



**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
ETIQUETAS PARA PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE
ATUNTAQUI”.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.**

**AUTOR: REYES, V. Jhonnatan F.
ASESOR: ING. CHILQUINGA, Manuel.**

IBARRA, DICIEMBRE DEL 2012.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la factibilidad de la creación de una micro-empresa, de producción y comercialización de etiquetas para prendas de vestir unisex en la zona textil de Atuntaqui, pretendiendo generar dentro de los productores de prendas una fluidez mucho más amplia del insumo, de manera que a futuro se trabaje de forma directa con la ayuda de la cámara de la pequeña industria. Por lo cual el presente trabajo está constituido de siete capítulos, cada uno de ellos con su relativa importancia y encadenados a un fin, en el diagnóstico estratégico situacional que se realizó, dio como resultado la identificación de aspectos relacionados a las cuatro variables del diagnóstico externo: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que existan dentro del medio, para la comercialización de etiquetas en el sector de Atuntaqui, en el marco teórico se delimitó a través de las diferentes técnicas de investigación como: libros y páginas de web tendrán peso con respecto al tema investigado. En el estudio de mercado se confirma la aceptación positiva o negativa del producto a ofertar, posteriormente en el estudio técnico se pudo establecer el tamaño del proyecto, localización, ingeniería, etc., los cuales se elaboró con datos actuales, escogiendo alternativas más óptimas del funcionamiento de la microempresa, para luego pasar al estudio económico financiero donde se da a conocer toda la inversión: ingresos, gastos y estados a proyectar para cinco años, para determinar la factibilidad del proyecto y el período de recuperación de la inversión, avanzando con ello en la propuesta consta de misión, visión y estructura orgánica funcional, finalmente se hizo un análisis de los impactos los cuales incidirán en el proyecto como en las decisiones que se tomen, las conclusiones y recomendaciones que se han ido determinando durante la elaboración de la investigación, mediante los logros, hallazgos y datos relevantes que se encontraron en el transcurso de la indagación del proyecto brindan los resultados de implantación.

EXECUTIVE SUMMARY

The present investigation aims to determine the feasibility of creating a micro-business, production and marketing of labels for unisex apparel textile area Atuntaqui, its goal is the flow of inputs between producers of garments, so as to work directly with the help of the camera small industry. Which is made up of seven chapters, each with their relative importance and chained to an end. The strategic assessment was conducted situational, led to the identification of aspects related to the four external diagnostic variables: partners, opponents, opportunities and risks that exist within the medium for marketing labels Atuntaqui sector in the delimit theoretical framework through various investigative techniques, books and web pages will have weight with respect to the subject investigated. In the market study confirms the positive or negative acceptance of the product to offer, within the technical study could set the project size, location, engineering, etc. Which was developed with current data, choosing optimal alternatives microenterprise performance. In the financial economic study discloses all investment, income, expenses and projected financial statements for five years, of the project and the recovery period of investment, thereby advancing in the proposal includes mission, vision and functional organizational structure, finally, an analysis of the impacts which will affect the project as decisions are taken, the conclusions and recommendations have been determining for the development of research by the achievements, findings and relevant data were found during the investigation of the project provide the results of implementation.

AUTORÍA

Yo, **JHONNATAN FERNANDO REYES VÁSQUEZ**, portador de la cédula de ciudadanía Nro. 100325249-9, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ETIQUETAS PARA PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI**”, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi exclusiva responsabilidad.

Jhonnatan Fernando Reyes Vásquez.

C.I. 100325249-9

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por el egresado **JHONNATAN FERNANDO REYES VÁSQUEZ** para optar por el título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ETIQUETAS PARA PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI”**, considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 18 días del mes de Diciembre del 2012.

ING. MANUEL CHILQUINGA.
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO.



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

Yo, **JHONNATAN FERNANDO REYES VÁSQUEZ**, portador de la cédula de ciudadanía Nro. 100308434-8 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 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 ETIQUETAS PARA PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI”**, que ha sido desarrollado para optar el título de **INGENIERÍA 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 autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

En la ciudad de Ibarra a los 18 días del mes de Diciembre del 2012.

Jhonnatan Fernando Reyes Vásquez.

C.I. 100325249-9



BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100325249-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	REYES VÁSQUEZ JHONNATAN FERNANDO		
DIRECCIÓN:	ATUNTAQUI, CALLE BOLÍVAR Y OLMEDO (ESQUINA)		
EMAIL:	jhonn_1888@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062907641	TELÉFONO MÓVIL:	0991338391
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ETIQUETAS PARA PRENDAS DE VESTIR EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI		
AUTOR:	REYES VÁSQUEZ JHONNATAN FERNANDO		
FECHA:	2012-12-21.		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, C.P.A.		
ASESOR /DIRECTOR:	ING. MANUEL CHILIQUEA.		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Jhonnatan Fernando Reyes Vásquez, con cédula de ciudadanía Nro. 100325249-9, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 31 días del mes de Julio del 2012.

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Jhonnatan Fernando Reyes Vásquez.

C.C.: 100325249-9

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

A mi madre, hermano, esposa e hijo, por ser la luz que tiene la vida en cada uno de los sueños por realizar, enseñando que todo el valor y toda la fuerza se da en un solo abrazo, que dentro de todas las preocupaciones me dan fe para brillar en cada una de mis metas.

A Dios, por llevarme a su lado a lo largo de esta vida, siempre llenándome de alegría y gozo dándome valor, perseverancia y fuerza para afrontarlo en los momentos difíciles, y capacidad para disfrutarlo en los momentos felices.

Jhonnatan Reyes.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por haber estado siempre conmigo guiándome para culminar este proyecto, luego a mi asesor de Trabajo de Grado, Ing. Manuel Chilibingua quien con profesionalismo me guió y colaboró en el desarrollo de todo el proceso investigativo.

No puedo dejar de agradecer a los profesores de la facultad por sus consejos y ayuda desinteresada, con el único fin de desenvolverme en el ámbito profesional.

Gracias a todas y cada una de las personas que participaron en la investigación realizada, ya que invirtieron su tiempo y conocimientos para ayudarme a completar mi proyecto de tesis.

Jhonnatan Reyes

PRESENTACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de etiquetas para prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui, el cual busca aportar al crecimiento económico y social del sector, elevando el nivel de ingresos familiares y posibilitando el mejoramiento de la calidad de vida. Para demostrar la viabilidad del proyecto se realizó el análisis de los siguientes capítulos:

El primer capítulo es el diagnóstico situacional el cual proveerá información sobre la situación actual de la empresa, sus aliados, riesgos, oponentes y oportunidades, analizando la posible inversión a través de un análisis situacional del entorno donde se ejecutará el proyecto.

El segundo capítulo hace referencia a las bases teóricas-científicas y técnicas, en donde se recoge y analiza las teorías de muchas investigaciones y guía a la investigación del proyecto.

El tercer capítulo es a través del estudio de mercado, en el cual se analiza el comportamiento de la oferta y demanda con el fin de avizorar la aceptación o no del producto, permitiendo realizar estimaciones de las mismas.

Dentro del cuarto capítulo se detalla el estudio técnico e ingeniería del proyecto, tomando en cuenta la macro localización y micro localización, la distribución y diseño de la empresa proveedora de etiquetas, conformando todo lo referente en condiciones adecuadas para el desarrollo del proyecto.

En el capítulo quinto que es el estudio financiero, consta la inversión que se requiere, con esto se logra establecer el estado de resultados, también se realiza la evaluación de la inversión mediante los cálculos operacionales, y se prueba si existe o no la viabilidad del proyecto.

En el capítulo seis tenemos la estructura organizacional y administrativa del proyecto se plantea el análisis interno administrativo y la constitución legal, tomando como base la misión, visión, el orgánico estructural y funcional de la empresa proveedora de etiquetas.

Por último dentro del capítulo siete tenemos el análisis de los impactos como posibles consecuencias que se puede presentarse en la ejecución del proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, con lo que se trata de establecer la bondad y los efectos que tiene el proyecto, por medio del diseño de la matriz de impactos.

Para finalizar se ha redactado conclusiones a las que se ha llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigado.

También se formulan varias recomendaciones que serán importantes seguirlas para solucionar posibles inconvenientes en la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de factibilidad elaborado.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PAG.
Tema:.....	I
Resumen ejecutivo	II
Executive summary.....	III
Autoría	IV
Certificación	V
Cesión de derechos de autor del trabajo de grado a favor de la Universidad Técnica del Norte	VI
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte	VII
Dedicatoria.....	IX
Agradecimiento	X
Presentación	XI
Introducción	XXXIV
Capítulo I	37
Diagnóstico situacional	37
Antecedentes de la ciudad de Atuntaqui.....	37
Objetivos.....	38
General	38
Específicos.....	38
Variables diagnósticas e indicadores.....	38
Mipymes textiles	38

Estructura administrativa	38
Producción	39
Comercialización	39
Matriz de relación diagnóstica	40
Identificación de la población	42
Diseño de instrumentos de investigación	42
Entrevista	42
Resumen de la entrevista.....	42
Evaluación de la información.....	51
Construcción de la matriz de resultados	52
Cruces estratégicos de la matriz diagnóstica	53
Cruce estratégico aliados – oportunidades	53
Cruce estratégico aliados – riesgos	53
Cruce estratégico oponentes- oportunidades.....	53
Cruce estratégico oponentes-riesgos.....	54
Identificación del problema diagnóstico.....	54
Capítulo II.....	56
Marco teórico.....	56
La empresa	56
Definición.....	56
La microempresa.....	57

Definición	57
Objetivos de la microempresa.....	59
Características de la microempresa.....	59
Clasificación de la microempresa	60
Ventajas.....	61
Desventajas	61
Fuentes de financiamiento de la microempresa.....	61
Líneas de crédito	61
Plazos de crédito	61
Tasas de interés.	62
Compañía limitada.....	62
Características	62
Constitución	62
Sociedad anónima	63
Definición	63
Características de la sociedad anónima	64
Constitución	64
Estudio de mercado	64
Producto	65
Oferta.....	65
Proyección	66

Demanda.....	66
Precio	67
Comercialización	67
Estudio técnico	68
Tamaño del proyecto.....	68
Capacidad de diseño.....	69
Capacidad máxima.....	69
Localización del proyecto	69
Macro localización.....	70
Micro localización	70
Ingeniería del proyecto.....	70
Proceso productivo.....	71
Diseño de instalaciones y distribución de la planta	71
Tecnología.....	71
Tnversiones.....	72
Estudio financiero.....	72
Ingresos	72
Egresos	73
Mano de obra directa	73
Materia prima directa.....	74
Gastos de fabricación.....	74

Gastos administrativos.....	75
Gastos de ventas	75
Evaluadores financieros.....	76
Valor actual neto (VAN)	76
Tasa interna de retorno (TIR).....	76
Beneficio costo (B/C)	77
Recuperación de la inversión (PRI)	77
Punto de equilibrio	77
Estructura organizacional	78
Misión	78
Visión	79
Contabilidad.....	79
Importancia de la contabilidad	80
Objetivos.....	81
Ecuación contable.....	81
Activo	81
Pasivo	81
Ppatrimonio.....	82
Partida doble de cuenta “t”	82
Debe	82
Haber	82

Saldo	82
Presentación de estados financieros.....	83
Definición.....	83
Características cualitativas de la información financiera	84
Presentación de los estados financieros	85
Encabezamiento.....	85
Texto	85
Firmas de legalización.....	85
Clases de estados financieros.....	86
Balance general o estado de situación financiera.	86
El estado de resultados	86
El estado de variaciones en el capital contable.....	86
El estado de flujo de efectivo.....	86
Estado de situación financiera.....	86
Estado de resultados integrales	87
Estado de cambios en el patrimonio neto	88
Estado de flujo de efectivo	89
Notas a los estados financieros.....	90
La administración	91
Definición.....	91
El proceso administrativo	92

Planeación	92
Organización.....	92
Dirección	92
Coordinación.....	92
Control	93
Niveles administrativos	93
Legislativo	93
Directivo.....	93
Asesor.....	93
Operativo	93
Auxiliar	93
Descentralizado	94
Proceso de calidad	94
Definición	94
Impactos del proyecto.....	95
Etiqueta.....	95
Tipos de etiqueta	95
Autoadhesivas.....	95
Aadhesivas	96
Bordadas	96
Estampadas	96

Cuero	96
Etiquetas de carton	96
Cintas.....	96
Caucho.....	96
Etiquetas tejidas.....	97
Metal	97
Técnica de optimización	97
Cutsonic plus.....	97
Ultra-definición	97
Características a cumplir en la etiqueta	97
Identificación del producto o marca.....	97
Descripción.....	97
Diseño gráfico atractivo	98
Actualización	98
Información.....	98
Capítulo III	99
estudio de mercado.....	99
Presentación	99
Identificación del producto.....	99
Características del producto.....	99
Tipos y diseños	100

Colores y tamaños	100
Características de uso	101
Mercado meta	102
Segmentos de mercado	102
Aspecto económico.....	104
Aspecto tecnológico.....	104
Aspecto productivo	104
Identificación de la demanda	105
Marco muestral o universo.....	105
Tamaño de la muestra	105
Metodología de la investigación de campo	106
Evaluación y tabulación información.....	106
Características de los demandantes.....	122
El consumidor para el proyecto.....	123
Demanda actual	124
Proyección de la demanda	125
Fórmula despejada	126
Proyección de la demanda total.....	129
Análisis de competencias	129
Factores que afectan la oferta	129
Proyección de la oferta aceptada.....	130

Proyección de la oferta total	130
Proyecciones de precio, costos y flujos de caja	130
Análisis de la comercialización del producto	131
Producto	131
Calidad	131
Marca	132
Diseño	132
Empaque	133
Precio	133
Plaza	133
Promoción y publicidad	134
Conclusiones del estudio de mercado.....	135
Capítulo IV.....	136
Estudio técnico e ingeniería del proyecto.....	136
Estudio técnico	136
Macrolocalización.....	136
Microlocalización	139
Matriz de factores.....	140
Matriz de factores ponderada.....	141
Diseño de instalaciones	144
Tamaño del proyecto.....	146

Ingeniería del proyecto.	146
Talento requerido.....	146
Diagrama de bloques.....	148
Flujograma de procesos	149
Flujograma de operación	151
Inversiones.....	152
Valoración de inversiones	152
Requerimiento de la inversión fija.....	153
Terreno	153
Edificio	153
Equipo de cómputo	154
Equipo de oficina	154
Muebles de oficina.....	155
Maquinaria	155
Tecnología del proyecto.....	156
Requerimiento de la inversión variable	156
Requerimiento de la inversión diferida.....	157
Activos diferidos.....	157
Constitución y legalización de la empresa	157
Capítulo V	159
Estudio económico y financiero	159

Resumen de la inversión	159
Plan de inversión.....	160
Cálculo del costo de oportunidad	162
Costo de oportunidad	162
Cálculo del trm (tasa de rendimiento medio)	163
Proyecciones.....	163
Distribución de la producción	163
Ingresos	164
Ingresos proyectados	164
Ventas proyectadas.....	165
Gastos y costos proyectados	166
Mano de obra directa	166
Sueldos administrativos	167
Gastos administrativos	168
Costos del proyecto.....	170
Materia prima directa.....	170
Costos indirectos de fabricación.....	170
Gastos de venta	171
Gasto servicios básicos.....	172
Gastos financieros.....	174
Depreciación de activos fijos y amortizaciones	176

Depreciaciones	176
Amortizaciones	180
Estado de situación inicial.....	181
Proyección del estado de pérdidas y ganancias	182
Proyección del flujo de caja	184
Periodo de recuperación de la inversión (pri).....	187
Beneficio costo.....	187
Tasa interna de retorno (tir)	188
Valor actual neto (van).....	188
Punto de equilibrio del proyecto.....	188
Capítulo VI	192
Estructura organizacional y administrativa del proyecto	192
Nombre o razón social de la empresa	192
Misión	192
Visión	192
Estructura administrativa	193
Organigrama estructural de posicionamiento.....	193
Nivel ejecutivo: gerente general.....	193
Nivel operativo:	193
Nivel auxiliar: secretaria	193
Organigrama estructural de posicionamiento personal.....	194

Descripción de funciones	194
Detalle de las funciones	194
Gerente general	195
Ssecretaria	195
Supervisor administrativo financiero cpa	196
Operario de maquinaria.....	196
Matriz de personal y evaluación	197
Capítulo VII.....	200
Principales impactos	200
Matriz de impactos	200
Impacto socioeconómico:	201
Impacto comercial	202
Impacto empresarial.....	203
Impacto educativo	204
Impacto ético	205
Impacto ambiental	206
Impacto general.....	207
Conclusiones.....	208
Recomendaciones.....	210
Bibliografía	212
Lincografía.....	215
Anexos.....	216

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO	PAG.
Cuadro nro. 1: Matriz de relación diagnóstica.....	40
Cuadro nro. 2: Construcción de la matriz de resultados	52
Cuadro nro. 3: Clasificación de la microempresa.....	60
Cuadro nro. 4: Contextura física	100
Cuadro nro. 5: Tamaños de las etiquetas	101
Cuadro nro. 6: Segmentación de mercado	103
Cuadro nro. 7: Cargos más destacados	106
Cuadro nro. 8: Años de funcionamiento.....	107
Cuadro nro. 9: Origen de compra de etiquetas	108
Cuadro nro. 10: Razones de actividad.....	109
Cuadro nro. 11: Personal de la empresa	110
Cuadro nro. 12: Dedicación de la empresa.....	111
Cuadro nro. 13: Origen del capital de trabajo	112
Cuadro nro. 14: Nivel de consideración	113
Cuadro nro. 15: Proveedores de insumos	114
Cuadro nro. 16: Despacho del producto	115
Cuadro nro. 17: Precio estimado	116
Cuadro nro. 18: Otros insumos	117
Cuadro nro. 19: Tipos de etiquetas.....	118

Cuadro nro. 20: Aceptable o no el insumo	119
Cuadro nro. 21: Tamaños a adquirir.....	120
Cuadro nro. 22: Consumo histórico.....	121
Cuadro nro. 23: Información general mipymes.....	122
Cuadro nro. 24: El consumidor para el proyecto	123
Cuadro nro. 25: Demanda actual	124
Cuadro nro. 26: Promedio de consumo.....	125
Cuadro nro. 27: Cuadro normalizado	126
Cuadro nro. 28: Cálculos de fórmula.....	127
Cuadro nro. 29: Proyección de consumo	127
Cuadro nro. 30: Proyección de la demanda total	129
Cuadro nro. 31: Proyección de la oferta total	130
Cuadro nro. 32: Precio de las etiquetas	131
Cuadro nro. 33: Lugares opcionales	139
Cuadro nro. 34: Matriz de factores.....	140
Cuadro nro. 35: Matriz de factores ponderada.....	141
Cuadro nro. 36: Desarrollo de la matriz ponderada.....	142
Cuadro nro. 37: Diseño de instalaciones.....	144
Cuadro nro. 38: Talento requerido	147
Cuadro nro. 39: Flujograma de procesos	149
Cuadro nro. 40: Simbología operativa.....	150

Cuadro nro. 41: Plantilla de producción	151
Cuadro nro. 42: Descripción de la inversión	152
Cuadro nro. 43: Valoración de inversiones	152
Cuadro nro. 44: Terreno	153
Cuadro nro. 45: Edificio	153
Cuadro nro. 46: Equipo de cómputo	154
Cuadro nro. 47: Equipo de oficina.....	154
Cuadro nro. 48: Muebles de oficina	155
Cuadro nro. 49: Maquinaria	155
Cuadro nro. 50: Capital de trabajo.....	156
Cuadro nro. 51: Activos diferidos	157
Cuadro nro. 52: Constitución de la empresa.....	158
Cuadro nro. 53: Inversión inicial	160
Cuadro nro. 54: Datos de entrada.....	160
Cuadro nro. 55: Plan de inversión.....	161
Cuadro nro. 56: Capital de trabajo o inversión variable	162
Cuadro nro. 57: Costo de oportunidad.....	162
Cuadro nro. 58: Volumen de producción	164
Cuadro nro. 59: Ingresos proyectados.....	164
Cuadro nro. 60: Ventas proyectadas	165
Cuadro nro. 61: Costo operación proyectado	166

Cuadro nro. 62: Salario basico unificado.....	166
Cuadro nro. 63: Proyección de mano de obra directa	167
Cuadro nro. 64: Proyección de sueldos administrativos.....	168
Cuadro nro. 65: Gastos administrativos	168
Cuadro nro. 66: Suministros de oficina mensual	169
Cuadro nro. 67: Materia prima directa.....	170
Cuadro nro. 68: Costos indirectos de fabricación.....	171
Cuadro nro. 69: Gastos de venta	171
Cuadro nro. 70: Gasto publicidad.....	171
Cuadro nro. 71: Distribución de áreas.....	172
Cuadro nro. 72: Detalle de los servicios básicos.....	172
Cuadro nro. 73: Rol de pagos del recurso humano del proyecto	173
Cuadro nro. 74: Tabla de amortización	174
Cuadro nro. 75: Depreciación de muebles y enseres.....	176
Cuadro nro. 76: Depreciación de equipo de computación.....	177
Cuadro nro. 77: Depreciación de equipo de oficina.....	177
Cuadro nro. 78: Depreciación maquinaria	178
Cuadro nro. 79: Depreciación edificio	178
Cuadro nro. 80: Depreciación total anual	179
Cuadro nro. 81: Amortización total	179
Cuadro nro. 82: Amortización del el estudio de factibilidad.....	180

Cuadro nro. 83: Estado de situación inicial.....	181
Cuadro nro. 84: Proyección del estado de pérdidas y ganancias	182
Cuadro nro. 85: Proyección del flujo de caja	184
Cuadro nro. 86: Flujos de efectivo actualizados	187
Cuadro nro. 87: Proyección punto de equilibrio	189
Cuadro nro. 88: Resumen de los indicadores de la evaluación financiera	191
Cuadro nro. 89: Matriz de personal y evaluación.....	197
Cuadro nro. 90: Escala de valoración	200
Cuadro nro. 91: Matriz de impactos socioeconómico	201
Cuadro nro. 92: Matriz de impacto comercial	202
Cuadro nro. 93: Matriz de impacto empresarial	203
Cuadro nro. 94: Matriz de impacto educativo	204
Cuadro nro. 95: Matriz de impacto ético	205
Cuadro nro. 96: Matriz de impacto ambiental	206
Cuadro nro. 97: Matriz de impacto general.....	207

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PAG.
Gráfico nro. 1: Cargos más destacados.....	106
Gráfico nro. 2: Años de funcionamiento.....	107
Gráfico nro. 3: Origen de la compra de etiquetas	108
Gráfico nro. 4: Razones de actividad.....	109
Gráfico nro. 5: Personal de la empresa	110
Gráfico nro. 6: Dedicación de la empresa	111
Gráfico nro. 7: Origen del capital de trabajo	112
Gráfico Gráfico nro. 8: Nivel de consideración.....	113
Gráfico nro. 9: Proveedores de insumos.....	114
Gráfico nro. 10: Despacho del producto	115
Gráfico nro. 11: Precio estimado.....	116
Gráfico nro. 12: Otros insumos	117
Gráfico nro. 13: Tipos de etiquetas	118
Gráfico nro. 14: Aceptable o no el insumo	119
Gráfico nro. 15: Tamaños a adquirir	120
Gráfico nro. 16: Consumo histórico.....	121
Gráfico nro. 17: Consumo proyectado	128
Gráfico nro. 18: Estilo de marca.....	132
Gráfico nro. 19: Tipos y diseños de etiquetas.....	132

Gráfico nro. 20: Tipo de canal de comercialización.....	133
Gráfico nro. 21: Diseño hoja volante	134
Gráfico nro. 22: Mapa de imbabura.....	137
Gráfico nro. 23: Mapa zonal de imbabura	138
Gráfico nro. 24: Mapa del lote de referencia	141
Gráfico nro. 25: Lote de referencia.....	143
Gráfico nro. 26: Diseño de las instalaciones	145
Gráfico nro. 27: Punto de equilibrio	190
Gráfico nro. 28: Gráfico de la empresa	192

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

CONTENIDO	PAG.
Diagrama N°1: Diagrama de bloques.....	148
Diagrama N°2: Estructura organizacional.....	194

INTRODUCCIÓN

Este proyecto es importante por ser una empresa productora y comercializadora que se encuentra dentro del sector industrial, se le considera como una de las mayores ventajas para optimización de recursos internos por lo cual dará un realce al sector, preservando la autenticidad de los objetivos trazados y dentro de la zona propiciará ventajas y soluciones a diversas problemáticas, generando beneficios integrales.

Siendo los beneficiarios directos los productores del sector y los consumidores como indirectos, esto se realizará por medio de una autenticidad de resultados obtenidos.

El interés y las expectativas del proyecto comprometen a la reducción de costos en el campo productivo, ya que situándose dentro del sector no habría exceso de cobro en transporte o recargos al entregar la mercadería, con el fin de conformar un interés en la asociación de la pequeña industria, y por otro lado el impacto laboral que generará el aumento de trabajo para personas del lugar dará un efecto multiplicador para las familias de los obreros.

La originalidad del rendimiento generado en la comunidad es efectiva y salvaguarda una gran perspectiva de confianza y sustentabilidad, por lo cual trata de que dentro los parámetros establecidos conlleve al éxito y engrandecimiento de los sectores que generan actividad económica, inyectando aportes de interés y ejecución a la zona, por tal motivo la construcción de un proyecto de estas características es necesario y urgente en la ciudad de Atuntaqui, enfocándonos en el futuro como entes de la generación de empleo, de producción y de ejemplo para diferentes ciudades del Ecuador que tienen mucho potencial pero no saben cómo ponerlo en marcha para la calidad de sus productos y sectores como ente social.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una micro-empresa, de producción y comercialización de etiquetas para prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui.

ESPECÍFICOS

- Diseñar el diagnóstico situacional nuestra ubicación.
- Identificar las bases teóricas-científicas sobre los temas que se va a tratar en el proyecto.
- Reconocer el mercado donde ejercerá nuestra microempresa.
- Elaborar la estructura de las instalaciones de nuestra microempresa.
- Realizar el estudio económico identificando las respectivas variables.
- Identificar los diferentes impactos nuestro proyecto.

PRINCIPALES IMPACTOS

- **IMPACTO SOCIOECONÓMICO**

Generar beneficio a la colectividad y conformar el bienestar social.

- **IMPACTO COMERCIAL**

Determinar la sustentabilidad del proyecto a efectuarse en la zona, tratando de medir rentabilidad a generar.

- **IMPACTO EMPRESARIAL**

Tratar de medir el desarrollo empresarial dentro de la zona aprovechando la productividad y la aceptación del insumo.

- **IMPACTO EDUCATIVO Y ÉTICO**

Generar conocimientos nuevos y retroalimentar los ya empleados con los participantes del proyecto fomentando la honestidad y el respeto.

- **IMPACTO AMBIENTAL**

Reflexionar sobre el deterioro del ambiente y lo dañino que puede ser el mal manejo de desechos en las empresas de insumos.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

La ciudad de Atuntaqui está situada a 12 Km. al Sur Oeste de la ciudad de Ibarra y al Noroeste de la provincia de Imbabura con una latitud de 0.3333333, y una longitud de -78.2166667, con un aproximado de 45.184 habitantes y tiene la siguiente distribución étnica: la mayoría la constituyen los mestizos (75%), seguidos por los indígenas (18%) y con una escasa población negra (5%) y la población blanca (2%). La cabecera cantonal es Atuntaqui, la cual se encuentra junto a la parroquia urbana Andrade Marín. Las parroquias rurales son: San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya. Se caracteriza por un clima templado seco con una temperatura promedio de 16°C y una altura de 2.387 m.s.n.m. la actividad principal de la zona es la producción textil. Hoy en día esta ciudad ha ido creciendo de manera notable ya que consta con muchas empresas de producción y comercialización de diversas prendas y productos, el exagerado consumo de materias primas e insumos muchas veces ha ido entorpeciendo el proceso de acabado de las prendas, generando al productor una pérdida, en lo cual dentro del sector no existe una empresa que sea productora y distribuidora directa de etiquetas en tela para prendas de vestir; se ha dejado de lado el asunto de insumos dentro del área textil, siendo de suma importancia para la comercialización del producto y por lo cual retrasa el proceso productivo y la captación eficiente de recursos monetarios, tomando en cuenta que Atuntaqui viste al 20% del Ecuador a través de sus almacenes, ferias textiles y la movilización de sus productores a las principales ciudades del país.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Elaborar el diagnóstico situacional del entorno empresarial textil en la ciudad de Atuntaqui, para identificar sus aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del sector.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- Establecer el número de mi pymes textiles existentes en el sector.
- Determinar la estructura administrativa de las mi pymes textiles del sector.
- Identificar los sistemas de producción utilizados por las mi pymes textiles de Atuntaqui.
- Analizar los métodos de comercialización de etiquetas utilizados por las mi pymes de la ciudad de Atuntaqui.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES

1.3.1 MIPYMES TEXTILES

- Microempresas
- Pequeñas empresas
- Medianas empresas

1.3.2 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

- Aspectos Legales
- Organigrama Estructural
- Nivel de Formación

1.3.3 PRODUCCIÓN

- Tipo de producto
- Insumos textiles
- Sistema de producción
- Volumen de producción
- Tecnología textil
- Control de calidad

1.3.4 COMERCIALIZACIÓN

- Tipo de mercado
- Tipo de etiquetas
- Canales de distribución
- Competencia
- Precios
- Publicidad y Promoción

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro Nro. 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS O HERRAMIENTAS	PÚBLICO INVOLUCRADO
O1. Establecer el número de mi pymes textiles existentes en el sector.	- Mi pymes textiles	- Micro-empresas - Pequeñas empresas - Medianas empresas	- Entrevistas - Bibliográfica	- Propietarios - Gerentes - Cámara de Comercio de Atuntaqui
O2. Determinar la estructura administrativa de las mi pymes textiles del sector.	- Estructura - Administrativa	- Aspectos Legales - Organigrama estructural - Nivel de formación	- Entrevistas - Observación	- Propietarios - Gerentes
O3. Identificar los sistemas de producción utilizados por las mi pymes textiles de Atuntaqui	- Producción	- Tipo de productos - Insumos Textiles - Sistemas de producción - Volumen de producción - Tecnología textil - Control de calidad	- Entrevistas - Observación	- Propietarios - Gerentes - Administradores

<p>O4. Analizar los métodos de comercialización de etiquetas utilizados por las mi pymes de la ciudad de Atuntaqui.</p>	<p>- Comercialización</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de mercado - Tipo de etiquetas - Canales distribución - Competencia - Precios - Publicidad y promoción 	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Observación - Opinión de expertos 	<ul style="list-style-type: none"> - Propietarios - Gerentes
--	---------------------------	--	---	--

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: El Autor

1.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

Según datos recolectados de la Cámara de Comercio de Antonio Ante está constituida por aproximadamente una población de 280 empresas entre, fábricas textiles con pequeñas y medianas industrias, por lo cual el estudio se lo realizara con un total 125 micro empresas del sector, denominadas como demanda, consideradas a estas como micro, pequeñas y medianas empresas del sector productivo textil de Atuntaqui. Se denomina población enfocada a la muestra, por ser una cantidad que sobrepasa las 100 empresas, tomando en cuenta que son estas las posibles demandantes, ya que las demás industrias existentes se dedican a otro tipo de producción.

La Cámara de Comercio y el Municipio de Antonio Ante, con la finalidad de impulsar las actividades económicas, especialmente la actividad industrial; brindan programas de asistencia técnica, formación de promotores de redes empresariales y planificación estratégica para las empresas del cantón.

1.6 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.6.1 ENTREVISTA

Éste tipo de entrevista va dirigido a los productores más sobresalientes de la pequeña y mediana industria del cantón Antonio Ante, los cuales se dedican a la confección de diversas prendas de vestir.

1.8 RESUMEN DE LA ENTREVISTA

OBJETIVOS:

- Identificar la competencia y los beneficios que traen a los clientes.
- Delimitar el mercado donde se puede distribuir el producto.
- Conocer las preferencias de consumo de los clientes de la zona.

CUESTIONARIO

¿Dónde se encuentran sus instalaciones y oficinas?

Por lo general las instalaciones se encuentran en las mismas viviendas o propiedades de los productores textiles, que con el transcurso del tiempo hemos ido adecuando y mejorando la calidad y optimización del entorno, no se puede generalizar que las instalaciones se encuentran solo en el centro de Atuntaqui porque existen empresas que están situadas a los alrededores del sector.

¿La empresa distribuidora de etiquetas con la que trabaja mantiene alguna política con clientes que realizan compras con frecuencia?

Las empresas que con mayor fuerza se trabaja sí mantienen algunos beneficios cuando ya somos clientes fieles, por lo general nos visitan cada mes, semana o cada vez que los solicitemos dependiendo la temporada y la productividad que se maneja, claro que se los puede llamar y vía telefónica nos atienden los pedidos, las dos formas de trabajo son descuentos dependiendo de los millares de etiquetas que se adquiera, tiene mucho que ver también el modelo y el tipo, por otra parte la otra forma de trabajo es el crédito a través de cheques o depósitos parciales.

¿Cree usted que las etiquetas deberían ser de diversos colores, tipos, etc.?

Para que un producto terminado sea más representativo y tenga un plus hay que tener en cuenta que las etiquetas deben ser agradables para el ojo del cliente es por ello que se debe de tener diversos colores, figuras, formas, sin dejar a un lado la calidad y el material utilizado.

¿Cuáles son las materias primas más representativas con las que están confeccionadas las etiquetas?

Con el transcurso del tiempo se puede decir que las etiquetas mas confeccionadas para agregarles al producto terminado son

confeccionadas con algodón, polyester, acrílico, claro que hoy en día existen una infinidad de etiquetas se también se utilizan en el sector textil.

¿La calidad de la impresión de la etiqueta debería ser?

Para que sea una etiqueta de calidad debe ser la impresión óptima, y con pigmentos de alta resolución, con la finalidad de que con el transcurso del tiempo el desgaste no sea tan notorio y siga prevaleciendo la marca del producto.

¿Las pedidos del insumo (etiquetas) se las realiza mediante?

Estos pedidos se lo realizan mediante pedidos personales por el hecho de que se realiza el diseño o nos ayudan crearlos para que la empresa encargada siga confeccionándolos y luego ponerlos en el producto terminado, también existen algunas alternativas que presentan las empresas etiqueteras para confeccionar.

¿El servicio de atención al cliente las empresas etiqueteras lo realizan mediante?

Este servicio de las empresas etiqueteras nos realiza mediante visitas personales, llamadas telefónicas, y de una manera baja mediante internet.

¿Cuál es la mejor empresa distribuidora de etiquetas que satisface sus necesidades?

Existen algunas empresas importantes que distribuyen etiquetas en el sector, pero las que tienen más clientela y distribución son logitex, mover print y la última que lidera el grupo es contempo.

¿Las etiquetas que usted utiliza son antialérgicas evitando y cumplen las etiquetas con normas de calidad?

Contestando la siguiente pregunta se puede decir que hoy en día las etiquetas que se produce en las fábricas distribuidoras de este insumo

son antialérgicas evitando la irritación de la piel, ya que nuestros clientes en muchos de los casos son los niños, con respecto a las normas de calidad se puede decir que en general si cumple con este parámetro por las exigencias del mercado nacional e internacional al que se exporta nuestro producto.

¿Las empresas del sector mantienen alguna estructura de mando denominado organigrama?

El organigrama que utilizan la mayoría de empresas del sector es funcional por lo cual ésta es la estructura que mantienen en general, hay que agregar que esto es la base y por ende las empresas van acoplado las líneas de función según su necesidad y capacidad de producción, la mayoría de empresas no tienen un organigrama pre establecido por personal calificado que conozca a profundidad sobre este tema, de tal manera que asumen el diseño que lo realizan los directivos, contemplando la estrategia de trabajo y nivel óptimo de beneficio y producción.

