para otros tipos de negocios como lo es para el calzado entre otros. Debido a que el cordón industrial elaborado en poliéster y algodón tiene varios usos se ha

considerado la idea de implantar una empresa dedicada exclusivamente a la producción del mismo.

A continuación se detallan los resultados obtenidos en el capítulo diagnóstico, sus proyecciones en el tiempo para determinar cuál debería ser la capacidad productiva de la empresa en relación a la oferta y la demanda.

3.1.1 Descripción del mercado

El cantón Antonio Ante ha crecido verticalmente en el área textil, la misma que representa al país una de las zonas más productivas de la provincia de Imbabura, siendo un rubro importante para la economía nacional al contribuir de modo significativo a mejorar la condición de vida de la población al cuál va dirigido el proyecto, por lo tanto es necesario estudiar detalladamente las prioridades del consumidor con una correcta planificación se puede obtener buenos resultados, utilizando mecanismos o canales de distribución que permitan al productor llegar al consumidor final a un precio justo.

Dentro del análisis del mercado del proyecto de inversión se pretende implantar una empresa de cordones industriales, la misma que se caracterizará por entregar un producto de calidad.

3.2 Identificación de los productos

El objetivo fundamental de este proyecto es el posicionamiento en los mercados y venta de cordones industriales sin la intervención de intermediarios zonas de influencia de la organización.

Para hacer efectivo el presente estudio de mercado se tomó en cuenta para la investigación la información obtenida del estudio diagnóstico del capítulo anterior, en donde se aplicó a 15 productores y comercializadores

de cordón industrial, y a 650 empresas textiles del cantón Antonio Ante que actualmente demandan este producto.

3.2.1 Productos principales

Los cordones industriales de poliéster y algodón son productos elaborados en fibras sintéticas y naturales que se utilizan actualmente en la industria como accesorios, caracterizándose principalmente por el hecho de que cada uno de estos tiene una aplicación específica ya que el cordón de poliéster se lo utiliza por lo general para el calzado mientras que el cordón de algodón es mucho más aplicable para prendas de vestir.

El principal producto constituirá el cordón industrial, el mismo que de acuerdo a la demanda será un producto con altos estándares calidad, para satisfacer las exigencias internacionales para exportación de productos textiles por parte de las empresas del cantón Antonio Ante.

3.2.2 Naturaleza del producto

Fibra de poliéster

El poliéster como ocurre con todas las fibras sintéticas es un derivado de fuentes no renovables, en este caso del petróleo o del gas natural. Además consume una gran cantidad de agua para el proceso de enfriamiento que requiere su producción y no es biodegradable, tres factores que en principio lo hacen totalmente insostenible

Fibra de algodón

El algodón es una fibra vegetal natural de gran importancia económica como materia prima para la fabricación de tejidos y prendas de vestir.

La generalización de su uso se debe sobre todo a la facilidad con que la fibra se puede trenzar en hilos. La resistencia, la absorbencia y la facilidad con que se lava y se tiñe también contribuyen a que el algodón se preste a la elaboración de géneros textiles muy variados.

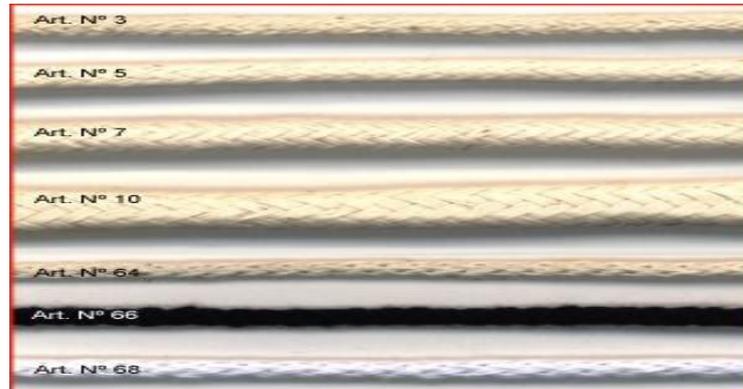
3.2.3 Usos del producto – Cordón.

El cordón industrial de poliéster y algodón es utilizado para un sinnúmero de aplicaciones tales como:

- Pantalones de vestir (cintas pretinas).
- Uniformes gastronómicos y medicinales.
- Mochilas
- Calzados (cordones)
- Gorros (cordón elastizado tipo “flat”).
- Indumentaria deportiva (3 tiras).

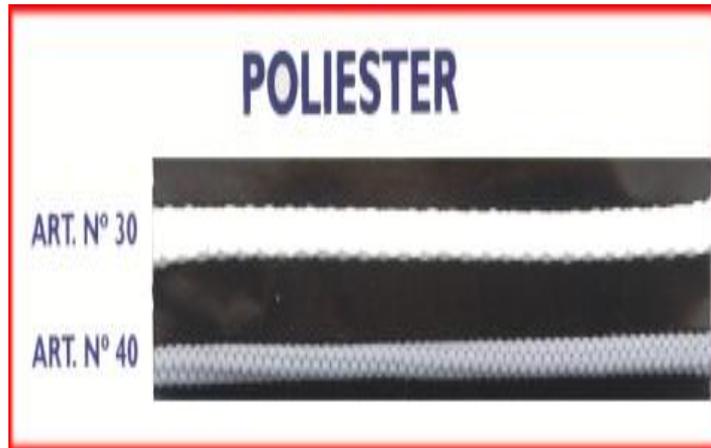
3.2.4 Características del producto

Cordones de Algodón



| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>CORDONES POR METRO DE ALGODÓN REDONDOS DE CROCHET</p> <p>Composición: Algodón 100%.</p> <p>Colores en Stock: Crudo, blanco y negro.</p> <p>Artículos Estándar en Stock:</p> <ul style="list-style-type: none">- Cordón Artículo N° 64 (3 mm. aprox.)- Cordón Artículo N° 66 (4 mm. aprox.)- Cordón Artículo N° 68 (5 mm. aprox.) <p>Presentación: carreteles de 100 mts.</p> <p>Usos del producto:</p> <ul style="list-style-type: none">- Prendas de Vestir (buzos, pantalones).- Bolsos y Mochilas.- Manijas para Bolsas.- Manualidades.- etc. | <p>CORDONES O CUERDAS POR METRO DE ALGODÓN RELLENAS</p> <p>Composición: Algodón relleno con Pabilo.</p> <p>Colores en Stock: Crudo.</p> <p>Artículos Estándar en Stock:</p> <ul style="list-style-type: none">- Cuerda Rellena N° 3 (3 mm. aprox.)- Cuerda Rellena N° 5 (5 mm. aprox.)- Cuerda Rellena N° 7 (7 mm. aprox.)- Cuerda Rellena N° 10 (10 mm. aprox.) <p>Presentación:</p> <ul style="list-style-type: none">- N° 3 / 5 / 7 carreteles de 100 mts.- N° 10 carreteles de 50 mts. <p>Usos del producto :</p> <ul style="list-style-type: none">- Prendas de Vestir (buzos, pantalones).- Bolsos y Mochilas.- Manijas para Bolsas.- Manualidades. |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Cordones de Poliester



| CORDONES POR METRO DE POLIÉSTER REDONDOS | CORDONES POR METRO DE POLIÉSTER CHATOS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Composición: Poliéster 100%</p> <p>Colores en Stock: Blanco y Negro.</p> <p>Artículos Estándar en Stock:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cordón Artículo N° 30 (5 mm aprox.) - Cordón Artículo N° 40 (4 mm aprox.) <p>Presentación: carreteles de 100 mts.</p> <p>Usos del producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prendas de Vestir (buzos, pantalones). - Bolsos y Mochilas. - Manijas para Bolsas. - Manualidades. - Artículos de Promoción o Publicidad. - Etc. | <p>Composición: Poliéster 100%.</p> <p>Colores en Stock: Blanco y Negro.</p> <p>Artículos Estándar en Stock:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cordón Artículo Chato Común (9,5 mm. aprox.) - Cordón Artículo Chato Ancho (14 mm. aprox.) <p>Presentación: carreteles de 100 ó 300 mts.</p> <p>Usos del producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manijas para Bolsas. - Artículos de Promoción o Publicidad (Ej. atar banderas). - Etc. |

3.3 Descripción del perfil del cliente

Principalmente nuestros clientes son los propietarios de talleres y tejidos ubicados en la zona central y periferia del cantón Antonio Ante, siendo un

total de 650 (fuente: Gobierno Municipal del Cantón Antonio Ante al 2010) constituyendo los principales clientes, siendo las personas que adquieren el producto en grandes volúmenes, los mismos que buscan variedad de colores y modelos de cordones a precios cómodos por lo general adquieren el producto de forma mensual o quincenal.

Estos adquieren el cordón ya que es un complemento necesario vender su producto, por lo general suelen comprarlo en otras ciudades, ya que en Atuntaqui, no existe información de que exista una empresa que se dedique a la producción de cordón industrial y más aún que abastezca todos los requerimientos de compra.

3.4 Mercado meta

La empresa de cordones industriales, como principal objetivo pretende introducir su producto en las empresas textiles del cantón Antonio Ante que demandan esta materia prima para la elaboración de sus productos.

3.5 Segmentación de mercado

La división del mercado se ha establecido en base a necesidades del sector textil básicamente en la materia prima necesaria para elaborar sus productos como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 1

Matriz de segmentación de mercado local

| Primera segmentación | Segunda segmentación |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Empresas de producción textil en el cantón Antonio Ante | <ul style="list-style-type: none">- Empresas productoras de prendas de vestir.- Empresas productoras de lencería para el hogar- Empresas productoras de toallas y salidas de baño.- Empresas productoras de sacos. |

Elaboración: La autora

3.6 LA DEMANDA Y LA OFERTA DE MERCADO

3.6.1 Análisis de la demanda

3.6.1.1 Demanda actual

La demanda de este producto se da en la aplicación de la industria textil y sus cantidades se estiman de acuerdo al estudio realizado como se ilustra a continuación:

Cuadro Nº 2

Consumo estimado de cordón industrial

| Cantidades estimadas semanal | f | % |
|------------------------------|------------|-------------|
| Menos de 14 carretes | 35 | 14% |
| Entre 14 a 16 carretes | 117 | 48% |
| Entre 17 a 20 carretes | 65 | 27% |
| Entre 21 a 25 carretes | 25 | 10% |
| Más de 25 carretes | 0 | 0% |
| Total | 242 | 100% |

Fuente: Encuestas aplicadas al sector textil al 2011

Elaboración: La autora

Como se observa en el cuadro anterior, el mayor porcentaje semanal de compras se encuentra entre los 14 a 16 carretes de cordón industrial por parte de las empresas textiles, lo cual en promedio se establece que su adquisición es 15 carretes por empresa (compra promedio per cápita), siendo un total de 650 empresas textiles y que realmente requieren de este tipo de producto, su cálculo se lo estableció de la siguiente manera:

Cuadro Nº 3

Número de empresas textiles históricas

| Empresas Textiles | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Afiliadas CC Antonio Ante | | | | | | | |
| Fábricas Textiles y de confección | 85 | 90 | 93 | 95 | 110 | 130 | 140 |
| No afiliadas | | | | | | | |
| Fábricas Textiles y de confección | 298 | 330 | 395 | 415 | 450 | 496 | 510 |
| Total | 383 | 420 | 488 | 510 | 560 | 626 | 650 |

Fuente: Cámara de Comercio de Antonio Ante y Municipio del cantón

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 4

Tasa de crecimiento empresarial

| Años | Cantidad de empresas | % de crecimiento |
|--------------------------------------|----------------------|------------------|
| 2005 | 383 | |
| 2006 | 420 | 9,66% |
| 2007 | 488 | 16,19% |
| 2008 | 510 | 4,51% |
| 2009 | 560 | 9,80% |
| 2010 | 626 | 11,79% |
| 2011 | 650 | 3,83% |
| Suma total | | 55,78% |
| Total promedio de crecimiento | | 9,30% |

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 5

Cálculo de consumo anual estimado de cordón industrial

Al año 2011

| Empresas | Cantidad | Consumo de Cordón | Promedio |
|--------------------------------|------------|-------------------|--------------------|
| Empresa textil | 1 | 15 | carretes semanales |
| | | 60 | carretes al mes |
| | | 720 | carretes al año |
| | | 720 | carretes al año |
| Total empresas textiles | 650 | | |
| | | | |
| | | 468000 | carretes al año |

Elaboración: La autora

1 empresa téxtil adquiere semanalmente = 15 carretes

3.6.1.2 Demanda proyectada

La demanda se lo estableció en base al número de empresas existentes hace cinco años de acuerdo al Gobierno Municipal del cantón Antonio Ante, y el consumo promedio per cápita de cordón, manejándose una tasa de consumo promedio, siendo

Cuadro N° 6
Demanda anual proyectada de cordón industrial
Al año 2011

| AÑOS | Nº EMPRESAS | CANTIDAD DE CONSUMO (POR CARRETES) POR EMPRESA PROMEDIO al año | TOTAL DE CONSUMO (CARRETES) |
|-------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 2012 | 710 | 720 | 511.200 |
| 2013 | 776 | 720 | 558.720 |
| 2014 | 849 | 720 | 611.280 |
| 2015 | 928 | 720 | 668.160 |
| 2016 | 1.014 | 720 | 730.080 |

Elaboración: La autora

3.6.2 Análisis de la oferta

A continuación se muestra las cantidades ofertadas por los competidores diariamente a los compradores de cordón industrial como lo ilustra el siguiente cuadro:

Cuadro N° 7
Cantidad de oferta diaria

| Cantidades diarias ofertadas | f | % |
|-------------------------------------|-----------|-------------|
| Menos de 50 carretes | 4 | 27% |
| Entre 50 a 100 carretes | 11 | 73% |
| Entre 101 a 200 carretes | 0 | 0% |
| Más de 200 carretes | 0 | 0% |
| Total | 15 | 100% |

Fuente: Diagnóstico inicial
Elaboración: La autora

Un local comercial oferta en promedio 75 carretes diarios $((50 + 100)/2)$. En cuanto a su proyección, relacionando el número de empresas ofertantes del cordón industrial, tiene la siguiente información histórica, establecida por los propios compradores de este tipo de producto, siendo:

Cuadro N° 8

Cálculo de la tasa de crecimiento comercial

| Años | Cantidad de empresas | % de crecimiento |
|--------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| 2006 | 10 | |
| 2007 | 11 | 10,00% |
| 2008 | 12 | 9,09% |
| 2009 | 12 | 0,00% |
| 2010 | 13 | 8,33% |
| 2011 | 15 | 15,38% |
| Suma total | | 42,81% |
| Total promedio de crecimiento | | 8,56% |

Fuente: Empresas Textiles compradoras de Atuntaqui al 2011.
Elaboración: La autora

Cuadro N° 9

Cantidad de oferta de los comercializadores de cordón industrial

| Empresas | Nº EMPRESAS | Frecuencia | Cantidad |
|-----------------------------------|--------------------|-------------------|-----------------|
| Empresa Comercial | 1 | Carretes diarios | 75 |
| | | Carretes al año | 25.200 |
| Total empresas comerciales | 15 | | |
| | | Carretes al año | 378.000 |

Elaboración: La autora

3.6.2.1 Oferta proyectada

El cálculo de la oferta proyectada, se estableció en base a la tasa de crecimiento a nivel comercial anual establecida por las empresas textiles compradoras de la ciudad de Atuntaqui, como se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 10

Proyección de la oferta

| AÑOS | N. EMPRESAS | CANTIDAD DE OFERTA (POR CARRETES) POR EMPRESA PROMEDIO | TOTAL DE OFERTA (CARRETES) |
|-------------|--------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 2012 | 16 | 25200 | 403.200 |
| 2013 | 18 | 25200 | 453.600 |
| 2014 | 19 | 25200 | 478.800 |
| 2015 | 21 | 25200 | 529.200 |
| 2016 | 23 | 25200 | 579.600 |

Elaboración: La autora

3.7 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Por carretes de cordón

| | | | |
|-----------|-----|----|---------------|
| 1 carrete | 100 | mt | 400 gramos |
|-----------|-----|----|---------------|

Por carretes de 100 mt (400 gr.)

