



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE INDUMENTARIA
RELIGIOSA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA
DE IMBABURA”.**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: FERNANDA PASPUEL

DIRECTOR: ECO. RUBÉN SANTACRUZ

IBARRA-06- 2011

RESUMEN EJECUTIVO

El desarrollo de este trabajo tiene como objetivo principal crear una microempresa de producción y comercialización de indumentaria religiosa en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, al analizar las diferentes etapas que comprende el trabajo se determinó lo siguiente: Con el diagnóstico situación se determinó los pro y contra que influirán en la gestión del proyecto. Se analizó el mercado actual y potencial posible para vender el producto, así mismo se evaluaron los requerimientos del cliente, las expectativas y la intención de compra, con el ánimo de plantear las estrategias de mercadeo que durante este trabajo se presentan y que van orientadas a lograr una ventaja competitiva. Se realizó un análisis técnico para definir la posibilidad de lograr el producto en las cantidades y calidad, costo requerido e identificar los procesos productivos, proveedores de materia prima equipos tecnología y recursos humanos. Dentro del análisis económico se determinó la inversión inicial para el proyecto, sus costos, y sus ingresos. Se determinaron los procesos que se deben seguir y las estrategias a implementar con el ánimo de optimizar los indicadores que evalúan el proyecto Se realizó el estudio de factibilidad financiera que permitió conocer las inversiones a realizar, los ingresos y los egresos proyectados a 5 años, los estados de resultados, los indicadores de factibilidad como VPN demás elementos, haciendo un proyecto viable. Se describió cada puesto de trabajo para tener claro sus tareas y funciones dentro de la micro empresa, al igual se definió el perfil que se requiere para dicho puesto. Así mismo, determinar los procedimientos administrativos que permiten el manejo de la micro empresa. Los resultados obtenidos de la evaluación de impactos son positivos lo que demuestra que la creación de la microempresa es beneficiosa y no causa ningún daño a la comunidad.

THE SUMMARIZE EXECUTIVO

The development of this work has as main objective to create a production microempresa and commercialization of religious dress in the Canton Ibarra, County of Imbabura, when analyzing the different stages that he/she understands the work the following thing was determined: With the diagnostic situation you determines the pro and against that will influence in the administration of the proyecto. Se it analyzed the current market and possible potential to sell the product, likewise the client's requirements, the expectations and the purchase intention were evaluated, with the spirit of outlining the marketing strategies that are presented during this work and that they go guided to achieve a competitive advantage. One carries out a technical analysis to define the possibility to achieve the product in the quantities and quality, required cost and to identify the productive processes, matter suppliers prevail teams technology and human resources. Inside the economic analysis you determines the initial investment for the project, their costs, and their revenues. The processes were determined that they should be continued and the strategies to implement with the spirit of optimizing the indicators that evaluate the project were carried out the study of financial feasibility that allowed to know the investments to carry out, the revenues and the expenditures projected to 5 years, the states of results, the indicators of feasibility like VPN other elements, making a viable project. Each work position was described to have clear their tasks and functions inside the micro company, to the equal were defined the profile that is required for this position. Likewise, to determine the administrative procedures that allow the handling of the micro company. The obtained results of the evaluation of impacts are positive what demonstrates that the creation of the microempresa is beneficial and it doesn't cause any damage to the community.

AUTORÍA

Yo, Betty Fernanda Paspuel Meneses portadora de la cédula de ciudadanía N° 100309390-1 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información

Fernanda Paspuel

100309390-1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, FERNANDA PASPUEL, con cédula de identidad Nro. 100309390-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INDUMENTARIA RELIGIOSA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA COMERCIAL**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia 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.

.....

FERNANDA PASPUEL

100309390-1

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

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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:	100309390-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	PASPUEL MENESES BETTY FERNANDA		
DIRECCIÓN:	Calle Alfredo Gómez Jaime y Benjamín Carrión		
EMAIL:	bfpm_23@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2951005	TELÉFONO MÓVIL:	091740954
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INDUMENTARIA RELIGIOSA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA"		
AUTORA :	PASPUEL MENESES BETTY FERNANDA		
FECHA: AAAAMMDD	2011-06-09		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA COMERCIAL		
ASESOR /DIRECTOR:	Eco. Rubén Santa Cruz		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Fernanda Paspuel, con cédula de identidad Nro. 100309390-1, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los días del mes de de 20.....