¿Cómo se constituyeron estas empresas textiles en el sector?

Las diversas empresas existentes en Atuntaqui son familiares y heredadas ya que con el cierre de la fábrica Imbabura hace muchos años atrás los obreros que se quedaron sin una fuente de trabajo estable y comenzaron a tejer y confeccionar prendas para la comercialización, generando una gran pauta para que con el transcurso del tiempo esas organizaciones que tuvieron falencias, errores y aciertos se conviertan en grandes compañías que hoy en día exportan sus productos de forma masiva, hay que señalar que estas empresas generan nuevas empresas dando variedad y distinción a los diferentes productos que se encuentran hoy en día en Atuntaqui.

¿Cuál es el perfil de los microempresarios del sector?

El microempresario no es ciertamente el empresario clásico que invierte su capital en una empresa rentable buscando maximizar sus ganancias, este microempresario es una persona que crea su propia unidad económica como fuente de empleo ante la ausencia de puestos de trabajo, como instrumento para elevar sus ingresos y como una forma de obtener independencia después de años de trabajo, hoy en día estos productores del sector han administrado bien sus recursos y han obtenido buena rentabilidad del negocio forjando una nueva tendencia de microempresarios, para alcanzar objetivos específicos y profesionalismo con capacitación externa.

¿Qué tipos de aspectos legales se enfrentan a estas empresas?

Dentro de los aspectos legales de estas empresas cimentadas en el sector se realiza una reseña histórica por lo cual se puede decir que cuando comenzó a confeccionarse diferentes tipos de productos hace muchos años atrás con la instauración de la fábrica Imbabura no existía muchas normativas de lo que es hoy los diferentes tipos de empresas y las exigencias que existen por medio del estado, es por ello es que desde hace 11 años atrás con el inicio de la primera expo feria Atuntaqui se ha instaurando la creación legal de las empresas del sector por beneficio de los propios socios y del entorno, dando como realce también a la asociación de artesanos textiles del sector denominados hoy: GREMIO DE TEJEDORES, los aspectos legales son en realidad los que están estipulados en la ley para constituir una empresa por lo cual hay que contemplarlos y seguir la normativa que nos exigen.

¿Qué considera importante usted que debe existir en estas empresas del sector?

Es importante denotar que en todas las empresas tienen que cumplirse los cinco factores económicos por lo cual se señala a continuación:

- LA FUERZA DE TRABAJO, esto es, un conjunto de personas dotadas de capacidades físicas e intelectuales necesarias para ejecutar una serie de actividades laborales, y que participan directamente en el proceso de producción (en el sentido amplio que definimos anteriormente)
- LA TECNOLOGÍA, o sea, un conjunto de conocimientos e informaciones relativos a objetivados en unos procesos y sistemas técnicos de producción, comercialización, organización del trabajo, etc.
- LOS MEDIOS DE TRABAJO, es el conjunto de las condiciones físicas, instalaciones, instrumentos, equipos, insumos y materias primas, necesarios para efectuar concretamente el proceso técnico y las demás funciones económicas propias de la empresa.
- EL FACTOR FINANCIERO, constituido normalmente por una cierta cantidad de dinero (o capacidad de crédito), que permite contratar factores y establecer relaciones de intercambio en el mercado; puede tratarse también de algún otro medio de pago o de adquisición de recursos necesarios;
- EL FACTOR GERENCIAL O ADMINISTRATIVO, es decir es un sistema de coordinación y dirección unificada de las funciones y actividades propias de la empresa.

¿Qué nivel de formación mantiene el personal que trabaja dentro de estas empresas?

Dentro de las empresas existen niveles de formación de los trabajadores que a continuación se detalla: existe un nivel de formación de educación variado porque debemos de identificar a los diferentes tipos de

trabajadores o colaboradores como se les denominan, los que realizan un trabajo más arduo o más esfuerzo físico es la parte operativa que tienen un nivel de estudios medio(segundo nivel “colegio”) claro está que dentro de esto no toda la gente terminó sus estudios y existe también gente que solo la escuela ha culminado, y es por ello que los esfuerzos individuales y la experiencia hace que puedan realizar estos diferentes tipos de trabajo, y la parte administrativa y gerencial tienen un elevado nivel de educación comenzando desde estudios universitarios hasta estudios de cuarto nivel, hay que acentuar que existe también un porcentaje pequeño que es la excepción.

¿Qué tipos de productos son los que distribuyen las empresas textiles de Atuntaqui?

El sector textil de Atuntaqui tiene una variedad alta de productos por lo cual se da enlista los más importantes y que son del sector por ejemplo:

- Sacos
- Pijama
- Ropa de punto
- Ropa de niño
- Ropa interior
- Lencería de hogar
- Accesorios
- Camisetas
- Ropa deportiva
- Calzado

¿Cuáles son los insumos que se emplean para la producción de los diversos productos en las empresas del sector?

Para la producción de cualquiera que sea el producto terminado existe un sin fin de insumos a emplear pero los de más alta rotación son los siguientes:

- Cierres o cremalleras
- Botones
- Etiquetas
- Encajes
- Elásticos
- Hilos
- Tela (polyester, algodón, licra, etc.)
- Broches
- Ojales
- Remaches
- Cartones
- Colgantes
- Hombreras
- Cintas
- Plastiflechas
- Fundas

- Cordones
- Cadenas
- Carretes
- Otros Insumos

¿Cuál es el sistema de producción que manejan en las empresas textiles de Atuntaqui?

En el sector productivo los sistemas de producción son muy importantes para poder cubrir las exigencias del mercado, y existen dos formas de hacerlo, sistema de producción por procesos y sistema de producción por órdenes de producción, en nuestro ámbito existen las dos formas de trabajo, ya que están divididas por el hecho de que muchas veces se trabaja para otras empresas de fuera y dentro del sector, cuando nos solicitan tantos ejemplares, sacos, camisetas, etc. De otra empresa, se trabaja con órdenes de producción y tenemos que cubrirlas y cuando seguimos elaborando nuestra línea con el proceso normal utilizamos el sistema de producción por procesos, es por ello que se trabaja con las dos formas, pero el más aceptado es el de línea propia.

¿Qué opina sobre tecnología?

La tecnología es sumamente importante, es por ello que en el sector textil existe hoy día maquinaria con tecnología muy avanzada por los requerimientos del mercado nacional e internacional, es por ello que se ha implementado dentro de la planta la mejor de las instalaciones con correctas normas de seguridad e infraestructura, la tecnología es uno de nuestros mejores aliados ya que la mayoría de procesos para el producto terminado es a través de ella, hay que recalcar que la tecnología no es solo lo que se obtiene de punta y lo último que surge en este mundo, es más bien saber administrar la maquinaria con conocimiento tanto de los que dirigen como los técnicos.

1.7 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se puede llegar a la conclusión de que en la población textil de Atuntaqui no existe una empresa que se dedique a confeccionar etiquetas para prendas de vestir, y es por ello que existe una demanda alta del insumo que son adquiridas en Quito, Guayaquil, Colombia y Perú, aumentando el costo de terminación del producto que sale a la venta, y dentro de todo lo enmarcado se puede aprovechar las debilidades de nuestros competidores y considerar sus fortalezas para una mejor atención al cliente y distribuir productos de excelente calidad, con el fin de ir ganando mercado y lograr posicionamiento en el sector, tomando en cuenta los tipos de etiquetas que más utilizan en las micro y pequeñas empresas que son las que más existen en Atuntaqui, clasificadas así por el número de trabajadores que las conforman.

1.9 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE RESULTADOS

Cuadro Nro. 2: CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE RESULTADOS

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de productos • Aceptación a nivel nacional e internacional. • Buen posicionamiento de la imagen textil. • Capital propio. • Tecnología • Nivel de formación y experiencia 	<ul style="list-style-type: none"> • Etiquetas deben ser de diversos colores, figuras y formas, sin dejar de lado la calidad. • Diseño personal y trabajan por pedidos. • Presencia de nuevas tecnologías. • Existen salvaguardias para los productos nacionales. • Apoyo por parte de entidades públicas y privadas a las mi pymes. • Insumos textiles
OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Son atendidos en función de sus necesidades y les dan crédito. • Utilizan la tecnología para atender al cliente (internet y teléfono). • Existencia de competencia. • Empresas de carácter familiar, organizadas en su propia vivienda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Subida de precios de los materiales • Falta de organización administrativa • Contrabando • Mi pymes de hecho

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: El Autor

1.10 CRUCES ESTRATÉGICOS DE LA MATRIZ DIAGNÓSTICA

1.10.1 CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS – OPORTUNIDADES

- Aprovechar los diversos tipos de productos, para cubrir el aumento de la demanda de prendas de vestir.
- Con la inversión de capital propio se puede acceder a las nuevas tecnologías para ser más productivos y competitivos.
- La tecnología existente permite aprovechar la demanda creciente de prendas de vestir.
- El buen posicionamiento de la imagen textil y empresarial genera beneficios que son potenciados por las salvaguardias.

1.10.2 CRUCE ESTRATÉGICO ALIADOS – RIESGOS

- La producción nacional garantizada puede enfrentar adecuadamente al contrabando
- La calidad de los productos permite amortiguar el problema de crecimiento de precios.
- El nivel de formación y experiencia orienta a la estructuración organizacional y a la legalización de las mi pymes.

1.10.3 CRUCE ESTRATÉGICO Oponentes- OPORTUNIDADES

- Equilibrar el mercado creciente de prendas de vestir reduciendo la competencia desleal
- A través de la presencia de nuevas tecnologías mejorar el control de calidad existente
- Con la capacitación en tecnología de punta se puede aprovechar de mejorar manera la tecnología existente.

- Aprovechar la vinculación con las entidades públicas y privadas para su estructuración administrativa empresarial y romper el marco familiar existente.
- Al existir salvaguardias para los productos nacionales se puede expandir la cobertura del mercado

1.10.4 CRUCE ESTRATÉGICO Oponentes-Riesgos

- Reducir la competencia desleal para contrarrestar el contrabando
- Con la estructuración administrativa se puede lograr la utilización óptima de la tecnología, reduciendo el efecto de la subutilización de la misma.
- Al mejorar el control de calidad en la prendas se puede disminuir el efecto de la subida de los precios.

1.11 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

El proceso productivo de las prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui se ve afectada por la falta de estructuración organizativa, manejo familiar y falta de legalización empresarial, dependiendo de abastecedores externos en cuanto a insumos y en especial de las etiquetas, si no se resuelve este problema en el mediano plazo, se perderá competitividad provocando disminución de la rentabilidad en la actividad comercial, dejando de lado el apoyo por parte de entidades públicas y privadas, así como el aprovechamiento de los recursos propios con que cuentan los empresarios locales y las tecnologías con las que vienen operando y atendiendo a un mercado exigente y propio por la aceptación de los productos que producen y comercializan.

Después de haber utilizado fuentes primarias de investigación como las entrevista y observación directa, analizando la situación actual se establece debemos de aprovechar al máximo los aliados y oportunidades

para lograr la sostenibilidad de esta actividad textil, contra restando los oponentes y riesgos, a través de implementar la microempresa de producción y comercialización de etiquetas para prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui, lo que permitirá una mayor fluctuación de los insumos que son utilizados para la terminación de los productos textiles.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 LA EMPRESA

2.1.1 DEFINICIÓN

MOLINA, Sergio. (2007), dice: “La empresa es un proyecto de inversión de capital de trabajo libremente creado por sus propietarios, con el propósito de producir bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes y al mismo tiempo, obtener utilidades”

HERNÁNDEZ, Edgar. (2008), expresa: “Una empresa funciona idealmente como un sistema, o un conjunto de elementos integrados, en el que las personas cooperan realizando actividades planificadas para lograr objetivos y metas comunes, es una unidad productiva debidamente organizada y administrada para presentar servicios demandados por los turista, cuya finalidad es el ánimo de lucro y/o beneficio”

Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales. Se ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término.

La primera cita es de suma importancia por la adjudicación que trae el autor con relación al concepto de empresa, ya que nombra que es una inversión de capital de diversos socios que lleva consigo propósitos, la segunda cita da como relevancia a la empresa como un sistema y un conjunto de elementos que tiene objetivos y metas comunes con la finalidad de crear demanda y ofertarse al mercado, con la comparación de

estas dos citas podemos llegar a una tercera cita que es de autoría propia: generando a la empresa como una entidad que persigue la producción o comercialización de cualquier bien o servicio, teniendo objetivos y un fin en común.

De las definiciones mencionadas se puede decir que una empresa trae consigo la oferta y demanda que busca el mercado hacia los posibles consumidores.

Para mayor comprensión expongo mi propia definición: una empresa es una entidad que esta forjada por personas que persiguen un fin en común, con diversas oportunidades y amenazas, siendo esta la que realice producción o comercialización de cualquier tipo de producto o servicio, con la finalidad de exponer al mercado.

2.2 LA MICROEMPRESA

2.2.1 DEFINICIÓN

CARPINTERO, (2007), indica: “La micro empresa es una unidad de producción, comercio o prestación de servicios, en la que se puede distinguir elementos de capital, trabajo y tecnología, aunque todo ello precario”.

MONTEROS, Edgar. (2007), señala: “Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos: humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad luego de cubrir sus costos fijos, variables y gastos de fabricación”.

RIVERO, J. (2007), afirma: “La micro empresa es una pequeña unidad socioeconómica de producción, comercio o prestación de servicios, cuya creación no requiere de mucho capital y debido a su tamaño existe un uso productivo y eficiente de los recursos”.

Se tomó la primera definición del autor Carpintero porque ayuda a señalar que la microempresa es una unidad de producción, comercio o prestación

de servicios en cualquiera que fuese su campo, dando como resultado a una agrupación de personas, la segunda cita es importante ya que nos señala que operando en forma organizada utiliza sus conocimientos y recursos para conseguir un fin, la última definición da como resultado que al no requerir de mucho capital y debido a su tamaño existe un uso productivo, con la comparación de estos tres autores incorporo mi propia cita que no es más que una serie de elementos personales y materiales legalmente constituidos con objetivos, para ofrecer bienes o servicios al sector.

De las definiciones mencionadas se puede decir que la microempresa es una organización que produce y distribuye bienes y servicios para satisfacer alguna necesidad de la comunidad y obtener un beneficio: por lo que se permite poner en operación recursos ya sean humanos, materiales, financieros, técnicos para transformar insumos en bienes o servicios terminados de acuerdo con los objetivos que se han fijado para una correcta administración.

Para mayor comprensión expongo esta definición: la micro empresa es la unidad de producción económica legalmente constituida por una serie de elementos personales y materiales, los mismos que están asentados en un lugar determinado para obtener un bienestar económico, ofreciendo bienes o servicios para satisfacer las necesidades del consumidor, excepto las asociaciones y fundaciones que no tiene fines de lucro y buscan satisfacer las necesidades de la comunidad.

Las microempresas son desarrolladas por los pequeños y medianos productores de la zona que buscan establecer su propia fuente de trabajo socializado buscando la mejoría y calidad de un estado productor y financiero.

2.2.2 OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

Fuente: ZAPATA Pedro (2006) Contabilidad General

- Creación de nuevos o mejores productos y servicios.
- Generar nuevas fuentes de empleo.
- Contrarrestar la crisis económica.
- Contribuir al desarrollo al acelerar la generación de empleos incrementar el ingreso familiar.
- Aprovechar los recursos internos que existen en las áreas rurales y en los pequeños centros urbanos.
- Responder y satisfacer las demandas concretas de los consumidores.
- Obtener beneficios económicos.

2.2.3 CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

- La empresa está formada por un conjunto de factores de producción.
- Toda empresa persigue fines y objetivos que justifican su existencia.
- Los factores de producción deber ser: coordinados para alcanzar esos objetivos.
- Las empresas actúan siempre bajo condiciones de riesgo.

2.2.4 CLASIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

Cuadro Nro. 3: CLASIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESA

TIPO	CLASIFICACIÓN	CARACTERÍSTICA
POR LA ACTIVIDAD QUE CUMPLE	A) COMERCIAL	Se encargan de hacer llegar los bienes desde el productor hacia el intermediario o consumidor final.
	B) INDUSTRIAL	Se encargan de la transformación de ciertos bienes menores en otros mayores.
	C) DE SERVICIOS	Creadas con el fin de atender ciertas necesidades brindando ayuda o asistencia para obtener una remuneración a cambio.
TAMAÑO	A) PEQUEÑAS B) MEDIANAS C) GRANDES	El tamaño está dado por varios factores como pueden ser el valor patrimonial, volumen de activos fijos, número de personal, área de utilización, etc.
POR EL SECTOR AL QUE PERTENECEN	A) SECTOR PRIVADO B) SECTOR PÚBLICO C) SECTOR MIXTO	El aporte del capital corresponde a personas naturales o jurídicas privadas. El aporte del capital es del estado. La conformación del capital es un aporte tanto del sector privado como del público.
POR LA FORMA QUE ORGANIZA EL CAPITAL	A) UNIPERSONALES B) SOCIEDAD O COMPAÑÍA	Son aquellas que están conformadas con el aporte de una sola persona. Están conformadas por más de una persona que a través de un arreglo o convenio aportan algo para conformar el negocio.

Fuente: ZAPATA Pedro (2006) Contabilidad General

Elaborado por: El Autor

2.2.5 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

Fuente: <http://www.microemprededor.com>

2.2.5.1 VENTAJAS

- Es una fuente generadora de empleos.
- Posee una capacidad de transformación ya que su estructura no es rígida.
- Se caracterizan por la flexibilidad adaptando sus productos fácilmente al mercado.

2.2.5.2 DESVENTAJAS

- La tecnología utilizada no es la más actualizada.
- En ocasiones sus integrantes carecen de conocimiento y técnicas para una productividad más eficiente.
- La producción por lo general se dirige sólo al mercado interno.

2.2.6 FUENTES DE FINANCIAMIENTO DE LA MICROEMPRESA

Fuente: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2009/jrvs2.htm>

2.2.6.1 LÍNEAS DE CRÉDITO: Los recursos a ser utilizados para el otorgamiento de los créditos los conceden:

- Cooperativas de Ahorro y Crédito
- Bancos Públicos y Privados

2.2.6.2 PLAZOS DE CRÉDITO: Las operaciones de crédito para el capital de operación o el de inversión podrán concederse a corto, mediano y largo plazo.

2.2.6.3 TASAS DE INTERÉS: Las tasas de interés son establecidas por la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS).

2.3 COMPAÑÍA LIMITADA

Fuente: www.sri.gov.ec

Se constituye entre dos y hasta quince personas y tiene la responsabilidad limitada por las obligaciones sociales. Es siempre mercantil, pero los socios no son comerciantes.

2.3.1 CARACTERÍSTICAS

- Participaciones no libremente negociables.
- No se admite suscripción pública de capital.
- Responsabilidad limitada de los socios.
- Capital = Participaciones.
- Es de tipo mercantil.
- Mínimo de capital 800.00 USD – 50/50
- Aportaciones en numerario o especies.

2.3.2 CONSTITUCIÓN

- Razón Social.- formula enunciativa de los nombres de los socios.
- Denominación objetiva.- se relaciona con la naturaleza de la actividad de la compañía.
- Nombre de fantasía.- no consta en el diccionario, es producto de la imaginación.
- El domicilio estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo.

Por lo cual a comparación de lo expuesto y de criterios ya establecidos para el análisis, podemos decir que una compañía limitada es un tipo de sociedad mercantil que se constituye con un número de dos a quince personas; tomando en cuenta que los socios no son comerciantes y en caso de contraer deudas no se responde con el patrimonio de los socios.

Para el estudio de análisis expongo mi propia definición: una sociedad de responsabilidad limitada es un tipo de corporación mercantil en la cual el compromiso está limitado al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios.

2.4 SOCIEDAD ANÓNIMA

2.4.1 DEFINICIÓN

www.youblisher.com, (2011), escribe: “La sociedad anónima (abreviatura: S. A.), es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la percepción a un dividendo mínimo. Los accionistas no responden con su patrimonio personal de las deudas de la sociedad, sino únicamente hasta la cantidad máxima del capital aportado”.

Para motivo de análisis se tomo una página web en la cual resalta todo el resultado de una sociedad anónima, en lo cuál apunta que la sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones y como resultado de criterios expongo como segunda definición que la característica principal de una sociedad anónima son las acciones emitidas con sus respectivos accionistas.

Para mejor comprensión expongo mi propia definición: la sociedad anónima se caracteriza por que su capital social está constituido a través de participaciones o acciones y el número de sus accionistas puede ser

indefinido o ilimitado; dependiendo de la capacidad económica de la sociedad.

2.4.2 CARACTERÍSTICAS DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA

- Limitación de responsabilidad de los socios frente a terceros.
- División del capital social en acciones.
- Negociabilidad de las participaciones.
- Estructura orgánica personal.
- Existencia bajo una denominación pública.

2.4.3 CONSTITUCIÓN

- Un mínimo de socios o accionistas, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.
- Un mínimo de capital social o suscripción de las acciones emitidas.
- La escritura constitutiva de la sociedad anónima con ciertas menciones mínimas.

2.5 ESTUDIO DE MERCADO

BOYD, Harper. (2008), afirma: “La investigación de mercado es el proceso sistemático de recopilar, registrar y analizar todos los datos relacionados con los problemas en la creación y comercialización de bienes y servicios”.

Según el autor el estudio de mercado a través de información primaria permitir obtener información para determinar oferta y demanda e incluye las formas específicas que se utilizarán para llegar a esos demandantes.

Entonces la finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas o entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta

en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios en un cierto periodo.

2.6 PRODUCTO

REINOSO, Víctor, (2005), Pág. 102 expone: “Primero el producto de un proyecto puede ser un bien o un servicio. El producto resulta de la combinación de materiales y procesos definidos con antelación a través de un diseño. El estudio del proyecto se hace sobre la base de un producto definido el cual debe poseer tres características que son: estética, funcionalidad y durabilidad”.

Con este concepto el autor quiere decir que el producto debe estar definido antes de dar inicio con el proyecto, y así determinar qué tipo de materiales o procesos va a requerir su producción.

Siguiendo un punto de vista metódico se define el producto y luego los recursos y servicios que éste exige; para esto se hace un análisis a través de la descomposición del bien o servicio y la determinación de materiales o insumos requeridos, se debe establecer una lista de todo lo que se necesita, primero se clasifican los materiales en productivos e improductivos.

2.7 OFERTA

ARBOLEDA, Germán, (2008), Pág. 52 escribe “El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes y servicios similares al del proyecto”.

Para el mismo autor la razón de esas dificultades estriba en que las investigaciones sobre oferta de bienes o servicios deben basarse en informaciones sobre volúmenes de producciones actuales y proyectadas, capacidades instaladas y utilizadas, planes de ampliación y costos actuales y futuros.

De ahí que resulte necesario utilizar una variedad de técnicas de encuestas directas, con el propósito de lograr esa información, o, por lo

menos, ciertos datos que permitan analizar la situación actual y futura de la oferta.

El conocimiento de la cantidad de proveedores de bienes o servicios iguales o similares a los que se producirán con el proyecto, la competencia, así como su importancia y tamaño en el mercado, inciden en una idea aproximada de la competencia con la que se enfrentará el proyecto y poder contar con buenos elementos de juicio referentes a la situación de crearlo o no.

2.8 PROYECCIÓN

www.wikipedia.org, (2012): “La proyección es aquello que se espera que consiga un proyecto en el futuro o el alcance de un hecho o de las cualidades de una persona”

Toda organización tiende adelantar una serie de estudios que adicionen información concreta actualizada que apoye toda la elaboración del Plan de Desarrollo de la empresa es por esto que se tienen que realizar una evaluación de la Oferta y la Demanda de Productos la cual es uno de los ejes fundamentales para la planificación del desarrollo de la empresa y por ello es necesario contar con datos e información actualizada del mercado para realizar acuerdos de business favorables para la empresa.

2.9 DEMANDA

KOTLER, Philip, (2006), Pág. 273, dice: “La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá en un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercadotecnia definido”.

Kotler dice que demanda es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a adquirir en un determinado mercado. Todo ser humano necesita de un bien o servicio como arroz, vestido, salud, para su normal desarrollo. Por lo tanto la demanda puede ser de productos de primera necesidad o para satisfacción de deseos.

2.10 PRECIO

ARBOLEDA, Germán, (2007), Pág. 53, apunta: “El precio es el valor expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en el mercado”.

En otras palabras el precio es el valor que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio, y es la única variable que genera ingresos para la microempresa.

Las modalidades más corrientes de fijación de precios son las siguientes:

- Precio existente en el mercado (Precio de mercado).
- Precio estimado en función del costo de producción.
- Precio estimado en función de la demanda.

2.11 COMERCIALIZACIÓN

www.wikipedia.org, (2008), afirma: “Es la planificación y control de los bienes y servicios para favorecer al desarrollo adecuado del producto y asegurar que el producto solicitado esté en el lugar, en el momento, al precio y en la cantidad requerida, garantizando así unas ventas rentables”.

Este análisis se convierte en un requisito indispensable para poder presentar proposiciones concretas sobre la forma en que se espera distribuir los bienes o servicios que se producirán en el proyecto, teniendo en cuenta las modalidades existentes y fundamentando, cuando corresponda, la factibilidad de los cambios que se proponen en relación con sus modalidades.

Los principales problemas que deberán examinarse con relación a la comercialización se refieren al almacenamiento, transporte, condicionamiento y presentación del producto o servicio, cuando corresponda, sistemas de crédito al consumidor, asistencia técnica al usuario, publicidad y promoción y todas las cuestiones que afectan a los

medios establecidos para asegurar el movimiento de los bienes entre el productor y el consumidor.

2.12 ESTUDIO TÉCNICO

JACOME, Walter, (2005), Pag133. corrobora: “Es la fase del proyecto que corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades”.

El estudio técnico consta de las siguientes etapas: tamaño del proyecto, proceso de producción y su localización, las obras físicas necesarias, o sea las inversiones del proyecto, la organización, tanto administrativa como para la producción. Tiene estrecha relación con los estudios financieros y económicos del proyecto y con los resultados en el estudio de mercado.

Finalmente las decisiones que se adopten como resultado del estudio técnico determinarán las necesidades de capital (inversiones) y de mano de obra (Recursos humanos) que tendrán que atenderse para ejecutar el proyecto y para ponerlo un funcionamiento.

Esta parte del estudio tiene como objetivo determinar cuáles serán las características del proceso de comercialización que exige nuestro proyecto de inversión, así como determinar los canales de comercialización, la publicidad, donde se puede adquirir el producto y el esquema preliminar de la distribución de la microempresa.

2.13 TAMAÑO DEL PROYECTO

GALÁRRAGA, Nuria, (2007), Pág. 15, señala: “El Tamayo de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa, que puede ser medida en días, semanas, meses o años”.

Para esta autora en el tamaño del proyecto se determina el volumen de producción de bienes o prestación de servicios que es posible alcanzar en condiciones simples de operación.

Este concepto de producción normal de la empresa se puede definir como la cantidad de productos por unidad de tiempo que se puede obtener con los factores de producción elegidos, operando en las condiciones que se espera que se produzcan con mayor frecuencia durante la vida útil del proyecto y conducentes al menor costo unitario posible.

2.14 CAPACIDAD DE DISEÑO

Fuente: JACOME, Walter, (2005)

Se basa en las condiciones técnicas ideales y promedio, conducentes al menor costo unitario posible, que no reflejan necesariamente la situación real en la que operará el proyecto. Es posible que esa capacidad pueda llegar a ser igual a la producción normal, pero solamente como un caso especial.

2.14.1 CAPACIDAD MÁXIMA

Es el volumen de producción de bienes o prestación de servicios que es posible alcanzar en condiciones singulares de operación, ya sea variando temporalmente la calidad de los insumos o a expensas del desgaste acelerado de equipos e instalaciones o de la calidad final del producto, sin restringir la operación a la obtención de los menores costos unitarios posibles. Lo más probable será un incremento temporal de costos.

2.15 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

www.wikipedia.org, (2009), escribe: "Consiste en el análisis de las variables considerables como factores de localización".

La localización, macro y micro, debe también justificarse en la presentación del proyecto, mostrándose en ambos casos las

consecuencias de las alternativas consideradas en términos de costos de inversión y de operación.

La localización a su vez depende de los costos de transporte de los insumos y productos, de razones de geografía física, de la facilidad de acceso físico al mercado, de la disponibilidad y precio relativo de los insumos, de las economías externas, de la ubicación y reparto de los mercados y también de los factores institucionales.

2.15.1 MACRO LOCALIZACIÓN

Está dada con respecto a la comunidad o la región e incluye: facilidades y costos de transporte, disponibilidad y costo de mano de obra y de insumos-materia prima, localización del mercado, disponibilidad de costos y características del terreno, comunicaciones, condiciones de vida, leyes y reglamentos, facilidades de distribución, clima acciones para evitar la contaminación, disponibilidad de sistemas de apoyo, actitud de la comunidad, zonas francas, condiciones culturales y sociales.

2.15.2 MICRO LOCALIZACIÓN

Tiene que ver con el sitio específico donde se ubica la unidad productiva. Aquí se toman en cuenta aspectos como: Localización urbana o suburbana o rural, transporte del personal, policía y bomberos, costo de terrenos; cercanía carreteras, al aeropuerto, al centro de la ciudad; disponibilidad de vías férreas, disponibilidad de servicios básicos, tipo de drenajes, vías urbanas y carreteras, recolección de basura, restricciones locales, impuestos, tamaño del sitio, condiciones del suelo, entre otros.

2.16 INGENIERÍA DEL PROYECTO

JACOME, Walter, (2005), Pág. 133 indica: "Esta fase del proyecto corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantar tenga éxito, es decir trabajar con información confiable y

adecuada, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades”.

Para el autor la ingeniería del proyecto permite determinar los recursos humanos y materiales que permitan el correcto funcionamiento de la microempresa.

Dentro de la ingeniería del proyecto se debe considerar los siguientes aspectos:

2.16.1 PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo es el conjunto de actividades que se llevan a cabo para elaborar un producto o prestar un servicio, en el cual se conjugan la maquinaria, materia prima y recurso humano necesarios para realizar el proceso.

Para una comprensión sencilla y clara el proceso productivo se hace uso de representaciones como diagramas y flujo gramas de procesos, los cuales no son más que una secuencia de operaciones expresadas gráficamente.

2.16.2 DISEÑO DE INSTALACIONES Y DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Consta de las dimensiones y características técnicas del terreno más importantes que interesen a la naturaleza del proyecto, tanto con respecto a su implantación como a su operación. Además se incluye un plano señalando la parte que ocuparían las instalaciones.

2.16.3 TECNOLOGÍA

Es importante que se defina que tipo de tecnología va a utilizar el proyecto; para este caso de la confección se deberá definir si dicha producción se hará con tecnología de punta, mejorada o la tradicional, para poder determinar el análisis de pre inversión.

2.16.4 INVERSIONES

En esta sección se describirá todos los requerimientos que la microempresa necesitará para su normal funcionamiento tales como:

- Compra de activos fijos (terreno, obra civil, maquinaria, muebles y enseres, equipos)
- Gastos de constitución (trámites legales, permisos de funcionamiento, patentes municipales, permiso sanitario).
- Capital de trabajo (dinero indispensable para el desarrollo de las primeras actividades de la microempresa (sueldos y salarios, servicios básicos), los gastos inevitables hasta que la empresa genere ingresos propios.
- El cumplimiento lógico y ordenado de estas etapas garantizará la observación de los objetivos propuestos.

2.17 ESTUDIO FINANCIERO

Por los conocimientos adquiridos en la universidad el estudio financiero evalúa el potencial económico de un proyecto, analizando el monto de los recursos económicos necesarios para su realización, facilitando la toma de decisiones.

Es necesario presupuestar de manera adecuada el monto de inversiones, ingresos y egresos, presentando dicha información de manera sistemática y ordenada.

2.17.1 INGRESOS

ENCICLOPEDIA ENCARTA, (2008), aduce: “Ingresos, dinero, o cualquier otra ganancia o rendimiento de naturaleza económica, obtenido durante cierto período de tiempo”.

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

Para estimar los ingresos que el proyecto percibirá durante su vida útil, es necesario multiplicar el precio por la demanda potencial del proyecto, para cada uno de los períodos de vida útil del proyecto. Para la determinación de los ingresos se debe presentar en forma adecuada lo siguiente:

- Proyección de las cantidades de producto o servicio a producir y vender en cada uno de los periodos de vida útil del proyecto.
- La proyección de los precios que estarán vigentes para cada uno de los periodos tanto del producto principal como de los subproductos del proyecto.
- Estimación de los ingresos en base las cantidades del producto y los precios proyectados para cada año de vida útil del proyecto.

2.17.2 EGRESOS

SARMIENTO, Rubén, (2005), Pág. 23, alega: “Son todos los gastos monetarios, que significan desembolsos para la empresa, los que van a estar en función de su organización en un ejercicio económico”.

Para Sarmiento los gastos de un ejercicio económico significan salida de dinero que se requiere para la ejecución del bien o servicio.

En su tratamiento contable, los egresos corresponden a los costos de producción y gastos se dividen en:

2.17.3 MANO DE OBRA DIRECTA

Es decir, aquel personal que interviene directamente en el proceso o en la prestación de un servicio, sea este con un grado de instrucción técnica especializada (tecnólogo, técnico o profesional) o sin ninguna capacitación (obreros, aprendices, etc.)

2.17.4 MATERIA PRIMA DIRECTA

Son todos aquellos materiales e insumos que mediante su transformación permiten a la unidad de producción mediante un determinado proceso de transformación producir un nuevo producto.

2.17.5 GASTOS DE FABRICACIÓN

CHILQUINGA JARAMILLO, Manuel, (2007), Pág. 11, pública: "Gastos de fabricación llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican".

Para este autor en este rubro se agrupan todos aquellos gastos que si bien son necesarios, para el proceso de fabricación o la prestación de un determinado servicio, no están incorporados directamente en el bien o servicio final.

Tal es el caso de la luz y energía utilizada para la maquinaria y equipos que permiten realizar el proceso de transformación, que son imprescindibles para que se pueda realizar el proceso de transformación, pero que no son parte del producto final, también es el caso del material de empaque, etiquetas, cajas de cartón y otros materiales similares que se utilizan para empacar el producto y darle una determinada presentación pero que no son parte del producto mismo.

El personal técnico especializado que participa en el proceso de fabricación como supervisores o capataces, pero que no están directamente asociados a un proceso o a una tarea de producción específica. También corresponden a este grupo los cargos de depreciación del equipo y maquinaria utilizada en el proceso de transformación.

2.17.6 GASTOS ADMINISTRATIVOS

CHILQUINGA JARAMILLO, Manuel, (2007), Pág. 10, dice: "Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa".

Esta definición significa que los pagos que la empresa tenga que hacer a sus colaboradores directos y que intervienen en la producción del producto son gastos administrativos.

En estos gastos se incluirán los sueldos del personal directivo de la organización (Presidentes, gerentes, jefes de áreas o departamentos), del personal de apoyo a la dirección de la empresa, tales como secretarías, asistentes, mensajeros, y en general de todo aquel funcionario o empleado profesional o auxiliar, corresponden también el pago de servicios básicos, útiles de oficina, de aseo y/o mantenimiento del área administrativa entre otros.

2.17.7 GASTOS DE VENTAS

CHILQUINGA JARAMILLO, Manuel, (2007), Pág. 10 señala: "Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas".

Para este autor dentro de los gastos de ventas se registrarán los pagos necesarios para realizar la entrega al cliente del producto o servicio, y/o dar a conocer la existencia de la empresa en el medio.

Bajo este apartado se incluirá los sueldos y demás beneficios sociales de los vendedores, gerentes de ventas y de todo aquel personal que trabaja directamente cumpliendo funciones que permiten realizar con éxito las labores de ventas de la empresa. También, si así está estipulado en la organización del proyecto, se incluirán en este grupo los valores que se paguen por concepto de comisiones o premios a vendedores, los gastos de publicidad igualmente están en rubro.