Cuadro N° 11

Demanda potencial insatisfecha

| AÑOS | OFERTA (POR CARRETES) | DEMANDA (POR CARRETES) | DEMANDA INSATISFECHA(POR CARRETES) |
|------|-----------------------|------------------------|------------------------------------|
| 2012 | 403.200 | 511.200 | 108.000 |
| 2013 | 453.600 | 558.720 | 105.120 |
| 2014 | 478.800 | 611.280 | 132.480 |
| 2015 | 529.200 | 668.160 | 138.960 |
| 2016 | 579.600 | 730.080 | 150.480 |

Elaboración: La autora

3.8 CANTIDAD A CUBRIR POR EL PROYECTO

| Se prevé una producción | | |
|------------------------------------|-----------------------------------------|----------------|
| 10400 | metros diarios | |
| 104 | carretes diarios | |
| 37960 | carretes al año máxima capacidad | |
| 56,97% | % captación de la demanda insatisfecha | |
| CAPACIDAD MAQUINARIA | | |
| 1 máquina produce diario en cordón | 5200 | metros diarios |
| 2 máquinas | 10400 | metros diarios |

La capacidad del producto se mide por el número de carretes de cordón industrial de 400 gr., que la maquinaria podrá producir, esto ayudará a tener en cuenta un promedio disponible de recursos económicos para comprar insumos y materia prima.

La empresa podrá cubrir en sus 8 horas laborales diarias un promedio de 104 carretes, es decir 10400 metros de cordón; al año producirá 37.960 en carretes al año. Se determinará adicionalmente la capacidad que tendrá cada máquina, siendo con una máquina 5.200 metros diarios y 10400 metros diarios con dos máquinas; esto constituye que la empresa cubrirá de la demanda insatisfecha el 35.15 %.

3.9 PRECIO DEL PRODUCTO

3.9.1 PRECIO ACTUAL

De acuerdo a la investigación hecha a los principales locales de comercialización de Cordón de Poliéster, se pudo obtener que el precio actual del producto es de \$ 4,90 el carrete de 100 m. (400 gramos).

3.10 PROYECCIONES DEL PRECIO

Tomando como base la tasa de inflación anual del 5,50% a octubre 31 del 2011 según el INEC, se determinó el precio proyectado siendo:

Cuadro N° 12
Precio proyectado

| AÑOS | Precio \$ por carrete de 100 m. (400 gr.) |
|-------------|--------------------------------------------------|
| 2012 | 5,17 |
| 2013 | 5,45 |
| 2014 | 5,75 |
| 2015 | 6,07 |
| 2016 | 6,40 |

Elaborado por: La autora

3.11 Comercialización del producto

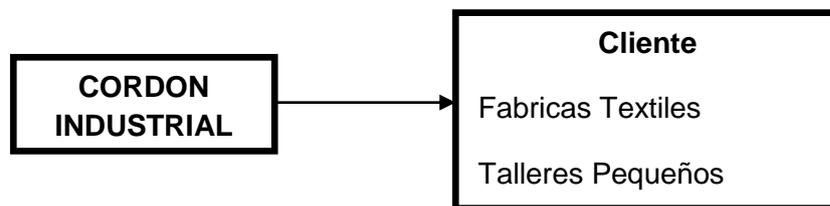
Uno de los aspectos importantes en el análisis de mercado es la comercialización. Sin lugar a duda es la herramienta que permite llegar

con el producto al lugar específico y adecuado en el momento oportuno y preciso. La separación geográfica entre compradores y vendedores, en algunos sectores no hace factible de que obtengan los productos que necesitan; por lo tanto la demanda potencial a satisfacer del proyecto pretende satisfacer al cliente potencial, esta función se la conoce como canales de distribución.

3.12 Canales de Comercialización

Canal directo

Este tipo de canal permitirá entregar el producto directamente al consumidor, aquí la empresa podrá posicionarse en el mercado ya que ofrecerá productos de buena calidad y a precios muy accesibles para la población.



Canal indirecto

Mediante este canal se distribuirán los productos a través de comerciantes o intermediarios, a los cuales se entregara los cordones industriales.



Estrategias de Comercialización

Al desarrollar un segmento de mercado se establece utilizar un marketing de segmento que se enfoca a las necesidades comunes de los consumidores con una propuesta que sea atractiva para el mayor número de compradores con diversidad de productos para cada necesidad. Se estima que el 88% de la población en estudio tienen una producción muy alta en sus prendas de vestir.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1 INTRODUCCIÓN

El estudio técnico tiene como objetivo determinar la función óptima de la producción, utilización y distribución de los recursos necesarios, el tamaño y localización óptima de la planta, ingeniería del proceso e inversiones durante la vida útil del proyecto, con la finalidad de establecer las condiciones ideales que permitan que la nueva unidad productiva sea más eficiente.

El estudio técnico analizará la posibilidad de producir un producto en condiciones de tamaño, localización de la unidad productiva, costos y gastos, todos ellos, en lo más óptimo posible.

4.2 TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

La empresa en cuanto a su tamaño, está determinada en función de su capacidad de producción instalada, de acuerdo a los años de vida útil del proyecto, en este caso los cinco años.

En base a la superficie de 390 m² de construcción, la empresa podrá cubrir de la demanda insatisfecha del 100% (demanda máxima) para la confección de cordón industrial (calculado en base al promedio de producción en condiciones normales de una planta pequeña similar cuyo manejo a nivel de producción de este producto es de 2500 carretes mensuales. A continuación se presenta en un cuadro de resultados lo siguiente:

Cuadro N° 13

Demanda a cubrir por el proyecto en cordón industrial

| AÑOS | Volumen a captar (por carretes) al año | % a cubrir |
|-------------|-----------------------------------------------|-------------------|
| 2012 | 26.601 | 68,30 % |
| 2013 | 29.261 | 75,13 % |
| 2014 | 32.187 | 82,64 % |
| 2015 | 35.406 | 90,90 % |
| 2016 | 38.947 | 100,00% |

Elaboración: La autora

4.3 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA

4.3.1 Macrolocalización

Cantón Antonio Ante

a) Población: 45.184 habitantes (Proyección poblacional del último censo de población y aplicando la tasa de crecimiento poblacional de la Agenda 21)

b) Superficie: 79 Km² (Agenda 21-2004)

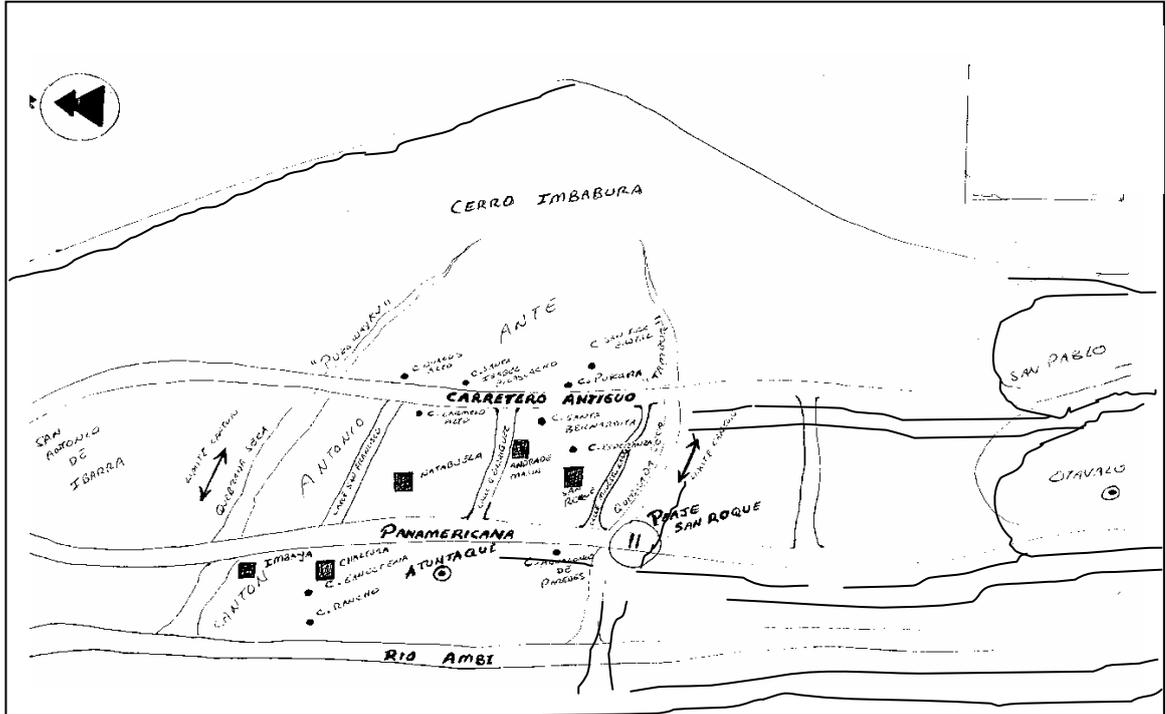
c) Densidad poblacional:

El cantón Antonio Ante es el de menor extensión territorial, con 79 km², que significa el 1.8% de la provincia de Imbabura, pero su población de 45.184 habitantes, que representa el 10.5% de Imbabura, con una densidad que es 6 veces de la provincia que es de 456.35 habitantes por km² (SIISE 3.5)

La empresa será instalada en la provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, Atuntaqui.

Ilustración N° 1

Croquis de ubicación



4.3.2 Microlocalización

La microempresa será instalada en un terreno de propiedad de la ejecutora del proyecto, el cual está ubicado en la calle Luis Hidrobo, el mismo que contará con servicios básicos de agua, luz, alcantarillado, y estará ubicado en un sector con acceso directo hacia la panamericana norte. Es importante determinar que para la ubicación de la empresa, se aplicó el método técnico por puntos para la localización óptima, tanto macro como micro, determinándose la siguiente matriz:

Cuadro N° 14
Método cualitativo por puntos para la macro localización de la
Empresa Productora

| FACTORES MACROLOCALIZACIÓN | Peso | Atuntaqui | | San Roque | | Chaltura | |
|-------------------------------------------|-------------|-----------|-----------------|-----------|-----------------|----------|-----------------|
| | | Calif. | Pond. puntos | Calif. | Pond. Puntos | Calif. | Pond. Puntos |
| Factores Comunitarios: | | | | | | | |
| • Seguridad y estabilidad | 0,12 | 8 | 0,96 | 6 | 0,72 | 6 | 0,72 |
| • Infraestructura básica | 0,09 | 8 | 0,72 | 5 | 0,45 | 6 | 0,54 |
| • Sistemas de apoyo confiables | 0,07 | 8 | 0,56 | 6 | 0,42 | 7 | 0,49 |
| • Afluencia Turística | 0,10 | 9 | 0,9 | 6 | 0,6 | 7 | 0,7 |
| • Costo de los terrenos | 0,05 | 7 | 0,35 | 6 | 0,3 | 6 | 0,3 |
| Factores Estratégicos: | | | | | | | |
| • Formas de transporte (terrestre) | 0,06 | 9 | 0,54 | 7 | 0,42 | 8 | 0,48 |
| • Tipo y tamaño de mercado | 0,10 | 9 | 0,9 | 7 | 0,7 | 7 | 0,7 |
| • Canales de distribución | 0,05 | 8 | 0,4 | 7 | 0,35 | 6 | 0,3 |
| Factores Legales: | | | | | | | |
| • Ordenanzas municipales | 0,05 | 9 | 0,45 | 7 | 0,35 | 8 | 0,4 |
| • Seguridad y riesgo | 0,08 | 8 | 0,64 | 7 | 0,56 | 7 | 0,56 |
| Factores Ambientales: | | | 0 | | | | |
| • Manejo de desechos y reciclaje | 0,05 | 8 | 0,4 | 6 | 0,3 | 6 | 0,3 |
| • Cuidado y protección de espacios verdes | 0,09 | 9 | 0,81 | 7 | 0,63 | 7 | 0,63 |
| • Contaminación auditiva | 0,09 | 6 | 0,54 | 6 | 0,54 | 8 | 0,72 |
| TOTAL | 1,00 | | 8,17 | | 6,34 | | 6,84 |

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro Nº 15

Método cualitativo por puntos para la micro localización

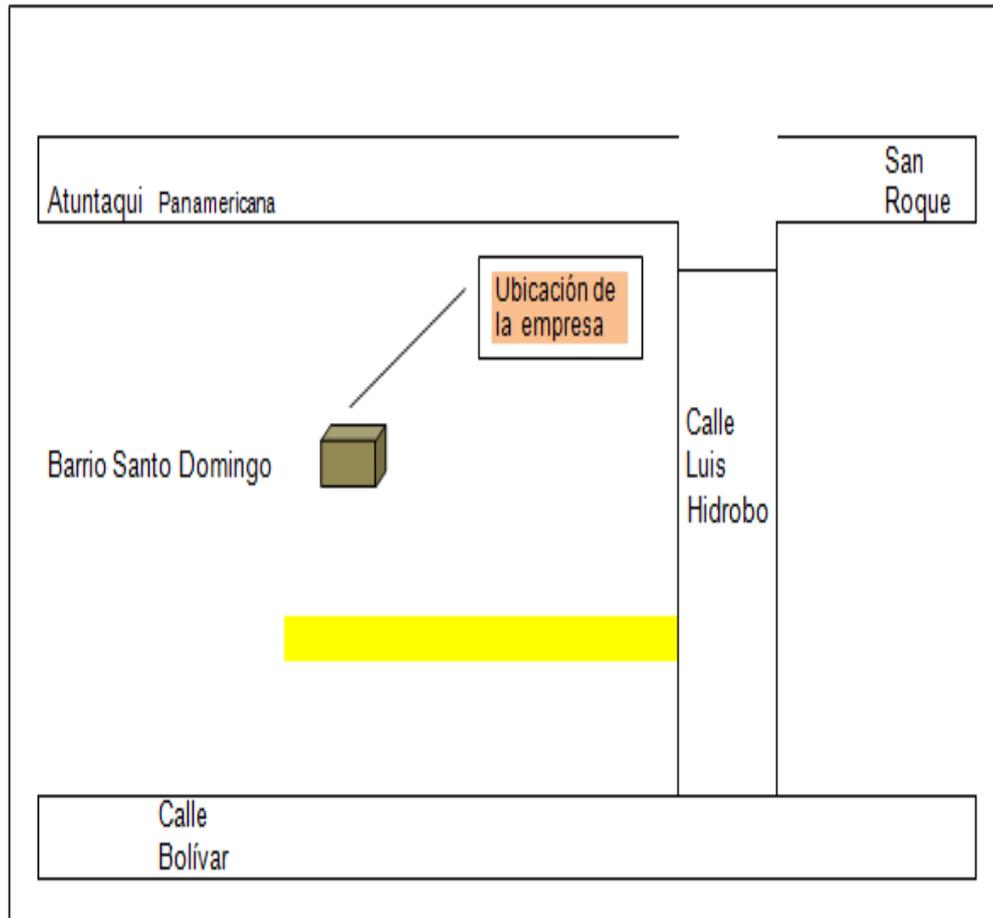
| FACTORES MICROLOCALIZACIÓN | Peso | Santo Domingo | | Central | | Andrade Marín | |
|------------------------------------|------|---------------|--------------|---------|-----------|---------------|--------------|
| | | Calif. | Pond. puntos | Calif. | Po.Puntos | Calif. | Pond. Puntos |
| Factores Estratégicos: | | | | | | | |
| • Ubicación Comercial | 0,12 | 9 | 1,08 | 3 | 0,36 | 7 | 0,84 |
| • Cultura de cuidado personal | 0,06 | 8 | 0,48 | 5 | 0,30 | 7 | 0,42 |
| • Comportamiento de la competencia | 0,06 | 7 | 0,42 | 5 | 0,30 | 7 | 0,42 |
| • Facilidad de Transporte | 0,08 | 9 | 0,72 | 4 | 0,32 | 7 | 0,56 |
| • Zonas pobladas | 0,1 | 9 | 0,90 | 5 | 0,50 | 9 | 0,90 |
| • Policía y bomberos | 0,05 | 9 | 0,45 | 6 | 0,30 | 8 | 0,40 |
| • Plusvalía predial | 0,1 | 9 | 0,90 | 7 | 0,70 | 9 | 0,90 |
| • Cercanía a carreteras | 0,08 | 9 | 0,72 | 8 | 0,64 | 8 | 0,64 |
| Factores Colaterales: | | | | | | | |
| • Servicios de apoyo: | 0,1 | 9 | 0,90 | 1 | 0,10 | 9 | 0,90 |
| • Seguridad privada | 0,05 | 9 | 0,45 | 4 | 0,20 | 8 | 0,40 |
| • Impuestos | 0,06 | 8 | 0,48 | 7 | 0,42 | 7 | 0,42 |
| • Restricciones física y legales | 0,04 | 7 | 0,28 | 7 | 0,28 | 7 | 0,28 |
| • Demanda Real | 0,1 | 8 | 0,80 | 6 | 0,60 | 9 | 0,90 |
| • Calidad del suelo | 0,04 | 7 | 0,28 | 7 | 0,28 | 5 | 0,20 |
| TOTAL | 1,04 | | 9,12 | | 5,30 | | 8,18 |

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Se determinó a nivel Macro que la mejor ubicación comparada entre los sectores de San Roque, Chaltura y Atuntaqui, se escogió la última, ya que presenta diversas ventajas comparativas se manejado criterios de ciudad por ser estratégica para ubicar la empresa de producción y comercialización de cordón industrial; mientras que a nivel micro, se escogió el barrio Santo Domingo, el mismo que presentventajas estratégicas en torno a la ubicación de la empresa, siendo una de ellas la ubicación de las empresas demandantes del producto al igual que el ingreso y salida de vehículos de libre acceso.