EL AUTOR:

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre:

Vallejos

Nombre: Lic. Ximena

C.C.:

BIBLIOTECA

Cargo: JEFE DE

Facultado por resolución de Consejo Universitario

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada FERNANDA PASPUEL, con cédula de identidad Nro. 100309390-1, para optar por el Título de **INGENIERA COMERCIAL**. cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE INDUMENTARIA RELIGIOSA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

Firma

Eco. RUBÉN SANTACRUZ

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

*A mi familia, padres y hermanos por darme
todas las frases de aliento, por su continuo
apoyo en el transcurso de mi vida.*

Fernanda Paspuel

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento a los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes con su profesionalismo, y amplio sentido de responsabilidad han tenido la paciencia para orientarme en la culminación de esta meta.

A mi Director de Tesis Eco. Rubén Santa Cruz quien con su apoyo incondicional y su motivación supo guiarme durante el desarrollo del trabajo hasta lograr culminar exitosamente y obtener el anhelado título.

FERNANDA PASPUEL MENESES

PRESENTACIÓN

Dentro del análisis realizado en cada uno de los capítulos se determina que el proyecto estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de indumentarias religiosas en la ciudad de Ibarra Provincia de Imbabura tiene futuro en el mercado ya que se conoce que existe una demanda por satisfacer a los consumidores del producto.

Capítulo I Diagnóstico.- El análisis realizado en el diagnóstico nos permitirá conocer y visualizar realmente la situación actual del sector donde va a funcionar la microempresa de producción y comercialización de indumentarias religiosas.

Capítulo II Bases Teóricas Científicas.- Servirán como sustento para el desarrollo del proyecto, también como una base para conocer los beneficios del proyecto, se obtendrá información tanto bibliográfica como demográfica.

Capítulo III Estudio de Mercado.- Se conocerá en que nivel se encuentra la oferta y la demanda del producto, también se determinará los gustos y preferencias que exige el mercado objetivo.

Capítulo IV Estudio Técnico.- Permitirá seleccionar la ubicación exacta del proyecto, la misma debe cumplir con los factores más importantes que favorezcan a la microempresa.

Capítulo V Estudio Económico-Financiero.- En el estudio económico financiero ayuda a conocer exactamente si el proyecto es viable y sus utilidades son beneficiosas.

Capítulo VI Organización del a Microempresa.- El modelo administrativo que se implantara en la microempresa estará basada en valores y principios que se deben cumplir tanto interno como externo.

Capítulo VII Impactos.- Se realizara un análisis que permita conocer los impactos que genere el proyecto para tomar medidas preventivas que ayuden a no provocar algún desastre a nivel de la Provincia.

INDICE GENERAL

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVO	iii
AUTORIA	iv
CESIÓN DE DERECHOS	v
CERTIFICACIÓN	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	ix
INDICE GENERAL	iii
INDICE DE CUADROS	xxi
INDICE DE GRÁFICOS	xiv
INTRODUCCIÓN	25
JUSTIFICACIÓN	26
OBJETIVOS	27
DESCRIPCIÓN	28

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes	30
1.2. Objetivos del diagnóstico	31
1.2.1. Objetivo general	
1.2.2. Objetivos específicos	
1.3. Variables diagnósticas	

Indicadores	32
Producción	
Estructura organización	
Sistema financiero	
Comercialización	
Matriz de relación	33
Mecánica operativa	35
1.6.1. Población	
1.6.2. Muestra	
1.6.3. Información primaria	36
1.6.4. Información secundaria	38
1.7. Análisis y evaluación de la información.	39
1.7.1. Encuesta dirigida a los diocesanos y religiosos en el cantón Ibarra.	
1.8. Determinación del diagnóstico	48

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTIFICAS

2.1. LA EMPRESA	49
2.1.1. Definición	
2.1.2. Importancia	
2.1.3. Clasificación	
2.2. LA MICROEMPRESA	50
2.2.1. Definición	
2.2.2. Importancia	
2.2.3. Objetivos	51
2.2.4. Características Generales	
2.2.5. Clasificación de la Microempresa	