2.18 EVALUADORES FINANCIEROS

2.18.1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

BACA URBINA, Gabriel, (2006), Pág. 213, enuncia “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.

Para el autor el VAN es un índice que permite analizar los flujos de efectivo con respecto a la inversión.

Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es pertinente a la inversión en el horizonte de la misma.

La fórmula que permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$VAN = \frac{< INVERSIÓN > + \sum FC}{(1 + i)^n}$$

FC Flujos de caja proyectados

I= Tasa de redescuento

N= Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

2.18.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

BACA URBINA, Gabriel, (2006), Pág. 213, enuncia: “Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.

La TIR es una herramienta de toma de decisiones, es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero.

2.18.3 BENEFICIO COSTO (B/C)

CALDAS MOLINA, Marco, (2005), Pág. 181, exhibe: “La relación costo – beneficio es una función de la tasa de interés empleada en los cálculos del valor actual neto, de una manera tal que al calcular este índice con el propósito de tomar una decisión sobre invertir”.

Para el autor el Beneficio Costo, es importante para determinar las cantidades que constituyen los egresos llamados “Beneficios” y que cantidades constituyen los egresos llamados “Costos”.

Esta herramienta permite relacionar los ingresos y los gastos que tendrá el proyecto. La fórmula para su cálculo es:

2.18.4 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

SAPAG, Nassir, (2006), Pág. 229, revela: “También denominado payback, indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión, con la ganancia que genera el negocio. Es un cantidad de meses o años”.

Nassir dice que el PRI sirve para medir en cuanto tiempo se recuperará la inversión, es el tiempo en que se tarda en recuperar el desembolso inicial.

Es el periodo de recuperación de la inversión en un lapso determinado de tiempo.

$$PRI = \frac{\text{INVERSIÓN INICIAL}}{\text{PROMEDIO DE LA SUMATORIA FLUJO EFECTIVOS}}$$

2.18.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

BACA URBINA, Gabriel, (2006), Pág. 171, pública “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”.

Para Baca Urbina el PE permite determinar si los ingresos van a cubrir los costos en que incurre la producción.

El punto de equilibrio también se lo obtiene mediante la aplicación de fórmulas matemáticas de conformidad a las condiciones dadas en cada caso, e indica el punto donde la empresa iguala sus ingresos con los egresos, por tanto no habrá ni pérdidas, ni ganancias.

Es válido únicamente para el año 1 del proyecto, porque mientras más tarde en ponerlo en marcha es menos cierto la rentabilidad.

2.19 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

REYES PONCE, Agustín, (2008), Pág. 212, atestigua: “La organización se refiere a estructurar, corresponde a la mecánica administrativa, se refiere a cómo deben ser las funciones, jerarquías y actividades, a niveles o actividades”.

Según el autor este concepto significa que la estructura organizacional permite asignar autoridad y responsabilidades de desempeño en forma sistemática.

La estructura organizacional generalmente se presenta en organigramas. Todas las empresas necesitan unidades o departamentos tanto de línea como de asesoría (staff). Los gerentes de línea contribuyen directamente al logro de los objetivos y metas principales de la organización. Por lo tanto, se encuentran en la cadena de mando. Ejemplos son producción, contabilidad y ventas.

2.20 MISIÓN

Es la declaración compartida de la razón de ser o existir de una institución u organización, que le distingue de otras similares. Describe la finalidad del proyecto.

Es integral, duradera, realista, innovadora. Responde a la pregunta ¿Para qué existe la institución u organización?

2.21 VISIÓN

La visión es el mañana de la empresa, es la que transmite la forma de cómo ser y actuar en el futuro basada en los valores y convicciones de sus integrantes. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que es a lo quiere ser.

Responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?

2.22 CONTABILIDAD

2.22.1 DEFINICIÓN

BRAVO, M. (2006), define: “La contabilidad es el arte, la ciencia y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o período contable”.

ZAPATA, P. (2008), manifiesta: “La contabilidad es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y la evolución del mismo, destinados a facilitar las decisiones de sus administradores y de los terceros que interactúan con él en cuanto se refiere a su relación actual o potencial con el mismo”.

ZAPATA, P. (2006), atestigua: “Es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros para obtener así las informaciones necesarias relacionadas con las operaciones de una empresa. Se puede conceptualizar a la contabilidad como un campo especializado de las ciencias administrativas que se sustentan en principios y procedimientos generalmente aceptados destinados a cumplir con los objetivos de análisis, registro y control de las transacciones en operaciones realizadas por una empresa o institución en funcionamiento con las finalidades de informar e interpretar la situación económica financiera y los resultados operacionales alcanzados en cada período o ejercicio contable durante toda la existencia permanente de la entidad”.

En nuestra primera definición citada el autor expone que la contabilidad es el arte, la ciencia y la técnica que permite el análisis, con lo cual registra, clasifica y controla las cuentas, la segunda y tercera cita son del mismo autor pero tienen algo de diferente en cada una de ellas por lo que manifiesta que es un elemento del sistema de información de un ente que facilita a la toma de decisiones y que la información se interpreta al final del ejercicio o período contable, por último en la comparación de estas definiciones se dio como resultado mi propia cita resaltando que la información financiera emitida en el período sirve para la toma de decisiones.

Para una mayor comprensión se expone la siguiente definición: la contabilidad es un proceso que tiene como finalidad proporcionar información relacionada con las actividades financieras de las entidades para que con sus resultados se pueda tomar decisiones.

Por tal motivo la contabilidad es la metodología mediante la cual la información financiera de un ente económico es registrada, clasificada, interpretada y comunicada con la finalidad que los administradores del mismo puedan tomar decisiones que conlleven a resultados positivos.

2.22.2 IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD

FUENTE: www.wikipedia.org

Permite conocer con exactitud y veracidad la real situación económico-financiera de la empresa permitiéndonos saber aspectos muy importantes como cuánto se tiene; cuánto nos deben o debemos, cuál es el volumen de compras, ventas, gastos; y nuestra rentabilidad.

Las empresas que emprenden negocios y deseen triunfar y sobre todo mantenerse en el mercado, deben implantar simultáneamente un sistema contable que proporcione información suficiente para la toma de decisiones como por ejemplo:

- Conocer exactamente la situación económica de la empresa en un periodo determinado.
- Su información debe ser confiable, clara, precisa, al día y oportuna para que permita la toma de decisiones acertadas.
- Generar confianza a todos los miembros de la empresa tanto internos como externos.

2.22.3 OBJETIVOS

- Interpretar los resultados con el fin de dar información detallada y razonada mediante la presentación de informes económicos y financieros.
- Dar a conocer el estado financiero de una empresa en un período determinado.
- Disponer de registros sobre las actividades de la empresa.

2.22.4 ECUACIÓN CONTABLE

A continuación se detalla una parte muy importante en la contabilidad denominada ecuación contable:

$$\text{ACTIVOS} = \text{PASIVO} + \text{PATRIMONIO}$$

2.22.4.1 ACTIVO

Se denomina a todos aquellos que representan el dinero en efectivo y todos los bienes de propiedad del negocio o empresa.

2.22.4.2 PASIVO

Se denomina a todas las obligaciones o deudas que tiene la empresa o negocio con terceras personas que habrá de cancelar

2.22.4.3 PATRIMONIO

Esto representa el capital líquido o neto que tiene la empresa o negocio. Según la ecuación contable es la diferencia entre el pasivo y el activo.

2.22.5 PARTIDA DOBLE DE CUENTA “T”

HARGADON, Bernard; explica: “Constituye uno de los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, considerándose como el más práctico y útil para la presentación de los Estados Financieros. Es decir que cada operación que se registre debe tener dos anotaciones uno en el lado derecho y otro en el lado izquierdo para que haya equilibrio”.

Los deben tener igual valor en ambos lados, por lo tanto el uso de la partida doble propicia esta regla: No habrá deudor sin acreedor o no habrá acreedor sin deudor, debido a que la partida doble se representa en forma de “T” la misma que tiene tres partes que son:

2.22.5.1 DEBE

Corresponde al registro en el lado izquierdo de la cuenta, se le conoce como débitos o cargos por lo tanto es la suma de los débitos de una misma cuenta.

2.22.5.2 HABER

Corresponde al registro en el lado derecho de la cuenta, se denomina créditos o abonos por lo tanto la suma de todos créditos o abonos de una misma cuenta.

2.22.5.3 SALDO

Es la diferencia entre el movimiento deudor y acreedor de una cuenta y se le denomina saldo, este podrá ser saldo deudor o saldo acreedor según la naturaleza de la cuenta.

2.23 PRESENTACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

Luego del desarrollo del proceso contable de forma correcta se elaboran los respectivos estados financieros junto con las notas aclaratorias. Esta información nos permitirá generar análisis financieros y comparativos. La información contenida en los estados financieros es de gran importancia para los accionistas, acreedores, administradores, quienes con frecuencia necesitan una medida relativa de la eficiencia operativa y la condición de la empresa.

2.23.1 DEFINICIÓN

ZAPATA, P. (2003), sostiene: “Son informes contables básicos que representa de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos con el fin de medir los resultados económicos, es decir utilidad o pérdida de una empresa durante el período determinado producto de la gestión acertada o desacertada de la dirección o sea del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia”.

Norma Internacional de Contabilidad No. 1, exhibe: “Los estados financieros con propósitos de información general son aquéllos que pretenden cubrir las necesidades de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información. Los estados financieros con propósito de información general comprenden aquellos que se presentan de forma separada, o dentro de otro documento de carácter público, como el informe anual o un folleto o prospecto de información bursátil”.

Para método de estudio se ha tomado la primera definición de Zapata promoviendo, que la información financiera son informes contables básicos que representa de manera clasificada y ordenada las cuentas con la asimilación del manejo adecuado de la información emitida, la segunda definición se basa en NIC por lo cual da un enfoque más real del concepto de estados financieros generando su aplicabilidad y normativa, de los dos conceptos tomados se ha hecho un análisis y por medio de ello se ha llegado a un propio criterio que se expone como

tercera cita resaltando las partes más relevantes del significado y además de ello podemos decir que: los Estados Financieros son documentos que debe preparar la empresa al terminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de su empresa a lo largo de un período para ser presentados a los dueños o altos directivos de la empresa.

Para entender de una mejor manera se expone la siguiente definición: la información financiera o estados financieros que emana de la contabilidad, integrada por información cuantitativa expresada en unidades monetarias y descriptiva (información cualitativa), que muestra la posición y desempeño financiero de una entidad, tiene su objetivo esencial ser de utilidad al usuario general en la toma de sus decisiones económicas.

2.23.2 CARACTERÍSTICAS CUALITATIVAS DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA

FUENTE: www.definición.org

La información financiera debe reunir determinadas características cualitativas con la finalidad de ser útil para la toma de decisiones de los usuarios generales. La utilidad como característica fundamental de los estados financieros, es la cualidad de adecuarse a las necesidades comunes del usuario general y constituye el punto de partida para derivar las características cualitativas.

- La confiabilidad, a la que se encuentran asociadas como características secundarias: la veracidad, la representatividad, la objetividad, la verificabilidad y la información suficiente.
- La relevancia, a la que se encuentran asociadas como características secundarias: la posibilidad de predicción y confirmación, así como la importancia relativa.
- La comprensibilidad.

- La comparabilidad.

La presentación de información financiera se refiere al modo de mostrar adecuadamente en los estados financieros y sus notas, los efectos derivados de las operaciones y otros eventos que afectan económicamente a una entidad. Implica un proceso de análisis, interpretación, simplificación, abstracción y agrupación de información en los estados financieros, para que éstos sean útiles en la toma de decisiones del usuario general.

La revelación es la acción de divulgar en estados financieros y sus notas, toda aquella información que amplíe el origen y significación de los elementos que se presentan en dichos estados, proporcionando información acerca de las políticas contables, así como del entorno en el que se desenvuelve la entidad.

2.23.3 PRESENTACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

FUENTE: www.google.com/articulo/revista/NIIFS

2.23.3.1 ENCABEZAMIENTO

Contendrá el nombre de la razón social, el número de identificación, el nombre del estado y período al que corresponde y denominación de la moneda en que se presenta.

2.23.3.2 TEXTO

Parte sustancial que presenta todas las cuentas de rentas, costos y gastos debidamente clasificados y ordenados a fin de ir estableciendo dos tipos de utilidad o pérdida.

2.23.3.3 FIRMAS DE LEGALIZACIÓN

En la parte inferior se inserta la firma y rúbrica del gerente o representante legal, del contador y de cualquier otro que la norma exija.

2.24.1 CLASES DE ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros básicos que responden a las necesidades comunes del usuario general, son:

2.24.1.1 BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.

Que muestra información relativa a un punto en el tiempo sobre los recursos y obligaciones financieros de la entidad.

2.24.1.2 EL ESTADO DE RESULTADOS

Para entidades lucrativas o estado de actividades para entidades con propósitos no lucrativos, que muestra información relativa al resultado de sus operaciones en un periodo.

2.24.1.3 EL ESTADO DE VARIACIONES EN EL CAPITAL CONTABLE

En el caso de entidades lucrativas, que muestra los cambios en la inversión de los accionistas o dueños durante el periodo.

2.24.1.4 EL ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

O en su caso el estado de cambios en la situación financiera, que muestra información acerca de los cambios en los recursos y las fuentes de financiamiento de la entidad en el periodo, clasificados por actividades de operación, de inversión y de financiamiento.

2.24.1.5 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ESTUPIÑAN, R. atestigua: “El Estado de Situación Financiera reporta la estructura de recursos de la empresa de sus principales y cantidades de activos, como de su estructura financiera de sus importantes cantidades de pasivos y capital, los que siempre deben estar en equilibrio”.

www.definicion.org/estado-de-situacion-financiera, (2011), asevera: “Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una

organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable”.

Se ha tomado la primera cita por que el autor señala que reporta la estructura de recursos de la empresa de sus principales y cantidades de activos con una finalidad para empresario, la segunda cita es una de las páginas web más importantes en la cual exalta que es un formato y un criterio estándar para que la información básica de la empresa sea canalizada a la toma de decisiones.

Para mayor entendimiento se expone que el estado de situación financiera es un documento contable que refleja la situación financiera de una empresa, en el cual expresa razonabilidad siempre y cuando la suma del pasivo y patrimonio sea igual a la totalidad del activo. Se presenta a una fecha determinada.

2.24.1.6 ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

ESTUPIÑAN, R. (2005), pública: “El Estado de resultados resume los resultados por ingresos y egresos operacionales y no operacionales de un ente económico durante un ejercicio o períodos intermedios sus cuentas se cierran y cancelan al final del período”.

www.mitecnologico.com, (2011), dogmatiza: “Es un documento contable complementario donde se informa detallada y ordenadamente el resultado de las operaciones de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General”.

La primera cita da como resultado el enfoque del estado de resultados en parte de forma ya que considera ingresos, egresos y el resultado es la utilidad o pérdida dada en el período del ejercicio, la segunda cita es una página web que presenta al estado de resultados como un documento que va acompaña a la hoja del Balance General, la comparación de estas

dos definiciones da como resultado una nueva cita que está plasmada en el anterior párrafo.

Para mayor entendimiento se expresa en esta definición que: el estado de resultados integrales está conformado por un documento que contiene ingresos frente a los egresos en donde la diferencia será la utilidad o pérdida que genera en el ejercicio respectivo.

2.24.1.7 ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO

ESTUPIÑAN, R. (2005), alega: “Estado de cambios en el patrimonio o de cambios en el capital, revela los cambios que ha experimentado el patrimonio en un ejercicio comparado con el año anterior por aumento o disminución de capital, reparto de dividendos o participaciones, reservas, donaciones, mantenimiento del patrimonio por efecto de la inflación, utilidades o pérdidas del ejercicio y valorizaciones por determinación de los valores actuales de propiedad, planta y equipo así como de las inversiones permanentes”.

www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin1/estasisif.in.htm, (2011), cree: “El Estado de Cambios en el Patrimonio, por su parte, muestra los movimientos que se han dado durante un ejercicio, en las cuentas patrimoniales, tal como en el capital o aportes de los dueños o accionistas; así mismo, muestra las utilidades retenidas registradas en reservas de capital o pendientes de distribuir y refleja el reparto de dividendos; la disposición de los accionistas de no repartir utilidades es con la finalidad de fortalecer su empresa”.

La primera cita indica que este estado revela los cambios que se han experimentado en el patrimonio durante el ejercicio, comparándolo con el año anterior, la segunda cita es de una página web en la cual considera que el estado de patrimonio neto muestra los movimientos que se han dado durante un ejercicio, en las cuentas patrimoniales, tal como en el capital o aportes de los dueños o accionistas muestra los movimientos que se han dado durante un ejercicio, en las cuentas patrimoniales, tal como en el capital o aportes de los dueños o accionistas, con la comparación de los dos autores he logrado conseguir mi propia definición que no es más que la similitud de los conceptos reales básicos y lo más

importante es que el capital social, reservas, utilidad del ejercicio, etc., reflejan la disposición económica a favor o en contra de los accionistas.

Para mayor entendimiento se dice que: el Estado de Cambios en el Patrimonio Neto da como resultado los movimientos que se han generado durante el ejercicio económico en el cual permite conocer el grado de evolución de cada una de las cuentas que conforman el patrimonio de una empresa.

2.24.1.8 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

ZAPATA, P. (2006), señala: “Un Estado de Flujo de Efectivo es presentar datos relevantes sobre las entradas y desembolsos de efectivo de un ciclo contable mostrando los flujos de efectivo de las operaciones, las inversiones a largo plazo realizadas y su forma de financiación como sus nuevos aportes y repartos de dividendos, es decir muestra separadamente las tres actividades básicas de una empresa: operativa, inversión y financiación”.

www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin1/esta_sitfin.htm, razona: “En el Flujo de Efectivo, se proporciona información de la capacidad de generar flujos de efectivo proveniente de operaciones, de actividades de inversión y de financiamiento; a través de este se puede analizar la habilidad de una empresa, para pagar sus compromisos: sueldos, proveedores, acreedores y dividendos a sus propietarios. Así mismo es una herramienta que permite determinar las necesidades de financiamiento”.

Se ha tomado la primera cita del autor Zapata por que afirma que un Estado de Flujo de Efectivo es presentar datos relevantes sobre las entradas y desembolsos de efectivo de un ciclo contable, lo que da relevancia al concepto del segundo autor que nos dice que, este estado es aquel que proporciona información de la capacidad de generar flujos de efectivo proveniente de operaciones, de actividades de inversión y de financiamiento.

Para mayor entendimiento se puede expresar que: el Estado de flujo de efectivo presenta todos los movimientos de entrada y salida del efectivo

consolidando la liquidez que posee la empresa para afrontar sus operaciones económicas realizando un análisis sobre las actividades de operación, financiación e inversión”.

2.24.1.9 NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

Norma Internacional de Contabilidad No. 1, exhibe: “En las notas se presentará información acerca de las bases para la elaboración de los estados financieros, así como de las políticas contables específicas empleadas de acuerdo con los párrafos 108 a 115; revelará la información que, siendo requerida por las NIIF, no se presente en el balance, en el estado de resultados, en el estado de cambios en el patrimonio neto o en el estado de flujo de efectivo; y suministrará la información adicional que, no habiéndose incluido en el balance, en el estado de resultados, en el estado de cambios en el patrimonio neto o en el estado de flujo de efectivo, sea relevante para la comprensión de alguno de ellos”.

Para el análisis la primera cita resalta que Las Notas de los Estados Financieros presentará información acerca de las bases para la elaboración de los estados financieros y por otra parte, son información complementaria relativa a datos generales de la empresa, los principios y políticas contables adoptados, aclaraciones acerca de los riesgos, incertidumbres y variación de los precios que afectan a la empresa y sobre otros recursos y obligaciones no reconocidas en el Balance General; además, contiene referencias a datos económicos del País, de todo lo expuesto expreso mi propio criterio ya creado en el párrafo anterior.

Para mayor comprensión se expresa que: las notas a los estados financieros son documentos adicionales en la presentación de los Estados Financieros, que provee información en la cual especifica de forma más entendible y detalla todas las cuentas de los estados financieros”.

2.25 LA ADMINISTRACIÓN

2.25.1 DEFINICIÓN

CERTO, Samuel (2006); medita: “La Administración se define como el proceso de alcanzar metas organizacionales trabajando por medio de otras personas y otros recursos organizacionales”.

GARETH, Jones (2007), exterioriza: “Administración es la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos y de otra clase para alcanzar con eficiencia y eficacia las metas de la organización. Los recursos de una organización comprenden bienes como las personas y sus capacidades, habilidades y conocimientos, la maquinaria, materia prima, capacidad económica”.

TAYLOR, Frederick atestigua: “Administración es una ciencia basada en principios, reglas y leyes claramente definidas, que le sirve de cimientos”.

Para el análisis de la primera se expresa que la administración se define como el proceso de alcanzar metas organizacionales, el segundo autor da como importancia que la administración es la planeación, organización, dirección y control de los recursos humanos, conformando un tercer concepto de Taylor que afirma que la administración es una ciencia basada en principios, reglas y leyes claramente definidas.

Para mayor comprensión apunto es importante definir qué: la Administración va de la mano con el alcance de objetivos para una organización, que se compromete con diversos recursos y conocimientos a través del trabajo en equipo.

La administración es esencial en toda organización, así como en todos los niveles de organización de una empresa, corresponde ejercerla al presidente de la corporación. Las dificultades y deficiencias aparecen en cualquier nivel; por ello la dirección efectiva exige que todos aquellos sean responsables por el trabajo de otros y se consideren así mismos como administradores. La Administración es de gran importancia en toda organización, pues de esta depende en gran parte el desarrollo de la

misma, por esta razón la persona que se encuentre como administrados en una empresa debe ser un gran profesional con conocimiento y experiencia sobre procesos, trabajo en equipo y estrategia para manejar adecuadamente a las personas que se en encuentren bajo su cargo.

Los elementos del proceso administrativo son la planeación, organización, dirección, coordinación y control: La Planeación: Es la etapa de fijar metas en la organización y estructurar el sistema para alcanzarlas, la Organización Trata sobre establecer los recursos y actividades necesarias para alcanzar las metas, la Dirección Es dirigir el trabajo del personal con el único fin de alcanzar las metas, la Coordinación Concierta la ejecución de actividades en la organización, el Control Compara lo planificado con lo ejecutado. Se mide y se corrige.

2.25.2 EL PROCESO ADMINISTRATIVO

FUENTE: TAYLOR, Frederick

2.25.2.1 PLANEACIÓN

Es la etapa de fijar metas en la organización y estructurar el sistema para alcanzarlas.

2.25.2.2 ORGANIZACIÓN

Trata sobre establecer los recursos y actividades necesarias para alcanzar las metas.

2.25.2.3 DIRECCIÓN

Es dirigir el trabajo del personal con el único fin de alcanzar las metas.

2.25.2.4 COORDINACIÓN

Concierta la ejecución de actividades en la organización

2.25.2.5 CONTROL

Compara lo planificado con lo ejecutado. Se mide y se corrige.

2.25.3 NIVELES ADMINISTRATIVOS

2.25.3.1 LEGISLATIVO

Representa el primer grado de autoridad dentro de la organización, es decidir sobre aspectos trascendentales sobre la misma. Este nivel es el que se encarga de legislar; establece políticas, normas, procedimientos, reglamentos, etc.

2.25.3.2 DIRECTIVO

Es el segundo grado de autoridad en la organización, se encarga de planificar, orientar y dirigir las actividades regulares de la misma.

2.25.3.3 ASESOR

No representa grado de autoridad alguno dentro de la organización. Su labor es aconsejar u opinar sobre temas específicos, y sus representantes son expertos.

2.25.3.4 OPERATIVO

Es donde se realizan las actividades básicas de la organización como producir, vender, brindar servicios, etc.; la capacitación y relación constante es necesaria e indispensable para una respuesta efectiva, eficiente y productiva de este nivel.

2.25.3.5 AUXILIAR

Es un sector de apoyo en las actividades de la empresa. Aquí se pueden encontrar estamentos como secretaría, archivo, transporte, etc.; es un nivel que en ocasiones puede apoyar o ser el soporte para los

niveles directivos que en ocasiones se sustentan en la información prevista por este para tomar decisiones.

2.25.3.6 DESCENTRALIZADO

Se forma en el momento en que se descentralizan las actividades de la empresa. En este nivel es donde se dirige cada una de las autonomías de la misma.

2.26 PROCESO DE CALIDAD

2.26.1 DEFINICIÓN

EVANS, Lindsay; (2010), piensa: “Que los procesos de calidad es una secuencia de actividades que tienen la finalidad de lograr algún resultado, generalmente crear un valor agregado para el cliente”.

KRAJEWSKI, Ritzman; (2010), revela: “Que un proceso implica el uso de los recursos de una organización, para obtener algo de valor. Así, ningún producto puede fabricarse y ningún servicio puede suministrarse sin un proceso, y ningún proceso puede existir sin un producto o servicio”.

ISO 9001 (2011), enuncia: “Para que una organización funcione de manera eficaz, tiene que identificar y gestionar numerosas actividades relacionadas entre sí. Una actividad que utiliza recursos, y que se gestiona con el fin de permitir que los elementos de entrada se transformen en resultados, se puede considerar como un proceso. Frecuentemente el resultado de un proceso constituye directamente el elemento de entrada del siguiente proceso. La aplicación de un sistema de procesos dentro de la organización, junto con la identificación e interacciones de estos procesos, así como su gestión, puede denominarse como enfoque basado en procesos”.

Para mayor comprensión sobre un proceso de calidad se hizo la comparación entres estos tres criterios para llegar a la conclusión que los procesos son una secuencia de actividades que implican el uso de diversos recursos, de manera eficiente y efectiva obteniendo mejores resultados con el fin de aproveche al máximo estos recursos eliminando gradualmente los errores y llegar a un 100% de proceso óptimo.

Para mayor comprensión se expresa que: la gestión de calidad es una estrategia organizativa y un método de gestión que hace participar a todos los empleados y pretende mejorar continuamente la eficacia de una organización en satisfacer el cliente.

2.27 IMPACTOS DEL PROYECTO

BESANTES, Washington, (2006), manifiesta: “Son las consecuencias positivas o negativas a las que se encuentra sujeta la población entorno al proyecto con relación a los aspectos sociales tales como salud, educación, vivienda”.

Para Besantes el medir los impactos permitirá que la empresa valore su nivel de aporte o destrucción del hábitat. La contribución con la sociedad.

A través de un análisis permiten detallar los aspectos importantes que rodean la ejecución del proyecto, miden el grado de responsabilidad que se tendrá con el entorno.

2.28 ETIQUETA

FUENTE: www.eti-textil.com

Numerosos negocios necesitan aplicar a sus productos el etiquetado adecuado a cada artículo, tanto para identificarlo como para tener un control exhausto de toda la producción. Por ello, recurren a una empresa de etiquetas autoadhesivas, adhesivas, etc., y es ésta la que se encarga de proporcionárselas. De esta forma, ya pueden completar la buena gestión de su negocio y poner un registro de distinción a las diversas prendas y por ende diferenciarlas de las demás del mercado.

2.28.1 TIPOS DE ETIQUETA

2.28.1.1 AUTOADHESIVAS

Estas etiquetas pueden ser impresas sobre diversos soportes de papel adhesivo, polipropileno, polietileno, otros plásticos, tejidos y demás.

2.28.1.2 ADHESIVAS

Este tipo de etiquetas pueden ser adheridas a la prenda o producto de una manera fácil y sencilla, con la aplicación de la plancha o de forma directa.

2.28.1.3 BORDADAS

Este tipo de etiquetas se las realiza en hilo ya que los diseños se confeccionan con una imagen pre-establecida.

2.28.1.4 ESTAMPADAS

Las etiquetas estampadas son tipificadas en cualquier modelo que sean realizados.

2.28.1.5 CUERO

Las etiquetas de cuero es una variedad de diseños ya que de manera significativa son consumidos para los pantalones llamados vaqueros.

2.28.1.6 ETIQUETAS DE CARTON

Las etiquetas de cartón son muy importantes en el producto ya que marcan toda la imagen de la empresa

2.28.1.7 CINTAS

En este tipo de etiquetas se confecciona de diversos materiales como: satinada, polyester, nylon importado, adhesivos, cinta ecológica y demás.

2.28.1.8 CAUCHO

Las etiquetas de caucho se las realiza mediante un proceso de industrialización, en lo cual intervienen materiales tóxicos.

2.28.1.9 ETIQUETAS TEJIDAS

Las etiquetas tejidas se las confecciona mediante procesos de unión de diversas fibras.

2.28.1.10 METAL

La etiqueta de metal es aquella que tiene un valor agregado al producto.

2.29 TÉCNICA DE OPTIMIZACIÓN

2.29.1 CUTSONIC PLUS

Este tratamiento mejora la calidad de la etiqueta tejida. Ofrece un acabado muy suave, y está especialmente recomendado para ropa de bebé, infantil, y en general para aquellos productos que requieran que la etiqueta tejida se encuentre en contacto directo con la piel.

2.29.2 ULTRA-DEFINICIÓN

Esta nueva calidad de etiqueta tejida se caracteriza por tener unos colores muy intensos, y una altísima definición. Los trazos muy finos, letras pequeñas, etc. Que no podían ser reproducidos correctamente en etiquetas tejidas con las calidades convencionales quedan muy bien definidos con la nueva calidad.

2.30 CARACTERÍSTICAS A CUMPLIR EN LA ETIQUETA

FUENTE: www.graphicmachinenergy.es

2.30.1 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O MARCA: Tu etiqueta debe identificar claramente el tipo de producto o su imagen empresarial.

2.30.2 DESCRIPCIÓN

Quién lo hizo, dónde se fabricó, cuándo, su contenido (si va en caja) etc.

2.30.3 DISEÑO GRÁFICO ATRACTIVO

Mostrar alguna imagen específica (juvenil, seria), etc.

2.30.4 ACTUALIZACIÓN

Es recomendable que se actualice frecuentemente para que no pierda vigencia.

2.30.5 INFORMACIÓN

Precio, fecha, contenido etc. Los aspectos referentes a la información influyen mucho en las decisiones de compra de los consumidores.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

Este capítulo tiene por objetivo tener una noción clara de la cantidad de clientes posibles de la microempresa de producción y comercialización de etiquetas en la zona textil de Atuntaqui. Adicionalmente el estudio de mercado indicará si las características del producto son las que desea adquirir, incluso nos enseña que tipo de potenciales clientes serán los beneficiarios de dicho proyecto.

La principal expectativa que tiene este estudio de mercado es poder identificar claramente la demanda a satisfacer, posibles competidores, precio de venta y demás factores determinantes.

El comportamiento de los factores económicos de un proyecto es afectado fuertemente por la estructura actual y esperada del mercado.

El mercado lo conforman la totalidad de los compradores y vendedores potenciales del producto o servicio que va a elaborar el proyecto.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

El producto del presente estudio son las etiquetas para prendas de vestir, utilizadas en la confección de diversos artículos para hombres, mujeres, niños, etc. Que son empleadas como un insumo importante en la presentación de la marca y su misma comercialización, dando como enfoque la aceptación en el mercado local, nacional e internacional, satisfaciendo las necesidades y gustos de los clientes.

Cuadro Nro. 4: CONTEXTURA FÍSICA

MATERIALES	DESCRIPCIÓN
ROLLOS DE CINTAS	Es el componente principal de la etiqueta, debe ser suave, tener contextura de calidad y no alérgico, cumpliendo parámetros pres establecidos.
COLORES	Son componente básicos para la confección por que genera el acabo perfecto y el tipografiado informativo al artículo terminado

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

3.2.2 TIPOS Y DISEÑOS

Las modas han ido imponiendo diversos modelos, sin dejar de lado las tendencias de épocas anteriores, por lo cual los productos terminados deben ser de calidad desde la parte más insignificativa para poder competir con el mercado global. Para el caso del proyecto de etiquetas se elaborará de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores, con acordes a las evoluciones sociales y culturales del entorno que marcan las tendencias de diseño. Según las opiniones de los consumidores, estos prefieren estilos modernos e innovadores.

3.2.3 COLORES Y TAMAÑOS

Las etiquetas serán elaboradas en varios colores, tamaños y diseños ya que esto cautiva los gustos de los consumidores; y la inclinación por el tipo de color, material y diseño, dependerá básicamente de los requerimientos de las empresas que confeccionan las prendas de vestir pero según las encuestas los tamaños mas aceptados son:

Cuadro Nro. 5: TAMAÑOS DE LAS ETIQUETAS

DETALLE	TAMAÑO
Pequeña	15 a 20 mm
Mediana	25 a 30 mm
Grande	40 a 50 mm

Fuente: Estudio de mercado

Elaboración: El autor

En lo referente a los tipos de colores existe una diversa gama para utilizarlos por la tecnología que se emplea en las etiquetas que se confeccionaran, dentro de ello la posibilidad de poder mezclar hasta 4 colores en la maquinaria es totalmente garantizada, y si de ser necesario un color extra se marca como adicional.

3.2.4 CARACTERÍSTICAS DE USO

Las etiquetas de vestir deben ser no alérgicas, cómodas ya que su uso en la prenda de vestir es diario y por lo tanto debe ser confeccionada con materia prima de excelente calidad dando seguridad al consumidor.

Teniendo en cuenta las siguientes cualidades:

- Por su naturaleza estas etiquetas serán un producto de calidad y por su contextura física será de larga durabilidad.
- Son productos sujetos a la dependencia de la innovación en diseños por los cambios en las tendencias de la moda.
- Su uso adecuado en cualquier prenda de vestir, proporciona al usuario atractivo sobre la marca que esta luciendo.

3.3 MERCADO META

El mercado al cual va dirigido las etiquetas será la ciudad de Atuntaqui, en vista de su crecimiento textil, haciendo de este, un mercado atractivo para la oferta de nuestro producto.

Los principales clientes son las mi pymes dedicadas a la actividad textil y que son aproximadamente 125, pudiéndose expandirse a futuro al resto de cantones de la Provincia de Imbabura, de empresas dedicadas a la actividad textil.

Es fundamental analizar las tendencias del mercado de Atuntaqui, sitio donde va a funcionar la empresa, reflejando el comportamiento del mismo y evaluando las principales variables que pueden incidir, visualizando lo atractivo que resulte el sector donde se interviene.

Por lo que se debe tomar en cuenta aspectos importantes como: los gustos y preferencias, la competencia, posibles clientes, ciclo de vida del negocio, tendencia de consumo, análisis de precios, publicidad y segmentos de mercados.

3.4 SEGMENTOS DE MERCADO

El mercado se segmentara de acuerdo a las siguientes categorías expresadas en el cuadro siguiente:

Cuadro Nro. 6: SEGMENTACIÓN DE MERCADO

PRIMERA SEGMENTACIÓN	SEGUNDA SEGMENTACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN
Mercado Total 1. Consumidores de la Provincia Imbabura	<ul style="list-style-type: none"> • Cantones 	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno Provincial • Municipios • Juntas Parroquiales • Mercados
Mercado Potencial 2. Consumidores a nivel del Cantón Atuntaqui	<ul style="list-style-type: none"> • Urbano • Rural 	<ul style="list-style-type: none"> • Municipio Atuntaqui • INEC
Mercado Meta 3. Consumidores de Atuntaqui	<ul style="list-style-type: none"> • Urbano 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas
Mercado Efectivo 4. Consumidores en función de sus requerimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Mi pymes 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

El mercado total constituido por las mi pymes de la Provincia de Imbabura y sus zonas de influencia, dedicadas a actividades textiles y que requieran de este tipo de producto.

El Mercado Potencial, lo constituyen las mi pymes del cantón de Atuntaqui, los mismos que poseen una cultura de consumo de etiquetas.

Además existen otros factores los cuales se los ha tomado en cuenta para la segmentación siendo estos: dimensión geográfica, variables demográficas y habilidades de las mi pymes.

El mercado meta como ya se manifestó anteriormente está constituido por las mi pymes de la Ciudad de Atuntaqui, en el sector urbano.