Ilustración N° 2

Croquis de ubicación de la planta



Elaboración: La autora

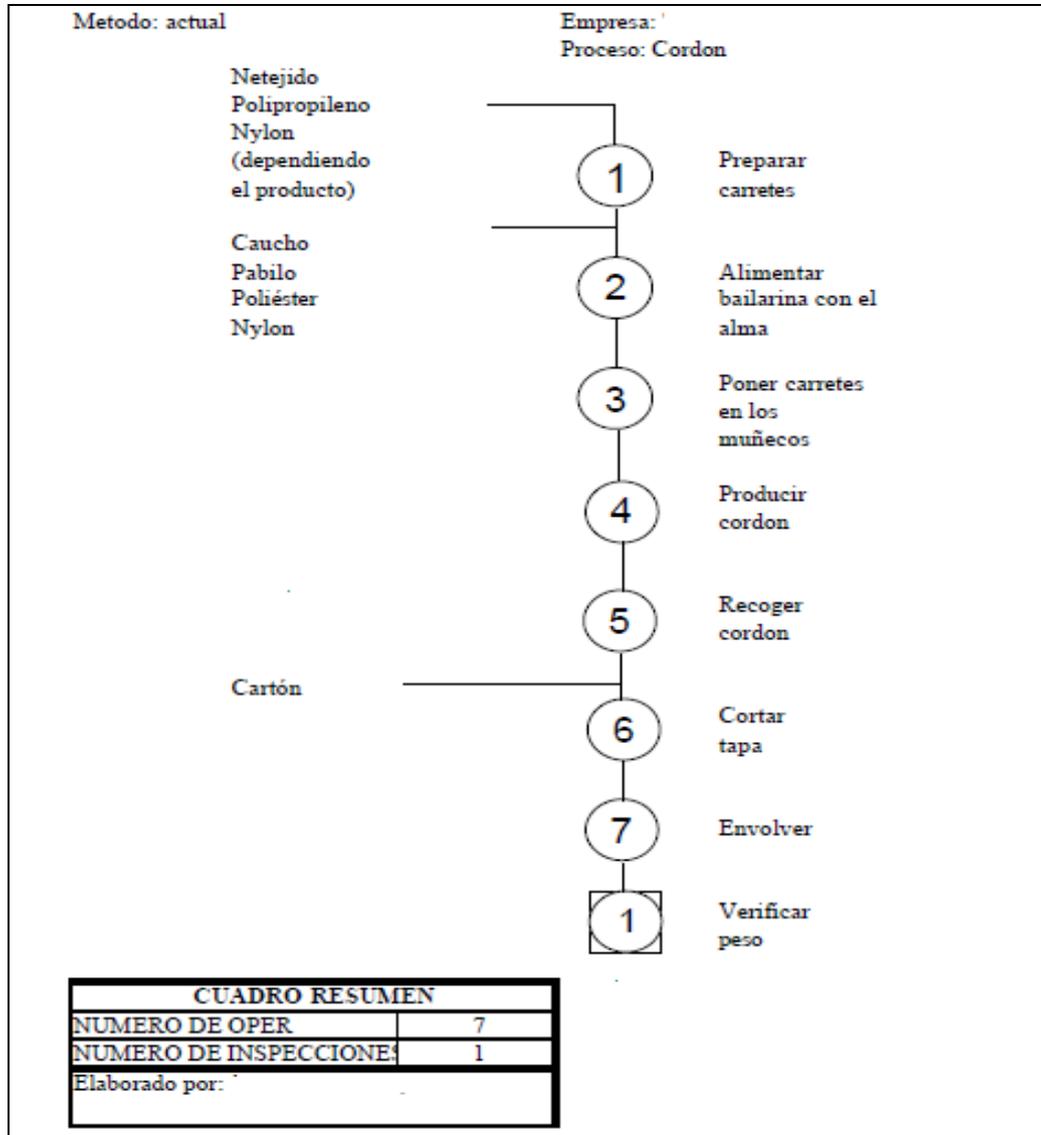
4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1 Proceso de elaboración del cordón industrial

Para la elaboración del cordón industrial, es necesario seguir los siguientes pasos en torno a la fabricación del mismo, siendo:

Flujograma N° 1

Proceso de elaboración del cordón



Elaborado por: La autora

Fuente: Industria Cordonera En Peguche

4.4.2 Distribución de planta

La planta de producción, estará constituida principalmente por dos secciones: Producción y el área de Administración y Contabilidad; adicionalmente se dejará una pequeña área para futuras ampliaciones, siendo:

Cuadro N° 16

Área de construcción e instalación

| Área | Distribución (m²) |
|----------------------------------------------|-------------------------------------|
| Producción: | 270 |
| Bodega de Almacenamiento de la materia prima | 60 |
| Bodega de Almacenamiento Producto Terminado | 50 |
| Empacado | 30 |
| Sala de procesamiento (Taller) | 130 |
| Administración y Contabilidad | 30 |
| Comercialización | 80 |
| Pasillo de entrada principal | 10 |
| Total de construcción | 390 |

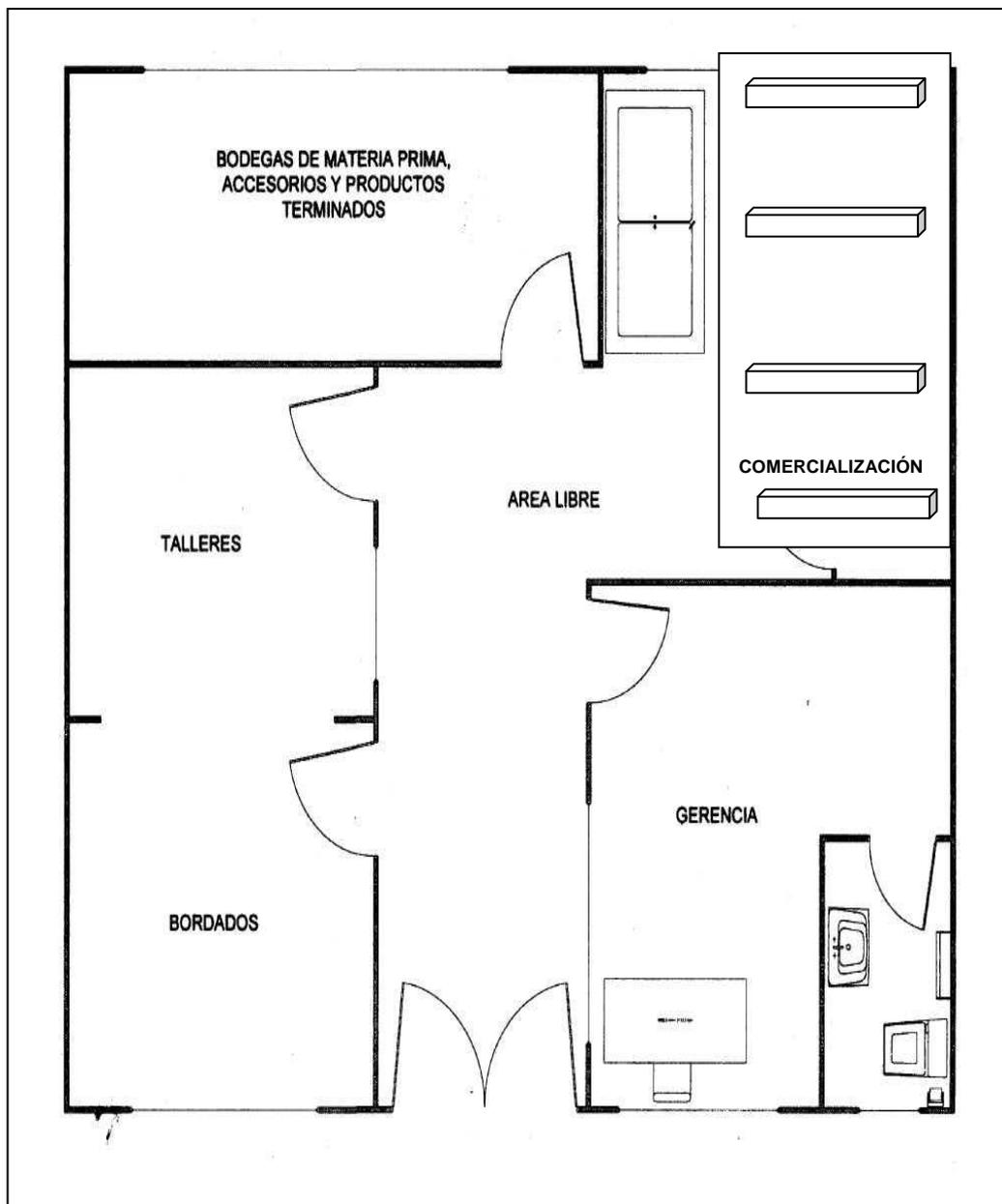
El área de construcción e instalación de la empresa será de 10 metros de frente por 39 metros de fondo.

La microempresa contará con una infraestructura básica incluido las adecuaciones necesarias, divididos en áreas y espacios para cada tipo de trabajo necesarios pero a la vez lo básico para su funcionamiento. Lo que se recomienda para que una pequeña empresa funcione dentro de los lineamientos normales enmarcados en un ambiente con mucho aire y luz, así como el aseo debe ser nítido, que el espacio sea suficiente para abarcar a varias trabajadoras y operarias, así como a la maquinaria (cuando ésta sea necesaria). Es aconsejable la adecuación de un espacio

pequeño pero muy iluminado para la confección de diseños. En este tipo de actividad, las máquinas deberán tener sitios de trabajo sumamente cómodos, aire y provistos con la luz adecuada que puede ser la de lámparas de luz blanca que son menos hiriente que la amarilla de los bombillos tradicionales.

Ilustración Nº 3

PLANO DE DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Elaboración: La autora

4.4.3 Requerimiento técnico de la planta

4.4.3.1 Equipamiento administrativo

Equipo de oficina

Cuadro N° 17

Equipo de oficina administración

| Descripción | Unidad | Cantidad |
|--------------|--------|----------|
| Computador | Equipo | 2 |
| Perforadora | U | 1 |
| Grapadora | u | 1 |
| Saca grapas | u | 1 |
| Calculadora | u | 1 |
| Teléfono fax | u | 1 |

Elaboración: La autora

Muebles y enseres

Cuadro N° 18

Muebles y enseres administración

| Descripción | Unidad | Cantidad |
|---------------------------|--------|----------|
| Escritorios | u | 1 |
| Sillas | u | 2 |
| Archivador | u | 1 |
| Escritorio de computadora | u | 2 |

Elaboración: La autora

4.4.3.2 Equipamiento de comercialización

Cuadro N° 19

Muebles y enseres de comercialización

| Descripción | Unidad | Cantidad |
|-----------------------|---------------|-----------------|
| Escritorios | u | 1 |
| Sillas | u | 2 |
| Vitrinas | u | 4 |
| Estanterías | u | 4 |
| Extintor de incendios | u | 1 |
| Basureros | u | 1 |

Elaboración: La autora

4.4.3.3 Equipamiento de producción

Cuadro N° 20

Maquinaria

| Descripción | Unidad | Cantidad |
|------------------------------|---------------|-----------------|
| Máquina para producir cordón | u | 2 |
| Máquina encarretadora | u | 1 |

Elaboración: La autora

4.4.3.4 Equipo de proceso

Cuadro N° 21

Equipo de producción

| Descripción | Unidad | Cantidad |
|--------------------|---------------|-----------------|
| Cintas métricas | u | 5 |
| Tijeras manuales | u | 5 |
| Reglas de corte | juegos | 2 |
| Herramientas | caja | 1 |

Elaboración: La autora

Muebles y enseres

Cuadro N° 22

Muebles y enseres producción

| Descripción | Unidad | Cantidad |
|--------------------------------------|---------------|-----------------|
| Mesas para medición y control | u | 2 |
| Estanterías de madera (5 divisiones) | u | 1 |
| Bancas | u | 2 |

Elaboración: La autora

Requerimientos técnicos en capacitación

Talleres de capacitación técnica para las áreas de hilado, rematado, colocado en las carretillas, control de calidad, gerencia y de asistencia técnica y otras actividades textiles complementarias que se realizará como parte de la segunda etapa, especialmente los talleres de motivación dirigidos a todas las áreas.

Requerimiento de insumos y materiales de empaque

En el siguiente cuadro detallamos los insumos necesarios durante un mes:

Cuadro N° 23

Requerimiento de insumos y materiales de empaque (C.I.F.)

| Artículo | Cantidad |
|--------------------|-----------------|
| Algodón | 4000 (kilos) |
| Fibra para relleno | 4000 (kilos) |
| Poliéster | 4000 (kilos) |
| Carretes | 2500 |
| Fundas | |
| 9*15 | 4000 (unidades) |
| 9*16 | 4000 (unidades) |
| Scosh | 40 (unidades) |
| Masquin | 70 (unidades) |
| Cinta de embalaje | 30 (unidades) |
| Cartones | 1000 (unidades) |
| Adhesivos | 4000 (unidades) |
| Números | 4000 (unidades) |
| Plastiflechas caja | 4000 (unidades) |

Elaboración: La autora

4.4.3.5 Requerimiento de servicios auxiliares

Dentro de los servicios auxiliares tenemos la luz eléctrica de línea monofásica, el agua, los cuales disponen la comunidad por lo que el proyecto no tendrá problemas durante los procesos de ejecución.

4.4.4 Requerimiento de personal

4.4.4.1 Mano de obra directa

Las necesidades de mano de obra directa corresponden a lo que intervendrá en el proceso de hilado, rematado, colocado en las carretillas y control de calidad. Esta mano de obra se utilizará en manera de jornal en un total de 3 operarios (as), la misma que se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 24
Mano de obra directa necesaria

| Hilado | | • Rematado y colocado en carretillas | | • Control de calidad | |
|--------|------------|--------------------------------------|------------|----------------------|------------|
| jornal | # Personas | jornal | # Personas | Jornal Total | # Personas |
| 30 | 1 | 30 | 1 | 30 | 1 |
| | | | | | |
| | 1 | | 1 | | 1 |

Fuente: UNAINCO 2011

Elaboración: La autora

4.4.4.2 Requerimiento de personal administrativo y de ventas

Cuadro N° 25

Personal administrativo y de ventas

| Personal | Número |
|-----------------|---------------|
| Gerente | 1 |
| Vendedor | 1 |
| Contador | 1 |

Elaboración: La autora

4.5 ESTRUCTURA Y FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

4.5.1 Estructura de la inversión

4.5.1.1 Inversión Fija

El proyecto poseerá la siguiente inversión fija en torno a los siguientes rubros:

Cuadro N° 26

Resumen de la inversión fija

| Detalle | Valor total \$ |
|---------------------------------|-----------------------|
| Muebles y enseres de oficina | 1.670,00 |
| Equipo de computación | 1.160,00 |
| Equipo de oficina | 120,70 |
| Maquinaria de producción | 27.000,00 |
| Equipo de producción | 32,00 |
| Muebles y enseres de producción | 160,00 |
| Total | 30.142,70 |

Fuente: Investigación directa al 2011

Elaboración: La autora

4.5.1.2 Inversión Diferida

Se ha programado establecer un gasto previo a la iniciación del proceso de entrega del producto, al igual que se establecerá los respectivos permisos de funcionamiento de la planta para su producción y comercialización; también se prevé establecer una constitución legal del centro en donde se obtenga todos los permisos legales para su normal funcionamiento.