2.2.6. Microempresa artesanal	52
2.2.7. Organización Estructural y Funcional	54
2.2.8. Ventajas y Desventajas de la Microempresa	
2.2.9. Sistemas de Comercialización	
2.2.10. Requisitos Legales de la Constitución y Funcionamiento	55
2.3. Administración	57
2.3.1. Definición	
2.3.2. Importancia	
2.3.3. Objetivos	
2.3.4. Fases de Administración	58
2.3.5. Planeación de operaciones	60
2.3.6. Administración y control de la producción y de operaciones	
2.4. LA CONTABILIDAD	61
2.4.1. IMPORTANCIA	
2.4.2. OBJETIVO	62
2.4.3. CLASIFICACIÓN	
2.5. Contabilidad de Costos	
2.5.1. Importancia	63
2.5.2. Objetivos	
2.5.3. Definición de costo y gasto	64
2.5.3. Elementos de costos	65
2.6. Punto de Equilibrio	
2.7. Inversiones	
2.8. PRODUCCIÓN DE INDUMENTARIA RELIGIOSA	66
2.8.1. Antecedentes	
2.8.2. Concepto	
2.8.2. Principales componentes de vestimenta litúrgica	67
2.8.3. Área de confección	68

2.8.4. Área de bordados en las vestimentas litúrgicas	69
2.8.5. Análisis de la Producción de las vestimentas litúrgicas	
2.8.6. Situación Actual de la Producción de la vestimenta litúrgica	70
2.9. COMERCIALIZACIÓN DE INDUMENTARIA RELIGIOSA	71
2.9.1. Generalidades de la Comercialización	
2.9.2. Estrategias de Comercialización	
2.9.3. Promoción y Publicidad de la vestimenta litúrgica	72
2.9.4. Segmentación del Mercado de la vestimenta litúrgica	73
2.9.5. Estrategias de una Mercadotecnia Competitiva.	

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO	75
3.1. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	76
3.2. MERCADO META	77
3.3. NATURALEZA Y USO DEL PRODUCTO	
3.4. ANÁLISIS DE OFERTA	78
3.4.1. Proyección de la oferta	79
3.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA	
3.5.1. Factores que afectan la Demanda	80
3.5.2. Proyección de la Demanda	81
3.6. Precio del Producto	83
3.6.1. PROYECCIÓN DE PRECIOS	84
3.7. Estrategias de publicidad	85
3.8. Estrategias de Comercialización	86
3.8.1. Producto	
3.8.2. Precio	

3.8.3. Promoción	
3.8.4. Plaza	88

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación	89
4.2. Localización del Proyecto	
4.2.1. Macro localización	
4.2.2. Micro localización	90
4.3. Tamaño del proyecto	91
4.3.1. Factores condicionantes del tamaño del proyecto	
4.4. Capacidad del proyecto.	94
4.5. Distribución de Instalaciones	
4.6. Etapas del proceso de confección	96
4.6.1. Diseño de las Prendas	
4.6.2. Ficha técnica de diseño y modelos	98
4.6.3. Patronaje	
4.6.4. Trazo	
4.6.5. Tendido	
4.6.6. Capas según el diseño y longitud	
4.6.7. Corte	
4.6.8. Control del Corte	
4.6.9. Confección (Armado)	
4.6.10. Bordado	99
4.6.11. Estampado	
4.6.12. Control de Calidad en el Acabado	
4.6.13. Control de Calidad en el producto Terminado	
4.6.14. Planchado, Etiquetado, Doblado y Empacado	

4.7. Flujograma del proceso de producción	100
4.8. Presupuesto técnico	101
4.8.1. Inversión en activos fijos	
4.8.2. Maquinaria y equipo	
4.8.3. Mueble y enseres	
4.8.4. Equipo de computación	102
4.8.5. Equipo de oficina	103
4.8.6. Requerimiento en activos diferidos	
4.8.7. Requerimiento en capital de trabajo	
4.8.8. Requerimiento en talento humano	104

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Estructura de la Inversión.	105
5.2. Coste de Oportunidad	106
5.2.1. Tasa de Rendimiento Medio	
5.3. Ingresos.	
5.3.1. Proyección de Ingresos	
5.4. Egresos.	108
5.4.1. Costos de Producción.	
5.4.2. Gastos Administrativos	110
5.4.3. Gastos de Ventas.	113
5.4.4. Gastos Financieros.	
5.4.5. Resumen de Costos y Gastos	
5.5. Financiamiento	114
5.6. Depreciación y Amortización	115