Y el mercado efectivo se lo establecerá en función de los requerimientos de las mi pymes de Atuntaqui quienes conforman el mercado meta, considerando así mismo el apoyo a la creación de este tipo de microempresa.

Cabe manifestar que existen algunos aspectos que inciden en la decisión de los clientes al momento de consumir este tipo producto, los mismos que son:

3.4.1 ASPECTO ECONÓMICO

El aspecto económico es el principal factor que se considera para el establecimiento del mercado efectivo, ya que el poder adquisitivo que posean las mi pymes es el que le permite acceder al producto, aunque su nivel de influencia no es mayor ya que los precios son accesibles a todo tipo de mi pymes, dependiendo del tipo y cantidad de etiquetas. En este caso se ha determinado que los consumidores tienen la posibilidad de adquirir el producto, ya que sus precios serán competitivos.

3.4.2 ASPECTO TECNOLÓGICO

Los equipos, maquinaria e instalaciones perfectamente adecuadas garantizan que el producto elaborado en la microempresa sea de excelente calidad y cumplan con todas la normas exigidas.

3.4.3 ASPECTO PRODUCTIVO

Se tiene conocimiento que en la ciudad de Atuntaqui y sus zonas de influencia, la mayoría de mi pymes dedicadas a la actividad textil,

requieren de etiquetas para dar por terminado cada una de las prendas que fabrican, por tal razón los consumidores necesitan conocer la proveniencia directa del producto y su proceso de elaboración.

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.5.1 MARCO MUESTRAL O UNIVERSO

El universo es de 125 mi pymes de los cuales se obtuvo una muestra de 94 mi pymes.

3.5.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para este caso la población es finita por ende se utiliza un margen de error del 5% del error estadístico.

n =Tamaño de la Muestra.

δ = Varianza = 0.5

ε = Error 0,05

N = Tamaño de la población.

Z = Valor tipificado corresponde 1.96 doble cola

NC=95% $Z=1.96$

La fórmula matemática para identificar el tamaño de la muestra es:

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)^2 (125)}{(125 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,5)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(125)}{(124)(0,0025) + (0,25)(3,8416)}$$

$$n = \frac{120,05}{0,31 + 0,9604}$$

$$n = \frac{120,05}{1,2704}$$

$n = 94,49$

Número de encuestas a aplicarse = 94

3.5.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Se distribuyeron las encuestas tanto a micro, pequeñas y medianas empresas de la localidad.

3.5.4 EVALUACIÓN Y TABULACIÓN INFORMACIÓN

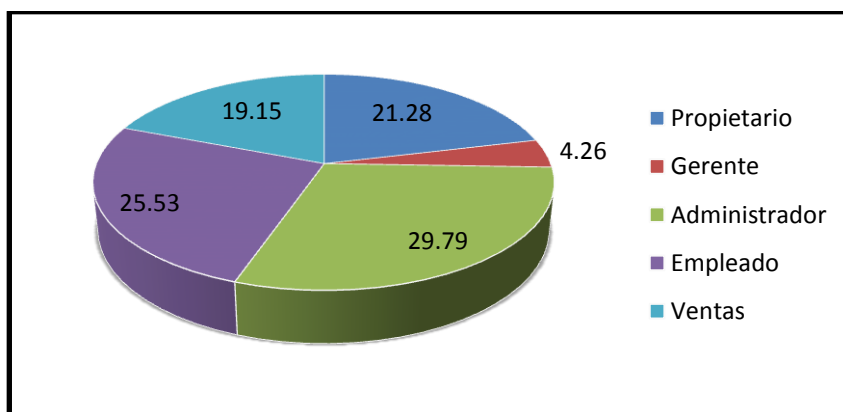
A continuación se presenta el análisis de los resultados por cada pregunta:

¿Cuáles son los cargos más destacados de los encuestados?

Cuadro Nro. 7: CARGOS MÁS DESTACADOS

OPCION	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Propietario	20	21,28%
Gerente	4	4,26%
Administrador	28	29,79%
Empleado	24	25,53%
Ventas	18	19,15%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 1: CARGOS MÁS DESTACADOS



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

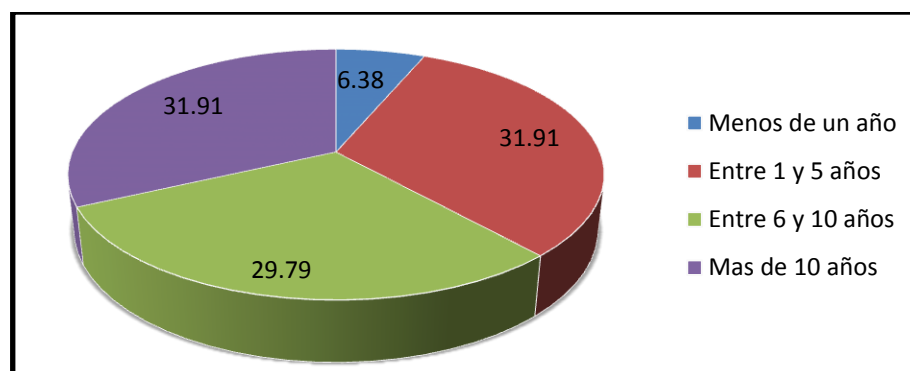
La mayor parte de encuestados son los administradores, seguidos por empleados, propietarios, gente de ventas y gerentes respectivamente, obteniendo información de diferentes niveles de gestión de las mi pymes consideradas en este estudio.

¿Hace cuántos años viene funcionando esta institución?

Cuadro Nro. 8: AÑOS DE FUNCIONAMIENTO

TIEMPO	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Menos de 1 año	6	6,38%
De 1 a 5 años	30	31,91%
De 6 a 10 años	28	29,79%
Más de 10 años	30	31,91%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 2: AÑOS DE FUNCIONAMIENTO



Fuente: Encuesta dirigida a las mi pymes de Atuntaqui 2012.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La mayoría de mi pymes en cuanto a su tiempo de funcionamiento se ubica de 1 a 5 años, de 6 a 10 años y más de 10 años dentro del rango investigado, lo que significa que se trata de empresas con una

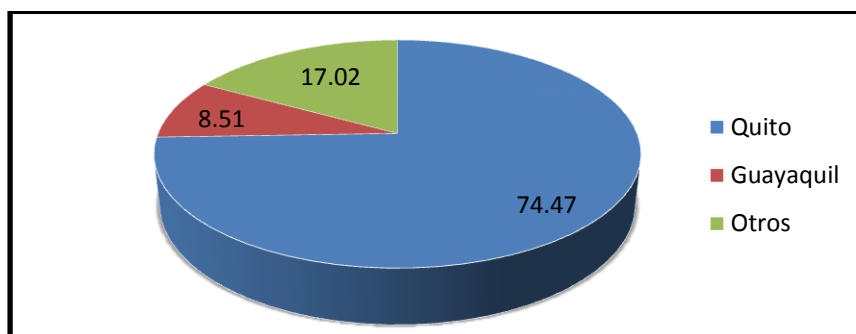
experiencia aceptable en el mercado, garantizando de esta manera su permanencia y estabilidad para la actividad que se pretende desarrollar.

¿Dónde compra las etiquetas para agregarlas al producto terminado?

Cuadro Nro. 9: ORIGEN DE COMPRA DE ETIQUETAS

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Quito	70	74,47%
Guayaquil	8	8,51%
Otros	16	17,02%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 3: ORIGEN DE LA COMPRA DE ETIQUETAS



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

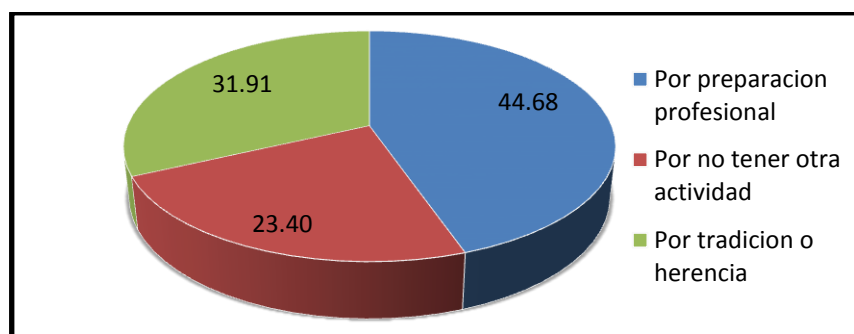
La mayor parte de mi pymes del sector adquieren las etiquetas en la ciudad de Quito y en un porcentaje significativo en otros lugares: por lo general compran fuera del país por ser más económico, y finalmente un porcentaje menor lo hace en Guayaquil, situación a considerar en la elaboración de la presente propuesta.

¿Cuáles fueron las razones por las que decidió dedicarse a esta actividad?

Cuadro Nro. 10: RAZONES DE ACTIVIDAD

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Por profesión	42	44,68%
Por no tener trabajo	22	23,40%
Por herencia	30	31,91%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 4: RAZONES DE ACTIVIDAD



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

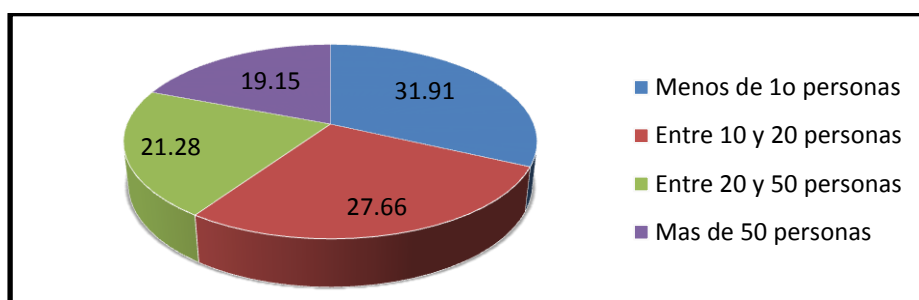
De manera significativa los encuestados se dedicaron a esta actividad por tener fundamentos profesionales, seguido por aquellos que lo hacen por tradición o herencia que viene muchas veces de generación en generación, y en un porcentaje inferior se dedicaron a estas labores por no tener otro oficio o actividad, con lo cual conlleva a relacionar con mi pymes por el hecho de que vienen con una gran trayectoria en la actividad a la que se dedican.

¿Cuántas personas trabajan en esta empresa?

Cuadro Nro. 11: PERSONAL DE LA EMPRESA

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Menos de 10	30	31,91%
Entre 10 y 20	26	27,66%
Entre 21 y 50	20	21,28%
Más de 50	18	19,15%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 5: PERSONAL DE LA EMPRESA



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

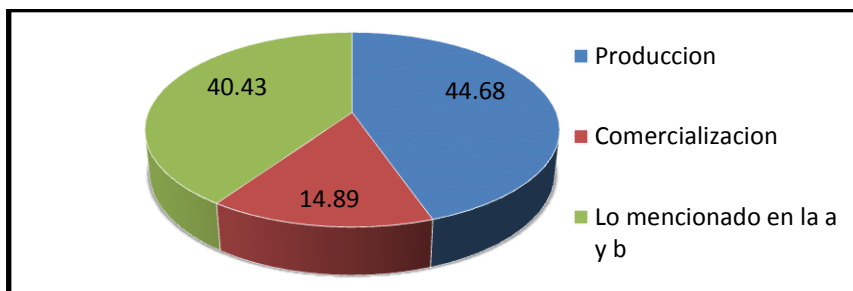
La mayoría de las empresas entrevistadas tiene un personal de menos de 10 personas, despuntando en segundo lugar las empresas que tienen entre 10 y 20 empleados, luego entre 20 a 50 colaboradores, y finalmente cuentan con más de 50 personas. Situación que hace prever que se trabaja con micro y pequeñas empresas de acuerdo al número de trabajadores.

Su empresa se dedica a:

Cuadro Nro. 12: DEDICACIÓN DE LA EMPRESA

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Producción	42	44,68%
Comercialización	14	14,89%
Las dos actividades anteriores	38	40,43%,
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 6: DEDICACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

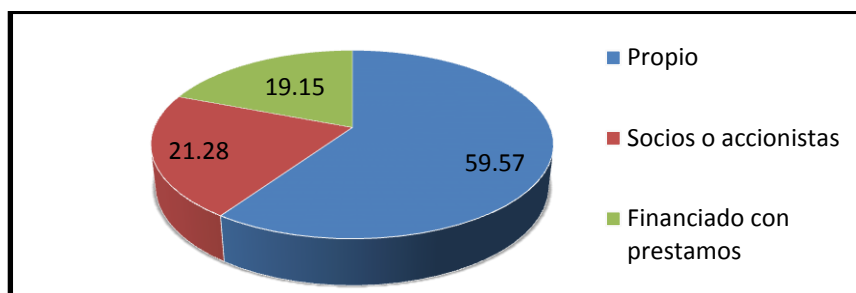
La mayoría se dedica a la producción, seguida por otras empresas que se dedican a la producción y comercialización de tal manera que no existen intermediarios, y finalmente una minoría se dedican solo a la comercialización. Lo que nos garantizan que la mayor parte de empresas requieren de nuestro producto ya que será parte de su materia prima.

¿El capital con el que trabaja es?

Cuadro Nro. 13: ORIGEN DEL CAPITAL DE TRABAJO

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Propio	56	59,57%
Socios o accionistas	20	21,28%
Financiado	18	19,15%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 7: ORIGEN DEL CAPITAL DE TRABAJO



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

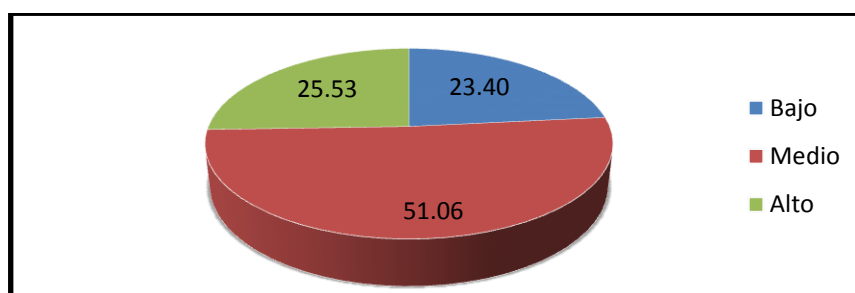
La mayor parte del capital es propio sea de manera individual o a través de accionistas por lo cual es un porcentaje elevado a nivel de los encuestados en el sector textil, y como segundo plano solo un número mínimo de microempresarios se encuentran con préstamos en entidades financieras, lo que hace prever que se trata de empresas solventes y liquidas.

¿A qué nivel considera usted aceptable que la etiqueta marque un valor agregado a la prenda de vestir?

Cuadro Nro. 14: NIVEL DE CONSIDERACIÓN

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Alto	24	25,53%
Medio	48	51,06%
Bajo	22	23,40%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 8: NIVEL DE CONSIDERACIÓN.



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

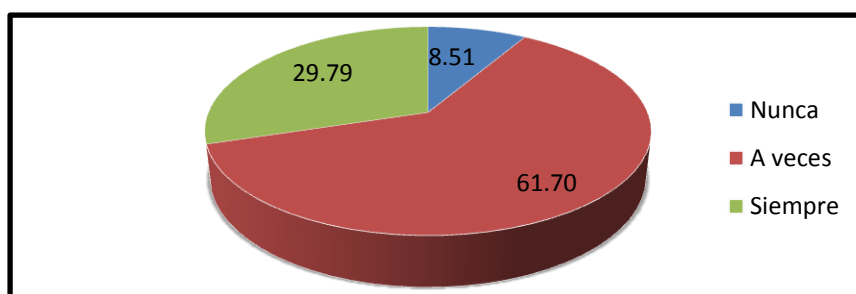
En un porcentaje consistente los entrevistados afirman que la etiqueta marca un valor agregado a la prenda de vestir a un nivel medio, por otro lado en porcentajes parecidos nos dice que es considerable la etiqueta a un nivel alto y un nivel bajo de valor agregado en las prendas de vestir. Situación a considerar en la implementación del mercado del producto.

¿Sus proveedores de insumos (etiquetas) le atienden en cualquier horario y en cualquier día de la semana sin importar feriados?

Cuadro Nro. 15: PROVEEDORES DE INSUMOS

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
A veces	58	61,70%
Siempre	28	29,79%
Nunca	8	8,51%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 9: PROVEEDORES DE INSUMOS



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

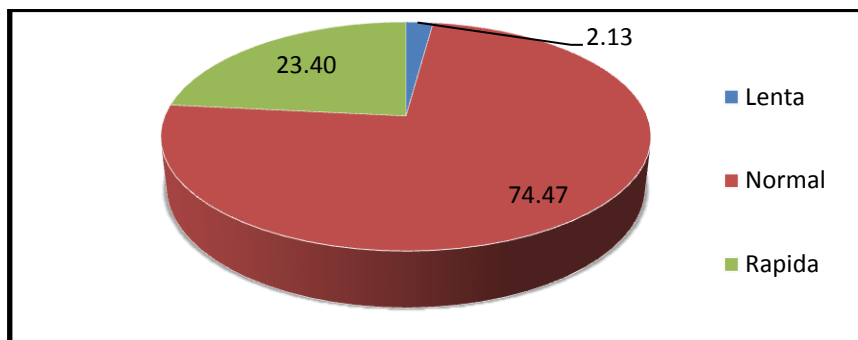
En la mayoría de los casos se ha confirmado que a veces y siempre los proveedores les atienden en cualquier horario y en cualquier día de la semana sin importar feriados, mientras que una minoría dice que los proveedores no pueden satisfacer todas las necesidades. Mercado a considerar para la presente propuesta con el fin de mejorar todo lo negativo.

¿La distribución y despacho del insumo la hacen de forma?

Cuadro Nro. 16: DESPACHO DEL PRODUCTO

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Rápida	22	23,40%
Normal	70	74,47%
Lenta	2	2,13%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 10: DESPACHO DEL PRODUCTO



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

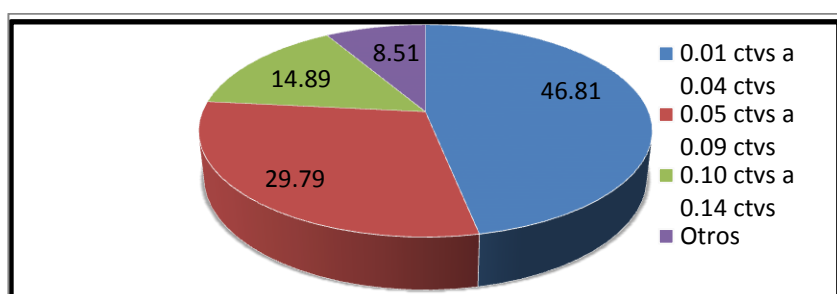
La distribución o despacho de la mercadería en su mayoría es de forma normal poniendo en consideración la producción de la empresa, por otra parte indica que es rápida y una cantidad mínima afirma que es lenta. Es decir, no todos se encuentran satisfechos con este sistema de despacho ya que la competencia debe tener falencias en sus procesos internos.

¿El precio estimado de la etiqueta en que rango se encuentra?

Cuadro Nro. 17: PRECIO ESTIMADO

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
0,01 A 0,04 CTVS	44	46,81%
0,05 A 0,09 CTVS	28	29,79%
0,10 A 0,14 CTVS	14	14,89%
OTROS	8	8,51
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 11: PRECIO ESTIMADO



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

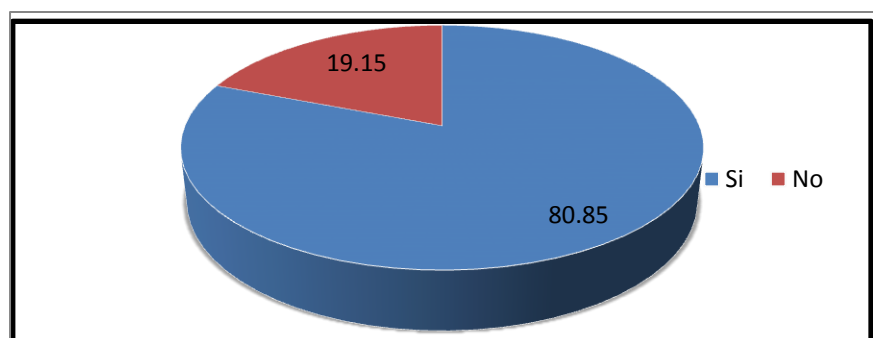
La mayoría afirma que el precio de las etiquetas a consumir en el sector debe estar en un promedio de 0.01 ctvs. a 0.04 ctvs., seguido por un precio intermedio entre 0.05 ctvs. a 0.09 ctvs., y por un rango de precios de 0.10 ctvs. a 0.14 ctvs., y finalmente una minoría que se refiere que son otros precios los que pagan los productores locales. Por lo cual se debe analizar el establecimiento de los precios en la empresa a instaurarse con el fin de obtener una aceptabilidad consistente.

¿Usted considera que la fábrica a instaurarse en el sector, a más de proveer etiquetas deberá ofrecer insumos adicionales para la producción textil?

Cuadro Nro. 18: OTROS INSUMOS

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Si	76	80,85%
No	18	19,15%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 12: OTROS INSUMOS



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.

Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

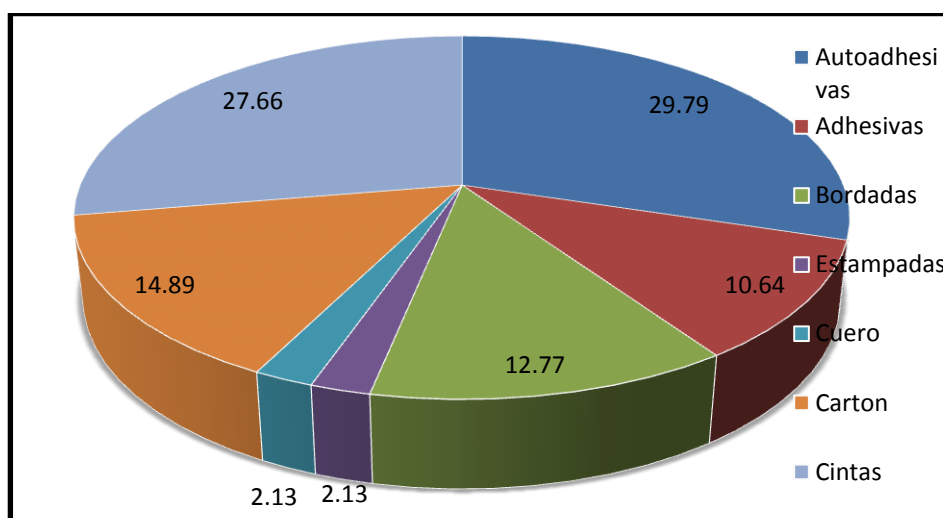
Una cantidad mayoritaria afirma que la fábrica a instaurarse en el sector debería ofrecer insumos adicionales, y una minoría manifiesta que no, situación a considerarse en caso de diversificar la oferta de productos.

¿Qué tipos de etiquetas son las más adquiridas por su empresa?

Cuadro Nro. 19: TIPOS DE ETIQUETAS

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Autoadhesivas	28	29,79%
Adhesivas	10	10,64%
Bordadas	12	12,77%
Estampadas	2	2,13
Cuero	2	2,13
Cartón	14	14,89
Cintas	26	27,66
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 13: TIPOS DE ETIQUETAS



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

La investigación da como resultado que las etiquetas más utilizadas en el proceso de confección de las diversas prendas de vestir son las etiquetas autoadhesivas, y seguida por las etiquetas en cintas generando un nivel aceptable, luego se presenta las etiquetas de cartón en las prendas de

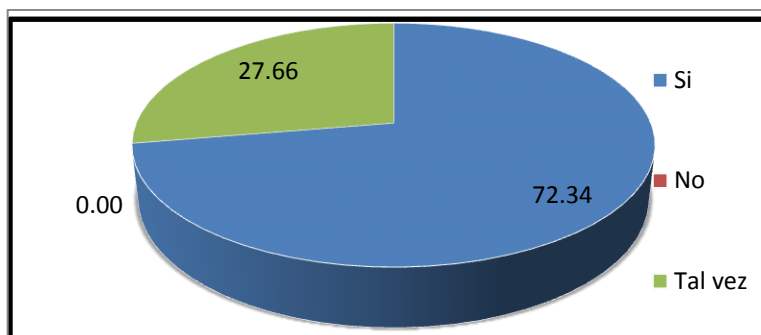
vestir, y en tercera opción las etiquetas bordadas que son compradas para terminar diversas prendas, de igual manera las etiquetas adhesivas son consumidas por los productores del sector, y finalmente con un empate en porcentaje mínimo están las etiquetas estampadas y de cuero. Considerando así las etiquetas preferidas y más utilizadas en la producción por las microempresas.

¿Estaría dispuesto adquirir el insumo (etiqueta) por la nueva empresa de producción y comercialización instalada en Atuntaqui?

Cuadro Nro. 20: ACEPTABLE O NO EL INSUMO

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Si	68	72,34%
No	0	0%
Tal vez	26	27,66%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 14: ACEPTABLE O NO EL INSUMO



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

En el rango significativo se afirma la aceptación de adquirir la etiqueta en el ámbito industrial, mientras que una minoría dicen que tal vez comprarían el producto y por ende a estos se los considera como posibles clientes dando un efecto positivo al proyecto, por el hecho de que

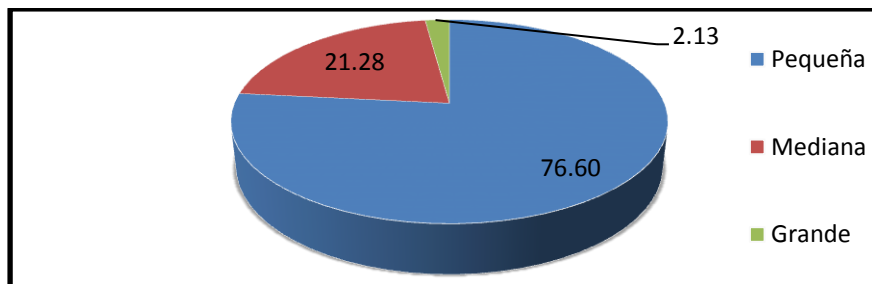
aumentaría las ventas a la nueva escala, y finalmente el 0.00% de la población es la que no acepta el producto.

¿Qué tipos de etiquetas son las más adquiridas por su empresa?

Cuadro Nro. 21: TAMAÑOS A ADQUIRIR

OPCIÓN	NUM. ENCUESTA	PORCENTAJE
Pequeña	72	76,60%
Mediana	20	21,28%
Grande	2	2,13%
TOTAL	94	100,00%

Gráfico Nro. 15: TAMAÑOS A ADQUIRIR



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS:

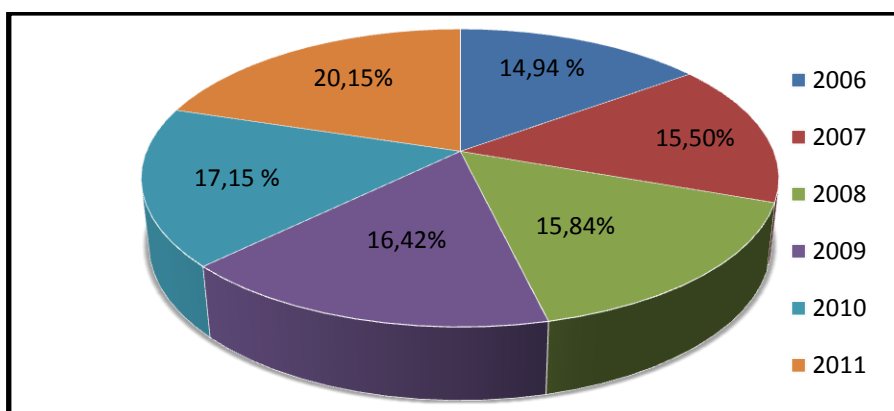
Las etiquetas mas admitidas para este proyecto están en un rango longitudinal de 15 a 20 mm consideradas como pequeñas, seguidas en segundo lugar se encuentran las etiquetas medianas consideradas en una longitud de 25 a 30 mm y al final están las etiquetas grandes en un rango de dimensional de 40 a 50 mm. Aspectos a considerar para establecer la producción de nuestro proyecto.

¿Qué cantidad aproximada de etiquetas consumieron en los últimos 6 años de su producción?

Cuadro Nro. 22: CONSUMO HISTÓRICO

OPCIÓN	NUM. CONSUMO	PORCENTAJE
2006	1325149	14,94 %
2007	1375511	15,50 %
2008	1405465	15,84 %
2009	1456325	16,42 %
2010	1521250	17,15 %
2011	1787750	20,15 %
TOTAL	8871450	100,00%

Gráfico Nro. 16: CONSUMO HISTÓRICO



Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.
Elaborado por: El Autor

ANÁLISIS

Con una gran cantidad de resultados evidentes se dice que la demanda desde el 2006 hasta el 2008 ha sido en puntajes similares y no a despuntado de forma significativa como se lo explica a continuación: año 2006 se consumió 1325149 unidades con un porcentaje de 14,94 %, el año 2007 se consumió 1375511 unidades con un porcentaje de 15,50%, y en el año 2008 se consumió 1405465 unidades con un porcentaje de 15,84 %, mientras que en el 2009 despunto con el consumo de 1456325 unidades generando un porcentaje del 16,42 %, y en el año 2010 y 2011

es donde se ha incrementado de forme relativa creciente el puntaje ya que en el año 2010 se consumió 1521250 unidades creando el 17,15 %, y finalmente en el 2011 con una cantidad de 1707750 unidades dando un 20,15%.

3.5.5 CARÁCTERÍSTICAS DE LOS DEMANDANTES

Cuadro Nro. 23: INFORMACIÓN GENERAL MIPYMES

INFORMACIÓN GENERAL MIPYMES	
CARGOS	El grupo mayoritario está constituido por los administradores (29,79%), seguido por los empleados (25,53%), propietarios (21,28%) y gente de ventas (19,15%).
AÑOS DE FUNCIONAMIENTO	En su gran mayoría están funcionando por más de 10 años (31,91%), seguidos por las de 6 a 10 años (29,79%) y por las de 1 a 5 años (31,91%).
RAZÓN DE LA ACTIVIDAD	La mayoría lo hace por profesión (44,68%), seguido por la razón hereditaria (31,91%) y por no tener trabajo (23,40%).
No. PERSONAS OCUPADAS	En la mayoría trabajan menos de 10 personas (31,91%), seguido por las que trabajan entre 10 y 20 (27,66%), entre 21 y 50 (21,28%) y más de 50 (19,15%)
ACTIVIDAD A LA QUE SE DEDICAN	Se dedican en su mayoría a la producción (44,68%), a la comercialización (14,89%) y las dos actividades (40,43%)
CAPITAL DE TRABAJO	El capital en su mayoría es propio (59,57%), de socios o accionistas (21,28%) y financiado (19,15%)
EL PRODUCTO ETIQUETAS	
LUGAR DE COMPRA	El 74,47% adquiere el producto en Quito y el 17,02% en otros lugares, 8,51% en Guayaquil.
VALOR AGREGADO	Un 51,06% considera que la etiqueta marca un valor agregado a nivel medio, el 25 53% a un nivel alto y el 23,40% a un nivel bajo.
PROVEEDORES	El 61,70% manifiesta que a veces les atienden en cualquier horario, 29,79% siempre y el 8,51% nunca.
DISTRIBUCIÓN Y DESPACHO	El 74,47% dice que se lo hace de manera normal, el 23,40% de manera rápida y el 2,13% de manera lenta.
PRECIO	El precio estimado a pagar oscila entre 0,01 y 0,04 centavos de dólar (46,81%), de 0,05 y 0,09 (29,79%), 0,10 y 0,14 (14,89%) y otros (8,51%).
ETIQUETAS MAS DEMANDADAS	El 29,79% demanda etiquetas autoadhesivas, el 27,66% etiquetas de cintas, 12,77% bordadas y 10,64% adhesivas.

TIPOS DE ETIQUETAS	El 76,60% adquiere etiquetas pequeñas, el 21,28% medianas y el 2,13% grandes.
LA MICROEMPRESA	
PREFERENCIA DE ADQUISICIÓN	El 72,34%, está dispuesto adquirir las etiquetas a la nueva microempresa para su producción, y el 27,66% dice que tal vez.
DIVERSIFICACIÓN	El 80,85%% manifiesta que la microempresa debería ofertar insumos adicionales y el 19,15% dice lo contrario.
CONSUMO	Entre los años 2006 al 2008 el consumo oscila entre el 15% del total si incrementar de forma parcial el consumo y a partir del año 2009 crece 1 punto porcentual.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Analizando la información obtenida es importante detallar que lo principal es caracterizar al cliente al cual se dirigirá el proyecto, y determinar el mercado al que se dirigirá el producto.

3.5.6 EL CONSUMIDOR PARA EL PROYECTO.

Cuadro Nro. 24: EL CONSUMIDOR PARA EL PROYECTO

a. SON ADMINISTRADORES, TRABAJADORES Y PROPIETARIOS DE LAS MIPYMES.
b. SON MIPYMES CON TIEMPO DE FUNCIONAMIENTO SUPERIOR A LOS SEIS AÑOS.
c. LA MAYORÍA MANEJA EL NEGOCIO POR ASPECTOS PROFESIONALES.
d. LA MAYORÍA TRABAJA CON MENOS DE DIEZ Y MAS DE DIEZ TRABAJADORES.
e. LA MAYORÍA SE DEDICAN A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRENDAS
f. ADQUIEREN ESTE PRODUCTO EN QUITO, GUAYAQUIL Y EN OTROS LUGARES.
g. LA MAYORÍA CONSIDERA QUE LA

ETIQUETA DA VALOR AGREGADO A LA PRENDA.
h. LA MAYORÍA SE SIENTE ATENDIDO POR LA COMPETENCIA.
i. EN CUANTO AL DESPACHO LA MAYORIA SE SIENTE ATENDIDA DE MANERA NORMAL Y RAPIDA.
j. EL PRECIO A PAGAR OSCILA ENTRE 0,01 Y 0,09 CENTAVOS
k. LAS ETIQUETAS QUE MAS DEMANDAN SON LAS AUTOADHESIVAS Y LAS DE CINTA, Y EN CUANTO A TIPOS SON LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS.
l. LA MAYORÍA ESTA DISPUESTA ADQUIRIR EL PRODUCTO POR NO DECIR TODOS.
m. LA MAYORÍA MANIFIESTAN QUE SE DEBERIA OFERTAR INSUMOS ADICIONALES.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

La demanda se encuentra cubierta por un mercado constituido por las mipymes del sector urbano de Atuntaqui, respecto al consumo actual de las etiquetas todas consumen dicho producto, en las diferentes presentaciones y tipos, considerando la existencia de un mercado efectivo que está dispuesto a consumir si se considera todo lo manifestado por este mercado. Por lo que la demanda actual estará constituida por el mercado efectivo del proyecto, la misma que se presenta en el siguiente cuadro:

3.6 DEMANDA ACTUAL

Cuadro Nro. 25: DEMANDA ACTUAL

AÑO	CANTÓN	VARIABLE	POBLACIÓN ACTUAL
2011	ATUNTAQUI	MIPYMES	125

Fuente: Cámara de Comercio de Antonio Ante

Elaborado por: El Autor

CÁLCULO:

MIPYMES de la Ciudad de Atuntaqui:	125
% Consumo de etiquetas (72%)	90
TOTAL MIPYMES DEMANDANTES:	90

3.7 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda de este proyecto se utiliza el método lineal.

- Ecuaciones del método de crecimiento lineal:

$$y = a + bx$$

- Ecuaciones de ajuste

$$\sum y = an + b\sum x$$

$$\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

- Resultados de la proyección

Cuadro Nro. 26: PROMEDIO DE CONSUMO

PROMEDIO DE CONSUMO DE ETIQUETAS		
AÑOS	CONSUMO/ETIQUETAS	TASA INCREMENTO
2006	1325149	
2007	1375511	3,80%
2008	1405465	6,06%
2009	1456325	9,90%
2010	1521250	14,80%
2011	1687750	27,36%

Fuente: Encuesta dirigida a las my pymes de Atuntaqui 2012.