Cuadro N° 27

Inversión diferida del proyecto

| DESCRIPCION | VALOR | % |
|----------------|------------------|--------------|
| Capital Propio | 27.192.00 | 52.07 |
| Prestamo | 25.000.00 | 47.87 |
| TOTAL | 52.221.00 | 99.94 |

Fuente: Investigación directa al 2011

Elaboración: La autora

4.5.1.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo o de operación, se establece en base a un periodo de dos meses, para asegurar el pago de obligaciones.

Cuadro Nº 28

Presupuesto de egresos

| PRESUPUESTO DE EGRESOS | | | | | |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| CONCEPTO/ ANOS | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 |
| GASTO PERSONAL | | | | | |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 13,684.87 | 16,016.57 | 17,618.23 | 19,380.05 | 21,318.06 |
| GASTOS PERSONAL ADMINI | 17,559.12 | 20,513.96 | 22,565.36 | 24,821.89 | 27,304.08 |
| GASTOS PERSONAL VENTA | 6,140.80 | 7,194.70 | 7,914.17 | 8,705.59 | 9,576.15 |
| TOTAL | 37,384.79 | 43,725.24 | 48,097.76 | 52,907.54 | 58,198.29 |
| OTROS GASTOS | | | | | |
| Costos Indirectos Producción | 16,536.00 | 17,115.85 | 17,716.59 | 18,339.00 | 18,983.90 |
| Materia Prima Directa | 66,000.00 | 68,197.80 | 70,468.79 | 72,815.40 | 75,240.15 |
| Gastos Administrativos | 7,041.20 | 7,500.66 | 7,906.45 | 8,334.18 | 8,785.06 |
| Gastos de ventas | 606.72 | 874.55 | 921.80 | 971.60 | 1,024.09 |
| Gastos Financieros | 2,601.15 | 2,135.16 | 1,614.22 | 1,031.85 | 380.61 |
| TOTAL | 92,785.07 | 95,824.02 | 98,627.85 | 101,492.04 | 104,413.81 |
| CAPITAL TRABAJO ANUAL | 130,169.86 | | | | |
| BI MENSUAL | 21,694.98 | | | | |
| Depreciaciones | 2,719.20 | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 |
| | - | - | - | - | - |
| Utilidades trabajadores | 601.51 | 2,485.14 | 5,224.11 | 8,497.03 | 12,394.84 |
| Impuesto Renta | - | 303.25 | 2,469.49 | 5,797.96 | 10,942.85 |
| TOTAL PRESUPUESTO | 133,490.57 | 145,684.92 | 157,766.48 | 172,041.84 | 189,297.06 |

Cuadro Nº 29

Capital de trabajo

| Resumen de Capital de Trabajo | | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | BI MENSUAL | SEMESTRAL | ANUAL |
| Proyección Costos de Producción | 16.036,81 | 48.110,44 | 96.220,87 |
| Proyección Gastos Administrativos | 4.100,05 | 12.300,16 | 24.600,32 |
| Proyección Gastos Ventas | 1.124,59 | 3.373,76 | 6.747,52 |
| Proyección Gastos Financieros | 433,52 | 1.300,57 | 2.601,15 |
| TOTAL | 21.694,98 | 65.084,93 | 130.169,86 |

Elaboración: La autora

4.5.2 Inversión Total

Cuadro N° 30

Inversión total del proyecto

| CUADRO DE INVERSIONES | | | |
|------------------------------|--------------------|------------------|--|
| | DESCRIPCION | | |
| 1 | Inversión Variable | 21,694.98 | |
| 2 | Inversión Fija | 30,526.02 | |
| | TOTAL | 52,221.00 | |

Elaboración: La autora

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Introducción

El estudio Económico financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico, que facilitan la verificación de los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales, y finalmente, la organización financiera.

5.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.2.1 Presupuesto de ingresos por ventas

Para la determinación del ingreso por ventas del proyecto en estudio de la empresa **ROSSPAL CORDONES INDUSTRIALES**, se estableció el volumen de ventas y el precio de venta obtenido del estudio de mercado, cuyos valores son:

Cuadro N° 31
Presupuesto de ingresos

| Ingresos por ventas | | | | | |
|---------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| PRODUCTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Cantidad (carretes) | 26.601 | 29.261 | 32.187 | 35.406 | 38.947 |
| Precio (\$) | 5,17 | 5,45 | 5,74 | 6,06 | 6,38 |
| Total ingresos | 137.527,17 | 159.464,13 | 184.900,25 | 214.393,69 | 248.591,63 |

Elaborado por: La Autora

5.2.2 Presupuesto de egresos

Los costos de producción son necesarios para transformar de forma o de fondo materiales en productos terminados o semielaborados utilizando fuerza de trabajo, maquinaria y equipo y otros. Está formado por tres elementos que son: Materia Prima, Mano de Obra Directa y Gastos Generales de Fabricación.

Los costos utilizados en la fabricación son recuperables en el momento de la venta del producto, siempre y cuando su venta sea mayor al punto de equilibrio, caso contrario es eminente la pérdida.

5.2.2.1 Materia prima directa

La materia prima directa es: “Elemento básico sometidos a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado. La materia prima en este caso es el Algodón, Poliéster y la fibra para el relleno.

Cuadro N° 32
Materia prima directa

| MATERIA PRIMA DIRECTA | | | | | | |
|-----------------------|------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DESCRIPCION | | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 |
| 1 | Algodón (kilo) | 1.000,00 | 1.100,00 | 1.210,00 | 1.331,00 | 1.464,10 |
| | Valor Unitario | 2,00 | 2,11 | 2,22 | 2,34 | 2,47 |
| | Valor mensual | 2.000,00 | 2.066,60 | 2.135,42 | 2.206,53 | 2.280,00 |
| | Valor anual | 24.000,00 | 24.799,20 | 25.625,01 | 26.478,33 | 27.360,05 |
| 2 | Poliéster (kilo) | 1.000,00 | 1.100,00 | 1.210,00 | 1.331,00 | 1.464,10 |
| | Valor Unitario | 1,50 | 1,58 | 1,67 | 1,76 | 1,85 |
| | Valor mensual | 1.500,00 | 1.549,95 | 1.601,56 | 1.654,90 | 1.710,00 |
| | Valor anual | 18.000,00 | 18.599,40 | 19.218,76 | 19.858,74 | 20.520,04 |
| 3 | Fibra para relleno (k) | 1.000,00 | 1.100,00 | 1.210,00 | 1.331,00 | 1.464,10 |
| | Valor Unitario | 2,00 | 2,11 | 2,22 | 2,34 | 2,47 |
| | Valor mensual | 2.000,00 | 2.066,60 | 2.135,42 | 2.206,53 | 2.280,00 |
| | Valor anual | 24.000,00 | 24.799,20 | 25.625,01 | 26.478,33 | 27.360,05 |
| | TOTAL | 66.000,00 | 68.197,80 | 70.468,79 | 72.815,40 | 75.240,15 |

Elaborado por: La Autora

5.2.2.2 Mano de obra directa

La fábrica requiere de tres obreros que hayan trabajado con máquinas y en labores similares, los cuales van a recibir una remuneración mensual, que comprende: Salario y los componentes salariales como: Sueldo Básico, Aporte Patronal, Fondo de reserva, Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo. Este tipo de trabajador comprende aquellos dedicados a la producción de cordones industriales:

Cuadro N° 33
Mano de obra directa

| MANO DE OBRA DIRECTA | | | | | |
|-----------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| SALARIO MENSUAL | | | | | |
| PERSONAL | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Operario 1 | 292,00 | 321,20 | 353,32 | 388,65 | 427,52 |
| Operario 2 | 292,00 | 321,20 | 353,32 | 388,65 | 427,52 |
| Operario 3 | 292,00 | 321,20 | 353,32 | 388,65 | 427,52 |
| MENSUAL | 876,00 | 963,60 | 1059,96 | 1165,96 | 1282,55 |
| ANUAL | 10512,00 | 11563,20 | 12719,52 | 13991,47 | 15390,62 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | | | | | |
| DESCRIPCION | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Salario Básico Unificado | 10.512,00 | 11.563,20 | 12.719,52 | 13.991,47 | 15.390,62 |
| Vacaciones | 438,00 | 481,80 | 529,98 | 582,98 | 641,28 |
| Aporte Patronal | 982,87 | 1.081,16 | 1.189,28 | 1.308,20 | 1.439,02 |
| Fondos de Reserva | - | 963,21 | 1.059,54 | 1.165,49 | 1.282,04 |
| Decimo Tercero | 876,00 | 963,60 | 1.059,96 | 1.165,96 | 1.282,55 |
| Decimo Cuarto | 876,00 | 963,60 | 1.059,96 | 1.165,96 | 1.282,55 |
| total | 13.684,87 | 16.016,57 | 17.618,23 | 19.380,05 | 21.318,06 |

Fuente: MRL. Ministerio de Relaciones Laborales
Elaborado por: La Autora

5.2.2.3 Costos indirectos de fabricación

Para determinar los costos indirectos de fabricación en los años futuros, se consideró una tasa de crecimiento del 5.41 %, de acuerdo a la inflación del año 2011.

Cuadro N° 34
Servicios básicos

| Servicios Básicos Producción | | | | | | |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|--|
| DESCRIPCION | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 | |
| 1 Energía Eléctrica | | | | | | |
| Meses | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | |
| Valor mensual | 70,00 | 73,79 | 77,78 | 81,99 | 86,42 | |
| Valor anual | 840,00 | 885,44 | 933,35 | 983,84 | 1037,07 | |
| 2 Agua Potable | | | | | | |
| Meses | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | |
| Valor mensual | 5,00 | 5,27 | 5,56 | 5,86 | 6,17 | |
| Valor anual | 60,00 | 63,25 | 66,67 | 70,27 | 74,08 | |
| 3 Telefono | | | | | | |
| Meses | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | |
| Valor mensual | 30,00 | 31,62 | 33,33 | 35,14 | 37,04 | |
| Valor anual | 360,00 | 379,48 | 400,01 | 421,65 | 444,46 | |
| 4 Internet | | | | | | |
| Meses | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | |
| Valor mensual | 12,00 | 12,65 | 13,33 | 14,05 | 14,82 | |
| Valor anual | 144,00 | 151,79 | 160,00 | 168,66 | 177,78 | |
| TOTAL | 1404,00 | 1479,96 | 1560,02 | 1644,42 | 1733,38 | |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nº 35

| Materiales indirectos de fabricación | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| DESCRIPCION | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 | |
| 1 | Fundas 9*5, 9,15 | 4000 | 4400 | 4840 | 5324 | 5856 |
| | Valor Unitario | 0,05 | 0,05 | 0,06 | 0,06 | 0,06 |
| | Valor mensual | 200,00 | 206,66 | 213,54 | 220,65 | 228,00 |
| | Valor anual | 2400,00 | 2479,92 | 2562,50 | 2647,83 | 2736,01 |
| 1 | Cinta Adhesiva | 40 | 44 | 48 | 53 | 59 |
| | Valor Unitario | 0,40 | 0,42 | 0,44 | 0,47 | 0,49 |
| | Valor mensual | 16,00 | 16,53 | 17,08 | 17,65 | 18,24 |
| | Valor anual | 192,00 | 198,39 | 205,00 | 211,83 | 218,88 |
| 1 | Maskin | 70 | 77 | 85 | 93 | 102 |
| | Valor Unitario | 1,00 | 1,05 | 1,11 | 1,17 | 1,23 |
| | Valor mensual | 70,00 | 72,33 | 74,74 | 77,23 | 79,80 |
| | Valor anual | 840,00 | 867,97 | 896,88 | 926,74 | 957,60 |
| 1 | Cinta de embalaje | 30 | 33 | 36 | 40 | 44 |
| | Valor Unitario | 1,50 | 1,58 | 1,67 | 1,76 | 1,85 |
| | Valor mensual | 45,00 | 46,50 | 48,05 | 49,65 | 51,30 |
| | Valor anual | 540,00 | 557,98 | 576,56 | 595,76 | 615,60 |
| 1 | Cartones | 1000 | 1100 | 1210 | 1331 | 1464 |
| | Valor Unitario | 0,25 | 0,26 | 0,28 | 0,29 | 0,31 |
| | Valor mensual | 250,00 | 258,33 | 266,93 | 275,82 | 285,00 |
| | Valor anual | 3000,00 | 3099,90 | 3203,13 | 3309,79 | 3420,01 |
| 1 | Adhesivos | 4000 | 4400 | 4840 | 5324 | 5856 |
| | Valor Unitario | 0,10 | 0,11 | 0,11 | 0,12 | 0,12 |
| | Valor mensual | 400,00 | 413,32 | 427,08 | 441,31 | 456,00 |
| | Valor anual | 4800,00 | 4959,84 | 5125,00 | 5295,67 | 5472,01 |
| 1 | Números | 4000 | 4400 | 4840 | 5324 | 5856 |
| | Valor Unitario | 0,02 | 0,02 | 0,02 | 0,02 | 0,02 |
| | Valor mensual | 80,00 | 82,66 | 85,42 | 88,26 | 91,20 |
| | Valor anual | 960,00 | 991,97 | 1025,00 | 1059,13 | 1094,40 |
| 3 | Plastifechas | 4000 | 4400 | 4840 | 5324 | 5856 |
| | Valor Unitario (caja) | 0,05 | 0,05 | 0,06 | 0,06 | 0,06 |
| | Valor mensual | 200,00 | 206,66 | 213,54 | 220,65 | 228,00 |
| | Valor anual | 2400,00 | 2479,92 | 2562,50 | 2647,83 | 2736,01 |
| | TOTAL | 15132,00 | 15635,90 | 16156,57 | 16694,58 | 17250,51 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nº 36
Resumen costos indirectos

| Resumen de Costos Indirectos de Fabricación | | | | | | |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DESCRIPCION | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 | |
| 1 | Servicios Básicos Producción | 1.404,00 | 1.479,96 | 1.560,02 | 1.644,42 | 1.733,38 |
| 2 | Materiales indirectos de fabricación | 15.132,00 | 15.635,90 | 16.156,57 | 16.694,58 | 17.250,51 |
| | Total | 16.536,00 | 17.115,85 | 17.716,59 | 18.339,00 | 18.983,90 |

Elaborado por: La Autora

5.2.2.4 Costos de distribución

a. Gastos administrativos

Los gastos administrativos contendrán los sueldos y salarios del personal, con un aumento del 10 % por cada año, y, los suministros y servicios básicos con un incremento por inflación del 5.41 % para cada año

Cuadro N° 37
Gastos sueldos administrativos

| GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVO | | | | | |
|--------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| SUELDO MENSUAL | | | | | |
| PERSONAL | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| GERENTE | 700,00 | 770,00 | 847,00 | 931,70 | 1024,87 |
| CONTADOR | 460,00 | 506,00 | 556,60 | 612,26 | 673,49 |
| MENSUAL | 1160,00 | 1276,00 | 1403,60 | 1543,96 | 1698,36 |
| ANUAL | 13920,00 | 15312,00 | 16843,20 | 18527,52 | 20380,27 |
| SUELDO ANUAL | | | | | |
| DESCRIPCION | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Salario Básico Unificado | 13.920,00 | 15.312,00 | 16.843,20 | 18.527,52 | 20.380,27 |
| Vacaciones | 580,00 | 638,00 | 701,80 | 771,98 | 849,18 |
| Aporte Patronal | 1.371,12 | 1.431,67 | 1.574,84 | 1.732,32 | 1.905,56 |
| Fondos de Reserva | - | 1.275,49 | 1.403,04 | 1.543,34 | 1.697,68 |
| Decimo Tercero | 1.160,00 | 1.276,00 | 1.403,60 | 1.543,96 | 1.698,36 |
| Decimo Cuarto | 528,00 | 580,80 | 638,88 | 702,77 | 773,04 |
| total | 17.559,12 | 20.513,96 | 22.565,36 | 24.821,89 | 27.304,08 |

Fuente: MRL. Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 38
Proyección de servicios básicos

| Servicios Básicos Administración | | | | | |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| DESCRIPCION | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 |
| 1 Energía Eléctrica | | | | | |
| Meses | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Valor mensual | 30,00 | 31,62 | 33,33 | 35,14 | 37,04 |
| Valor anual | 360,00 | 379,48 | 400,01 | 421,65 | 444,46 |
| 2 Agua Potable | | | | | |
| Meses | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Valor mensual | 2,00 | 2,11 | 2,22 | 2,34 | 2,47 |
| Valor anual | 24,00 | 25,30 | 26,67 | 28,11 | 29,63 |
| 3 Telefono | | | | | |
| Meses | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Valor mensual | 20,00 | 21,08 | 22,22 | 23,42 | 24,69 |
| Valor anual | 240,00 | 252,98 | 266,67 | 281,10 | 296,30 |
| 4 Internet | | | | | |
| Meses | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| Valor mensual | 12,00 | 12,65 | 13,33 | 14,05 | 14,82 |
| Valor anual | 144,00 | 151,79 | 160,00 | 168,66 | 177,78 |
| TOTAL | 768,00 | 809,55 | 853,35 | 899,51 | 948,17 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 39

Gasto arriendo

| Arriendo | | | | | | |
|---------------|----------|----------|----------|----------|----------|--|
| DESCRIPCION | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 | |
| 1 Arriendo | | | | | | |
| Meses | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | |
| Valor mensual | 500,00 | 527,05 | 555,56 | 585,62 | 617,30 | |
| Valor anual | 6000,00 | 6324,60 | 6666,76 | 7027,43 | 7407,62 | |

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 40

Gasto materiales de aseo

| Materiales de aseo | | | | | | |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--|
| DESCRIPCION | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 | |
| 1 Escobas | | | | | | |
| Cantidad | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | |
| Valor Unitario | 3,00 | 3,16 | 3,33 | 3,51 | 3,70 | |
| Valor anual | 36,00 | 37,95 | 40,00 | 42,16 | 44,45 | |
| 2 Trapeador | | 10,00 | | | | |
| Cantidad | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | |
| Valor Unitario | 4,00 | 4,22 | 4,44 | 4,68 | 4,94 | |
| Valor anual | 48,00 | 50,60 | 53,33 | 56,22 | 59,26 | |
| 3 Desinfectante | | | | | | |
| Cantidad | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Valor Unitario | 4,00 | 4,22 | 4,44 | 4,68 | 4,94 | |
| Valor anual | 4,00 | 4,22 | 4,44 | 4,68 | 4,94 | |
| 4 Recogedor | | | | | | |
| Cantidad | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | |
| Valor Unitario | 5,00 | 5,27 | 5,56 | 5,86 | 6,17 | |
| Valor anual | 5,00 | 5,27 | 5,56 | 5,86 | 6,17 | |
| 5 ViledA | | | | | | |
| Cantidad | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | |
| Valor Unitario | 1,20 | 1,26 | 1,33 | 1,41 | 1,48 | |
| Valor anual | 14,40 | 15,18 | 16,00 | 16,87 | 17,78 | |
| TOTAL | 107,40 | 113,21 | 119,34 | 125,79 | 132,60 | |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nº 41
Proyección materiales de oficina

| Materiales de oficina | | | | | | |
|-----------------------|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| DESCRIPCION | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 | |
| 1 | Carpetas | | | | | |
| | Cantidad | 24 | 24 | 24 | 24 | 24 |
| | Valor Unitario | 0,50 | 0,53 | 0,56 | 0,59 | 0,62 |
| | Valor anual | 12,00 | 12,65 | 13,33 | 14,05 | 14,82 |
| 2 | Grapadora | | | | | |
| | Cantidad | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | Valor Unitario | 7,00 | 7,38 | 7,78 | 8,20 | 8,64 |
| | Valor anual | 7,00 | 7,38 | 7,78 | 8,20 | 8,64 |
| 3 | Perforadora | | | | | |
| | Cantidad | 1 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| | Valor Unitario | 8,00 | 8,43 | 8,89 | 9,37 | 9,88 |
| | Valor anual | 8,00 | 101,19 | 106,67 | 112,44 | 118,52 |
| 4 | Esferos | | | | | |
| | Cantidad (caja) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | Valor Unitario | 6,80 | 7,17 | 7,56 | 7,96 | 8,40 |
| | Valor anual | 6,80 | 7,17 | 7,56 | 7,96 | 8,40 |
| 5 | Papel Bond | | | | | |
| | Cantidad (resma) | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | Valor Unitario | 4,50 | 4,74 | 5,00 | 5,27 | 5,56 |
| | Valor anual | 18,00 | 4,74 | 5,00 | 5,27 | 5,56 |
| 6 | Facturero | | | | | |
| | Cantidad | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| | Valor Unitario | 9,50 | 10,01 | 10,56 | 11,13 | 11,73 |
| | Valor anual | 114,00 | 120,17 | 126,67 | 133,52 | 140,74 |
| | TOTAL | 165,80 | 253,30 | 267,00 | 281,45 | 296,68 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nº 42
Proyección de gastos
administrativos

| Proyección Gastos Administrativos | | | | | |
|-----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 |
| Arriendo | 6.000,00 | 6.324,60 | 6.666,76 | 7.027,43 | 7.407,62 |
| Materiales de aseo | 107,40 | 113,21 | 119,34 | 125,79 | 132,60 |
| Materiales de oficina | 165,80 | 253,30 | 267,00 | 281,45 | 296,68 |
| Servicios Básicos | 768,00 | 809,55 | 853,35 | 899,51 | 948,17 |
| Administración | | | | | |
| Sueldos Administrativos | 17.559,12 | 20.513,96 | 22.565,36 | 24.821,89 | 27.304,08 |
| TOTAL | 24.600,32 | 28.014,62 | 30.471,80 | 33.156,08 | 36.089,15 |

Elaborado por: La Autora

b. Gasto Ventas

Se prevé realizar un plan estratégico para la venta de cordones y contratar un vendedor además de realizar gastos de publicidad y propaganda.

Cuadro N° 43
Gasto sueldos ventas

| GASTOS PERSONAL VENTAS | | | | | |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| SUELDO MENSUAL | | | | | |
| PERSONAL | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENDEDOR 1 | 400,00 | 440,00 | 484,00 | 532,40 | 585,64 |
| MENSUAL | 400,00 | 440,00 | 484,00 | 532,40 | 585,64 |
| ANUAL | 4800,00 | 5280,00 | 5808,00 | 6388,80 | 7027,68 |
| SUELDO ANUAL | | | | | |
| DESCRIPCION | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Salario Básico Unificado | 4.800,00 | 5.280,00 | 5.808,00 | 6.388,80 | 7.027,68 |
| Vacaciones | 200,00 | 220,00 | 242,00 | 266,20 | 292,82 |
| Aporte Patronal | 448,80 | 493,68 | 543,05 | 597,35 | 657,09 |
| Fondos de Reserva | - | 439,82 | 483,81 | 532,19 | 585,41 |
| Decimo Tercero | 400,00 | 440,00 | 484,00 | 532,40 | 585,64 |
| Decimo Cuarto | 292,00 | 321,20 | 353,32 | 388,65 | 427,52 |
| total | 6.140,80 | 7.194,70 | 7.914,17 | 8.705,59 | 9.576,15 |

Fuente: MRL. Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 44
Gasto publicidad

| VENTAS | | | | | | |
|--------------------|-----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| PUBLICIDAD | | | | | | |
| DESCRIPCION | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 | |
| 1 | Radio América | | | | | |
| | Cantidad (cuñas) | 58 | 80 | 80 | 80 | 80 |
| | Valor Unitario | 9,95 | 10,54 | 11,11 | 11,71 | 12,34 |
| | Valor anual | 576,92 | 843,20 | 888,82 | 936,90 | 987,59 |
| 2 | Hojas volantes | | | | | |
| | Cantidad (cuñas) | 500 | 500 | 500 | 500 | 500 |
| | Valor Unitario | 0,10 | 0,11 | 0,11 | 0,12 | 0,12 |
| | Valor anual | 50,00 | 52,71 | 55,56 | 58,56 | 61,73 |
| 3 | Tarjetas Presentacion | | | | | |
| | Cantidad | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Valor Unitario | 0,10 | 0,11 | 0,11 | 0,12 | 0,12 |
| | Valor anual | 10,00 | 10,54 | 11,11 | 11,71 | 12,35 |
| 4 | Prensa | | | | | |
| | Cantidad | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| | Valor Unitario | 19,80 | 20,81 | 21,87 | 22,99 | 24,16 |
| | Valor anual | 19,80 | 20,81 | 21,87 | 22,99 | 24,16 |
| | TOTAL | 606,72 | 874,55 | 921,80 | 971,60 | 1024,09 |

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 45
Proyección gasto de ventas

| Proyección Gastos Ventas | | | | | |
|--------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN | año 2012 | año 2013 | año 2014 | año 2015 | año 2016 |
| PUBLICIDAD | 606,72 | 874,63 | 921,88 | 971,69 | 1.024,19 |
| Sueldos Ventas | 6.140,80 | 7.194,70 | 7.914,17 | 8.705,59 | 9.576,15 |
| TOTAL | 6.747,52 | 8.069,33 | 8.836,06 | 9.677,28 | 10.600,34 |

Elaborado por: La Autora

5.3 Depreciaciones y amortizaciones

5.3.1 Depreciaciones

Las depreciaciones son calculadas de acuerdo a la última normativa de la ley de Régimen Tributario,

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

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual.

En casos de obsolescencia, utilización intensiva, deterioro acelerado u otras razones debidamente justificadas, el respectivo Director Regional del Servicio de Rentas Internas podrá autorizar depreciaciones en

porcentajes anuales mayores a los indicados, los que serán fijados en la resolución que dictará para el efecto. Para ello, tendrá en cuenta las Normas Ecuatorianas de Contabilidad y los parámetros técnicos de cada industria y del respectivo bien. Podrá considerarse la depreciación acelerada exclusivamente en el caso de bienes nuevos, y con una vida útil de al menos cinco años, por tanto, no procederá para el caso de bienes usados adquiridos por el contribuyente. Tampoco procederá depreciación acelerada en el caso de bienes que hayan ingresado al país bajo regímenes suspensivos de tributos, ni en aquellos activos utilizados por las empresas de construcción que apliquen para efectos de sus registros contables y declaración del impuesto el sistema de "obra terminada", previsto en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Cuadro Nº 46
Depreciación activos fijos

| RESUMEN GASTO DEPRECIACION | | | | | | | | |
|----------------------------|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| Nº | DESCRIPCION | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | DEPRE. ACUMU. | SALDO LIBROS |
| Administrativos | | | | | | | | |
| 1 | Vehículos | 48.00 | 48.00 | 48.00 | 48.00 | 48.00 | 240.00 | - |
| 2 | Bienes Muebles y Enseres | 167.00 | 167.00 | 167.00 | 167.00 | 167.00 | 835.00 | 835.00 |
| 3 | Equipos y Paquetes Informáticos | 386.67 | 386.67 | 386.67 | | | 1,160.00 | 0.00 |
| 4 | Equipos Informáticos (re inversión) | | | | 386.67 | 386.67 | 773.33 | 386.67 |
| 5 | Equipos y Paquetes Informáticos | 26.40 | 26.40 | 26.40 | 26.40 | 26.40 | 132.01 | 132.01 |
| | SUBTOTAL | 628.07 | 628.07 | 628.07 | 628.07 | 628.07 | 3,140.34 | 1,353.68 |
| Producción | | | | | | | | |
| 1 | Maquinaria de Producción | 2,700.00 | 2,700.00 | 2,700.00 | 2,700.00 | 2,700.00 | 13,500.00 | 13,500.00 |
| 2 | Equipo de Producción | 3.20 | 3.20 | 3.20 | 3.20 | 3.20 | 16.00 | 16.00 |
| 3 | Muebles y enseres de Producción | 16.00 | 16.00 | 16.00 | 16.00 | 16.00 | 80.00 | 80.00 |
| | Subtotal | 2,719.20 | 2,719.20 | 2,719.20 | 2,719.20 | 2,719.20 | 13,596.00 | 13,596.00 |
| | TOTAL | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 | 16,736.34 | 14,949.68 |

Elaborado por: La Autora

5.3.2 Gastos financieros

Siendo la inversión total de \$ 52.221,00 para la ejecución de este proyecto se requerirá un 52,07 % para préstamo bancario equivalente a \$25.000,00, el mismo que de acuerdo a la Cooperativa 29 de octubre, se lo podrá adquirir a una tasa de interés nominal del 11,20%, a un plazo de cinco años, la misma que de acuerdo a la tabla de amortización programada, se lo ha establecido en forma mensual, siendo por lo tanto su interés del 0,93%. Su anualidad o pago semestral será de \$546,05. A continuación se presenta la siguiente tabla de amortización del capital.

| TABLA DE INTERES ANUAL AL CREDITO FINANCIERO | | | | | | |
|----------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| CONCEPTO | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | TOTAL |
| INTERES | 2,601.15 | 2,135.16 | 1,614.22 | 1,031.85 | 380.61 | 7763.00 |
| CAPITAL | 3,951.45 | 4,417.44 | 4,938.38 | 5,520.75 | 6,171.99 | 25,000.00 |
| TOTAL | 6,552.60 | 6,552.60 | 6,552.60 | 6,552.60 | 6,552.60 | 32,763.00 |

Crédito

Monto: USD. 25.000,00

Interés: 11,20 %

Plazo: 5 años

| | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------|
| VP= | $\frac{VF \times i \times (i \times 1)^n}{[(1+i)^n - 1]}$ |
| VP= | $\frac{25000 \times 0,009333 \times (1+0.009333)^5}{[(1+0.009333)^{60} - 1]}$ |

Cuadro N° 48.1
Tabla de amortizaciones

| NRO | VALOR PRESENTE | INTERES | SALDO SOLUTO | SALDO INSOLUTO |
|-----|----------------|---------|--------------|----------------|
| 1 | 546,05 | 233,33 | 312,73 | 24.687,28 |
| 2 | 546,05 | 230,41 | 315,64 | 24.371,63 |
| 3 | 546,05 | 227,46 | 318,59 | 24.053,04 |
| 4 | 546,05 | 224,49 | 321,56 | 23.731,48 |
| 5 | 546,05 | 221,49 | 324,56 | 23.406,91 |
| 6 | 546,05 | 218,46 | 327,59 | 23.079,32 |
| 7 | 546,05 | 215,40 | 330,65 | 22.748,67 |
| 8 | 546,05 | 212,31 | 333,74 | 22.414,93 |
| 9 | 546,05 | 209,20 | 336,85 | 22.078,08 |
| 10 | 546,05 | 206,05 | 340,00 | 21.738,09 |
| 11 | 546,05 | 202,88 | 343,17 | 21.394,92 |
| 12 | 546,05 | 199,68 | 346,37 | 21.048,55 |
| 13 | 546,05 | 196,45 | 349,60 | 20.698,94 |
| 14 | 546,05 | 193,18 | 352,87 | 20.346,08 |
| 15 | 546,05 | 189,89 | 356,16 | 19.989,92 |
| 16 | 546,05 | 186,57 | 359,48 | 19.630,43 |
| 17 | 546,05 | 183,21 | 362,84 | 19.267,59 |
| 18 | 546,05 | 179,82 | 366,23 | 18.901,37 |
| 19 | 546,05 | 176,41 | 369,64 | 18.531,72 |
| 20 | 546,05 | 172,96 | 373,09 | 18.158,63 |
| 21 | 546,05 | 169,47 | 376,58 | 17.782,06 |
| 22 | 546,05 | 165,96 | 380,09 | 17.401,97 |
| 23 | 546,05 | 162,41 | 383,64 | 17.018,33 |
| 24 | 546,05 | 158,83 | 387,22 | 16.631,11 |
| 25 | 546,05 | 155,22 | 390,83 | 16.240,28 |
| 26 | 546,05 | 151,57 | 394,48 | 15.845,80 |
| 27 | 546,05 | 147,89 | 398,16 | 15.447,64 |
| 28 | 546,05 | 144,17 | 401,88 | 15.045,76 |
| 29 | 546,05 | 140,42 | 405,63 | 14.640,13 |
| 30 | 546,05 | 136,64 | 409,41 | 14.230,72 |
| 31 | 546,05 | 132,82 | 413,23 | 13.817,48 |
| 32 | 546,05 | 128,96 | 417,09 | 13.400,39 |
| 33 | 546,05 | 125,07 | 420,98 | 12.979,41 |
| 34 | 546,05 | 121,14 | 424,91 | 12.554,50 |
| 35 | 546,05 | 117,17 | 428,88 | 12.125,62 |
| 36 | 546,05 | 113,17 | 432,88 | 11.692,74 |
| 37 | 546,05 | 109,13 | 436,92 | 11.255,81 |
| 38 | 546,05 | 105,05 | 441,00 | 10.814,81 |
| 39 | 546,05 | 100,93 | 445,12 | 10.369,70 |

| | | | | |
|----------------|------------------|-----------------|------------------|----------|
| 40 | 546,05 | 96,78 | 449,27 | 9.920,43 |
| 41 | 546,05 | 92,59 | 453,46 | 9.466,97 |
| 42 | 546,05 | 88,36 | 457,69 | 9.009,27 |
| 43 | 546,05 | 84,08 | 461,97 | 8.547,31 |
| 44 | 546,05 | 79,77 | 466,28 | 8.081,03 |
| 45 | 546,05 | 75,42 | 470,63 | 7.610,40 |
| 46 | 546,05 | 71,03 | 475,02 | 7.135,38 |
| 47 | 546,05 | 66,59 | 479,46 | 6.655,92 |
| 48 | 546,05 | 62,12 | 483,93 | 6.171,99 |
| 49 | 546,05 | 57,60 | 488,45 | 5.683,54 |
| 50 | 546,05 | 53,04 | 493,01 | 5.190,54 |
| 51 | 546,05 | 48,44 | 497,61 | 4.692,93 |
| 52 | 546,05 | 43,80 | 502,25 | 4.190,68 |
| 53 | 546,05 | 39,11 | 506,94 | 3.683,74 |
| 54 | 546,05 | 34,38 | 511,67 | 3.172,07 |
| 55 | 546,05 | 29,60 | 516,45 | 2.655,63 |
| 56 | 546,05 | 24,78 | 521,27 | 2.134,36 |
| 57 | 546,05 | 19,92 | 526,13 | 1.608,23 |
| 58 | 546,05 | 15,01 | 531,04 | 1.077,19 |
| 59 | 546,05 | 10,05 | 536,00 | 541,19 |
| 60 | 546,05 | 4,85 | 541,20 | -0,00 |
| TOTALES | 32.763,00 | 7.763,00 | 25.000,00 | |

Fuente: Cooperativa 29 de Octubre
Elaborado por: La Autora

5.4 Estado de Situación Inicial

Para el Balance General se consideró las cuentas de Activos así como las de Pasivos y Patrimonio que posee la empresa.