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 27: CUADRO NORMALIZADO

TABLA NORMALIZADA			
X	Y	XY	X²
1	1325149	1325149	1
2	1375511	2751022	4
3	1405465	4216394	9
4	1456325	5825300	16
5	1521250	7606250	25
6	1687750	10726500	36
Σ= 21	8871450	32450614	91

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

3.7.4 FÓRMULA DESPEJADA

$$8871450 = 6a + 21b \quad \text{multiplicamos por } 21$$

$$32450614 = 21a + 91b \quad \text{multiplicamos por } -6$$

$$186300450 = 126a + 441b$$

$$-194703684 = -126a - 546b$$

$$-8403234 = \quad / \quad - 105b$$

$$b = -8403234 / -105$$

$$\mathbf{b = 80030,80}$$

$$186300450 = 126a + 441(80030,80)$$

$$a = (186300450 - 35293582,80)/126$$

$$a = (10236628)/126$$

$$\mathbf{a = 8.1243, 08}$$

ECUACIÓN DE AJUSTE

$$y = 1198467,20 + 80030,80x$$

Esta ecuación indica que el consumo de etiquetas está creciendo a una tasa constante de 80.030 unidades.

En base a esta ecuación procedimos a pronosticar:

Cuadro Nro. 28: CÁLCULOS DE FÓRMULA

AÑOS	CÁLCULOS	
2012	$y = 1198467,20 + 80030,80 (7)$	1758683
2013	$y = 1198467,20 + 80030,80 (8)$	1838714
2014	$y = 1198467,20 + 80030,80 (9)$	1918744
2015	$y = 1198467,20 + 80030,80 (10)$	1998775
2016	$y = 1198467,20 + 80030,80 (11)$	2078806
2017	$y = 1198467,20 + 80030,80 (12)$	2158837

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

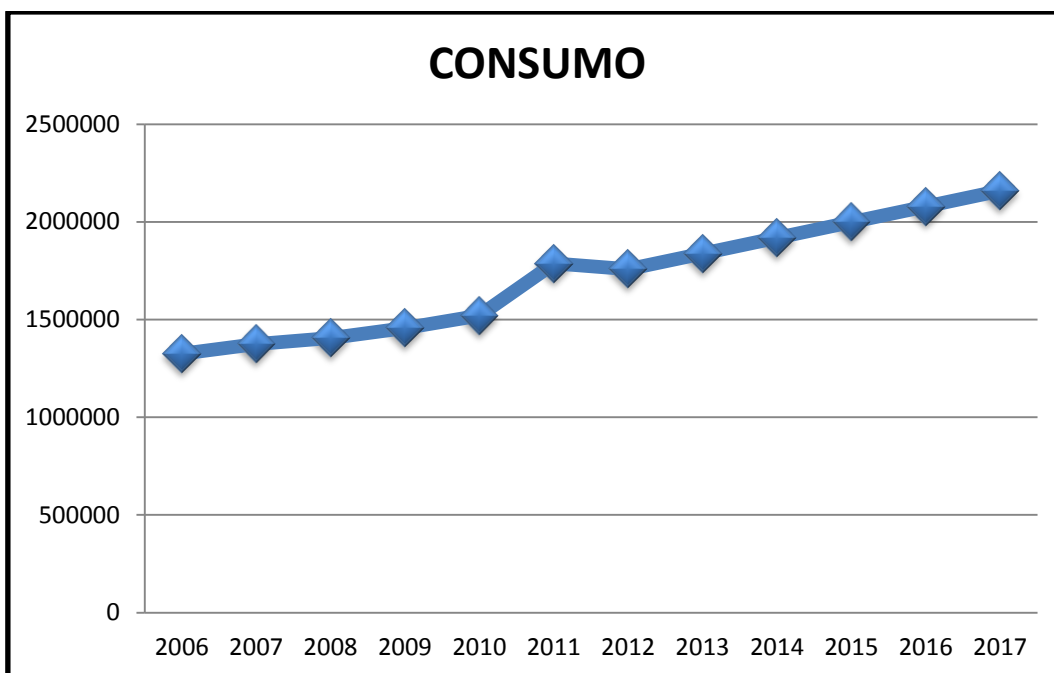
Cuadro Nro. 29: PROYECCIÓN DE CONSUMO

AÑOS	CONSUMO	TASA INCREMENTO
2006	1325149	
2007	1375511	3,80%
2008	1405465	6,06%
2009	1456325	9,90%
2010	1521250	14,80%
2011	1687750	27,36%
2012	1758683	32,72%
2013	1838714	38,76%
2014	1918744	44,79%
2015	1998775	50,83%
2016	2078806	56,87%
2017	2158837	62,91%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 17: CONSUMO PROYECTADO



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

El consumo de los etiquetas es de crecimiento lineal, como podemos observar en el gráfico.

De acuerdo con la proyección realizada en la ciudad de Atuntaqui y aplicando la ecuación $y = 1198467,20 + 80030,80x$, indica que el consumo de las etiquetas está creciendo a una tasa constante de 80.030 (ochenta mil treinta) unidades aproximadamente por empresa que utiliza etiquetas en su producción.

En los próximos cinco años se estima una demanda alrededor de 2.078.806 (dos millones setenta y ocho mil ochocientos seis) aproximadamente.

3.8 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL

Cuadro Nro. 30: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA TOTAL

AÑO	ETIQUETAS	TASA INCREMENTO
2012	1758683	
2013	1838714	4,55%
2014	1918744	9,10%
2015	1998775	13,65%
2016	2078806	18,20%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El Autor

3.9 ANÁLISIS DE COMPETENCIAS

Como se manifestó anteriormente no existe una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de etiquetas, y que actualmente se encuentran atendidos por proveedores de Quito, Guayaquil y otras plazas, lo que de alguna manera demora en la entrega y distribución oportuna como indica el estudio de mercado.

3.9.1 FACTORES QUE AFECTAN LA OFERTA

Los factores que inciden en la oferta en el mercado local, de la información obtenida consideramos que son los siguientes:

- La falta de inversión en este tipo de negocio
- Sistema de distribución fuera del área de intervención.

Todo ello ha incidido en una adquisición fuera del Cantón de este tipo de producto y en la falta de industrialización del mismo, afectando al sistema de precios de mercado.

Para el presente estudio se considerara la no existencia de productores de etiquetas a nivel local, y la producción generada por los sectores externos de la localidad va estar en función de la preferencia de adquisición por parte de las mi pymes de la localidad.

3.9.2 PROYECCIÓN DE LA OFERTA ACEPTADA

La oferta debido a la carencia de productores en la localidad y al no contar con datos estadísticos en cuanto a niveles de producción histórica, se la proyectará en función de la tasa de preferencia de las mi pymes en cuanto a la adquisición de etiquetas que es del 72% de la demanda proyectada, la misma, que se obtuvo en las encuestas de mercados.

3.9.2.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA TOTAL

Cuadro Nro. 31: PROYECCIÓN DE LA OFERTA TOTAL

AÑO	DEMANDA	PORCENTAJE DE PREFERENCIA	OFERTA PROYECTADA
2012	1758683	72%	1266252
2013	1838714	72%	1323874
2014	1918744	72%	1381496
2015	1998775	72%	1439118
2016	2078806	72%	1496740

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El Autor

3.10 PROYECCIONES DE PRECIO, COSTOS Y FLUJOS DE CAJA

Las etiquetas van dirigidas a las mi pymes del sector de Atuntaqui, considerando que para fijar los precios en la oferta de etiquetas van de acuerdo a los establecidos en la investigación de mercado, tomando en cuenta que el promedio de precios manifestado por ellos oscila entre los 0,01 y 0,09 centavos de dólares. Precio que será analizado tomando en cuenta los costos directos de material, mano de obra y costos indirectos de fabricación.

A continuación se refleja el precio correspondiente a las etiquetas.

Cuadro Nro. 32: PRECIO DE LAS ETIQUETAS

Detalle	Etiquetas	Tipos	Precios	Porcentaje de captación del proyecto	Demanda del proyecto
Etiquetas	Cinta	Pequeñas	0,04	100%	1.266.252
		Medianas	0,06		
		Grandes	0,09		
	TOTAL			100%	1.266.252

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El Autor

El análisis de los flujos de caja muestra las entradas y salidas de efectivo durante la vida útil del proyecto, para la Microempresa de etiquetas sus salidas obliga a buscar alternativas de financiamiento, para que al inicio de cada año el proyecto obtenga la solvencia necesaria para cumplir con sus obligaciones y seguir con la actividad productiva.

3.11 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Para lograr el posicionamiento del producto en el mercado se utilizarán las siguientes estrategias de comercialización:

3.11.1 PRODUCTO

Para la elaboración de etiquetas que es producto objeto de estudio, se utilizarán los siguientes criterios:

3.11.1.1 CALIDAD

Para obtener un producto de calidad se incorporará en el proceso productivo de mano de obra calificada, maquinaria y equipos adecuados y materias primas seleccionadas, en busca de tener un mejoramiento continuo en cuanto a calidad.

3.11.1.2 MARCA

Para lograr posicionamiento en la mente de los clientes se utilizará una marca que diferencie al producto de los demás:

Gráfico Nro. 18: ESTILO DE MARCA



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

3.11.1.3 DISEÑO

El producto será elaborado con acordes a los gustos y preferencias de los clientes, con tendencias actuales; así tenemos los siguientes diseños:

Gráfico Nro. 19: TIPOS Y DISEÑOS DE ETIQUETAS



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

3.11.1.4 EMPAQUE

Para conseguir una mejor presentación del producto y una adecuada conservación y almacenamiento del mismo, la ropa de deportiva será empacada en fundas plásticas, diseñadas con la imagen comercial de la microempresa.

3.11.2 PRECIO

El precio del producto será fijado en función de los costos de producción y el margen de utilidad de forma interna por la microempresa, el mismo que dependerá del tipo y diseño; además el precio justificará la calidad del producto. Se establecerá un control adecuado de los costos y gastos, conjuntamente con una adecuada optimización con un precio competitivo.

3.11.3 PLAZA

Con la finalidad de satisfacer de mejor manera las necesidades de los consumidores la microempresa estará ubicada en lugar estratégico que da facilidades al cliente en cuanto a cercanía. El área establecida para la venta del producto contará con una adecuada presentación y equipamiento.

El tipo de canal de comercialización a ser utilizado por la microempresa será el directo:

Gráfico Nro. 20: TIPO DE CANAL DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Base de datos
Elaborado por: El Autor

3.11.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Para lograr un posicionamiento del producto en el mercado también es necesario utilizar estrategias publicitarias que permitan dar a conocer el producto e incentivar su consumo, para tal fin se utilizará radio, prensa, así poder llegar a diferentes sectores de la ciudad y se obtenga la aceptación requerida para dicho producto. En esta fase se apoyará con materiales como, afiches, adhesivos y volantes, para fortalecer y dar a conocer la nueva comercialización de etiquetas sin que esto implique mayores costos y gastos.

Gráfico Nro. 21: DISEÑO HOJA VOLANTE



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor

3.12 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

- El mercado de etiquetas en la ciudad de Atuntaqui es nuevo y dependerá del nivel de calidad del producto como tal, ya que existe una preferencia aceptable.
- La demanda de producto es atractiva, si se planea a largo plazo estrategias de penetración para posesionarse en el mercado y absorber no solo la mayor parte de la demanda, sino también aquella que no consume este tipo de producto.
- La oferta de etiquetas a nivel local no existe, pero hay la oferta de etiquetas de manera externa y no posee ventajas comparativas y competitivas que enfoquen el producto a un nivel de precios competitivos.
- Una adecuada gestión financiera que logre reducir costos y gastos, logrará que el precio final del producto sea más competitivo y que se vea reflejado en el flujo de caja, que determinará la estabilidad y el crecimiento de la misma.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 ESTUDIO TÉCNICO

Dentro del estudio técnico se analiza el proceso de producción de un bien, o la prestación de un servicio en condiciones de tamaño, localización, personal, costos y gastos, con el fin de optimizar. El objetivo de este estudio técnico es determinar los componentes para la implementación de la empresa, señalando básicamente cuales son los factores referentes a su ubicación, tamaño y equipamiento, por lo cual se realizó diversas investigaciones dando como consiguiente el más óptimo y conveniente de los resultados.

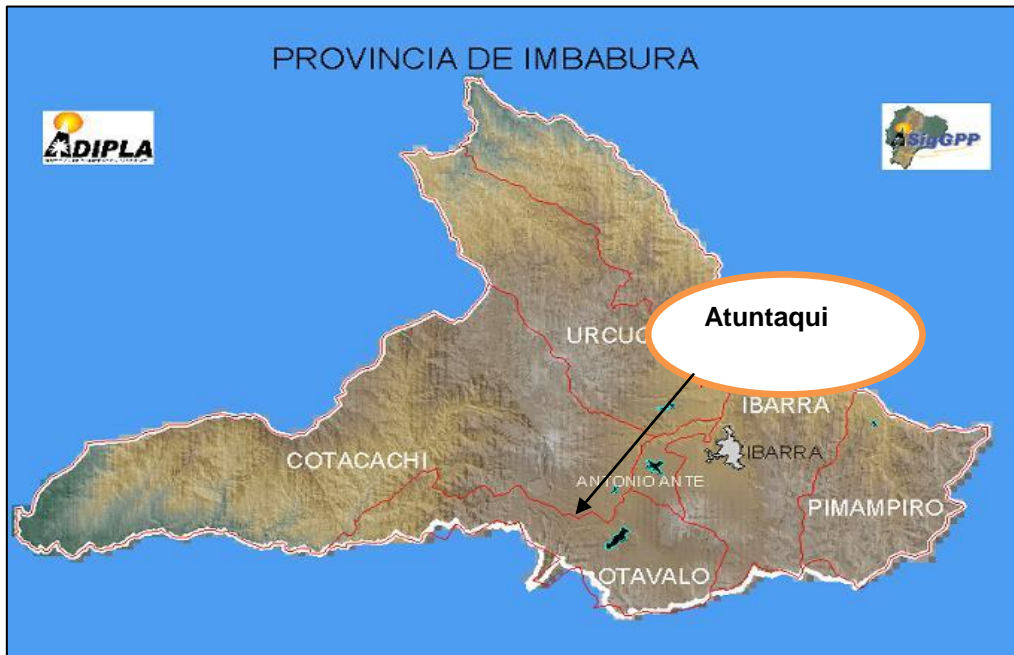
En el presente estudio técnico se define algunos puntos importantes como: dónde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto, qué máquinas y procesos a usar, el personal necesario para llevar a cabo el proyecto, etc.

A todo ello conlleva que cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico ayuda a elaborar el análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.

4.2 MACROLOCALIZACIÓN

La empresa de producción y comercialización de etiquetas estará ubicada en la provincia de Imbabura, ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante, conocida también como la “zona textil de la región norte del país”; se encuentra ubicada a 125 km de la capital Quito y a 12 km de la ciudad de Ibarra esta macro localización nos dará la perspectiva de cómo estará instaurada.

Gráfico Nro. 22: MAPA DE IMBABURA

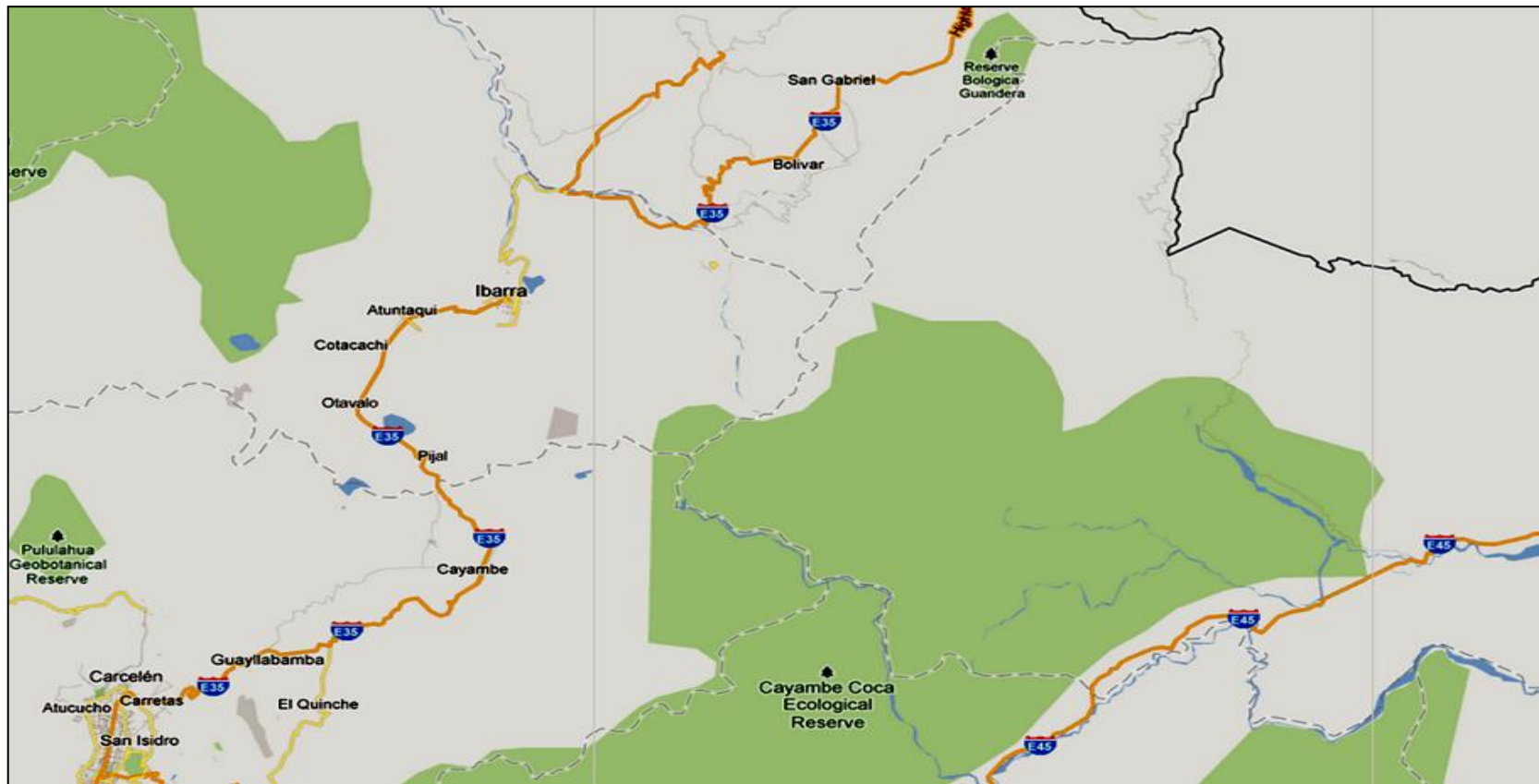


Fuente: www.google.com/imagenes/mapaimbabura

Elaborado por: El Autor

Al ser éste el lugar de residencia habitual y el cual se maneja el giro del negocio, se incluyen aspectos significativos para la toma de decisiones en lo referente a la macro localización de la iniciativa; entre ellos; la disponibilidad de la mano de obra y su costo, por la proximidad al mercado laboral, la cercanía de las fuentes de abastecimiento de los insumos del servicio, etc., y cabe señalar que nuestro mercado meta es dentro de Atuntaqui.

Gráfico Nro. 23: MAPA ZONAL DE IMBABURA



Fuente: www.google.com/googlemaps/imbabura

Elaborado por: El Autor

4.3 MICROLOCALIZACIÓN

Esta micro localización tiene como propósito seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este el sitio el que permita cumplir los objetivos y lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo el costo unitario, dentro de ello hay muchos factores que pueden influir, es por ello que se debe analizar de manera minuciosa para que no afecte a futuro el proyecto, por lo cual a continuación se realiza el cuadro de los lugares más accesibles y óptimos.

Cuadro Nro. 33: LUGARES OPCIONALES

LUGAR	CLASIFICADOR
Avenida Julio Miguel Aguinaga y Pichincha (Nuevo Cementerio)	A
General Enríquez y Ubidia. (Andrade Marín)	B
Bolívar y Libertad (Sector Santo Domingo)	C
Natabuela Km 8. Panamericana Sur	D

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: El Autor

4.3.2 MATRIZ DE FACTORES

Cuadro Nro. 34: MATRIZ DE FACTORES

FACTORES	A	B	C	D
FÍSICOS				
Disponibilidad de espacio físico	9	5	7	7
TOTAL PARCIAL	9	5	7	7
COMERCIALES				
Costo del suelo	4	3	4	5
Accesibilidad	8	7	8	6
Servicios básicos	8	7	7	6
Seguridad	8	6	8	7
TOTAL PARCIAL	28	23	27	24
LEGALES				
Ordenanzas municipales	7	7	7	6
Permiso de seguridad externa	8	7	7	6
Normas tributarias	8	8	8	8
TOTAL PARCIAL	23	22	22	20
AMBIENTALES				
Manejo de desechos	6	5	5	4
Manejo de aguas servidas	5	5	5	5
Polución del aire	3	2	2	2
TOTAL PARCIAL	14	12	12	11
TOTAL FINAL	73	62	68	63

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: El Autor

Gráfico Nro. 24: MAPA DEL LOTE DE REFERENCIA



Fuente: www.google.com/googlemaps/imbabura/zonaatuntaqui
Elaborado por: El Autor

4.3.3 MATRIZ DE FACTORES PONDERADA

Cuadro Nro. 35: MATRIZ DE FACTORES PONDERADA

PONDERACIÓN DE FACTORES PRINCIPALES	
Físicos	40%
Comerciales	25%
Legales	15%
Ambientales	20%
TOTAL	100%

Fuente: Base de Datos
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 36: DESARROLLO DE LA MATRIZ PONDERADA

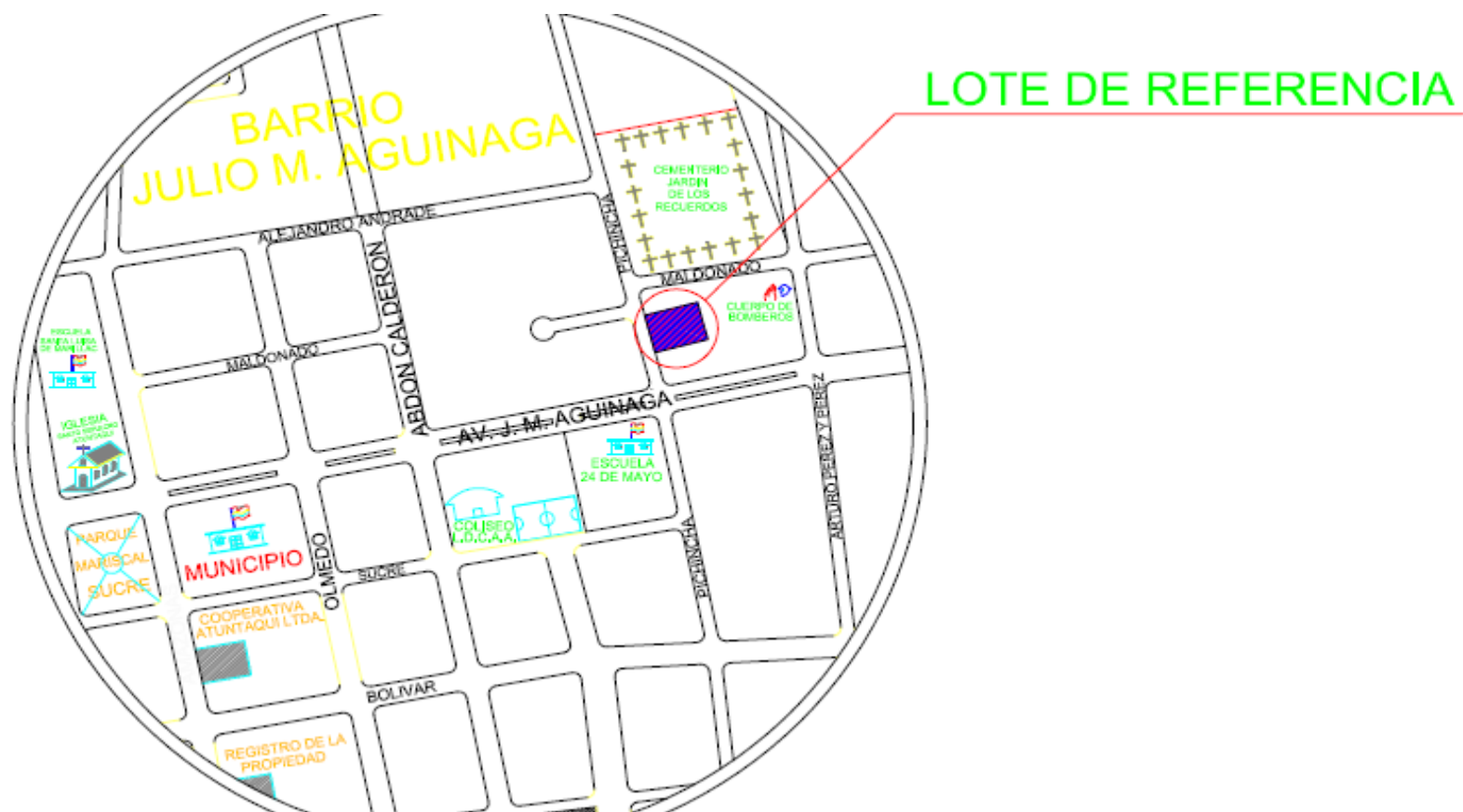
FACTORES	%	A	B	C	D
FÍSICOS					
Disponibilidad de espacio físico	40	3,6	2,0	2,8	2,8
TOTAL UNO	40	3,6	2,0	2,8	2,8
COMERCIALES					
Costo del suelo	9	0,36	0,27	0,36	0,45
Accesibilidad	5	0,40	0,35	0,40	0,30
Servicios básicos	5	0,40	0,35	0,35	0,30
Seguridad	6	0,48	0,36	0,48	0,42
TOTAL DOS	25	1,64	1,33	1,59	1,47
LEGALES					
Ordenanzas municipales	5	0,35	0,35	0,35	0,30
Permiso de seguridad externa	5	0,40	0,35	0,35	0,30
Normas tributarias	5	0,40	0,40	0,40	0,40
TOTAL TRES	15	1,15	1,10	1,10	1,00
AMBIENTALES					
Manejo de desechos	8	0,48	0,40	0,40	0,36
Manejo de aguas servidas	7	0,35	0,35	0,35	0,35
Polución del aire	5	0,15	0,10	0,10	0,10
TOTAL CUATRO	20	0,98	0,85	0,85	0,81
TOTAL PONDERADO FINAL	100	7,37	5,28	6,34	6,08

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Luego del análisis técnico el lugar más idóneo para la localización del proyecto es la Avenida Julio Miguel Aguinaga y Pichincha, sector: (Nuevo Cementerio) y, como segunda opción la calle Bolívar y Libertad (sector Santo Domingo).

Gráfico Nro. 25: LOTE DE REFERENCIA



Fuente: Observación
Elaborado por: El Autor

4.4 DISEÑO DE INSTALACIONES

Cuadro Nro. 37: DISEÑO DE INSTALACIONES

TAMAÑO DEL PROYECTO		
TERRENO 15*20= 300 M ²		
AREA ADMINISTRATIVA		
ESPACIO	AREA M²	%
GERENCIA	22,10	24,02%
VENTAS	28,00	30,43%
ADMINISTRACION	41,90	45,54%
TOTAL	92,00	100,00%
AREA PRODUCCION		
ESPACIO	AREA M²	%
ÁREA DE MÁQUINAS	30,80	27,72%
ÁREA DE DISEÑO	16,80	15,12%
PRODUCCIÓN	30,80	27,72%
BODEGA Y ALMACENAMIENTO	32,70	29,43%
TOTAL	111,10	100,00%
AREA DE SERVICIO		
ESPACIO	AREA M²	%
BAÑOS Y VESTIDORES	30,80	34,92%
HALL Y RECEPCION	25,40	28,80%
GARAGE	32,00	36,28%
TOTAL	88,20	100,00%
TOTAL M² DE CONSTRUCCIÓN		291,30

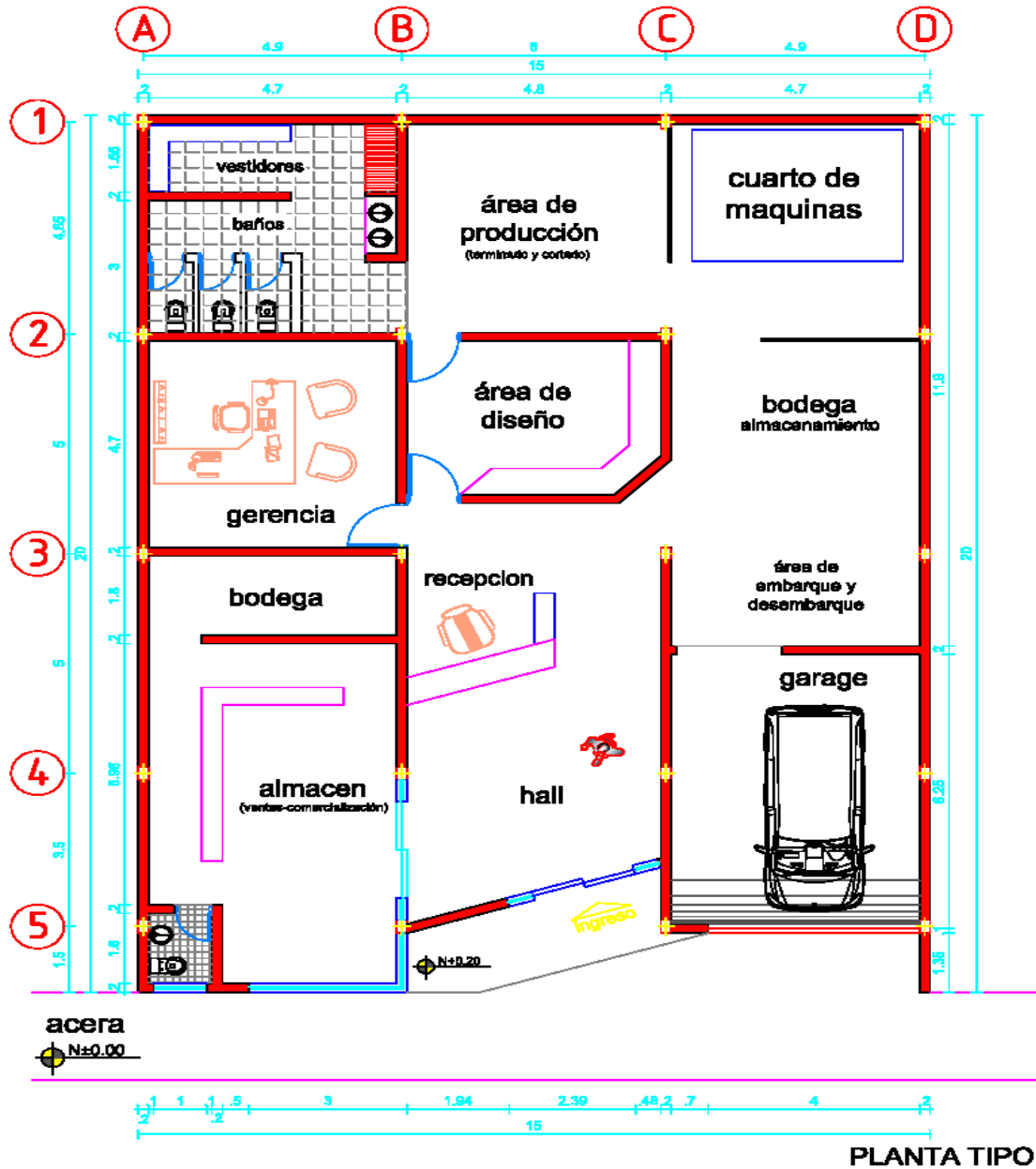
Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor

El espacio físico destinado para la localización del proyecto tiene una superficie de 300m² ubicado en la Avenida Julio Miguel Aguinaga y Pichincha (Nuevo Cementerio), con lo cuales se distribuirá en diferentes áreas como por ejemplo: Administración, Producción, Ventas, Bodegas, etc.

La parte técnica estará dirigida por un arquitecto especializado en construcciones y con experiencia en la edificación de instalaciones.

Gráfico Nro. 26: DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: El Autor

4.5 TAMAÑO DEL PROYECTO

La capacidad Instalada total del proyecto según la maquinaria es de 1.800.000 unidades anuales (600.000 unidades por tamaño) y la capacidad real en función del mercado es de 1.266.252 unidades, generando un porcentaje de ocupación demandante del 0,70%.

Cabe recalcar que en el primer año se ha considerado este porcentaje de aceptación para luego del tiempo despuntar a un porcentaje mayor: con relación a la mano de obra no existe inconveniente, debido a que el proceso de producción de etiquetas es más industrializado que manual.

Para alcanzar los objetivos y metas planeados por la administración es importante disponer del recurso humano idóneo con un fuerte empoderamiento empresarial y motivado para realizar efectiva y eficientemente su labor.

4.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Esta ingeniería del proyecto tiene como finalidad principal seleccionar el proceso productivo, especificaciones de actividades, sub-actividades y rendimientos técnicos esperados. El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos, mediante la participación de una determinada tecnología, es decir la combinación de la mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación.

4.7 TALENTO REQUERIDO

El personal que se requiere para el normal funcionamiento de la empresa se determina con 4 personas bajo la modalidad de salarios mensuales, lo cual implica un análisis de experiencia y funcionalidad del cargo a establecerse.

Cuadro Nro. 38: TALENTO REQUERIDO

Nro.	CARGO	CARGA HORARIA
1	GERENTE	TIEMPO COMPLETO
1	SECRETARIA	TIEMPO COMPLETO
1	SUPERVISOR ADMINISTRATIVO FINANCIERO CPA	TIEMPO COMPLETO
1	OPERARIO DE MAQUINARIA	TIEMPO COMPLETO

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Se considera muy necesaria una persona en calidad de gerente, misma que se encargará de la situación administrativa y posicionamiento de la empresa por lo cual su conocimiento debe ser amplio en diversas ramas.

Por otra parte se necesita de una secretaria a tiempo completo para que canalice todos los trámites y novedades de la empresa, dentro de ello como un nivel auxiliar se debe contar con un asesor jurídico que dirija todos los trámites y procesos a seguir para el buen funcionamiento de la organización.

En el área de producción es importante contar con un jefe departamental el cual de forma correcta promueva el buen funcionamiento de la producción y ayude a realizar el producto en sus diversas etapas, y como pilar fundamental se necesita de un operario de maquinaria el cual dará todo su esfuerzo físico para sacar a delante la producción, dentro de ello hay que señalar que de forma indirecta es importante un técnico que realice los mantenimientos correspondientes de la maquinaria.

En la parte del departamento administrativo como supervisor se debe contar con un C.P.A, que tenga los conocimientos necesarios y que realice su trabajo de forma eficaz y eficiente, dentro de este departamento es imprescindible un jefe de talento humano el cual se encargue de todo lo referente a empleados de la institución.