Cuadro N° 49
Estado de Situación Inicial

| ESTADO DE SITUACION INICIAL PROFORMA | | | |
|--------------------------------------|-----------------------|-------------------------|-----------|
| ROSSPAL CORDONES INDUSTRIALES | | | |
| Al 1 de Enero del 200X | | | |
| <u>ACTIVOS</u> | <u>PASIVOS</u> | | |
| ACTIVO CORRIENTE OPERACIONAL | 21,694.98 | Pasivo a Largo Plazo | |
| <u>Activos disponibles</u> | 21,694.98 | 25,000.00 | |
| Capital Trabajo | 21,694.98 | TOTAL PASIVO | |
| 30,526.02 | | 25,000.00 | |
| ACTIVO FIJO | 30,526.02 | PATRIMONIO | |
| <u>Administrativos</u> | | | |
| Vehículos | 240.00 | | |
| Bienes Muebles y Enseres | 1,670.00 | | |
| Equipos y Paquetes Informáticos | 1,160.00 | | |
| Equipos de oficina | 264.02 | | |
| <u>Producción</u> | | | |
| Maquinaria de Producción | 27,000.00 | | |
| Equipo de Producción | 32.00 | | |
| Muebles y enseres de Producción | 160.00 | | |
| TOTAL ACTIVO | | Capital Propio | 27,220.99 |
| 52,221.00 | | TOTAL PATRIMONIO | |
| | | 27,220.99 | |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | | 52,221.00 | |

Elaborado por: La Autora

5.5 Estado de resultados con financiamiento

El estado financiero de resultados describe los ingresos y gastos en un período establecido, determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, y así poder medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa, los cálculos están realizados de acuerdo a la última tasa de inflación del 5,41%, los cálculos del impuesto se realizaron con la tabla del 2012 publicada por el SRI.

A continuación se describen todas las cuentas y sub cuentas proyectadas, obteniéndose por diferencia la pérdida o ganancia neta que generará en cada año de la vida útil del proyecto.

Cuadro N° 50
Estado de resultados con financiamiento

| Proyección Costos de Producción | | | | | |
|--------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Materia Prima Directa | 66,000.00 | 68,197.80 | 70,468.79 | 72,815.40 | 75,240.15 |
| Mano de Obra Directa | 13,684.87 | 16,016.57 | 17,618.23 | 19,380.05 | 21,318.06 |
| Costos Indirectos Fabricación | 17,116.07 | 17,695.92 | 18,296.66 | 18,919.07 | 19,563.97 |
| TOTAL | 96,800.94 | 101,910.29 | 106,383.68 | 111,114.52 | 116,122.18 |
| BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO | | | | | |
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| VENTAS PROYECTADAS | 137,527.17 | 159,464.13 | 184,900.25 | 214,393.69 | 248,591.63 |
| VENTAS NETAS | 137,527.17 | 159,464.13 | 184,900.25 | 214,393.69 | 248,591.63 |
| (-) Costos de Producción | 96,800.94 | 101,910.29 | 106,383.68 | 111,114.52 | 116,122.18 |
| (-) Costos de Ventas | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| UTILIDAD (PERDIDA) VENTAS | 40,726.23 | 57,553.83 | 78,516.57 | 103,279.17 | 132,469.45 |
| GASTOS ADMINISTRACION | 27,367.52 | 30,781.82 | 33,239.00 | 35,923.28 | 38,856.35 |
| Arriendo | 6,000.00 | 6,324.60 | 6,666.76 | 7,027.43 | 7,407.62 |
| Materiales de aseo | 107.40 | 113.21 | 119.34 | 125.79 | 132.60 |
| Materiales de oficina | 165.80 | 253.30 | 267.00 | 281.45 | 296.68 |
| Servicios Básicos Administración | 768.00 | 809.55 | 853.35 | 899.51 | 948.17 |
| Sueldos Administrativos | 17,559.12 | 20,513.96 | 22,565.36 | 24,821.89 | 27,304.08 |
| Gastos depreciación | 2,719.20 | 2,719.20 | 2,719.20 | 2,719.20 | 2,719.20 |
| Amortización | 48.00 | 48.00 | 48.00 | 48.00 | 48.00 |
| GASTOS VENTAS | 6,747.52 | 8,069.33 | 8,836.06 | 9,677.28 | 10,600.34 |
| Gastos Personal | 6,140.80 | 7,194.70 | 7,914.17 | 8,705.59 | 9,576.15 |
| Gastos Publicidad | 606.72 | 874.63 | 921.88 | 971.69 | 1,024.19 |
| UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL | 6,611.19 | 18,702.68 | 36,441.51 | 57,678.61 | 83,012.77 |
| GASTOS FINANCIEROS | 2,601.15 | 2,135.16 | 1,614.22 | 1,031.85 | 380.61 |
| Intereses Pagados | 2,601.15 | 2,135.16 | 1,614.22 | 1,031.85 | 380.61 |
| UTILIDAD O PERDIDA EJERCICIO | 4,010.04 | 16,567.52 | 34,827.29 | 56,646.75 | 82,632.16 |
| Participación trabajadores 15 % | 601.51 | 2,485.13 | 5,224.09 | 8,497.01 | 12,394.82 |
| UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS | 3,408.54 | 14,082.39 | 29,603.19 | 48,149.74 | 70,237.34 |
| IMPUESTO A LA RENTA | 0.00 | 303.24 | 2,469.48 | 5,797.95 | 10,942.83 |
| UTILIDAD O PERDIDA NETA | 3,408.54 | 13,779.15 | 27,133.71 | 42,351.79 | 59,294.50 |

Elaborado por: La Autora

| cálculo Impuesto para el TERCER año | | | |
|-------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| base imponible | fracción básica | excedente | total |
| 29.603,19 | 18.580,00 | 11.023,19 | |
| valor a pagar | 816,00 | 1.653,48 | 2.469,48 |

Cuadro N° 51

Cuadro de cálculo impuesto renta

| AÑO 2012 En dólares NAC-DGERCG11-00437 | | | |
|----------------------------------------|--------------|--------------------------|---------------------|
| Fracción Básica | Exceso hasta | Impuesto Fracción Básica | % Impuesto Fracción |
| - | 9.720,00 | - | 0% |
| 9.720,00 | 12.380,00 | - | 5% |
| 12.380,00 | 15.480,00 | 133,00 | 10% |
| 15.480,00 | 18.580,00 | 443,00 | 12% |
| 18.580,00 | 37.160,00 | 816,00 | 15% |
| 37.160,00 | 55.730,00 | 3.600,00 | 20% |
| 55.730,00 | 74.320,00 | 7.316,00 | 25% |
| 74.320,00 | 99.080,00 | 11.962,00 | 30% |
| 99.080,00 | en adelante | 19.392,00 | 35% |

Fuente: Página web SRI

5.6 Estado de flujo de caja proyectado

El Estado de flujo de caja, permitirá medir los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y obviamente va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene, el mismo que se establece su desglose en lo siguiente:

Cuadro N° 52
Flujo de efectivo proyectado

| FLUJO DE CAJA CON PROTECCION | | | | | | |
|---------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 2012 | AÑO 2013 | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 |
| INVERSION | (52,221.00) | | | | | |
| Utilidad del Ejercicio | | 3,408.54 | 13,779.21 | 27,133.78 | 42,351.85 | 59,294.56 |
| (+) Depreciaciones | | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 |
| | | - | - | - | - | - |
| TOTAL DE INGRESOS | | 6,755.80 | 17,126.48 | 30,481.04 | 45,699.12 | 62,641.83 |
| Egresos | | | | | | |
| Pago de deuda | | 3,951.45 | 4,417.44 | 4,938.38 | 5,520.75 | 6,171.99 |
| Reinversión | | | | | 1,160.00 | |
| (-) Total de egresos | | 3,951.45 | 4,417.44 | 4,938.38 | 6,680.75 | 6,171.99 |
| (+) Recuperación efectivo (Cuadro E24) | | | | | | 21,694.98 |
| (+) Recuperación Activos Fijos (saldo en libros) | | | | | | 14,949.68 |
| FLUJO NETO | (52,221.00) | 2,804.35 | 12,709.04 | 25,542.67 | 39,018.38 | 93,114.49 |

Elaborado por: La Autora

| | |
|------------------------------|------------------|
| RECUPERACIÓN EFECTIVA | |
| O CAPITAL DE TRABAJO | 21,694.98 |
| RECUPERACIÓN ACTIVOS | |
| O SALDO EN LIBROS | 14,949.68 |
| TOTAL | 36,644.65 |

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

Mide si el proyecto es rentable o no, determina el destino de los recursos considerándose los ingresos y costos de comercialización y ventas. En el flujo los desembolsos son tomados en cuenta en el período en el que se realizan, por lo que los saldos finales de flujo nos muestran la disponibilidad de dinero que se tiene al iniciar el siguiente año, dándonos una idea de cuánto nos falta o sobra, para la toma de decisiones

5.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera tiene como objetivos calcular, estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realizará en la implementación de la microempresa de producción, para lo cual se usa y se maneja técnicas de evaluación financiera como son: Valor Actual neto, (VAN), Tasa Interna de retorno (TIR), Relación Beneficio / Costo y Período de recuperación.

5.7.1 Determinación del costo de capital

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

Cuadro N° 53
Costo del capital

| CÁLCULO DEL COSTO OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------|---------|-------------|--------------|----------------|-------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR | % | TASA PONDE. | V. PROMEDIO | | |
| INV. PROPIA | 27,220.99 | 52.13 | 7.00 | 364.89 | | |
| INV. FINANCIERA | 25,000.00 | 47.87 | 11.20 | 536.18 | | |
| TOTAL | 52,221.00 | 100.00% | | 901.07 | 9.01 | 0.090 |
| TRM = | $(1+IF)(1+CK)-1$ | | | | | |
| TRM= | $(1+0,0541)(1+0.090)-1$ | | 0.1490 | 14.90 | BASE INFLACIÓN | |

Elaborado por: La Autora

Para determinar el costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, estableciéndose una tasa del 7% sobre el capital propio y el 11,20 % sobre lo prestado; luego se realiza un

ajuste al costo de capital por efectos de riesgo país, en base a la tasa promedio de inflación del 5,41%,

CK = COSTO DE OPORTUNIDAD

IF = TASA DE INFLACIÓN

5.8 Valor Actual Neto (VAN)

El VAN de un proyecto de inversión se define como “la suma actualizada de los flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida”. Es decir, es igual a “la diferencia entre el valor actual de sus cobros y el valor actual de sus pagos”. Se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión.

FC.- Flujo de Caja

i.- Tasa de redescuento

n.- Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto de inversión.

VAN, positivo significa que existe rentabilidad.

VAN, Negativo inversión no rentable o no atractiva.

Cuadro N° 54
Cálculo del VAN

| FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS | | | |
|---------------------------|-------------------|------------------------------|------------------|
| Años Flujos | FLUJOS NETOS | actualización $1/(1+i)^n$ | FCA |
| 1 | 2.804,35 | 0,87 | 2.440,69 |
| 2 | 12.708,98 | 0,76 | 9.626,55 |
| 3 | 25.542,61 | 0,66 | 16.838,57 |
| 4 | 39.018,32 | 0,57 | 22.386,61 |
| 5 | 93.114,43 | 0,50 | 46.496,14 |
| | 173.188,69 | | 97.788,56 |

Elaborado por: La Autora

| | | | |
|-------------------------------------------|---------------------|-----------|-----|
| VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS-INVERSIÓN | | | |
| VAN = | 97.788,56-52221,00= | 45.567,56 | VAN |

$$VAN = -Inversión + \sum_{n=1}^5 \frac{FC}{(1+i)^n}$$

$$(52.221,00)+[2804,35 \div (1.1490)^1]+[12.708,98 \div (1.1490)^2]+[25.542,61 \div (1.1490)^3]+[39.018,32 \div (1.1490)^4]+[93.114,43 \div (1.1490)^5]=\mathbf{45.595,46 \text{ VAN}}$$

Interpretación: Siendo la suma de los flujos de efectivo descontados de \$97.788,56 superior a la inversión inicial de \$ 52.221,00; la empresa logrará cubrir la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años será de 45.595,46.

5.9 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La tasa interna de retorno deberá ser mayor que la tasa de redescuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

Tasa superior 33 %

Tasa Inferior: 35 %

Las tasas anteriores permitieron obtener dos VAN uno positivo y otro negativo, siendo:

Cuadro N° 55
Cálculo de la TIR

| FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------|-----------------|
| AÑOS | FLUJOS NETOS. | POSITIVO 33 % | NEGATIVO 35 % |
| 0 | -52.221,00 | -52.221,00 | -52.221,00 |
| 1 | 2.804,35 | 2.108,54 | 2.077,30 |
| 2 | 12.708,98 | 7.184,68 | 6.973,38 |
| 3 | 25.542,61 | 10.857,01 | 10.381,59 |
| 4 | 39.018,32 | 12.469,87 | 11.747,18 |
| 5 | 93.114,43 | 22.374,78 | 20.765,78 |
| | 120.967,69 | 2.773,88 | - 275,78 |

Elaborado por: La Autora

VAN 33 % = + 2773,88

VAN 35 % = -275,78

$$TIR = T.I. + D.E.D.T \left(\frac{VAN(T.I.)}{VAN(T.I.) - VAN(T.S.)} \right)$$

TIR = . = 33 + 2 * (2773,88 / (2773,88 + 275,88))

TIR = 34,81908085

La TIR para el presente proyecto es de **34.82%**. Tasa aceptable ya que supera la TRM que es del **14.90 %**.

De acuerdo con esta tasa, siendo superior a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento en comparación con el TMAR el proyecto se considera factible, debido a que ésta tasa permite igualar a la sumatoria actualizada de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

5.10 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

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

Cuadro N° 56
Recuperación en tiempo

| FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS | | | | |
|---------------------------|-------------------|------------------|------------------|------------------|
| AÑOS | FLUJOS NETOS. | FCA | CANTIDAD | RUCUPERAC. |
| 1 | 2.804,35 | 2.440,69 | 2.440,69 | 2.440,69 |
| 2 | 12.708,98 | 9.626,55 | 9.626,55 | 12.067,24 |
| 3 | 25.542,61 | 16.838,57 | 16.838,57 | 28.905,81 |
| 4 | 39.018,32 | 22.386,61 | 22.386,61 | 51.292,42 |
| 5 | 93.114,43 | 46.496,14 | 928,58 | 52.221,00 |
| | 173.188,69 | 97.788,56 | 52.221,00 | |

Elaborado por: La Autora

| | | |
|-----------|---|-------|
| 46.496,14 | ← | 100% |
| 928,58 | → | 2,00% |
| 12 | ← | 100% |
| 0,2396535 | → | 2,00% |

Interpretación:

La recuperación se lo hará en 4 años, quedando cerca de 1 año de utilidad, la misma que permitirá reinvertir en el propio proyecto.

5.11 BENEFICIO / COSTO

Cuadro N° 57
Beneficio costo

| AÑOS | INGRESOS | EGRESOS | INGRESOS ACTUALIZADOS | EGRESOS ACTUALIZADOS |
|--------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------------------|
| 1 | 137.527,17 | 134.118,63 | 119.692,92 | 116.726,40 |
| 2 | 159.464,13 | 146.265,05 | 120.787,77 | 110.789,98 |
| 3 | 184.900,25 | 158.346,61 | 121.892,62 | 104.387,54 |
| 4 | 214.393,69 | 172.621,97 | 123.007,58 | 99.041,21 |
| 5 | 248.591,63 | 189.877,19 | 124.132,74 | 94.814,04 |
| TOTAL | 944.876,87 | 801.229,45 | 609.513,64 | 525.759,18 |

Elaborado por: La Autora

$$\begin{aligned} \Sigma \text{ Ingresos Deflactados} & \quad 609.513,18 \\ \text{BENEFICIO COSTO} & = \frac{\Sigma \text{ Ingresos Deflactados} - \Sigma \text{ Egresos Deflactados}}{\Sigma \text{ Egresos Deflactados}} = \frac{609.513,18 - 525.759,18}{525.759,18} = 1,16 \\ \Sigma \text{ Egresos Deflactados} & \quad 525.759,18 \end{aligned}$$

BENEFICIO COSTO = 1,16

POR CADA DÓLAR INVERTIDO RECUPERA 1,16 ES DECIR GANA 0,16

5.12 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{PE\$} = \text{PE unidades} * \text{Pvu}$$

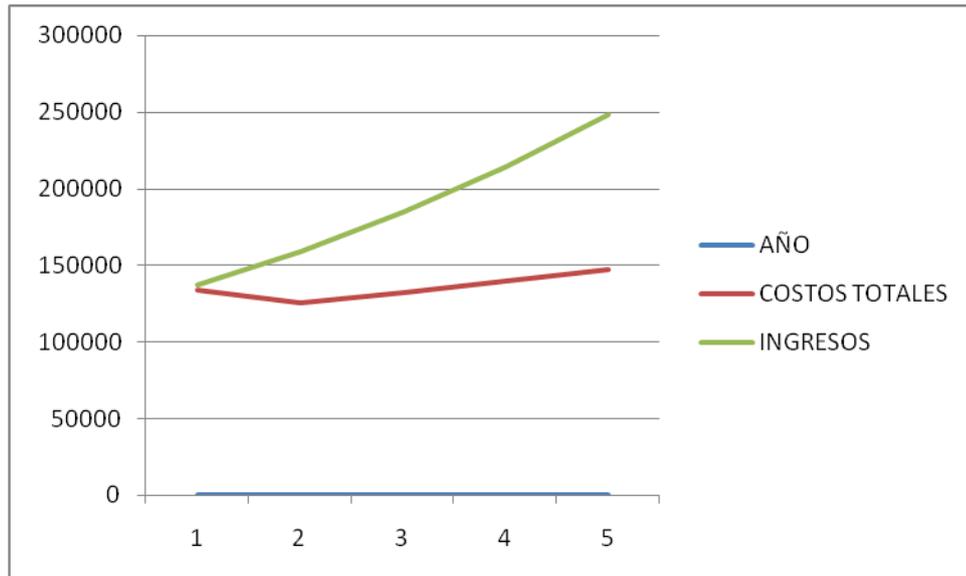
El punto de equilibrio del presente proyecto se detalla a continuación

Cuadro N° 58
Punto de equilibrio por producto

| PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|----------------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| INGRESOS | | | | | |
| VENTAS | 137,527.17 | 159,464.13 | 184,900.25 | 214,393.69 | 248,591.63 |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| MANO DE OBRA DIRECTA | | | | | |
| Sueldos Personal adminis | 17,559.12 | 20,513.96 | 22,565.36 | 24,821.89 | 27,304.08 |
| GASTOS PERSONAL VEN | 6,140.80 | 7,194.70 | 7,914.17 | 8,705.59 | 9,576.15 |
| MANO DE OBRA DIRECTA | 13,684.87 | 16,016.57 | 17,618.23 | 19,380.05 | 21,318.06 |
| Gastos de ventas | 606.72 | 874.55 | 921.80 | 971.60 | 1,024.09 |
| Gastos Administrativos | 7,041.20 | 7,500.66 | 7,906.45 | 8,334.18 | 8,785.06 |
| Gastos financieros | 2,601.15 | 2,135.16 | 1,614.22 | 1,031.85 | 380.61 |
| Depreciación | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 | 3,347.27 |
| TOTAL COSTO FIJO | 50,981.13 | 57,582.88 | 61,887.50 | 66,592.45 | 71,735.32 |
| COSTOS VARIABLES | | | | | |
| Costos Indirectos Produce | 16,536.00 | 17,115.85 | 17,716.59 | 18,339.00 | 18,983.90 |
| Materia Prima Directa | 66,000.00 | 68,197.80 | 70,468.79 | 72,815.40 | 75,240.15 |
| TOTAL COSTO VARIABLE | 82,536.00 | 68,197.80 | 70,468.79 | 72,815.40 | 75,240.15 |
| PE DOLARES | 127,498.47 | 100,611.08 | 99,998.85 | 100,841.73 | 102,870.78 |

Elaborado por: Autora

| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | | |
|---------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------|---|----------------------------------------------|--------------|
| FÓRMULA = | PE = | $\frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})}$ | = | $\frac{50981,13}{1 - (83116,07/137.527,17)}$ | = 128.857,72 |
| | PEV = | $\frac{\text{Ventas totales}}{\text{PVU}}$ | = | $\frac{128857,72}{5,17}$ | 24924 |



Interpretación: El punto de equilibrio que debería alcanzar el centro de producción y comercialización de cordón industrial, de 24.947 carretes con un ingreso de \$128.857,72 el cual permitirá cubrir los costos fijos y variables.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DEL PROYECTO

6.1.1 EMPRESA UNIPERSONAL

La empresa asumirá la capacidad legal del negocio, es decir, adjudicará los derechos y obligaciones a título personal, y de forma ilimitada con la finalidad de mirar de forma lógica el cumplimiento de las leyes que en la actualidad se presentan.

Ello implica que asume la responsabilidad de las obligaciones que la empresa pueda contraer, y las garantiza con el patrimonio o bienes personales que pueda poseer

6.1.2 Nombre de la Microempresa

La empresa se denominará ROSSPAL que combinan el nombre y apellido de la propietaria y autora del proyecto y su logotipo se ilustra a continuación:



CORDONES INDUSTRIALES

6.1.3 Propuesta administrativa

6.1.3.1 Objetivos de la microempresa

- Ser una microempresa productora y comercializadora competitiva en el mercado nacional e internacional.
- Fomentar a través de la creación nuevas microempresas que generen empleo y logren mejores condiciones de vida del sector.

6.1.3.2 Misión

Es una empresa orientada a ofrecer cordón industrial de calidad, a precios razonables, en base al cumplimiento y entregas justo a tiempo y cumpliendo con las exigencias del cliente.

6.1.3.3 Visión

Ser una empresa que lidere el mercado de la zona norte de Imbabura, y del país convirtiéndonos en los próximos cinco años en exportadores de cordón industrial a nivel de mercados internacionales, generando competitividad, productividad y eficiencia en la actividad textil.

6.1.4 Organización y funcionalidad de la empresa

6.1.4.1 Organigrama estructural



Elaboración: La autora

6.1.4.2 Manual de Funciones

Departamento: Gerencia

Cargo: Gerente General (propietario)

En este tipo de microempresas, se necesita un líder que oriente, guíe a las personas que participan en esta iniciativa para luego someter a parecer a los actores de la organización para la respectiva selección, él mismo que se encargará de asumir las funciones de cargo, pero no se puede descartar que, aunque sea desde el ángulo de lo empírico, la persona que dirija un grupo de producción debe reunir ciertas características especiales, que posibiliten el buen desempeño de la pequeña empresa y la lleven hasta el logro de los objetivos predeterminados.

Entre otras cualidades, el gerente debe tener las siguientes características:

- Liderazgo, Persona a la que un grupo sigue reconociéndola como jefe u orientador (a).
- Carisma, que es un don muy especial, mediante el cual la persona tiene la capacidad de atraer, fascinar en beneficio de la organización.
- Pensamiento diferente, que tenga ideas propias para crear, innovar, cambiar.
- Capacidad de organización de grupos de trabajo.
- Amplia visión sobre procesos de producción y estrategias de ventas.
- Tomar decisiones
- Liderar grupos.

Entre las competencias que debe poseer son:

- Aplicación de análisis financiero
- Manejo de gestión empresarial
- Diseñador de planes estratégicos y del POA de una institución
- Manejo del personal.

Funciones principales:

- Dirigir y controlar la actividad laboral del personal.
- Conformar un grupo de trabajo en el cual será un eje principal de actividad, tanto en la planificación como en la fase operativa.
- Procurar que los movimientos administrativos, financieros y operativos se adecuen a un modelo organizado, eficiente y eficaz.
- Estar siempre pendiente de un monitoreo de todas las actividades, permitiendo la reingeniería de procesos en las situaciones que lo ameriten.

Requisitos mínimos:

- Título profesional en Administración o Contabilidad o ingeniero textil..

- Conocimiento de la elaboración textil y diseños.
- Experiencia mínima 1 año.
- Conocimientos básicos sobre contabilidad microempresarial.

Departamento: Contabilidad

Cargo: Contadora-C.P.A

Funciones directas:

- Encargada de llevar las cuentas contables de la microempresa en forma clara y transparente.
- Se encargará de realizar declaraciones tributarias y anexos SRI, de la micro empresa en el SRI
- Elaboración de retenciones en la fuente a los proveedores y trabajadores y declarar al SRI.
- Ingreso al personal y pagos de nómina.
- Se encargará de la coordinación con la gerencia para pagos a los proveedores
- Organizará, planificará y controlará el cumplimiento de procedimientos en el área de trabajo de acuerdo a normas técnicas.
- Llevará archivos de facturas, notas de venta, órdenes de compra, recibos, kárdex, requisiciones, comprobantes de egreso de caja, comprobantes de ingreso de caja, comprobante de retiro de cuentas, comprobante de depósito de cuentas, comprobante de retención como respaldo para los balances.
- Responsable de la organización de los archivos de forma cronológica.
- Las decisiones son coordinadas con la gerencia.
- Es el responsable del manejo de caja chica.
- Elaboración de Estados Financieros.

Requisitos mínimos:

- Título profesional en Contabilidad .C.PA
- Experiencia mínima 2 años.

Departamento: Producción

Cada uno de las áreas de producción se organizará en relación a las características de las tareas, actividades que se realicen en su espacio, procurando la asignación de un supervisor de trabajo. Será una norma especial de la microempresa que cada persona realice las actividades relacionadas con su perfil operativo.

Los colaboradores de este departamento en labores encaminadas al aumento en el volumen de producción de cordón industrial, son:

Operarios y operarias:

- Seleccionador (a) de la materia prima
- Operador (a) de maquinaria
- Encarretador
- Bodeguero
- Empacadores

Requisitos:

- Título de Bachiller
- Conocimiento de manejo de máquinas industriales
- Certificados de honorabilidad

DEPARTAMENTO: COMERCIALIZACIÓN

Cargo: Vendedor

Funciones Principales:

- Tomará pedidos
- Realizará el empaque del cordón industrial.
- Revisará las facturas que estén de acuerdo con los pedidos.
- Manejará la documentación pertinente respecto al pedido
- Elaborará un mapa de ruta por zona y sector.

Requisitos:

- Título de Bachiller
- Actitudes positivas.
- Habilidades personales y para ventas
- Conocimientos de la empresa, de los productos y servicios que la empresa comercializa y del mercado

6.1.5 Marco Legal

En el proyecto, se constituirá como una microempresa artesanal individual, donde el único propietario del negocio llevará la dirección global, la misma que tendrá un capital de USD \$52.221,00. Se someterá a las leyes y ordenanzas municipales y tributarias, y se registrará en la Dirección Nacional de Artesanías y Microempresas, cumpliendo requisitos correspondientes; cédula de Identidad, cédula de votación, adquirir formulario de los cuales debería cumplir;

- Pago al impuesto predial
- Permiso de patente funcional
- RUC

Es importante afirmar que legalmente al afiliarse como artesano, estos tienen como beneficio estar exentos del pago de la patente. Para poder calificarse como artesano es necesario que cumpla los siguientes requisitos:

- RUC
- Cédula de identidad
- Papeleta de votación
- Pago de patente y permiso
- Calificación Artesanal

Para acogerse a la disposición de exenciones tanto en impuesto, principalmente del IVA,, es importante que se registre en el Ministerio de Industrias y Competitividad (MIC), en las oficinas de la Dirección Nacional de Artesanías y Microempresas.

Entre los beneficios de calificarse como artesano está:

- Afiliarse al Seguro Social como artesano
- Pagar la remuneración establecida para el artesano
- Obtener la patente municipal sin costo
- Obtener la licencia sanitaria sin costo

MATRIZ DE COMPETENCIAS

| IDENTIFICACION | PERFIL | COMPETENCIA | REQUISITOS |
|-------------------------|----------------|------------------------------------|------------------------------------------------|
| 1.- Gerente Propietario | INGENIERO CPA. | Liderazgo Paciencia Honradez | Cursos de Administración |
| 2.- CONTADOR (A) | CPA. | Agilidad Exactitud | Cursos de Tributación y Contabilidad Comercial |

| | | | |
|-------------------|-----------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.- VENDEDOR | BACHILLER (CBA) | Carisma Paciencia Solidaridad | Edad de 24 a40 años. Cursos y conocimientos en textilería. Edad entre 20 a 35 años. |
| 4.-3 TRABAJADORES | CICLO BÁSICO | Paciencia Solidaridad | Curso SECAP Mantenimiento máquinas |

CAPÍTULO VII

ESTUDIO DE IMPACTOS

7.1 Análisis de Impactos

Los impactos que originará la instalación de la empresa de producción y comercialización de cordones industriales en la ciudad de Atuntaqui y su funcionamiento en la zona determinada, se establecerá en base a una matriz de priorización la misma que permitirá establecer el alcance de los mismos.

7.1.1 IMPACTO ECONÓMICO

Matriz de Impactos

| Impactos | (-3) | (-2) | (-1) | 0 | (+1) | (+2) | (+3) |
|-----------------------------------|------|------|------|---|-----------|-----------|------|
| 1. Genera tributos al Estado. | | | | | | x | |
| 2. Oferta de empleo | | | | | | x | |
| 3. Estabilidad económica familiar | | | | | x | | |
| TOTAL | | | | | +1 | +3 | |

Elaboración: La autora

Total indicadores = 4

$$+1+3 = 4$$

$$4/ 3 = 1,33 = 1$$

El resultado de este análisis económico es 1 lo que demuestra una calificación positiva media.

7.1.1.1 Entrega de tributos al Estado

La entrega de los tributos constituirá la parte primordial del negocio, lo cual hará que exista la aportación económica al estado, de acuerdo al ingreso percibido del primer día hasta el establecimiento de los ingresos y utilidad del ejercicio.

7.1.1.2 Oferta de empleo

A través del mejoramiento del producto y su buena prestación, se logrará mejorar las condiciones de ingresos de la empresa, con lo cual se podrá ampliar las plazas de trabajo, no solo en el área de ventas, sino también en la parte del proceso del producto. Todo esto lograría fomentar el empleo, ampliar las oportunidades de trabajo, con lo cual se mejorarían las condiciones de vida tanto a nivel personal, como colectivo.