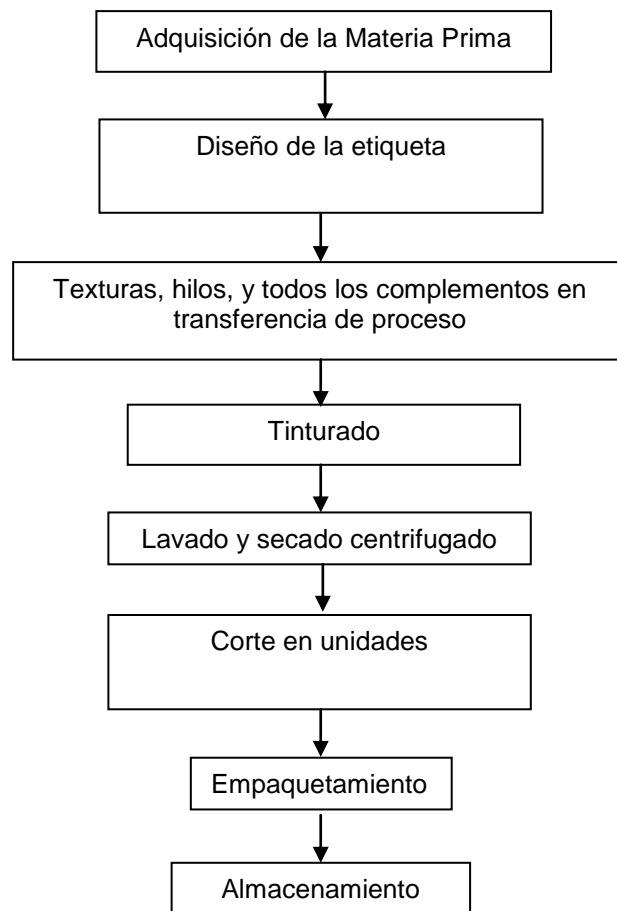
Y como último en el departamento de comercialización encargado de ventas y publicidad se debe colocar a una persona que tenga la

experiencia del caso en empresas similares o afines de ellas, debe ser proactivo y eficiente, con la finalidad de captar clientes de manera que cumpla con los objetivos del mercado planteados.

4.6.1 DIAGRAMA DE BLOQUES

La elaboración de etiquetas consta de varios procesos detallados a continuación:

DIAGRAMA N°1: DIAGRAMA DE BLOQUES



Fuente: Expertos en el área textil
Elaborado por: El Autor

4.6.1 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

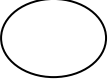

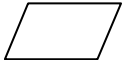
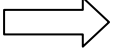
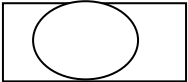

Cuadro Nro. 39: FLUJOGRAMA DE PROCESOS

ACTIVIDADES	TIEMPOS
1) Adquisición de la Materia Prima (Poliéster, nylon, satín, etc.)	4 horas
2) Transporte de la materia prima.	3 horas
3) Diseño nuevo o tipografiado a confeccionar.	0.20 Minutos
4) Distribución de materiales, e insumos en general, disponibles para la maquinaria.	0.30 Minutos
5) Calibración estándar de la maquinaria que se utiliza en la elaboración del producto.	0.10 Minutos
6) Transferencia del hilo, poliéster o el material que se utilice dentro del proceso.	0.05 Minutos
7) Proceso de confección y elaboración	0.55 Minutos
8) Calentamiento en agua salada (230° F), para luego de ello comenzar a tinturar lo que sea necesario.	0.10 Minutos
9) Transferencia a un tanque de agua fría.	0.10 Minutos
10) Secado centrifugado en una cesta de malla de alambre.	0.15 Minutos
11) Corte de las etiquetas que están en la plancha.	0.30 Minutos
12) Colocación de las etiquetas en tambores hexagonales con agua, material abrasivo y espumante para el posterior secado.	0.10 Minutos
13) Lavado y Secado de las etiquetas.	8 horas
14) Almacenamiento.	0.30 Minutos
TOTAL	17.25
	17 horas con 25 minutos

Fuente: Expertos en el área textil

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 40: SIMBOLOGÍA OPERATIVA

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	OPERACIÓN SIMPLE
	DEMORA
	INSPECCIÓN
	TRANSPORTE
	OPERACIÓN COMBINADA
	ALMACENAMIENTO

Fuente: Base de Datos
Elaborado por: El Autor

4.6.2 FLUJOGRAMA DE OPERACIÓN

Cuadro Nro. 41: PLANTILLA DE PRODUCCIÓN

PLANTILLAS DE CONTROL	ACTIVIDADES	TIEMPOS
	Adquisición de la Materia Prima.	4 h
	Transporte de la materia prima.	3 h
	Manejo del diseño a procesar.	0.20 h
	Mixtura de hilos, poliéster o tintes que se requiera.	0.30 h
	Proceso de calibración de la máquina.	0.10 h
	Transferencia del hilo, poliéster o el material que se utilice.	0.05 h
	Proceso de confección y elaboración.	0.55 h
	Calentamiento en agua salada (230° F) para tinturar.	0.10 h
	Transferencia a un tanque de agua fría.	0.10 h
	Secado centrifugado en una cesta de malla de alambre.	0.15 h
	Corte.	0.30 h
	Colocación de las etiquetas en el tanque de secado.	0.10 h
	Lavado y Secado.	8 h
	Almacenamiento.	0.30 h
TOTAL PRODUCCIÓN DIARIA		16,80 HORAS

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

4.7 INVERSIONES

La inversión inicial del proyecto está estructurada de la siguiente manera: 40% de capital propio y 60% capital financiado.

Cuadro Nro. 42: DESCRIPCIÓN DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE
Inversión Propia	40%
Inversión Financiada	60%
TOTAL	100%

Fuente: Base de Datos
Elaborado por: El Autor

4.7.1 VALORACIÓN DE INVERSIONES

Cuadro Nro. 43: VALORACIÓN DE INVERSIONES

Inversión Fija:	33.130,00
Terreno	8.000,00
Edificio	10.000,00
Equipo de Cómputo	1.240,00
Equipo de Oficina	170,00
Muebles y Enseres	1.720,00
Maquinaria	12.000,00
Inversión Variable:	24.244,32
Capital de trabajo	24.244,32
Inversión Diferida:	880,00
Gastos de constitución	320,00
Estudio de factibilidad	560,00
Inversión Total	58.254,32

Fuente: Resumen del estudio financiero
Elaborado por: El Autor

4.7.2 REQUERIMIENTO DE LA INVERSIÓN FIJA

4.7.2.1 TERRENO

Cuadro Nro. 44: TERRENO

Nro.	Can.	Detalle	Costo U.	Costo T.
1	1	Terreno	8.000,00	8.000,00
			Subtotal	8.000,00
			12% IVA	0,00
			Total General	8.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Considerando que el terreno en el lugar que se encuentra, a lo futuro ganará un gran valor en el mercado; servirá para la edificación del proyecto.

4.7.3 EDIFICIO

Cuadro Nro. 45: EDIFICIO

Nro.	Can.	Detalle	Costo U.	Costo T.
1	1	Edificio	8.928,57	8.928,57
			Subtotal	8.928,57
			12% IVA	1.071,43
			Total General	10.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

La construcción se adjudicará a una empresa constructora, misma que por el precio pactado entregará la obra terminada según los planos realizados.

4.7.4 EQUIPO DE CÓMPUTO

Cuadro Nro. 46: EQUIPO DE CÓMPUTO

Nro.	Can.	Detalle	Costo U.	Costo T.
1	1	Portátil Gerencia	517,86	517,86
2	1	Portátil Secretaría	517,86	517,86
3	2	Impresora	35,71	35,71
			Subtotal	1.107,14
			12% IVA	450,00
			Total	<u>1.240,00</u>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Disponer de equipos informáticos permitirá procesar los datos y obtener información adecuada y oportuna para una apropiada toma de decisiones.

4.7.5 EQUIPO DE OFICINA

Cuadro Nro. 47: EQUIPO DE OFICINA

Nro.	Can.	Detalle	Costo U.	Costo T.
1	4	Sumadora Casio	26,78	26,78
2	3	Teléfonos	17,86	17,86
			Subtotal	151,78
			12% IVA	18,22
			Total General	<u>170,00</u>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Los equipos de oficina son activos que mejoran el desempeño diario de las actividades empresariales, claro que como es empresa nueva solo se adquiere lo más imprescindible, pero ya con la generación de ventas se adquirirá lo más esencial.

4.7.6 MUEBLES DE OFICINA

Cuadro Nro. 48: MUEBLES DE OFICINA

Nro.	Can.	Detalle	Costo U.	Costo T.
1	1	Escritorio tipo gerente	133,93	133,93
2	3	Escritorio tipo secretaria	98,21	98,21
3	1	Silla tipo gerente	107,14	107,14
4	2	Silla tipo secretaria	53,57	53,57
5	4	Archivadores de oficina	107,14	107,14
6	8	Sillas c11	26,79	26,79
7	1	Mesa de Reuniones	116,07	116,07
8	1	Sofá Tripersonal	133,92	133,92
			Subtotal	1.535,71
			12% IVA	184,29
			Total General	<u>1.720,00</u>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

De acuerdo al espacio físico disponible y el personal que laborará en la empresa se requiere los muebles que se detallaron en el cuadro anterior.

4.7.7 MAQUINARIA

Cuadro Nro. 49: MAQUINARIA

Nro.	Can.	Detalle	Costo U.	Costo T.
1	1	Maquinaria	10.714,29	10.714,29
			Subtotal	10.714,29
			12% IVA	1.285,71
			Total General	<u>12.000,00</u>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Valor que se incurre para la adquisición de la maquinaria que elaborará las etiquetas de diferentes tamaños, formas y colores, etc. También se toma en cuenta la herramienta secundaria, la cual es importante para dar como resultado el producto terminado.

4.7.8 TECNOLOGÍA DEL PROYECTO

Para efectuar este análisis se considera la inversión realizada en tecnología y equipos, los mismos se comparan con el nivel estimado de producción. La empresa de etiquetas requiere una inversión en tecnología y equipos de 15.130.00 USD (quince mil ciento treinta dólares americanos), los mismos que serán empleados para la ejecución.

4.7.9 REQUERIMIENTO DE LA INVERSIÓN VARIABLE

El capital de trabajo fue calculado en función del ciclo de operación de la microempresa productora y comercializadora de etiquetas para prendas de vestir. El ciclo de operación del proyecto es de tres meses; ya que se considera que es el tiempo requerido para la microempresa empiece a generar ingresos y pueda solventar sus gastos.

En conclusión, el capital de trabajo está constituido por las erogaciones de dinero del ciclo de operación correspondientes a: materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y pago de la amortización del capital del préstamo. A continuación tenemos el resumen de este rubro que asciende a 23.388,91 USD.

Cuadro Nro. 50: CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCION	PROD TRIMESTRAL	COSTO UNITARIO	VALOR TRIMESTRAL
MATERIA PRIMA			
ETIQUETA PEQUEÑA	242487	0,04	9.699,49
ETIQUETA MEDIANA	67365	0,06	4.041,88
ETIQUETA GRANDE	6711	0,09	604,00
MANO DE OBRA			1.128,43
CIF			1.189,50
GASTOS ADMINISTRATIVOS			4.886,60
GASTOS DE VENTA			404,08
GASTOS FINANCIEROS			966,39
AMORTIZACIÓN CAPITAL DEL PRÉSTAMO			1.323,94
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			24.244,32

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

La inversión variable está conformada por el capital de trabajo con el que se iniciará la construcción del proyecto. En la inversión fija se encuentran los rubros que conforman los activos fijos y activos diferidos.

4.7.10 REQUERIMIENTO DE LA INVERSIÓN DIFERIDA

4.7.10.1 ACTIVOS DIFERIDOS

Cuadro Nro. 51: ACTIVOS DIFERIDOS

Nro.	Can.	Detalle	Costo U.	Costo T.
1	1	Gastos de constitución	285,71	285,71
2	1	Estudio de factibilidad	500,00	500,00
Subtotal				785,71
12% IVA				94,29
Total General				880,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Dentro de los activos diferidos es muy importante reconocer todos los requerimientos de constitución y legalización de la empresa, luego de ello es trascendental disponer adicionalmente de un control de costos que brinde información gerencial para la toma de decisiones futuras, y como principal cimiento, el estudio de factibilidad que conduce a toda la prospectiva de viabilidad del proyecto.

4.7.10.2 CONSTITUCIÓN Y LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Para la constitución de la empresa a instaurarse es necesario un proceso legal y establecido en base parámetros que nos exige el estado, por ello se detalla a continuación los rubros que se utilizarán:

Cuadro Nro. 52: CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	560,00
PATENTE MUNICIPAL	30,00
SRI	10,00
MARCA Y DERECHOS (SAICE)	200,00
OTROS	80,00
TOTAL	880,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Los gastos de constitución están conformados por los desembolsos que realice la empresa para su organización como: pagos en la notaría, registros de la propiedad, asesoría jurídica, patente municipal, permiso del cuerpo de bomberos, publicidad pre operativa y los gastos por concepto de adecuaciones, pero para esta empresa solo se detallo lo más importante para que dé pie en marcha.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

La información económica-financiera permitirá fortalecer la toma de decisiones y mejorar el crecimiento sustancial de la empresa mediante el análisis de costos, gastos e ingresos que generará el proyecto; brindando de esta manera un soporte a la administración para un mejor control y lograr un desarrollo sostenido.

La clasificación económica que se representa capta las operaciones, registra y resume con claridad en términos de valores económicos, transacciones y hechos de carácter económico que se ejecuten en los años proyectados en la empresa.

Este estudio económico permitió determinar la influencia de los gastos en factores como: la capacidad de producción, proyecciones de tipos de costos – gastos la distribución de los ingresos, constituyen un instrumento importante de análisis para tomar las decisiones del proyecto que se va a realizar.

La implementación del proyecto requiere un sin número de recursos los cuales deben ser identificados y analizados en forma minuciosas, oportunas y adecuadas.

5.1 RESUMEN DE LA INVERSIÓN

La propuesta de inversión nos permitirá determinar si el proyecto planteado es o no viable ejecutarlo, a pesar que poseemos un mercado activo, es necesario utilizar una herramienta de evaluación financiera los mismos que tienen como objeto calcular, estimar o ponderar beneficios netos que se esperan de la inversión para el proyecto.

Cuadro Nro. 53: INVERSIÓN INICIAL

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
INVERSIÓN FIJA	33130,00	56,87%
INVERSIÓN DIFERIDA	880,00	1,51%
INVERSIÓN VARIABLE	24244,32	41,62%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	58254,32	100,00%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 54: DATOS DE ENTRADA

INVERSIÓN INICIAL	58254,32	% APORTE PROPIO	40%
APORTE PROPIO	23301,73	% PRESTAMO	60%
PRÉSTAMO	34952,59		
TASA INTERÈS	11,20%		
TASA DE REDESCUENTO	14%		
PREMIO AL RIESGO	6%		
PLAZO CRÉDITO	5		
PERIODO DE GRACIA	-		
PLAZO DE PAGO	5		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

La inversión inicial de proyectos está constituida por un 40% de inversión propia y un 60% de inversión financiada. La inversión propia está conformada por el aporte del autor que asciende a 23.301,73 dólares, aporte que constituye el capital pagado; la inversión financiada cuyo valor es de 34.952,59 dólares será solicitada al Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 11.20%, conformando el pasivo de la microempresa.

5.2 PLAN DE INVERSIÓN

El presente proyecto contará con una inversión inicial de 58.254,32 dólares; la misma que está integrada por inversión fija, diferida y variable. Es importante identificar todos los rubros que están relacionados dentro

de ésta micro empresa es por ello que a continuación se realiza un plan de inversión:

Cuadro Nro. 55: PLAN DE INVERSIÓN

CUADRO DE INVERSIONES					
DETALLE	CANT	VALOR U.	VALOR T	SUBTOTAL	INVERSIÓN
INVERSION FIJA					33130,00
Instalaciones				30000,00	
Terreno	1	8000,00	8000,00		
Edificio	1	10000,00	10000,00		
Maquinaria	1	12000,00	12000,00		
Equipos y Muebles de Oficina				3130,00	
Equipo de computación portátil	2	580,00	1160,00		
Impresora	2	40,00	80,00		
Sumadora casio	4	20,00	80,00		
Teléfonos	3	30,00	90,00		
Escritorio tipo gerente	1	150,00	150,00		
Escritorio tipo secretaria	3	110,00	330,00		
Silla tipo gerente	1	120,00	120,00		
Sillas tipo secretaria	2	60,00	120,00		
Archivadores	4	120,00	480,00		
Sillas c11	8	30,00	240,00		
Mesas de reuniones	1	130,00	130,00		
Sofá tripersonal	1	150,00	150,00		
INVERSIÓN DIFERIDA					880,00
Gastos de Constitución	1	880,00	880,00	880,00	
INVERSIÓN VARIABLE					24244,32
CAPITAL DE TRABAJO				24244,32	
Materia Prima	3	4781,79	14345,36		
Mano de Obra	3	376,14	1128,43		
CIF	3	396,50	1189,50		
Gastos Administrativos	3	1628,87	4886,60		
Gastos de Venta	3	134,69	404,08		
Gastos Financieros	3	322,13	966,39		
Amortización Capital del Préstamo	3	441,31	1323,94		
TOTAL INVERSIÓN					58254,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.2.1 CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE

Es la diferencia aritmética entre el activo fijo y activo circulante representado por el capital con el que se debe contar para empezar a operar el negocio.

El capital de trabajo es también una inversión inicial, tiene una diferencia muy importante en relación con el activo fijo, su naturaleza es líquida.

Cuadro Nro. 56: CAPITAL DE TRABAJO O INVERSIÓN VARIABLE

INVERSIÓN VARIABLE	
CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima	14345,36
Mano de Obra	1128,43
CIF	1189,50
Gastos Administrativos	4886,60
Gastos de Venta	404,08
Gastos Financieros	966,39
Amortización Capital del Préstamo	1323,94
TOTAL	24244,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.3 CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

5.3.1 COSTO DE OPORTUNIDAD

Cuadro Nro. 57: COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR NOMINAL	%	TASA DE PONDERACIÓN	COSTO NETO
INVERSIÓN FINANCIERA	34.952,59	60%	11,20%	7%
INVERSIÓN PROPIA	23.301,73	40%	6,00%	2%
INVERSIÓN TOTAL	58.254,32	100%	COSTO CAPITAL	9%
DETALLE	COSTO CAPITAL	MÁS	INFLACIÓN	
	9%		4,5%	
TASA DE REDESCUENTO	14%			

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

El cálculo se la hizo de acuerdo al índice de inflación de 4,5% correspondiente al 2010, fuente del Banco Central del Ecuador y el Ministerio de Finanzas, y requeriré de un financiamiento de terceros ya que no cuenta con el dinero a invertir la creación de la empresa con un premio al riesgo del 6% y una tasa de interés del 11,20%, aplicando la siguiente fórmula se obtiene el siguiente resultado:

5.3.2 CÁLCULO DEL TRM (Tasa de Rendimiento Medio)

Los inversionistas por la colocación de sus recursos esperan la obtención de una tasa de rendimiento, estas tasas son ponderadas de acuerdo a los valores invertidos.

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK}) (1 + \text{IF}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,09) (1 + 0,045) - 1$$

13,91% TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

5.4 PROYECCIONES

La microempresa proyecta sus ventas sobre el estudio de mercado por la demanda existente en el entorno textil de Atuntaqui con una base de producción de 1.266.252 unidades, con un crecimiento de producción del 4,61% anual y con un margen de utilidad considerando para determinar el precio de venta del 25%; los costos y gastos tienen un incremento anual en función de la inflación.

5.4.1 DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

La microempresa se especializara en la confección de etiquetas para prendas de vestir, que de acuerdo al Estudio de Mercado efectuado son: etiquetas pequeñas, medianas y grandes. A continuación se presenta una distribución porcentual de cada tipo de ropa y su correspondiente proyección para la vida útil del proyecto.

Cuadro Nro. 58: VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

OPCIÓN	PORCENTAJE	TOTAL ANUAL DEMANDA 2012
Pequeña	76,60%	969.949
Mediana	21,28%	269.458
Grande	2,13%	26.845
TOTAL	100,00%	1.266.252

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.4.2 INGRESOS

Los ingresos de la empresa se obtienen del cobro de las etiquetas elaboradas, el mismo que se estimó en base a la demanda esperada, esperando vender 969.949 etiquetas pequeñas, 269.458 medianas y 26.845 grandes, con precios de 0,04, 0,06 y 0,09 respectivamente, proyectándose los ingresos en función del método lineal considerando el consumo histórico.

5.4.2.1 INGRESOS PROYECTADOS

Cuadro Nro. 59: INGRESOS PROYECTADOS

INGRESOS PROYECTADOS USD			
Año	Mensual	Anual	TASA INCREMENTO
2012	4781,79	57381,46	
2013	5020,88	60250,53	5,00%
2014	5271,92	63263,06	10,25%
2015	5535,52	66426,21	15,76%
2016	5812,29	69747,52	21,55%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.4.2.2 VENTAS PROYECTADAS

Cuadro Nro. 60: VENTAS PROYECTADAS

INGRESOS PROYECTADOS

ETIQUETAS					AÑOS	1	2	3	4	5
2012	2013	2014	2015	2016	PRECIOS					
969949	1014087	1058226	1102364	1146503	0,04	38797,95	40737,85	42774,74	44913,48	47159,15
269458	281720	293982	306244	318506	0,06	16167,50	16975,88	17824,67	18715,90	19651,70
26845	28066	29288	30509	31731	0,09	2416,01	2536,81	2663,65	2796,83	2936,67
1266252	1323874	1381496	1439118	1496740						
TOTAL INGRESOS USD						57.381,46	60.250,53	63.263,06	66.426,21	69.747,52

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.4.2.3 GASTOS Y COSTOS PROYECTADOS

Los costos de operación del proyecto están constituidos por materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación, ya que se trata de la venta de etiquetas y se les proyecta con la tasa promedio anual del 4,5% de la tasa inflacionaria.

Cuadro Nro. 61: COSTO OPERACIÓN PROYECTADO

COSTO OPERACIÓN PROYECTADO			
Año	Mensual	Anual	TASA INCREMENTO
2012	1.185,14	14.221,74	
2013	1.238,48	14.861,71	4,50%
2014	1.294,21	15.530,49	9,20%
2015	1.352,45	16.229,36	14,12%
2016	1.413,31	16.959,68	19,25%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.5 MANO DE OBRA DIRECTA

Está conformada por el sueldo percibido por un operario que interviene directamente en el proceso productivo. Este operario recibe un sueldo de 292.00 mas lo beneficio de ley y el crecimiento de los sueldos se determinó en función del crecimiento salarial de los últimos 7 años; así el costo total de la mano de obra queda determinado de la siguiente forma:

Cuadro Nro. 62: SALARIO BASICO UNIFICADO

AÑOS	SALARIO	VARIACIÓN ANUAL
2005	150.00	0.00%
2006	160.00	6.67%
2007	170.00	6.25%
2008	200.00	17.65%
2009	218.00	9.00%
2010	240.00	10.09%

2011	264.00	10.00%
2012	292.00	14,70%
TOTAL		74.36%
PROMEDIO		9.30%

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 63: PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
SUELDO BÁSICO UNIFICADO	3.504,00	3.829,87	4.186,05	4.575,35	5.000,86
APORTE PATRONAL	425,74	465,33	508,61	555,91	607,60
FONDOS DE RESERVA		319,03	348,70	381,13	416,57
DÉCIMO TERCER SUELDO	292,00	319,16	348,84	381,28	416,74
DÉCIMO CUARTO SUELDO	292,00	292,00	292,00	292,00	292,00
TOTAL ANUAL	4.513,74	5.225,39	5.684,19	6.185,66	6.733,78
TOTAL MENSUAL	376,14	435,45	473,68	515,47	561,15

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.6 SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos están conformados por el sueldo percibido por el gerente propietario, secretaria y el contador CPA que intervienen directamente en el proceso administrativo y de venta. Reciben un sueldo de 420.00, 292.00 y 370.00 respectivamente mas lo beneficio de ley.

Cuadro Nro. 64: PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016
SUELDO BÁSICO UNIFICADO	12.984,00	14.191,51	15.511,32	16.953,88	18.530,59
APOORTE PATRONAL	1.577,56	1.724,27	1.884,63	2.059,90	2.251,47
FONDOS DE RESERVA		1.182,15	1.292,09	1.412,26	1.543,60
DÉCIMO TERCER SUELDO	1.082,00	1.182,63	1.292,61	1.412,82	1.544,22
DÉCIMO CUARTO SUELDO	876,00	876,00	876,00	876,00	876,00
TOTAL ANUAL	16.519,56	19.156,56	20.856,65	22.714,85	24.745,87
TOTAL MENSUAL	1.376,63	1.596,38	1.738,05	1.892,90	2.062,16

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

5.6.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los Gastos Administrativos son aquellos egresos incurridos en las actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la microempresa; incluyen sueldos, suministros de oficina, mantenimiento, servicios, arriendos, las depreciaciones.

Cuadro Nro. 65: GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
SUELDOS	1.376,63	16.519,56
SUMINISTROS DE OFICINA	126,28	1.515,36
SERVICIOS BÁSICOS 20%	54,00	648,00
DEPRECIACIÓN	36,48	437,76
TOTAL	1.593,39	19.120,68

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 66: SUMINISTROS DE OFICINA MENSUAL

SUMINISTROS DE OFICINA MENSUAL			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL
PAPEL BOND RESMA	1	4,80	4,80
CARPETA PLÁSTICA	5	0,30	1,50
ESFEROGRÁFICOS	8	0,40	3,20
PERFORADORA	1	3,50	3,50
GRAPADORA	2	4,00	8,00
TINTA DE IMPRESORA	2	6,00	12,00
CUADERNO ESPIRALADOS 100 HOJAS	2	1,50	3,00
LAPIZ PORTA MINAS	5	1,50	7,50
BORRADOR	5	0,25	1,25
BASUREROS	4	4,00	16,00
FACTUREROS	2	6,50	13,00
SOBRES DE MANILA	6	0,20	1,20
CAJA DE GRAPAS	1	0,65	0,65
CAJA DE CLIPS	2	0,58	1,16
CARPETAS ARCHIVADORAS	4	4,88	19,52
SELLOS AUTOMÁTICOS	2	15,00	30,00
		TOTAL	126,28

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

5.7 COSTOS DEL PROYECTO

5.7.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

La materia prima directa está constituida por todos aquellos materiales que intervienen directamente en la elaboración del producto. Para el caso del proyecto se determina la materia prima directa a ser utilizada en la elaboración de cada tipo de etiqueta.

Cuadro Nro. 67: MATERIA PRIMA DIRECTA

MATERIA PRIMA DIRECTA			
DETALLE	CANT	COSTO UNIT	COSTO TOTAL MENSUAL
CARTUCHOS DE TINTA COLORES	4	25,00	100,00
ROLLOS DE CINTA 2CM	25	12,00	300,00
ROLLOS DE CINTA 3CM	12	14,00	168,00
ROLLOS DE CINTA 5CM	12	16,00	192,00
		TOTAL	760,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

5.7.2 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

La materia prima indirecta, la mano de obra indirecta y los gastos en el área de producción constituyen este rubro; es decir aquello que no intervienen directamente en la elaboración del producto, pero que son necesarios para cumplir con los objetivos de obtener un producto totalmente elaborado.

El total de costos indirectos de fabricación será absorbido por el volumen de producción total; de tal manera de cada unidad tendrá de costos indirectos de fabricación

Cuadro Nro. 68: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.

CIF	DETALLE	COST UNIT	COSTO TOTAL MENSUAL
* MATERIA PRIMA INDIRECTA			
	ACEITE DE MAQUINAS	1 GALONES	18,00
	EMBALAJE	400 FUNDAS	0,04
	LIMPIADOR DE MAQUINARIA	10 LITROS	1,50
	* DEPRECIACIÓN	1 MES	112,50
	* SERVICIOS BÁSICOS	1 MES	189,00
* REPUESTOS			
	CUCHILLAS	4 UNDS	6,50
	PIEZAS DE ENSAMBLE	5 UNDS	4,00
TOTAL			396,50

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

5.7.3 GASTOS DE VENTA

Son todos los egresos que se generan en el área de ventas; en ellos se incluyen gastos sueldos, gastos por publicidad, servicio básicos, arriendos y depreciaciones.

Cuadro Nro. 69: GASTOS DE VENTA

DETALLE	VALOR MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
PUBLICIDAD	84,00	252,00	1008,00
SERVICIOS BÁSICOS 10%	27,00	81,00	324,00
DEPRECIACION	23,69	71,08	284,34
TOTAL	134,69	404,08	1616,34

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 70: GASTO PUBLICIDAD

GASTO PUBLICIDAD			
DETALLE	VALOR MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
PUBLICIDAD RADIAL	84,00	252,00	1008,00
TOTAL	84,00	252,00	1008,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

5.7.4 GASTO SERVICIOS BÁSICOS

El gasto por servicios básicos, han sido distribuidos en las diferentes áreas de la microempresa.

Cuadro Nro. 71: DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS

DEPARTAMENTO	MENSUAL	ANUAL
PRODUC 70%	189,00	2268,00
ADMINIST 20%	54,00	648,00
VENTAS 10%	27,00	324,00
TOTAL	270,00	3240,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 72: DETALLE DE LOS SERVICIOS BÁSICOS

DETALLE	USD MENSUAL	ANUAL
LUZ	140,00	1680,00
AGUA	60,00	720,00
TELÉFONO	42,00	504,00
INTERNET	28,00	336,00
TOTAL	270,00	3240,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 73: ROL DE PAGOS DEL RECURSO HUMANO DEL PROYECTO

ROL DE PAGOS ESTIMADO DEL RECURSO HUMANO								
DETALLE	CANT	MENSUAL	ANUAL	IESS	13°	14°	FONDO RESERVA	TOTAL ANUAL
GERENTE	1	420	5.040,00	612,36	420	292	420	6.784,19
SECRETARIA	1	292	3.504,00	425,74	292	292	292	4.805,62
SUPERV ADMINISTRATIVO CPA	1	370	4.440,00	539,46	370	292	370	6.011,31
OPERARIO DE MAQUINARIA	1	292	3.504,00	425,74	292	292	292	4.805,62
TOTAL		1.374,00	16.488,00	2.003,29	1.374,00	1.168,00	1.373,45	22.406,74

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

5.7.5 GASTOS FINANCIEROS

Para poder realizar el proyecto se ha contado con un financiamiento del Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 11,20% siendo la misma reajutable en próximos períodos, conformando el pasivo de la microempresa.

Cuadro Nro. 74: TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACIÓN			
Capital	34952,59		
Interés	11,20%		
Plazo (años)	5		
Plazo (meses)	60		
Cuota	\$763,44		
MESES	Cuota	Interés	Capital
1	\$763,44	\$326,22	\$437,22
2	\$763,44	\$322,14	\$441,30
3	\$763,44	\$318,02	\$445,42
4	\$763,44	\$313,87	\$449,58
5	\$763,44	\$309,67	\$453,77
6	\$763,44	\$305,44	\$458,01
7	\$763,44	\$301,16	\$462,28
8	\$763,44	\$296,85	\$466,60
9	\$763,44	\$292,49	\$470,95
10	\$763,44	\$288,10	\$475,35
11	\$763,44	\$283,66	\$479,79
12	\$763,44	\$279,18	\$484,26
13	\$763,44	\$274,66	\$488,78
14	\$763,44	\$270,10	\$493,35
15	\$763,44	\$265,50	\$497,95
16	\$763,44	\$260,85	\$502,60
17	\$763,44	\$256,16	\$507,29
18	\$763,44	\$251,42	\$512,02
19	\$763,44	\$246,64	\$516,80
20	\$763,44	\$241,82	\$521,63
21	\$763,44	\$236,95	\$526,49
22	\$763,44	\$232,04	\$531,41
23	\$763,44	\$227,08	\$536,37
24	\$763,44	\$222,07	\$541,37

25	\$763,44	\$217,02	\$546,43
26	\$763,44	\$211,92	\$551,53
27	\$763,44	\$206,77	\$556,67
28	\$763,44	\$201,58	\$561,87
29	\$763,44	\$196,33	\$567,11
30	\$763,44	\$191,04	\$572,41
31	\$763,44	\$185,70	\$577,75
32	\$763,44	\$180,30	\$583,14
33	\$763,44	\$174,86	\$588,58
34	\$763,44	\$169,37	\$594,08
35	\$763,44	\$163,82	\$599,62
36	\$763,44	\$158,23	\$605,22
37	\$763,44	\$152,58	\$610,87
38	\$763,44	\$146,88	\$616,57
39	\$763,44	\$141,12	\$622,32
40	\$763,44	\$135,31	\$628,13
41	\$763,44	\$129,45	\$633,99
42	\$763,44	\$123,53	\$639,91
43	\$763,44	\$117,56	\$645,88
44	\$763,44	\$111,53	\$651,91
45	\$763,44	\$105,45	\$658,00
46	\$763,44	\$99,31	\$664,14
47	\$763,44	\$93,11	\$670,34
48	\$763,44	\$86,85	\$676,59
49	\$763,44	\$80,54	\$682,91
50	\$763,44	\$74,16	\$689,28
51	\$763,44	\$67,73	\$695,72
52	\$763,44	\$61,24	\$702,21
53	\$763,44	\$54,68	\$708,76
54	\$763,44	\$48,07	\$715,38
55	\$763,44	\$41,39	\$722,05
56	\$763,44	\$34,65	\$728,79
57	\$763,44	\$27,85	\$735,60
58	\$763,44	\$20,98	\$742,46
59	\$763,44	\$14,05	\$749,39
60	\$763,44	\$7,06	\$756,39

Fuente: Banco Nacional De Fomento
Elaborado por: El Autor

5.8 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS Y AMORTIZACIONES

5.8.1 DEPRECIACIONES

Se toma en cuenta para las depreciaciones el valor residual que debe quedar como constante en los activos que adquiera esta microempresa.

Cuadro Nro. 75: DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

MUEBLES Y ENSERES		
VIDA ÚTIL	10 años	
V. RESIDUAL	172,00	
COSTO	1720,00	
DEP.ANUAL	154,80	
AÑO	VALOR	DIFERENCIA
0		1548,00
1	154,80	1393,20
2	154,80	1238,40
3	154,80	1083,60
4	154,80	928,80
5	154,80	774,00
6	154,80	619,20
7	154,80	464,40
8	154,80	309,60
9	154,80	154,80
10	154,80	0,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 76: DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
VIDA ÚTIL	3 años	
V. RESIDUAL	124,00	
COSTO	1240,00	
DEP.ANUAL	372,00	
AÑO	VALOR	DIFERENCIA
0		1116,00
1	372,00	744,00
2	372,00	372,00
3	372,00	0,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 77: DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA		
VIDA ÚTIL	10 años	
V. RESIDUAL	17,00	
COSTO	170,00	
DEP.ANUAL	15,30	
AÑO	VALOR	DIFERENCIA
0		153,00
1	15,30	137,70
2	15,30	122,40
3	15,30	107,10
4	15,30	91,80
5	15,30	76,50
6	15,30	61,20
7	15,30	45,90
8	15,30	30,60
9	15,30	15,30
10	15,30	0,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 78: DEPRECIACIÓN MAQUINARIA

MAQUINARIA		
VIDA ÚTIL	10 años	
V. RESIDUAL	1200,00	
COSTO	12000,00	
DEP.ANUAL	1080,00	
AÑO	VALOR	DIFERENCIA
0		10800,00
1	1080,00	9720,00
2	1080,00	8640,00
3	1080,00	7560,00
4	1080,00	6480,00
5	1080,00	5400,00
6	1080,00	4320,00
7	1080,00	3240,00
8	1080,00	2160,00
9	1080,00	1080,00
10	1080,00	0,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 79: DEPRECIACIÓN EDIFICIO

EDIFICIO		
VIDA ÚTIL	20 años	
V. RESIDUAL	1000,00	
COSTO	10000,00	
DEP.ANUAL	450,00	
AÑO	VALOR	DIFERENCIA
0		9000,00
1	450,00	8550,00
2	450,00	8100,00
3	450,00	7650,00
4	450,00	7200,00
5	450,00	6750,00
6	450,00	6300,00
7	450,00	5850,00
8	450,00	5400,00
9	450,00	4950,00
10	450,00	4500,00
11	450,00	4050,00

12	450,00	3600,00
13	450,00	3150,00
14	450,00	2700,00
15	450,00	2250,00
16	450,00	1800,00
17	450,00	1350,00
18	450,00	900,00
19	450,00	450,00
20	450,00	0,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 80: DEPRECIACIÓN TOTAL ANUAL

DETALLE	TOTAL DEPRECIACIÓN
Equipo de cómputo	372,00
Equipo de oficina	15,30
Muebles y enseres	154,80
Edificio	450,00
Maquinaria	1080,00
TOTAL	2072,10

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 81: AMORTIZACIÓN TOTAL

DETALLE	TOTAL AMORTIZACIÓN
Estudio de factibilidad	112,00
TOTAL AMORTIZACIÓN	112,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.8.1 AMORTIZACIONES

Cuadro Nro. 82: AMORTIZACIÓN DEL EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

ACTIVO	VALOR	VIDA ÚTIL	ALÍCUOTA ANUAL	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	560,00	5	112,00	112,00	112,00	112,00	112,00
TOTAL			112,00	112,00	112,00	112,00	112,00

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

NOTA: * El valor de la **reversión** de los equipos de computación se lo realizaría en el cuarto año tomando en cuenta que será sustituido por uno nuevo (si fuese necesario), considerando la inflación para el precio de proyección.

VALOR DEPRECIACIÓN ANUAL (EQUIPO COMPUTACIÓN) * INFLACIÓN = VALOR REINVERSIÓN

372,00 * **1,05** = **390,60** USD AL CUARTO Y QUINTO AÑO

5.9 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El estado de Situación Inicial se conformó con la programación de la inversión inicial del proyecto

Cuadro Nro. 83: ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Empresa ETIK-T			
Estado de Situación Financiera			
Al 31 de Diciembre del 2012			
ACTIVOS		PASIVOS	
INVERSIÓN VARIABLE	24.244,32	INVERSIÓN FINANCIADA	34.952,59
INVERSIÓN FIJA	33.130,00		
INVERSIÓN DIFERIDA	880,00		
		TOTAL PASIVOS	34.952,59
		PATRIMONIO	
		INVERSIÓN PROPIA	23.301,73
		TOTAL PATRIMONIO	23.301,73
TOTAL ACTIVOS	58.254,32	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO	58.254,32

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

En el Estado de Situación Inicial se refleja la posición económica y financiera de la microempresa en su etapa de inversión y de operabilidad; evidenciando la inversión variable con un valor de 24.244,32 dólares, la inversión fija es de 33.130,00 dólares y una inversión diferida con una cantidad de 880,00 dólares; constituyendo un activo total de 59.254,32 dólares, mientras que en el pasivo se cuantifica la inversión financiada de 34.952,59 dólares y en el patrimonio los recursos propios de 23.301,73 dólares.

5.10 PROYECCIÓN DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Cuadro Nro. 84: PROYECCIÓN DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Empresa ETIK-T
Estado de Resultados
Al 31 de Diciembre del 2012

AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
Ingresos	57.381,46	60.250,53	63.263,06	66.426,21	69.747,52
Costo de Operación	14.221,74	14.861,71	15.530,49	16.229,36	16.959,68
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	43.159,72	45.388,82	47.732,57	50.196,85	52.787,84
Gastos Operacionales					
(-) Remuneraciones	16.519,56	19.238,03	21.027,16	22.982,69	25.120,08
(-) Suministros de oficina	1.515,36	1.591,13	1.670,68	1.754,22	1.841,93
(-) Depreciaciones y amortizaciones	2.184,10	2.184,10	2.184,10	2.202,70	2.202,70
(-) Gasto Publicidad	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23
(-) Gasto Servicios Básicos	3.240,00	3.402,00	3.572,10	3.750,71	3.938,24
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	24.467,01	27.473,65	29.565,37	31.857,20	34.328,18
UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	18.692,71	17.915,16	18.167,20	18.339,65	18.459,66
(-) Gasto Financiero	3.636,80	2.985,29	2.256,93	1.442,68	532,40
UTILIDAD ANTES 15% PTU Y 25% IR	15.055,90	14.929,88	15.910,27	16.896,97	17.927,25
(-) 15% Participación Trabajadores	2.258,39	2.239,48	2.386,54	2.534,55	2.689,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	12.797,52	12.690,40	13.523,73	14.362,42	15.238,17
% IMPUESTO A LA RENTA	2012 23%	2013 22%	2014 22%	2015 22%	2016 22%
IMPUESTO A LA RENTA	2.943,43	2.791,89	2.975,22	3.159,73	3.352,40
= UTILIDAD NETA PROYECTADA	9.854,09	9.898,51	10.548,51	11.202,69	11.885,77

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

Para la proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias se tomaron en cuenta las ventas, costos y gastos proyectados.

En el Estado de Pérdidas y Ganancias antes presentado se determina que en primer año la utilidad proyectada antes de la participación de los Trabajadores y en el Impuesto a la Renta ascienden a un valor de **15.055,90** dólares, consecuentemente se originan **2.258,39** dólares correspondiente a la participación de trabajadores y un impuesto a la renta proyectado de **2.943,43** dólares y luego de deducir estos rubros se obtiene una utilidad neta proyectada de **9.854,09** dólares. Durante toda la vida útil del proyecto se obtiene una utilidad. Además la microempresa para la determinación del impuesto a la renta se acoge a lo estipulado en el código de la producción.

5.11 PROYECCIÓN DEL FLUJO DE CAJA

En la proyección del Flujo de Caja se presenta el flujo neto de cada período, dentro de este esquema se realizó todo el análisis correspondiente de la evaluación financiera dando resultados para la toma de decisiones a futuro.

Cuadro Nro. 85: PROYECCIÓN DEL FLUJO DE CAJA

FLUJOS DE CAJA PROYECTADOS							
AÑOS		0	1	2	3	4	5
FUENTES DE INGRESOS :							
BENEFICIO NETO			9854,09	9898,51	10548,51	11202,69	11885,77
DEP. Y AMORT.			2184,10	2184,10	2184,10	2202,70	2202,70
FLUJO NETO OPERACIONAL		0	12038,19	12082,61	12732,61	13405,39	14088,47
INGRESOS FINANCIEROS :							
Aporte propio		23301,73					
Financ. Bancos Inicial							
Préstamo Adicional		34952,59					
OTROS INGRESOS		23301,73	55197,36	58066,43	61078,96	64223,51	67544,82
TOTAL INGRESOS :		58254,32	67235,55	70149,04	73811,6	77628,9	81633,29
EGRESOS DE FONDOS :							
INVERS. FIJAS INIC.		58254,32					

NUEVAS COMPRAS A. FIJOS							
COSTO MERCADERÍA			14221,74	14861,71	15530,49	16229,36	16959,68
EGRESOS OPERACIONALES			24467,01	27473,65	29565,37	31857,20	34328,18
Préstamo Bancario			5524,53	6176,05	6904,41	7718,66	8628,94
TOTAL EGRESOS		-58254,32	44213,29	48511,42	52000,27	55805,22	59916,80
FLUJO NETO FONDOS :		-58254,32	23022,26	21637,62	21811,30	21823,68	21716,49
FLUJO DE CAJA							
ACUMULATIVO							
Tasa de descuento	14%						
Valor actual neto	\$16.021,16						
Tasa interna de retorno	26,04%						
Costo beneficio	1,43						
FLUJO DE EFECTIVO		0	67235,55	70149,04	73811,6	77628,9	81633,29
	Fact actual	1	1,14	1,29	1,47	1,67	1,89
	Resultado	0	59175,8023	54339,06	50322,3	46580,52	43111,52
Sumatoria de flujos actualizados		253529,16					

EGRESOS		0,00	44213,29	48511,42	52000,27	55805,22	59916,80
	Fact actual	1	1,14	1,29	1,47	1,67	1,89
	Resultado	0	38913,29	37578,07	35452,04	33485,42	31642,78
Sumatoria de egresos actualizados		177071,60					
	Sumatoria de flujos actualizados	253529,16					
	Sumatoria de egresos actualizados	177071,60					
	B/C	1,43					

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

5.12 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda en ser recuperada la inversión inicial, basándose en los flujos que generan en cada periodo de la vida útil del proyecto.

Cuadro Nro. 86: FLUJOS DE EFECTIVO ACTUALIZADOS

AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
20262,51	16761,00	14870,21	13095,10	11468,74

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

PROMEDIO	= 15.291,51
-----------------	--------------------

$$\text{PRI} = \frac{\text{INVERSIÓN INICIAL}}{\text{PROMEDIO DE LA SUMATORIA DE LOS FLUJOS DE EFECTIVO}}$$
$$\text{PRI} = \frac{58.254,32}{15.291,51} = 3,81$$

Aplicando la fórmula con los flujos de efectivos actualizados podemos concluir que nuestra inversión inicial de 58.254,32 podemos recuperar en un período de 3 años, 10 meses, 24 días.

5.13 BENEFICIO COSTO

El beneficio costo determina el valor del proyecto sobre los costos que este posee, siendo necesario que se supere la cifra de 1 para que sea significativo.

Al comparar los ingresos deflactados con los egresos deflactados tenemos que el beneficio costo es significativo; ya que supera a la cifra 1 en 0.43 ctvs. Lo que indica que por cada dólar invertido se genera 1.43 dólares de ingresos.

5.14 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Para determinar a qué tasa debe rendir el proyecto con la finalidad de recuperar la inversión se calcula la tasa de rendimiento medio (TIR), en donde el resultado de este proyecto es del 26,04%, por lo cual podemos aseverar que este proyecto tendrá una tasa de recuperación de la inversión del 26,04%, y al ser superior a la tasa de descuento que es del 26 % el proyecto es viable.

5.15 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto (VAN) es la sumatoria de los flujos de efectivo descontados en el presente y restar a la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en consecuencia si el resultado de esta operación es igual o superior a cero debe aceptarse el proyecto.

El valor actual neto del proyecto a una tasa de descuento del 14% genera una rentabilidad durante la vida útil del proyecto de 16.021,16 dólares, considerando los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión y tomando en cuenta el valor cronológico del dinero y su costo.

5.16 PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO

El punto de equilibrio del proyecto, es aquel nivel en donde el margen de contribución total permite recuperar la inversión fija y el costo fijo.

Cuadro Nro. 87: PROYECCIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	2012	2013	2014	2015	2016
COSTOS FIJOS					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	18.034,92	20.829,16	22.697,85	24.736,91	26.962,01
GASTOS DE VENTA	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89	1.225,23
DEPRECIACIONES	2.184,10	2.184,10	2.184,10	2.202,70	2.202,70
OTROS					
TOTAL COSTOS FIJOS	21.227,01	24.071,65	25.993,27	28.106,49	30.389,94
COSTOS VARIABLES					
MANO OBRA DIRECTA	14.221,74	14.861,71	15.530,49	16.229,36	16.959,68
SERVICIOS BÁSICOS	3.240,00	3.402,00	3.572,10	3.750,71	3.938,24
TOTAL COSTOS VARIABLES	17.461,74	18.263,71	19.102,59	19.980,07	20.897,92
TOTAL COSTOS	38.688,75	42.335,37	45.095,86	48.086,56	51.287,86
VENTAS	57.381,46	60.250,53	63.263,06	66.426,21	69.747,52
PUNTO DE EQUILIBRIO %	0,53	0,57	0,59	0,61	0,62
VENTAS EN DÓLARES	30.512,16	34.542,51	37.237,23	40.197,27	43.390,80
CAPACIDAD DE EQUILIBRIO	0,69569	0,69687	0,69805	0,69921	0,70038

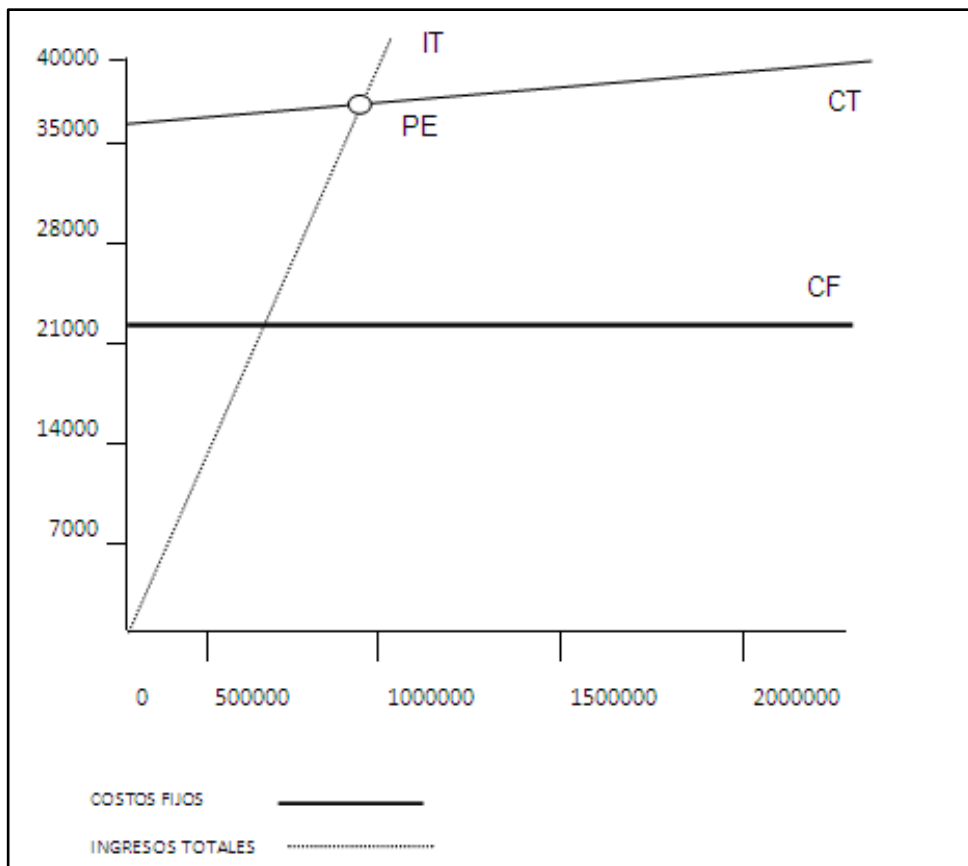
Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

NOTA: * El punto de equilibrio de esta micro-empresa bordea en el 53%, dentro ello se puede aseverar que para el cálculo en unidades debemos tomar las ventas estimadas, que en el 2012 apuntan a: 1.266.252 unidades y aplicar el porcentaje ya mencionado.

PE UNIDADES= 671.114

Gráfico Nro. 27: PUNTO DE EQUILIBRIO



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Cuadro Nro. 88: RESUMEN DE LOS INDICADORES DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

EVALUACIÓN FINANCIERA	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM=		13,91%	
VAN=	VAN > 0	\$16.021,16	ACEPTABLE
TIR%=	TIR >TRM	26,04%	ACEPTABLE
PRI=		3,81 AÑOS	AÑOS BUENO
B/C=	B/C>1	1,43 USD	ACEPTABLE
PE DEL PRODUCTO		37.000,30USD	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO

6.1 NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

Luego de realizar un análisis a la posible denominación; se toma la decisión de nombrar a la industria con el nombre de: ETIK-T.

Gráfico Nro. 28: GRÁFICO DE LA EMPRESA



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

6.2 MISIÓN

ETIK-T es una fábrica de etiquetas ecuatoriana cuya finalidad principal es ofertar productos de calidad, utilizando insumos óptimos y certificados, destinados a contribuir con el desarrollo sostenido de la Industria Textil del cantón Antonio Ante.

6.3 VISIÓN

En los próximos cinco años la fábrica ETIK-T se constituirá en un referente del desarrollo industrial en la región norte del país, transformándose en la mejor empresa de producción y comercialización de etiquetas al por mayor y menor.

6.4 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Después de formular la estrategia de una compañía, la gerencia debe hacer de la estructura de diseño organizacional su siguiente prioridad ya que la estrategia se implementa a través de la estructura organizacional. Cada función organizacional requiere desarrollar una habilidad distintiva en una actividad de creación de valor con el fin de incrementar la eficiencia, calidad, innovación o capacidad de satisfacer al cliente. Por lo tanto cada función necesita una estructura diseñada para permitirle desarrollar sus capacidades y ser más especializada y productiva. El rol de la estructura organizacional consiste en suministrar el medio por el cual los gerentes puedan coordinar las actividades de las diversas funciones o divisiones para explotar en forma completa sus capacidades y habilidades. Las organizaciones están estructuradas para captar y dirigir sistemas de flujos y definir las interrelaciones entre las distintas partes.

6.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE POSICIONAMIENTO.

Niveles estructurados de industria de etiquetas denominada “ETIK-T” S.A son los siguientes:

6.5.1 NIVEL EJECUTIVO: Gerente General

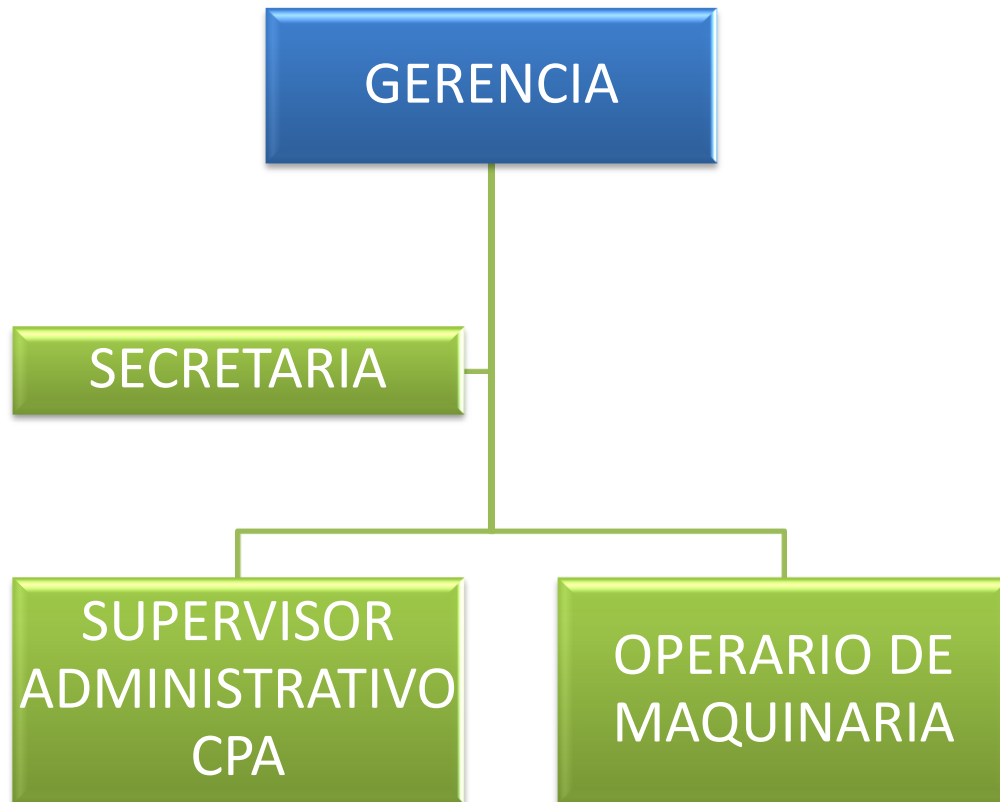
6.5.2 NIVEL OPERATIVO:

- Supervisor Administrativo Financiero CPA
- Operario de Maquinaria

6.5.3 NIVEL AUXILIAR: Secretaria

6.5.6 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE POSICIONAMIENTO PERSONAL

DIAGRAMA N°2: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: El Autor

6.6 DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

6.6.1 DETALLE DE LAS FUNCIONES

Dentro de la empresa se debe considerar que todos los trabajadores tienen diversos cargos y por ende diversas funciones, es por ello que a continuación se detalla de forma más dirigida la forma de delimitar el puesto que se maneje dentro de la organización.

6.6.1.1 GERENTE GENERAL

Es elegido y nombrado en consenso por los inversionistas del proyecto y tiene las siguientes funciones:

- Cumplir con las decisiones de los directivos.
- Representar a la empresa
- Vigilar el fiel cumplimiento de la Ley, Reglamentos y Estatutos.
- Tomar decisiones.
- Prescindir las reuniones del equipo de trabajo.
- Avalar los informes financieros.
- Tener bajo su responsabilidad todos los bienes de la Sociedad y supervisar la Contabilidad de la compañía
- Administrar la empresa, velando por el cumplimiento de las responsabilidades asignadas a su personal.

6.6.1.2 SECRETARIA

Son funciones de la Secretaria las siguientes:

- Manejo y control de comunicaciones internas y externas.
- Registro de las agendas de trabajo.
- Llevar libros de sesiones.
- Obtener una base de datos de información que servirá a futuro.
- Mantenerse al día de los asuntos de la empresa.

6.6.1.3 SUPERVISOR ADMINISTRATIVO FINANCIERO CPA

Son funciones del Supervisor administrativo financiero las siguientes:

- Diseñar avisos de capacitación.
- Fijar precios.
- Controlar los costos, gastos y tributos.
- Sustentar las transacciones contables con sus respectivos respaldos y documentos fuentes.
- Elaborar el Balance General y Estados Financieros correspondientes.
- Negociar créditos.
- Inducción del personal.
- Realizar presupuestos.
- Guardar confidencialidad y ética profesional.
- Aplicar todos los cambios tributarios o afines a la empresa
- Contratar personal.

6.6.1.4 OPERARIO DE MAQUINARIA

Son funciones del operario de maquinas las siguientes:

- Manejo y control de herramientas.
- Control absoluto de la maquinaria que se utiliza.
- Optimizar los diferentes procesos.
- Ser eficaz y eficiente en su lugar de trabajo.

6.7 MATRIZ DE PERSONAL Y EVALUACIÓN

Cuadro Nro. 89: MATRIZ DE PERSONAL Y EVALUACIÓN

PUESTO		PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS	EVALUACIÓN
1	Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad emocional - Trabajo a presión - Creativo - Trabajo en equipo 	<p>Estructurales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propositivo - Ético - Capacidad de liderazgo. <p>Laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habilidad para la negociación. - Saber tomar decisiones en tiempo real. - Capacidad para interrelacionarse. - Buen planificador. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios superiores en Administración, Contabilidad, o afines. (Preferencia graduado) - Experiencia de 3 años. - Hablar otro idioma. - Manejo eficiente de paquetes informáticos. - Dispuesto a viajar. - Rescindir en el lugar de trabajo. 	En base a resultados
2	Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad emocional - Alta creatividad - Buenos modales - Ética y transparencia. - Trabajo a 	<p>Estructurales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoestima - Habilidad para interrelacionarse. - Propositiva. <p>Laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agilidad para procesar 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios superiores en secretariado. - Experiencia de 3 años - Manejo idóneo de otro idioma. - Manejo de software. - Soltera - Disponibilidad para viajar. - Edad entre 25 y 40 años. 	360° o interna

		<p>presión Fidente (guarda las espaldas)</p>	<p>información.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actualización permanente - Manejo idóneo del idioma. - Capacidad para redactar. - Disciplina Laboral 		
3	<p>Supervisor Administrativo Financiero CPA</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo a presión - Manejo de grupos - Ético y transparente - Estabilidad emocional y - Creativo 	<p>Estructurales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propositivo. - Habilidad para interrelacionarse - Liderazgo. - Fuerte autoestima. <p>Laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Persuasivo - Innovador - Habilidad para interpretar diagramas y programas contables. - Saber tomar decisiones en tiempo real Planificador. - Disciplina Laboral. - Adaptabilidad - Permanente. - Manejo idóneo de los sistemas contables - Actualización permanente 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios superiores de ingeniería en contabilidad. (Graduado) - Manejo idóneo de otro idioma. - Experiencia de 2 años - Buena Presencia - Edad entre 24 y 30 años. - Residir en el lugar de la empresa. 	<p>360° o interna</p>

4	Operario de Maquinaria	<ul style="list-style-type: none"> - Estabilidad emocional - Alta creatividad - Trabajo a presión - Manejo de equipos - Ético 	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad para negociar los tributos. - Capacidad para la interpretación financiera. - Saber tomar decisiones. <p>Estructurales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Propositivo. - Habilidad para interrelacionarse <p>Laborales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejo idóneo de los herramientas - Habilidad de manejo de maquinaria - Disciplina laboral - Adaptabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia de 3 años - Manejo idóneo de equipos y maquinaria - Disponibilidad de tiempos 	360° o interna
---	-------------------------------	--	---	---	----------------

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO VII

PRINCIPALES IMPACTOS

En este capítulo se dan a notar los principales impactos que deja el proyecto y los aspectos positivos y negativos, generado en los diferentes ámbitos de las metodologías existentes para realizar análisis de impacto, y para esta investigación se ha escogido la que más se adapte a la misma.

7.1 MATRIZ DE IMPACTOS

Se ha establecido un rango de nivel de impacto que va desde -3 hasta 3 positivo y con un nivel indiferente de cero.

Cuadro Nro. 90: ESCALA DE VALORACIÓN

IMPACTOS	ESCALA DE VALORACIÓN
Impacto Positivo Alto	3
Impacto Positivo Medio	2
Impacto Positivo Bajo	1
No tiene Impacto	0
Impacto Negativo Bajo	-1
Impacto Negativo Medio	-2
Impacto Negativo Alto	-3

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

Utilizaremos una matriz por cada impacto, en el eje horizontal identificaremos el nivel de impacto, y en el eje vertical el indicador por área, cada indicador tendrá una valoración de impacto, con lo cual se suman los niveles y se dividen para el número de niveles analizados.

Luego de cada tabla se analiza los argumentos y circunstancias que llevaron a ese nivel de impacto, finalmente se realiza un estudio numérico del nivel global de impacto a través de una matriz en la que el eje horizontal están determinados los niveles de impactos de cada área y en el eje vertical las áreas o ámbitos estudiados.

7.2 IMPACTO SOCIOECONÓMICO:

Cuadro Nro. 91: MATRIZ DE IMPACTOS SOCIOECONÓMICO

FACTORES DE ANÁLISIS	NIVEL DE INCIDENCIA						TOTAL	
	-3	-2	-1	0	1	2		3
Mejoramiento de la calidad de vida						x		2
Generación de empleo						x		2
Desarrollo local							x	3
Incrementar el nivel de ingresos						x		2
Estabilidad familiar					x			1
TOTAL					1	6	3	10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

$$\text{Nivel de Impacto Socioeconómico} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{10}{5} = 2.0$$

IMPACTO MEDIO POSITIVO

ANÁLISIS

El proyecto tendrá un impacto socioeconómico medio positivo, con su implementación se generará empleo a través de la creación de nuevas

plazas de trabajo, permitiendo la disminución del desempleo y mejorando la calidad de vida de las personas que intervienen en ella.

La actividad comercial de esta microempresa en el sector de Atuntaqui, contribuye al desarrollo económico; ya que la clase productora con sus funciones de comercio y la clase obrera mediante las actividades laborales fomentan el incremento de los niveles de ingresos percibidos, creándose así una demanda de empleos que se sienten incentivados a optar por el trabajo cercano, evitando de esta manera la migración a las grandes ciudades y logrando solucionar sus problemas económicos prioritarios.

7.3 IMPACTO COMERCIAL

Cuadro Nro. 92: MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL

FACTORES DE ANÁLISIS	NIVEL DE INCIDENCIA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Calidad							x	3
Innovación de diseño							x	3
Atención al cliente							x	3
Estrategias publicitarias						x		2
Punto de venta						x		2
TOTAL						4	9	13

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

$$\text{Nivel de Impacto comercial} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{13}{5} = 2,6$$

IMPACTO ALTO POSITIVO

ANÁLISIS

El impacto comercial de la microempresa es alto lo que determina sustentabilidad desde éste punto de vista y radica en que la microempresa ofertará en el mercado un producto altamente diferenciado

por su calidad, tanto de la materia prima como de la mano de obra utilizada en la elaboración de etiquetas, se pondrá gran énfasis en emplear la innovación en los diseños con lo que se pretende lograr posicionamiento en el medio. La producción se comercializará en un punto de venta estratégico ubicado en la zona comercial de Atuntaqui, donde por la gran trayectoria textil de esta localidad mantiene gran afluencia de consumidores favoreciendo positivamente a la operación del proyecto, buscando siempre la fidelización de sus clientes mediante la satisfacción plena de las necesidades y expectativas que estos exigen, con una atención personalizada. De la misma manera se implementarán adecuadas estrategias publicitarias que estimula la captación de determinados segmentos de mercado.

7.4 IMPACTO EMPRESARIAL

Cuadro Nro. 93: MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

FACTORES DE ANÁLISIS	NIVEL DE INCIDENCIA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Productividad						x		2
Competitividad							x	3
Rentabilidad						x		2
Emprendimiento						x		2
TOTAL						6	3	9

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

$$\text{Nivel de Impacto empresarial} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{9}{4} = 2,25$$

IMPACTO MEDIO POSITIVO

Análisis

La ejecución del proyecto provocará un impacto empresarial medio positivo, porque busca desarrollar el emprendimiento de nuevas actividades de producción y comercio en la ciudad de Atuntaqui, con la

finalidad de otorgar variedad de productos en el sector y de aprovechar la demanda potencial existente en ésta zona. En post de aplicar métodos de liderazgo en las formaciones directivas se utilizará una serie y de requerimiento de orden académico y productivo, que coadyuve al posicionamiento de la microempresa a largo plazo; además se fomentará la productividad haciendo uso tanto de la tecnología en los procesos productivos de la microempresa como de conocimientos totalmente actualizados que conlleva a lograr competitividad en el mercado local y nacional, todos estos factores contribuyen significativamente a mejorar la rentabilidad.

7.5 IMPACTO EDUCATIVO

Cuadro Nro. 94: MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO

FACTORES DE ANÁLISIS	NIVEL DE INCIDENCIA						TOTAL	
	-3	-2	-1	0	1	2		3
Capacitación de técnicas especializadas						X		2
Generar nuevos conocimientos						X		2
Desarrollar la creatividad							X	3
Aplicar conocimientos							X	3
TOTAL						4	6	10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

$$\text{Nivel de Impacto educativo} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,5$$

IMPACTO ALTO POSITIVO

Análisis

El impacto que muestra la matriz es alto positivo, debido a que la microempresa beneficiará consideradamente a los trabajadores porque tendrán acceso a capacitaciones técnicas especializadas que ayudarán a

generar nuevos conocimientos y desarrollar la creatividad de cada participante, serán asesorados permanentemente sobre la obtención y uso de la tecnología y en atención al cliente; asimismo la actual propuesta favorecerá a contribuir el desarrollo de nuevas alternativas de producción.

Así mismo la microempresa constituye una oportunidad para que los profesionales y estudiantes de las ramas a fines a estas actividades puedan aplicar los conocimientos.

7.6 IMPACTO ÉTICO

Cuadro Nro. 95: MATRIZ DE IMPACTO ÉTICO

FACTORES DE ANÁLISIS	NIVEL DE INCIDENCIA							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fortalecer el compañerismo							x	3
Asumir responsabilidades							x	3
Fomentar la unión							x	3
Fomentar la solidaridad							x	3
Honestidad y Respeto							x	3
TOTAL							15	15

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

$$\text{Nivel de Impacto ético} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{15}{3} = 3$$

IMPACTO ALTO POSITIVO

Análisis

El impacto ético que ocasionara la implementación del proyecto es alto positivo y se identifica con la práctica de valores como: la honestidad integra el diario funcionar, lealtad y el respeto de los propietarios y trabajadores de la microempresa. Lo que significa que la microempresa

de producción y comercialización de etiquetas fortalecerá el compañerismo entre los participantes del proyecto, incentivará el asumir responsabilidades asignadas y fomentará la unión y la solidaridad en el ambiente laboral y fuera de él que esto contribuye a desempeñar las funciones con eficiencia, eficacia y se traduce en productividad con la mejora en la confianza y rendimiento que adquiere el personal de la microempresa.

7.7 IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro Nro. 96: MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL

FACTORES DE ANÁLISIS	NIVEL DE INCIDENCIA						TOTAL	
	-3	-2	-1	0	1	2		3
Manejo de desechos					x			1
Contaminantes sólidos y líquidos			x					-1
Contaminación auditiva					x			1
Reciclaje						x		2
TOTAL			-1		2	2		3

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

$$\text{Nivel de Impacto ambiental} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{3}{3} = 1,0$$

IMPACTO BAJO POSITIVO

Análisis

En su etapa de ejecución el proyecto generará un impacto ambiental bajo positivo; basado en un manejo de desechos adecuado y minimización de los mismos. El impacto producido por los contaminantes sólidos y líquidos en el proyecto es indirecto y poco controlable, porque éstos son producidos en la etapa de elaboración la etiqueta. La contaminación auditiva está dada por el ruido provocado por las máquinas que es bajo.

En cuanto al reciclaje la microempresa contribuirá con las campañas emprendidas por el municipio del cantón relacionadas con éste tema.

7.8 IMPACTO GENERAL

Cuadro Nro. 97: MATRIZ DE IMPACTO GENERAL

IMPACTOS DE ANÁLISIS	NIVEL DE INCIDENCIA						TOTAL	
	-3	-2	-1	0	1	2		3
Socioeconómico						x		2
Comercial							x	3
Empresarial						x		2
Educativo							x	3
Ético							x	3
Ambiental					X			2
TOTAL					1	4	9	14

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El Autor

$$\text{Nivel de Impacto general} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{14}{6} = 2,33$$

IMPACTO POSITIVO MEDIO

Análisis

En relación al análisis realizado de los impactos socioeconómico, comercial, empresarial, educativo, ético y ambiental se determina que de manera general la implementación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de etiquetas para prendas de vestir en la ciudad de Atuntaqui; tendrá un impacto positivo medio demostrando así los beneficios del proyecto en su etapa de ejecución.

CONCLUSIONES

1. En el diagnóstico situacional se ha determinado que en el entorno donde se pretende introducir la microempresa productora y comercializadora de etiquetas para prendas de vestir, se caracteriza por ser un sector dedicado a la industria textil, el cual de una manera afianzante predomina en el mercado industrial, por lo cual se concluye que de forma favorable ayuda a la aplicación del proyecto por tener una gran cantidad de consumidores, ya que las empresas de confección y comercialización están dentro de la zona considerada como mercado meta; la mayoría de servicios se encuentran concentrados en la ciudad de Atuntaqui y la población aumenta a una tasa de crecimiento poblacional mayor que la nacional por lo tanto son aspectos que contribuyen positivamente a la implantación y desarrollo del proyecto.
2. Se puede confirmar que en el estudio de mercado que se aplicó dentro de la zona (Atuntaqui) no existen empresas productoras de etiquetas; ya que el abastecimiento de este insumo (etiqueta) lo realizan industrias que son exteriores del sector textil, de igual manera se identifica una demanda potencial a satisfacer durante los cinco años de vida del proyecto, empezando en el primer año con 1.266.252 etiquetas al año y con una proyección en función del crecimiento de la tasa de preferencia de las mi pymes ,nicho de mercado que será cubierto en parte por la población del proyecto.
3. El presente proyecto estará ubicado en el sector industrial de la ciudad de Atuntaqui, en la Avenida Julio Miguel Aguinaga y Pichincha, sector: (Nuevo Cementerio), donde se encuentra con accesibilidad de transporte, vías de comunicación servicios básicos y de apoyo, disponibilidad de infraestructuras que favorecen a la localización de la microempresa para lograr el éxito en el funcionamiento operativo.
4. En el estudio económico financiero se determinó que la ejecución del proyecto es factible según los resultados de dicho estudio, con una

inversión inicial de 58.254,32 dólares la misma que se puede recuperada en los 3,81 años del proyecto. Lo que demuestra que la rentabilidad y recuperación de la inversión en el escenario presente del mercado es viable.

5. Según el estudio realizado la microempresa será de un solo propietario, por lo cual el capital invertido constará en un 40% propio y un 60% financiado, y para ello su razón social se denominará “ETIK-T”, contando con tres niveles administrativos: ejecutivo, operativo y auxiliar; cuya máxima autoridad es el gerente propietario, además para que se considere como mi pymes lo determina su propio tamaño ya que el número de empleados es limitado al tratarse de una organización pequeña pero con una gran visión de crecimiento.
6. Dentro de los impactos analizados metodológicamente: la ejecución del proyecto presenta un impacto general medio positivo; ya que con el proyecto se instaurara fuentes de empleo, se contribuirá con el desarrollo local, se optimizara la producción y emprendimiento, se aplicará y generará conocimientos, poniendo en práctica valores como la honestidad y la lealtad, fortaleciendo el compañerismo y asumiendo responsabilidades y el impacto ambiental será bajo, permitiendo el engrandecimiento de las organizaciones comerciales.