7.1.1.3 Estabilidad económica familiar

Con el aumento de las oportunidades de trabajo, la empresa podrá brindar estabilidad a sus trabajadores, en donde ellos poseerán un sueldo estable que le permitirá cubrir sus necesidades primordiales a fin de que sus familias se encuentren amparadas y protegidas.

7.1.2 IMPACTO COMERCIAL

Matriz de Impactos

| Impactos | (-3) | (-2) | (-1) | 0 | (+1) | (+2) | (+3) |
|-------------------------------------|------|------|------|---|-----------|-----------|------|
| 1. Imagen | | | | | x | | |
| 2. Posicionamiento del mercado | | | | | | x | |
| 3. Cobertura | | | | | | x | |
| 4. Servicio y atención al cliente | | | | | | x | |
| 5. Introducción de nuevos productos | | | | | x | | |
| 6. Precios de competencia | | | | | x | | |
| 7. Segmentación | | | | | | x | |
| 8. Competitividad | | | | | x | | |
| TOTAL | | | | | +3 | +8 | |

Elaboración: La autora

Total indicadores = 8

$$+3 +8 = 11$$

$$11 / 8 = 1,38 = 1$$

El impacto comercial tienen apariencia positiva con un coeficiente igual a 1 lo que equivale a una calificación aceptable, la misma que tiene que ser repotenciada.

7.1.2.1 Imagen

El cambiar la imagen que han ofrecido las diversas empresas que ofertan este producto en la ciudad de Atuntaqui, al ofrecer un producto de dudosa calidad y en malas condiciones, ha sido un reto muy esencial para la creación de la nueva empresa, en la cual se ha fomentado cambiar no

solo aspectos exteriores, sino también fondos en cuanto a adquisiciones de equipo de última generación, personal entrenado y de experiencia en procesamiento de cordón industrial, lo cual creará una nueva imagen corporativa.

7.1.2.2 Posicionamiento del mercado

A través de la experiencia y el conocimiento del área tanto en los productos como en el mercado textil, será necesario lograr una ubicación comercial en el área de influencia del proyecto, para lo cual se empleará todos los mecanismos para lograr su posicionamiento permanente en relación al resto de sectores comerciales de la ciudad de Atuntaqui.

7.1.2.3 Cobertura

Abarcará la entrega de productos en cordón tanto en algodón, y poliéster, tanto desde el sector textil como comercial, a nivel local, como provincial, y nacional, a fin de captar clientes potenciales, como también clientes meta y nichos de mercado que aún no han sido atendidos.

7.1.2.3 Servicio y atención al cliente

El servicio que se pretende ofrecer por parte de la empresa a crearse, será en forma personalizada, en donde se logre aplicar como una política de empresa “el cliente es la razón de ser de la empresa”.

7.1.2.4 Introducción de nuevos productos

De acuerdo al mercado y sus necesidades, se podrá establecer nuevas líneas de productos que realmente requieren las empresas textiles, innovando y mejorando el producto.

7.1.2.6 Precios de competencia
Se establecerán de acuerdo a los estudios y análisis de mercados, el precio que la competencia ofrece y el precio que el cliente estaría dispuesto a pagar por el producto, en donde no se realice una campaña absurda de competir en precios, sino establecer nuevas estrategias de captar clientes en torno al mejoramiento del servicio y la atención personalizada.

7.1.2.7 Segmentación

Se podrá hacer planes de servicios ya sea por tamaños de empresas y tipos de actividades productivas, la empresa estará segmentando su mercado a fin de llegar con el producto a mercados que aún no han sido explotados o que no se encuentran aún satisfechos.

7.1.2.8 Competitividad

El ser mejores cada día será un lema de la nueva empresa, en torno al resto de ofertantes de productos en cordón industrial existentes en la ciudad de Atuntaqui, para lo cual se programará capacitaciones constantes, como también aplicaciones de nuevas técnicas tanto para el área operacional, comercial, como para el área de atención al cliente y servicios de pre venta, venta y pos venta.

7.1.3 IMPACTO AMBIENTAL O ECOLÓGICO

Matriz de Impactos

| Impactos | (-3) | (-2) | (-1) | 0 | (+1) | (+2) | (+3) |
|---------------------------------------------|------|------|------|---|------|------|------|
| 1. Manejo de desperdicios | | | | | | x | |
| 2. Disminución de la polución ambiental | | | | | x | | |
| 3. Disminución de la contaminación auditiva | | | | | | | x |
| 4. Reciclaje de productos secundarios | | | | | | x | |
| TOTAL | | | | | +1 | +4 | +3 |

Elaboración: La autora

Total indicadores = 5

$$+1+4+3 = 8$$

$$8 / 4 = 2$$

Los impactos ambientales tienen apariencia positiva con un coeficiente igual a 2 lo que equivale a una calificación aceptable, lo que implica que hay que repotencializarla.

7.1.3.1 Manejo de desperdicios

Se establecerá un programa de control de desperdicios, en donde exista tubos de desfogue para tratamiento de aguas servidas, empleadas en labores de limpieza del área de producción, empleando producto no tóxicos, los cuales se les dará un tratamiento especial a fin de que no constituyan focos de contaminación.

7.1.3.2 Disminución de la polución (contaminación) ambiental

Se manipularán materiales para la fabricación del cordón industrial no contaminantes, los cuales se sometan a controles y que cumplan con las normas de seguridad y protección al medio ambiente.

7.1.3.3 Disminución de la contaminación auditiva

El ruido es un factor preponderante en la salud de los habitantes de un sector, para lo cual se ha estimado que el área en el cual se pretende crear la empresa, no generará ruidos que afecten a la salud auditiva de la vecindad.

7.2 ANALISIS GENERAL DE IMPACTOS DE IMPACTOS.

La ejecución del proyecto traerá para el estado y en especial para la ciudad, impactos económicos positivos, pues generará tributos, ofrecerá empleo y por ende estabilidad económica familiar. En lo comercial tenemos muy buena aceptación del producto, y con estrategias de cobertura, servicio y atención al cliente podemos tener un buen posicionamiento en el mercado.

Además nuestra microempresa estará ubicada en un lugar estratégico, barrio Santo Domingo, en la calle Luis Hidrobo y Bolívar, fuera del centro de la ciudad, evitando así la contaminación auditiva, contando con los servicios básicos indispensables, para su funcionamiento.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Del presente estudio, se ha desprendido las siguientes conclusiones y sus respectivas recomendaciones:

CONCLUSIONES

- Inexistencia de una empresa que produzca y comercialice cordón industrial en el cantón Antonio Ante.
- EL cien por ciento de las empresas de confección textil emplean el cordón industrial para su proceso de acabado en la ciudad de Atuntaqui.
- Existencia de cordones industriales que no han cumplido con las normas de las empresas textiles, especialmente en calidad.
- Desconocimiento de técnicas de producción de cordones industriales por parte de los productores textiles.
- Incremento de la demanda de cordón industrial por parte de otras actividades productivas del sector como es la zapatería.
- Existencia de una demanda insatisfecha de cordón industrial en el sector textil en Antonio Ante.
- Presencia de factores de localización adecuados para la instalación de la planta de producción del cordón industrial en la ciudad de Atuntaqui.
- Existencia al alcance de tecnología propia en el mercado ecuatoriano en maquinaria y equipo versátil útil para la producción de cordón industrial.
- Facilidad en el manejo del proceso productivo del cordón industrial y materiales al alcance en los mercados imbabureños.

RECOMENDACIONES

- Instalación de una empresa que produzca y comercialice cordón industrial en la ciudad de Atuntaqui, la misma que cubra las necesidades del sector textil.
- Planificación de la producción de cordón industrial con la instalación de la nueva empresa, a fin de abastecer en forma oportuna a las empresas textiles.
- Cumplimiento no solo en cantidad sino en calidad debería ser el lema de toda empresa productora y proveedora de cordón industrial empleados en la industria textil.
- Capacitación en nuevas técnicas y competencias para los trabajadores de las empresas productoras de cordón industrial.
- Manejo de nuevos segmentos de mercado debería ser la aplicación comercial que debe emplear la nueva empresa de cordón industrial.
- Aprovechamiento de la demanda que aún falta por cubrir mediante la implementación de una empresa con su respectiva inversión en tecnología.
- Instalación de una empresa con los debidos estudios de localización y sobre todo el efecto multiplicador que ésta puede brindar a otras.
- El manejo de cotización de precios en maquinaria y equipo debería ser la etapa inicial para la fase de inversión, identificando lugares y tipo de proveedores.
- Mediante la capacitación continua al trabajador en nuevas técnicas en manejo del proceso, control de calidad, productividad y sobre todo rendimiento debería aplicar la empresa para lograr mayor competitividad en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- ARÉVALO, G. Estudio de Mercado; 2º edición, 2008.
- BACA, U, Gabriel; Proyectos; 3 edición; 2008.
- Banco Central del Ecuador; Memorias Técnicas, 2008.
- BLANCO Adolfo. Formulación y Evaluación de Proyectos, Ediciones Torán, 4ta edición., 2009.
- Cámara de Comercio de Antonio Ante . (2010).
- CLAVIJO A, Julio; la pequeña empresa en el Ecuador; 2009.
- Diario Expreso; edición economía; 2009.
- FUNDALGODÓN; producción de algodón; 2008.
- FOLLETO INFORMATIVO ENKADOR 2011
- FIGUEROA, José Alejandro La microempresa 2008
- GARCÍA G.Flor; Gestion de Proyectos; 2007.
- HARO, Mónica; Guión de los Trámites consecutivos; 3era edición; 2009.
- INEC; Folleto informativo; 2008.

- KOONTZ M. Y O'Donell C.; Elementos de Administración.Tercera Ed. McGraw Hill, Inc. México, 2008.
- LAWRENCE, G. Administración Financiera, Octava Edición, Edit. Person, México, 2008.
- MAGAP; Cifras productivas; 2008.
- MIRANDA, Juan, (2005:195)
- MONTEROS, EdgarGestión de Microempresas, 1era Edición, 2005
- PERIÓDICO HOY; edición producción, 2010.
- POLIMENI, Fabozzi. *Contabilidad de Costos. Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones*. Tercera edición. Editorial Mc-Graw.Hill. México, 2008.
- RODRÍGUEZ, D y J.M., Carnero, "El algodón", Editorial Mundi-Prensa, España, 2009.
- SAPAG, Nassir; Proyectos de Inversión; 2008.
- SALVADOR L., J. Historia del Ecuador V6. Salvat 2º edición. Quito 2008.
- Stanton, Etzel y Walter (2009)
- SALOM, Coll, Catalina; Comportamiento Mecánico de Poliéster Insaturado Modificados con Poli, editorial Centro Nacional de Alta Tecnología; 2010.

- TORRES, Luis (2008)
- ZUMÁRRAGA, Manuel; la industria textil en Ecuador, edición 2º, 2007.

LINCOGRAFÍA

- www.atuntaquindustrial.com
- http://www.viajandox.com/imbabura/imba_antonioante_atuntaqui.htm. (s.f.).
- <http://www.ecuaquimica.com/index.php>. (s.f.).
- <http://www.educared.net/aprende/anavegar4/comunes/premiados/E/167/paginapoliester.htm>. (s.f.).
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/los-textiles-de-atuntaqui-ofrecen-empleo-a-25-mil-139942-139942.html>. (s.f.).
- <http://www.magap.gov.ec/censo/contenido/algodon1.pdf>. (s.f.).

ANEXOS

Anexo N° 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**ENCUESTA DIRIGIDA A EMPRESAS TEXTILES COMPRADORAS DE
CORDÓN INDUSTRIAL DEL CANTÓN ANTONIO ANTE**

OBJETIVO:

Identificar la demanda de cordón industrial que requiere el sector industrial y productivo del cantón Antonio Ante, a fin de establecer la cantidad, frecuencia y uso que se le da a este tipo de producto, así como su aceptación en la creación de una nueva microempresa en el mercado.

INSTRUCCIONES:

- Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla
- La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de las respuestas
- Marque con una sola X en el paréntesis según corresponda su respuesta.

Fecha: _____

Sector: _____

INFORMACIÓN BÁSICA

1. ¿En los productos que confecciona, utiliza cordón industrial?

Si ()

No ()

2. ¿Dónde adquiere el cordón industrial?

Atuntaqui ()

Ibarra ()

Otavalo ()

Quito ()

3. ¿Los principales canales de distribución para la adquisición de cordón industrial ?

Empresas Productoras ()

Distribuidoras ()

4. ¿Qué cantidad de cordón adquiere a la semana?

Menos de 14 carretes ()

Entre 14 a 16 carretes ()

Entre 17 a 20 carretes ()

Entre 21 a 25 carretes ()

Más de 25 carretes ()

5. ¿Con que frecuencia adquiere este tipo de cordón?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Mensualmente ()

Semestralmente ()

6. ¿La calidad del cordón que adquiere actualmente es ?

Excelente ()

Buena ()

Regular ()

Mala ()

7. ¿Cree usted que el precio del cordón que compra es?

Caro ()

Aceptable ()

Barato ()

8. ¿Considera usted necesario que se cree una microempresa que produzca y comercialice cordones industriales en el cantón Antonio Ante?

SI () NO ()

¿Por qué?.....

Encuestadora: _____

Datos técnicos:

Edad del encuestado: <18 años () 18-30() 31-40 () 41-50 () + 50 años ()

Instrucción: Primaria () Secundaria () Superior () Ninguna ()

Dirección domiciliaria:

Anexo Nº 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**ENCUESTA DIRIGIDA A PRODUCTORES-COMERCIALIZADORES DE
CORDÓN INDUSTRIAL DE IMBABURA Y PICHINCHA**

OBJETIVO: Identifica la oferta de cordón industrial existente en la zona de influencia, a fin de establecer el tipo de producto, la calidad, volumen y frecuencia de entrega, características y usos del mismo y grado de aceptación alcanzado a nivel de las empresas industriales.

Ciudad: _____

Empresa: _____

Cargo: _____ Experiencia en la actividad: _____

1. ¿Qué tipo de proceso productivo aplica usted en la producción de los cordones industriales?

- b. Continuo ()
- c. Órdenes de Producción ()

2. ¿Qué tipo de estándares debe cumplir el proceso de producción de los cordones industriales?

- a.- De calidad ()
- b. Resistencia ()
- c. Flexibilidad ()
- d. Otros () ¿Cuáles? _____

3. ¿Qué tipo de maquinaria se requiere para la confección del cordón industrial?

4. ¿Cuántas personas trabajan en su empresa?

Menos de 5 personas ()

Entre 5 a 10 personas ()

Más de 10 personas ()

5. ¿Cuánto tiempo utiliza en la producción de un carrete de 200 metros de cordón industrial?

Menos de 15 a 30 minutos ()

Entre 30 minutos a 1 hora ()

Entre 1 a 2 horas ()

Más de 2 horas ()

6. ¿Actualmente a qué capacidad de producción trabaja su empresa?

Menos del 50% ()

Entre el 50% al 80% ()

Entre el 80% al 90% ()

Al 100% ()

7. ¿Qué tipo de cordón industrial produce/comercializa?

8. ¿Qué cantidad diaria entrega usted de cordón industrial?

Menos de 50 carretes ()

Entre 50 a 100 carretes ()

Entre 101 a 200 carretes ()

Más de 200 carretes ()

9. ¿Cómo determina el precio de venta del cordón industrial?

Según el costo ()

Según el mercado ()

Los dos anteriores ()

Otros () ¿Cuáles? _____

10. ¿A qué mercados entrega usted su producción?

Imbabura ()

Carchi ()

Pichincha ()

Otros () ¿Cuáles? _____

11. ¿Cuáles son sus principales canales de distribución aplicadas para la entrega del cordón industrial?

Lo hacen en forma directa ()

Por intermediarios ()

12. ¿Qué medios de comunicación utiliza para dar a conocer el cordón industrial?

Televisión ()

Radio ()

Prensa ()

Otros () ¿Cuáles? _____

13. ¿Qué estrategias de promoción aplica para incentivar la compra del cordón industrial?

Descuentos ()

Incentivos por la compra ()

Muestras gratuitas ()

Otros () ¿Cuáles? _____

Encuestadora: _____

ANEXO Nº 4
MÁQUINA CORDONERA





Materia Prima - Poliéster



Materia Prima - Algodón



Cordón Terminado