RECOMENDACIONES

1. Es importante que determinada la factibilidad a través de los evaluadores financieros se implante el proyecto por el hecho de que en el entorno donde se pretende introducir la microempresa productora y comercializadora de etiquetas, se caracteriza por ser un sector dedicado a la industria textil, y además la inexistencia de empresas productoras de este insumo en la ciudad asegura el sustento de crecimiento en el sector: por ello se recomienda poner en marcha este proyecto, ya que en el futuro los escenarios pueden tener cambios mucho más significativos y variar el nivel de ventas de la empresa.
2. Dentro de la ciudad de Atuntaqui hay que aprovechar todo lo que brinda el entorno, como por ejemplo los cursos dictados por la Cámara de Comercio de Antonio Ante, la mano de obra calificada, etc., con el único fin de retroalimentar las empresas.
3. Un elemento importante para el crecimiento empresarial es la aplicación de un sistema de costos, que permita tener un control adecuado de los costos de producción para contribuir con el logro de los objetivos de la microempresa y cumplir con los presupuestos establecidos año a año, con el único fin de tener resultados beneficiosos.
4. Es necesario la aplicación de la estructura organizacional que se plantea en el estudio realizado, ya que permite trabajar con altos niveles de eficiencia y eficacia, manteniendo un sistema de control comercial que permita tener asegurada la venta del producto y respetar el órgano regulador por estabilidad laboral.
5. Realizar alianzas estratégicas con la Cámara de Comercio y la Municipalidad de Antonio Ante, que nos permitan tener mayor participación en el mercado y lograr en el corto plazo un

reconocimiento local y nacional de la producción de la microempresa “ETIK-T”.

6. Aprovechar la gran influencia de consumidores al mercado textil de la ciudad de Atuntaqui en temporada de ferias, para captar consumidores nacionales y extranjeros e incrementar los niveles de ventas contribuyendo la rentabilidad del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

ALLEN, Robert, Manual de Presupuestos, Primera Edición, Editorial McGraw Hill, México

ARBOLEDA, Germán, (2007), Marketing Empresarial, Edition Tercera, Editorial Gran Pastor, Venezuela.

ARBOLEDA, Germán, (2002), Estudio de Mercado, Edición Octava, Editorial Philips, Derechos reservados.

BACA URBINA, Gabriel, (2001), Gestión Empresarial, Edición 9na, Editorial Los Arupos, Ecuador.

BACA, Gabriel, (2007), Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Editorial McGraw – Hill, México

BESANTES, Washington, (1999), Procesos de Calidad, Edición Novena.

BOYD, Harper. (1990), Administración de Empresas en general, Editorial Guines, Argentina.

BRAVO, M. (2006), Contabilidad General, Edición Laica 5ta, Editorial Architecs, Bolivia.

BRAVO, Mercedes, (2007), Contabilidad de Costos, Primera Edición, Editorial: Nuevodia, Quito – Ecuador.

CALDAS MOLINA, Marco, (1995), Evaluación Financiera Económica, Edición 13, Editorial Estanders.

CARPINTERO, (1998), Organización y Sistemas, Segunda edición, Editorial Thomsons, Ltda.

CERTO, Samuel (1992), La Administración, Edición Segunda, Editorial Sarmiento S.A.

CHILQUINGA JARAMILLO, Manuel; Costos; Primera Edición, Ibarra Ecuador; 2007

ESTALLO, Fernando; Como Crear y Hacer Funcionar una Empresa, Esic Editorial, Séptima Edición, 2007

ESTUPIÑAN, R. (2005), El Estado de Variación Contable, Edición Segunda, Editorial Pastoral, Derechos Reservados. S.A.

EVANS, Lindsay; Control de Calidad y Procesos, Edición Limited, Editorial Peking Planing.

GALÁRRAGA, Nuria, (2007), Dirección de Proyectos, Edición Única, Editorial Los Almendros, Colombia.

GARETH, Jones (1994), Administración Consecuente, Edición décima, Editorial Switers Coop.

HARGADON, Bernard; Contabilidad General, Edición Octava, Editorial Ruggerts, Derechos Reservados. S.A.

HERNÁNDEZ, Edgar. (2008), Administración de Empresas, Cuarta Edición, Editorial Rivals, México. S.A.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS, INEC 2010

ISO 9001 (2000), Normativa generalizada según lo emitido en los consejos de resolución, copy right.

JÁCOME V. Walter; Bases Teóricas y practicas para el diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión, Editorial Universitaria, Ibarra Ecuador; 2005

KOTLER, Philip, (2006), Marketing Empresarial, Edition 9na, Editorial Jilles True, S.A.

KRAJEWSKI, Ritzman; (2000), Niveles Administrativos, Octava Edición, Editores Risuters, Ltda.

LAMB, Charles, (2007), Marketing, Octava Edición, Editores Thomson, México

MOLINA, Sergio. (2007), Administración, 2da Edición, Editorial Ausvel, Derechos reservados, S.A.

MONTEROS, Edgar. (2006), Administración de Empresas, Derechos reservados, Ecuador.

MUNCH, Lourdes, (2007), Administración, Primera Edición, Pearson Educación de México S.A, México

Norma Internacional de Contabilidad, Emitidas en El 2008.

RAMÍREZ, E. (2004). Estrategias de Estudio. Editorial Almeida. Ibarra Ecuador.

RAMÍREZ, E. Metodología de la Investigación Científica. Ibarra Ecuador.

REINOSO, Víctor, (2005), Marketing, Edición 4ta, Editorial Triuste, México.

REYES PONCE, Agustín, Estructura Organizacional, Edición 3ra, Editorial Los Andes, Ecuador.

RIVERO, J. (2006), Organizaciones y Sistemas, Editorial Hullister, Honduras, Derechos reservados.

SÁNCHEZ, Fortunato, (2007), Presupuesto Empresarial, Primera Edición, Editorial: Importadores S.A, Lima.

SAPAG – SAPAG, (2007), Preparación y Evaluación de Proyectos, Quinta Edición, Editorial McGraw – Hill

SAPAG, Nassir, (2002), Índices de valuación Financiera, Edición Séptima, Editorial Cramvels S.A., México

SARMIENTO, Rubén, (2003), Contabilidad General, Edición Tercera, Editorial Production S.A., Argentina.

SISTEMA INTEGRADO DE INDICADORES EL ECUADOR, INDICADORES ATUNTAQUI 2010 MUNICIPIO DE ATUNTAQUI (2005);
Plan de Desarrollo Cantonal

TAYLOR, Frederick, Administración y su entorno, Edición 19na, Marca Registrada.

VÁSQUEZ Lola y Saltos Napoleón; Ecuador su Realidad; Fundación José Peralta, Quito Ecuador, 2006

ZAPATA, P. (2006), Evaluación Contable, Edición 11va, Editorial Vigents, Derechos Reservados.

LINCOGRAFÍA

<http://www.slideshare.net/jairo06/etiquetas>

<http://www.marcaturopa.com/>

<http://www.eti-textil.com/>

<http://www.etiart.com/>

<http://www.tobasign.com/foros/viewtopic.php?f=23&t=7655>

<http://quito.olx.com.ec/maquina-para-etiquetas-en-tela-para-ropa-iid-38553341>

<http://articulo.mercadolibre.com.ve/MLV-23738504- JM>

http://www.soyde.com/pages/enfants/packs.php?hfsid=id1016_964&gclid=CMne6PPiiKUCFRtqgwod-kkzMQ

<http://www.quiminet.com/pr6/Etiquetas%2Bde%2Btela%2Bbordadas.htm>

<http://www.google.com.ec/#q=etiqueta+de+tela+para+ropa&hl=es&biw=1004&bih=453&ei=4H7TTIXGKJK4sAOq-bnGBQ&start=10&sa=N&fp=61c38599949745a6>

<http://www.bienpegado.es/index.asp>

<http://www.liceografico.com/es/etiquetas-colgantes/etiquetas-para-ropa-metalizadas.html>

http://www.google.com.ec/images?hl=es&biw=1004&bih=453&q=etiqueta+de+ropa&um=1&ie=UTF-8&source=univ&ei=a4HTTMWkE5H6sAPpr-TiBw&sa=X&oi=image_result_group&ct=title&resnum=1&ved=0CCoQsAQwAA

<http://www.omerique.net/twiki/bin/view/CEIPsanjose/LecturaComprensiva1>

<http://www.mundoanuncio.ec/rollos-de-cintas-nylon-poliamida-y-ribbon-textil-para-impresoras-zebra-o-paxar-procesos-barcode-sac-iid-242598346>

<http://www.graphicmachinerycn.es/Maquina-impresora-de-etiquetas-de-placa-PS-81.html>

<http://www.directindustry.es/fabricante-industrial/etiqueta-61316.html>

<http://limacallao.olx.com.pe/maquina-para-hacer-etiquetas-iid-254444408>

[http://www.hogartintorero.com/Folletos Maquinaria/Prensa Econom y GB000.pdf](http://www.hogartintorero.com/Folletos_Maquinaria/Prensa_Econom_y_GB000.pdf)

<http://quito.olx.com.ec/maquina-para-etiquetas-en-tela-para-ropa-iid-38553341>

www.youblisher.com

www.wikipedia.org

www.definicion.org/estado-de-situacion-financiera

www.mitecnologico.com

www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin1/estasiifin.htm

www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin1/estasiifin.htm

[ENCICLOPEDIA ENCARTA, \(2008\)](#)

www.microempreendedor.com/creacion-de-empresas/microempresas/ventajas-y-desventajas-de-las-microempresas/

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/mx/2009/jrvs2.htm>

www.sri.gov.ec

<http://www.google.com/articulo/revista/NIIFS>

ANEXOS

ANEXO 1



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

Instrumento N° 1

Encuesta dirigida a los gerentes o propietarios de la pequeña y mediana industria del cantón de Antonio Ante

OBJETIVOS:

- Identificar la calidad del producto (etiquetas) que adjuntan como valor agregado a las prendas de vestir.
- Conocer la importancia que genera la aceptabilidad del insumo en la producción textil.

INFORMACIÓN

Edad:

Cargo:

Sexo: Masculino Femenino

Fecha de Aplicación:

Marque con una (X) la respuesta que considera correcta.

CUESTIONARIO

1. ¿Hace cuántos años viene funcionando esta institución?

- a) Menos de un año
- b) Entre 1 y 5 años
- c) Entre 6 y 10 años
- d) Más de 10 años

2. ¿Dónde compra las etiquetas para agregarlas al producto terminado?

- a) Quito
- b) Guayaquil
- c) Cuenca
- d) Otros

¿En qué ciudad en especial?.....

3. ¿Cuáles fueron las razones por las que decidió dedicarse a esta actividad?

- a) Por preparación profesional
- b) Por no tener otra actividad
- c) Por tradición o herencia

4. ¿Cuántas personas trabajan en esta empresa?

- a) Menos de 10 personas
- b) Entre 10 y 20 personas
- c) Entre 20 y 50 personas
- d) Más de 50 personas

5. Su empresa se dedica a:

- a) Producción
- b) Comercialización
- c) Lo mencionado en la a y b

6. ¿El capital con el que trabaja es?

- a) Propio
- b) Socios o Accionistas
- c) Financiado con préstamos

7. ¿A qué nivel considera usted aceptable que la etiqueta marque un valor agregado a la prenda de vestir?

- a) Bajo
- b) Medio
- c) Alto

8. ¿Sus proveedores de insumos (etiquetas) le atienden en cualquier horario y en cualquier día de la semana sin importar feriados?

- a) Nunca
- b) A veces
- c) Siempre

9. ¿La distribución y despacho del insumo la hacen de forma?

- a) Lenta
- b) Normal
- c) Rápida

10. ¿El precio estimado de la etiqueta en que rango se encuentra?

- a) 0.01 ctvs a 0.04 ctvs
- b) 0.05 ctvs a 0.09 ctvs
- c) 0.10 ctvs a 0.14 ctvs
- d) Otros

¿Una cantidad en especial?

11. ¿Usted considera que la fábrica a instaurarse en el sector, a más de proveer etiquetas deberá ofrecer insumos adicionales para la producción textil?

- a) Si
- b) No

¿Por qué?.....

12. ¿Qué tipos de etiquetas son las más adquiridas por su empresa?

- a) Autoadhesivas
- b) Adhesivas
- c) Bordadas
- d) Estampadas
- e) Cuero
- f) Cartón
- g) Cintas
- h) Otras

¿Cuáles?.....

13. ¿Estaría dispuesto adquirir el insumo (etiqueta) por la nueva empresa de producción y comercialización instalada en Atuntaqui?

- a) Si
- b) No
- c) Tal vez

14. ¿Cuál de estos anchos a ofrecer preferiría para la confección de la etiqueta?

- a) 15 mm
- b) 20 mm
- c) 25 mm
- d) 30 mm
- e) 40 mm
- f) Otros

¿Cuáles?.....

15. ¿Qué cantidad aproximada de etiquetas consumieron en los últimos 6 años de su producción?

- a) **2006**
- b) **2007**
- c) **2008**
- d) **2009**
- e) **2010**
- f) **2011**

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO 2



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

Instrumento N° 2

Esquema de entrevista dirigida a los productores más sobresalientes de la pequeña y mediana industria del cantón Antonio Ante, los cuales se dedican a la confección de diversas prendas de vestir.

OBJETIVOS:

- Identificar la competencia y los beneficios que traen a los clientes.
- Delimitar el mercado donde se puede distribuir el producto.
- Conocer las preferencias de consumo de los clientes de la zona.

INFORMACIÓN DEL ENTREVISTADO

Edad:

Cargo:

Sexo: Masculino Femenino

Fecha de Aplicación:

CUESTIONARIO

1. ¿Dónde se encuentran sus instalaciones y oficinas?
2. ¿La empresa distribuidora de etiquetas con la que trabaja mantiene alguna política con clientes que realizan compras con frecuencia?
3. ¿Cree usted que las etiquetas deberían ser de diversos colores, tipos, etc.?
4. ¿Cuál son las materias primas más representativas con las que están confeccionadas las etiquetas?
5. ¿La calidad de la impresión de la etiqueta debería ser?
6. ¿Las pedidos del insumo (etiquetas) se las realiza mediante?

7. **¿El servicio de atención al cliente las empresas etiqueteras lo realizan mediante?**
8. **¿Cuál es la mejor empresa distribuidora de etiquetas que satisface sus necesidades?**
9. **¿Las etiquetas que usted utiliza son antialérgicas evitando y cumplen las etiquetas con normas de calidad?**
10. **¿Las empresas del sector mantienen alguna estructura de mando denominado organigrama?**
11. **¿Cómo se constituyeron estas empresas textiles en el sector?**
12. **¿Cuál es el perfil de los microempresarios del sector?**
13. **¿Qué tipos de aspectos legales se enfrentan a estas empresas?**
14. **¿Qué considera importante usted que debe existir en estas empresas del sector?**
15. **¿Qué nivel de formación mantiene el personal que trabaja dentro de estas empresas?**
16. **¿Qué tipos de productos son los que distribuyen las empresas textiles de Atuntaqui?**
17. **¿Cuáles son los insumos que se emplean para la producción de los diversos productos en las empresas del sector?**
18. **¿Cuál es el sistema de producción que manejan en las empresas textiles de Atuntaqui?**
19. **¿Qué opina sobre tecnología?**

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

MAQUINARIA “AL TECH” PARA FABRICAR ETIQUETAS IMPRESAS EN CINTAS Y PAPEL ADHESIVO.



ANEXO 4
EMPRESAS DE PRODUCCIÓN TEXTIL

Nro.	NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN	TELÉFONO
1	ANITEX CONFECCIONES	AV. JULIO M. AGUINAGA Y PICHINCHA	062906186
2	ARTICA	GRAL. ENRÍQUEZ Y PÉREZ MUÑOZ	062908404
3	ARULLO	PICHINCHA 13-57 Y BOLÍVAR	062906261
4	BONJOTEX	PANAMERICANA NORTE 18-37 Y C. AGUINAGA	062907412
5	CAPTOOS	CALLE EGAS 442 Y CÉSAR GUERRA (OTAVALO)	062921036
6	CARLEX	SUCRE 10-50 Y GRAL. ENRÍQUEZ	062907663
7	CHICHO'S	NATABUELA, GARCÍA MORENO Y VELASCO IBARRA	062906637
8	CIZOT SPORT WEAR	NATABUELA, SELVA ALEGRE Y PANAMERICANA	062906636
9	CONF. MARÍA JOSÉ	BOLÍVAR Y ABDÓN CALDERÓN	062907180
10	CONFECCIONES AMAZONAS	PANAMERICANA NORTE DIRECCIÓN EMPRESARIAL DE LA FÁBRICA	062907678
11	CONFECCIONES ANYPRINTEX	AV. SALINAS 17-17 Y PANAMERICANA	062907326
12	CONFECCIONES ARENA	ATUNTAQUI	062908511
13	CONFECCIONES BAMBY'S	AV. LUIS LEORO FRANCO 16-98	062906883
14	CONFECCIONES BEBELAND	AV. LUIS LEORO F. Y ARTURO PÉREZ 15-19	062906537
15	CONFECCIONES BLULY	GONZÁLES SUÁREZ Y GALO PLAZA	062910183
16	CONFECCIONES CARMITEX	ARTURO PÉREZ Y AV. JULIO M. AGUINAGA	062907691
17	CONFECCIONES CECY	AV. LUIS LEORO FRANCO 6-90	062907743
18	CONFECCIONES D'LUI	AV. LUIS LEORO FRANCO Y ARTURO PÉREZ	062907156
19	CONFECCIONES ERIKA	GRAL. ENRÍQUEZ Y GALO PLAZA 10-84	062909100
20	CONFECCIONES ESTRELLITA	BOLÍVAR Y OLMEDO	062907257
21	CONFECCIONES FERCHIS	RÍO AMAZONAS Y STA ROSA	062908682
22	CONFECCIONES GABRIELA	AV. LEORO FRANCO Y AV. SALINAS	062906234
23	CONF KATTY	AV. SALINAS 17-43 Y ATAHUALPA	062906984
24	CONFECCIONES	GONZALES SUÁREZ 08-08, SAN	062906679

	LUCITA	VICENTE	
25	CONFECCIONES MARGOTH	BOLÍVAR 12-31 Y AMAZONAS	062906175
26	CONFECCIONES MARICELA	GRAL. ENRÍQUEZ 03-30 Y A. ANDRADE	062907357
27	CONFECCIONES MARY	OLMEDO Y JUAN DE VELASCO	062906168
28	CONFECCIONES MISHHELL	ALEJANDRO ANDRADE 11-30 ENTRE AMAZONAS Y G.E.	06907202
29	CONFECCIONES PANAN	ALFREDO BOADA 10-46 Y GRAL. ENRÍQUEZ	062906091
30	CONFECCIONES PATRICIA	JUAN DE VELASCO Y ROCAFUERTE	062906359
31	CONFECCIONES SAMANTHA	JUAN DE VELASCO 12-50 Y OLMEDO	062907928
32	CONFECCIONES TOYTEX	AV. JULIO M. AGUINAGA Y OLMEDO	
33	CONFECCIONES VANESSA	OLMEDO Y JUAN DE VELASCO	062906317
34	CONFECCIONES WALLY	AV. JULIO M. AGUINAGA 13-56 Y AV. CALDERÓN ESQUINA	062908031
35	CONFECCIONES PATRICIA	JUAN DE VELASCO Y ROCAFUERTE	062906359
36	CONFFEL	GARCÍA MORENO 09-20 Y DOS DE MARZO	062907635
37	CONGA	GRAL. ENRÍQUEZ Y PÉREZ MUÑOZ ESQ	062910210
38	CREACIONES ALEJANDRA	RÍO AMAZONAS 13-35 Y BOLÍVAR	062907117
39	CREACIONES BABY TOP	FLORES VÁSQUEZ Y ORDONEZ CRESPO	062907061
40	CREACIONES KAREN'S	AV. LUIS LEORO FRANCO Y PICHINCHA	062909128
41	CREACIONES MARLON	AV. JULIO M. AGUINAGA 15-08 Y PICHINCHA	062907439
42	CREACIONES SHEILA	AV. LUIS LEORO FRANCO Y DAVIS MANANGON	062908296
43	CREATEXSA	DOS DE MARZO Y JUAN DE VELASCO ESQ.	062906856
44	D_NYS	MALDONADO Y ABDÓN CALDERÓN	062908023
45	D'KARLO CONFECCIONES	SAN LUIS	062908571
46	D'CACHE TEXTIL Y CREATIVO	AV. JULIO MIGUEL AGUINAGA Y GERMÁN MARTÍNEZ	062908916
47	DENNYS	AV. JULIO M. AGUINAGA Y ABDÓN CALDERÓN	062908023
48	DETALLES MS	RÍO AMAZONAS 13-35 Y PÉREZ MUÑOZ	062907671
49	D'KARLO	CALLE BOLÍVAR, BARRIO SANTO LUIS	062908571

50	D'PLUMAS	EUGENIO ESPEJO 11-28 Y RÍO AMAZONAS	062907460
51	ECUAMODA D'JEANS	SUCRE Y RÍO AMAZONAS	062908242
52	EDITEX	PICHINCHA 10-28 Y AV. JULIO M. AGUINAGA	062907421
53	ELAN CONFECCIONES	OLMEDO Y ATAHUALPA ESQUINA	062908944
54	ESTRELLA SPORT	CALLE BOLÍVAR 13-21 Y OLMEDO	062907257
55	EXCELLENT BOUTIQUE	RÍO AMAZONAS Y PÉREZ MUÑOZ	
56	FASHION CLUB CIA. LTDA	BOLÍVAR Y GRAL ENRÍQUEZ	062908242
57	GHAZI CONFECCIONES	OLMEDO Y ATAHUALPA ESQUINA	062908263
58	GORTEX	2 DE MARZO 09-59 Y JUAN DE MONTALVO	062906409
59	HOGAR`S	RÍO AMAZONAS ENTRE GARCÍA MORENO	062906201
60	INDATEX	AMAZONAS Y PEREZ GUERRERO	062601509
61	INDUTEXSA	ABELARDO MORÁN S/N Y DÁVILA MEZA URB IBARRA	062909753
62	INTEXPOR TOYS	BARTOLOMÉ GARCÍA 4100 Y TEODORO GÓMEZ	098038511
63	ISAMICSPORT	AV. GONZALEZ SUÁREZ 08-34 Y ALEHANDRO ANDRADE	062907625
64	J & N	BOLÍVAR BARRIO SANT DOMINGO	062910100
65	J&N	BOLÍVAR Y OLMEDO	062908563
66	KARMAM	SUCRE 12-22 Y RÍO AMAZONAS	062908910
67	KATTY SPORT	SUCRE Y 2 DE MARZO 06-75	062906208
68	KIKE SPORT CENTER	ALEJANDRO ANDRADE 12-63 Y OLMEDO	062908490
69	LORENA GRIJALVA	ESPEJO 09-45 Y GONZAÁLES SUÁREZ	062908653
70	LOREN'S	ATAHUALPA ENTRE SALINAS Y OLMEDO	062906551
71	LINUX	BOLÍVAR Y AMAZONAS	099738516
72	MARCOTEX	GONZÁLES SUÁREZ 10-65 Y GARCÍA MORENO	062908706
73	MCRISS	RÍO AMAZONAS Y PÉREZ MUÑOZ	062643218
74	MEDIAS ELTEX	BOLÍVAR Y ABDÓN CALDERÓN	062907168
75	MEGANS SPORT	IBARRA OLMEDO 10-85 Y COLÓN	062907605
76	MILYS KIDS	BOLÍVAR Y 12 DE FEBRERO	062906265
77	MODA CARLA	OLMEDO 10-65 Y JULIO MIGUEL AGUINAGA	097592092
78	MONNY CREACIONES	OLMEDO 15-00 Y ESPEJO	062908512
79	MONY CREACIONES	OLMEDO 15-00 Y ESPEJO	062906438

80	OBEJOSS CREACIONES TEXTIL	NATABUELA CALLE VELASCO IBARRA Y GARCÍA M. ESQ	062907045
81	OK SPORT	BOLÍVAR Y AMAZONAS 12-00	062906373
82	PANDA CONFECCIONES	AV. JULIO M. AGUINAGA 16-53 Y PICHINCHA	062909658
83	PICOLO	GRAL. ENRÍQUEZ 12-30 SUCRE Y BOLÍVAR	062906295
84	PLAYATEX	ESPEJO 10-36 Y GRAL. ENRÍQUEZ	062907317
85	PROTEXTIL	PANAMERICANA NORTE 13-98 FRENTE A LA GASOLINERA	062906217
86	S&M	RÍO AMAZONAS	062906791
87	S'TIAGO CREACIONES	AMAZONAS 06-65 Y GALO PLAZA	062909527
88	SABANAS ENCANTO	GENERAL ENRÍQUEZ 14-82 Y ESPEJO	062962021
89	SÁBANAS Y EDREDONES	GENERAL ENRÍQUEZ Y SUCRE	062907609
90	SANTÉ	AV. LUIS LEORO FRANCO 14-34 Y OLMEDO	062906234
91	SANTÉ JR	LUIS LEORO FRANCO	062907383
92	SATRERÍA BÁEZ	GRAL. ENRÍQUEZ Y JUAN DE VELASCO	062907476
93	SHEYLA INDUSTRIAS	AV. LUIS LEORO F. Y DAVID MANANGO	082908296
94	SOMI	GRAL. ENRÍQUEZ Y 21 DE NOVIEMBRE	062907705
95	SPORT FACTORY	GRAL. ENRÍQUEZ Y BOLÍVAR	062607021
96	STAMPART	GARCÍA MORENO 01-90NE HIDROBO	062907632
97	STYLE BOUTIQUE 2	BOLÍVAR Y OLMEDO	062644745
98	SWEATERS GABY TEX	GRAL. ENRÍQUEZ 07-68 Y AV. SAN VICENTE	062907431
99	TANGA CLICK	BARTOLOMÉ GARCÍA Y RICARDO SÁNCHEZ 6/82	062608813
100	TAVY SPORT	AV. JULIO MIGUEL AGUINAGA S/N ARTURA P.	062908452
101	TEJIDOS ANAHI	RÍO AMAZONAS 08-93	062907750
102	TEJIDOS CONF. ELIZABETH	BOLÍVAR 14-67 Y SALINAS ESQ	062907642
103	TEJIDOS D'LORE	ATAHUALPA 09-15 Y 2 DE MARZO	062907453
104	TEJIDOS DIANA CAROLINA	GRAL. ENRÍQUEZ 15-51 Y JUAN DE VELASCO	062906377
105	TEJIDOS EDWIN	GONZALES SUÁREZ 08-39	062906300
106	TEJIDOS FELIPE	ATAHUALPA 13-31 Y OLMEDO	062909279
107	TEJIDOS GERMANIA	RÍO AMAZONAS	062907699
108	TEJIDOS GISSELA	PICHINCHA 09-48 Y ALEJANDRO ANDRADE	06908219

109	TEJIDOS JIRE TEX	SANTO DOMINGO - BOLÍVAR	062907988
110	TEJIDOS JUNIOR	AMAZONAS 04-94 Y LAS VERTIENTES	062908009
111	TEJIDOS KARLITEX	RÍO AMAZONAS 03-148	062906094
112	TEJIDOS LORENA	RIO AMAZONAS 12-49 Y BOLIVAR	062906680
113	TEJIDOS MARÍA FERNANDA	GONZALES SUÁREZ 09-52 Y A. ANDRADE	062906042
114	TEJIDOS MARKO'S	ROCAFUERTE Y PANAMERICANA NORTE	062907321
115	TEJIDOS MAYRI	AV. LUIS LEORO FRANCO 16-67 Y PICHINCHA	062907338
116	TEJIDOS PRISCITEX	JUAN DE VELASCO Y GRAL .ENRÍQUEZ	062907497
117	TEJIDOS ROSSY	AV. SALINAS 17-81 Y PANAMERI	062907539
118	TERLCOT	GARCÍA MORENO Y GONZÁLEZ SUÁREZ	062908802
119	TIEMPOCODECA CIA. LTDA.	AV FRAY VACAS GALINDO	062644745
120	UNA IDEA	BOLÍVAR 15-45 Y SALINAS	062909184
121	UNIMODA	AV. SALINAS 17-38 Y ATAHUALPA	062906843
122	VILLATEX	BOLÍVAR Y GRAL. ENRÍQUEZ	062958042
123	WOMACTIVE	AV. JULIO MIGUEL AGUINAGA Y ARTURO PÉREZ	062908706
124	XIOMAC	DR. LUIS F. MADERA 2-78	062606112
125	ZAMTEX	GRAL. ENRÍQUEZ Y BOLÍVAR	090242900

Fuente: Cámara de Comercio de Atuntaqui

Elaborado por: El Autor

ASR TECHNOLOGY
RUC: 002653721001

ANEXO 6

PROFORMA

CLIENTE: ETIK-T
FECHA: Ibarra, 12 de Febrero del 2012

DUAL CORE DE 2,7 / Cliente
MB BIOSTAR G31-M7 V/S/R 775 PROC. INTEL DUAL CORE 2,7 DISCO DE 500 GB MEMORIA 2 GB KINGSTON MARKVISION LECTOR DE MEMORIA DVD WRITER LG REGULADOR DE VOLTAJE MARCA: HP
517.86+IVA Por 3 / 500 +IVA

CORE 2 DUO E7500 2,93GHZ
MONITOR SAMSUNG DE 18.5" CASE COMBO (T,M,P) MB INTEL DG 41 RQ V/S/R PROC. INTEL CORE 2 DUO 2.93 DISCO DE 500 GB MEMORIA 2 GB KINGSTON MARKVISION LECTOR DE MEMORIA DVD WRITER LG REGULADOR DE VOLTAJE
624,40+IVA / Servidor

Podemos bajar el costo de los equipos clientes, si se pones monitores de 16.5 o 17 Pulgadas LCD y quitamos el DVD y Lector de memorias que no se utilizarían, informar si desean los cambios.

Gratis un Switch 8 puertos

Gratis Instalación y Configuración de Red y para 4PC

Costo por metro de cable UTP Categoría 5e Nexxt para Red 0.55 + IVA

Cajetines doble Jack Nexxt para Red 5.00 + IVA

Conectores Rj45 Categoría 5e Nexxt para Red 0.85 + IVA

Forma de Pago: 75% el día del contrato y 25% a la entrega del equipo

Válido por 4 días ó hasta que se termine en stock

Forma de entrega: 72 HORAS DESPUES DE HABER SIDO FIRMADO EL CONTRATO

Garantí: EQUIPO 1 AÑO

Documento Valido para pedido y autorización de Proforma

Para confirmar el pedido en la mañana máximo ha ta la 13h00 y el depósito máximo hasta las 16H00.

Para deposito a la cuenta de Ahorros del Banco del Pacifico

Cuenta de Ahorros 1020246897

A nombre de Rodrigo Bautista

Confirmar deposito a al teléfono 2927514 - 090860123 o Correo electrónico godrig@hotmail.com

Atentamente,
Rodrigo Bautista



ASR
RUC: 1002653721001
TELF: 2927 514 CEL:
Rodrigo Bautista

ASR TECHNOLOGY
RUC: 002653721001

ANEXO 7

PROFORMA

CLIENTE: ETIK-T
FECHA: Ibarra, 15 de Enero del 2011

MICROCOMPONENTE SONY



SALIDA 11000 WATTS
4500 RMS REALES
CONTROL REMOTO
REPRODUCE MP3/CD/DVD/IPOD
RADIO AM/FM.RHF
PRECIO 250+ IVA
P.V.P 280
OFERTA C/3 220+IVA

COPIADORA HP



<p>Tecnología de Impresión: Laser</p> <ul style="list-style-type: none"> - Velocidad. Copiadora Preto (cpm): Até 25 - Memoria de 256 Mb - Salida da primera página en menos de 8 segundos - Resolución(dpi): Até 1200 x 1200 - Resolución Óptica Scanner (dpi): 600x 600 dpi - Alimentador Auto. Folhas (ADF): 50
<p>PRECIO 550+ IVA P.V.P 616</p>

SUMADORA CASIO FX 120



DIGITAL
PRECIO 17,86+ IVA
P.V.P 20,00

TELÉFONO PANASONIC



ALÁMBRICO
PRECIO 26,78+IVA
P.V.P 30,00

Televisor LG 14"



The 52LG71 LCD TV claims to be the "world's first 1080p LCD with an integrated 802.11 Wireless System"

PRECIO 250 +IVA
P.V.P 280.00

Podemos bajar el costo de los equipos, si manejamos un pago a crédito.

Gratis Instalación y Configuración de los equipos.

Forma de Pago: 75% el día del contrato y 25% a la entrega del equipo

Válido por 4 días ó hasta que se termine en stock

Forma de entrega: 72 HORAS DESPUES DE HABER SIDO FIRMADO EL CONTRATO

Garantí: EQUIPO 1 AÑO

Documento Valido para pedido y autorización de Proforma

Para confirmar el pedido en la mañana máximo hasta la 13h00 y el depósito máximo hasta las 16H00.

Para deposito a la cuenta de Ahorros del Banco del Pacifico

Cuenta de Ahorros 1020246897

A nombre de Rodrigo Bautista

Confirmar deposito a al teléfono 2927514 - 090860123 o Correo electrónico godrig@hotmail.com

Atentamente,
Rodrigo Bautista


RUC: 1002653721001
TELF: 2927 514 CEL:


IMPORTADORA
SOLUCIÓN

ANEXO 8

PROFORMA

CLIENTE: ETIK-T

FECHA: Ibarra, 15 de Junio del 2012

ESCRITORIO TIPO GERENTE



LONGITUD 2.50 CM LARGO *
0.80 CM ALTO
PRECIO 133,93+IVA
P.V.P 150,00

ESCRITORIO TIPO SECRETARIA



LONGITUD 1.80 CM LARGO *
0.80 CM ALTO
PRECIO 98,21+IVA
P.V.P 110

SILLA TIPO GERENTE



FORRADA DE GAMUSA NEGRA
ESPALDAR RECLINABLE
GIRATORIA
ALTURAS DIFERENTES CON
SOPORTES
PRECIO 107,14+IVA
P.V.P 120,00

SILLA TIPO SECRETARIA



GIRATORIA
ALTURAS DIFERENTES
SOPORTES DE BRAZOS
PRECIO 53,57+IVA
P.V.P 60,00

ARCHIVADOR DE OFICINA



METÁLICO 4 GAVETAS
PRECIO 107,14+IVA P.V.P 120,00

SILLAS C11



SILLAS DIVERSOS COLORES METÁLICAS PLÁSTICO
PRECIO 26,79+ IVA P.V.P. 30,00

MESA DE REUNIONES



AGLOMERADO DE MADERA ALTURA 0.80 CM *1.25 CM
PRECIO 116,07+ IVA P.V.P. 130,00

SOFA TRIPERSONAL



FORRADO DE GAMUSA DE COLOR DIMENSIÓN 1.80CM LARGO * 0.40CM ALTO
PRECIO 133,92 + IVA P.V.P. 150

Podemos bajar el costo de los equipos, si manejamos un pago a crédito.

Forma de Pago: 75% el día del contrato y 25% a la entrega del equipo

Válido por 5 días ó hasta que se termine en stock

Forma de entrega: 72 HORAS DESPUES DE HABER SIDO FIRMADO EL CONTRATO

Garantía: 1 AÑO

Documento Valido para pedido y autorización de Proforma

Para confirmar el pedido en la mañana máximo hasta la 13h00 y el depósito máximo hasta las 16H00.

Para deposito a la cuenta de Ahorros del Banco del Pacifico

Cuenta de Ahorros 3485456876

A nombre de Pablo Guzmán