5.7. Estados Proforma.	116
5.7.1. Balance de Arranque	
5.7.2. Estado de Resultados	117
5.7.3. Flujo de Caja con Protección	
5.8. Evaluación de la Inversión.	119
5.8.1. Valor Actual Neto.	
5.8.2. Tasa Interna de Retorno	120
5.8.3. Sensibilidad de la Tasa Interna de Retorno.	121
5.8.4. Recuperación de la Inversión con Valores Corrientes	124
5.8.5. Recuperación de la Inversión con Valores Constantes	
5.8.6. Beneficio Costo.	126
5.8.7. Punto de Equilibrio del Proyecto	127

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.1. Análisis Interno de la Microempresa	128
6.1.1. Nombre de la microempresa	
6.1.2. Misión	
6.1.3. Visión	
6.1.4. Objetivos de la microempresa	
6.1.5. Políticas de la microempresa	129
6.1.6. Principios y Valores	
6.1.7. Organización Estructural de la microempresa	131
6.1.8. Organigrama Estructural	
6.2. Niveles Administrativos	
6.2.1. Nivel directivo	
6.2.2. Nivel Auxiliar	
6.2.3. Nivel Operativo	

6.3.	Permiso de Funcionamiento	135
6.3.1.	El registro único de contribuyente (RUC)	
6.3.2.	Patente municipal	
6.3.3.	Permiso de funcionamiento	

CAPITULO VII

7. IMPACTOS

7.1.	Evaluación de Impactos	136
7.2.	Impactos del Proyecto	
7.2.1.	Impacto Socio económico	137
7.2.2.	Impacto Cultural educativo	138
7.2.3.	Impacto Tecnológico	139
7.2.4.	Impacto Ecológico	140
7.3.	Impacto General	141

CONCLUSIONES	142
--------------	-----

RECOMENDACIONES	143
-----------------	-----

BIBLIOGRAFÍA	144
--------------	-----

ANEXOS	147
--------	-----

INDICE DE CUADRO

N°		PÁG.
1.	MATRIZ DIAGNÓSTICA	33
2.	EMPRESAS DE PRODUCCIÓN DE PRENDAS RELIGIOSAS	39
3.	TIPO DE PRENDAS MAS ADQUIRIDAS	40
4.	TEMPORADAS COMPRA DE VESTIMENTA RELIGIOSAS	
5.	CRITERIO DE SELECCIÓN DE PRENDAS	41
6.	LUGAR DONDE ADQUIERE LAS PRENDAS RELIGIOSAS	42
7.	TIEMPO QUE LLEGA A OBTENER EL PRODUCTO	
8.	COSTOS DE PRODUCTOS	43
9.	RENOVACIÓN DE VESTIMENTAS LITURGICAS	44
10.	FORMA DE PAGOS EN LOS PRODUCTOS	
11.	MARGEN DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO	45
12.	ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS POR MEDIOS DE COM.	46
13.	PRECIO AL QUE LO ADQUIRIRIA EL PRODUCTO	
14.	CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE PRODUZCA Y COMERCIALICE PRENDAS DE VESTIR RELIGIOSAS	47
15.	OFERTA HISTÓRICA DE VESTIMENTA RELIGIOSA	79
16.	DEMANDA HISTÓRICA DE PRODUCTOS LITÚRGICOS	80
17.	DEMANDA HISTÓRICA DE CONSUMO DE PRENDAS LITURGICA	82
18.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	83
19.	PRECIOS HISTÓRICOS DE LA VESTIMENTA RELIGIOSA	84
20.	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL	85
21.	PROYECCIÓN DE PRECIOS	
22.	TECNOLOGÍA QUE SE APORTA	93
23.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	94
24.	DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES	95

25. MAQUINARIA Y EQUIPO	101
26. MUEBLES Y ENSERES	
27. EQUIPO DE COMPUTACIÓN	102
28. EQUIPO DE OFICINA	
29. RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	103
30. ACTIVOS DIFERIDOS	
31. CAPITAL DE TRABAJO	104
32. TALENTO HUMANO	
33. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	105
34. COSTE DE OPORTUNIDAD	106
35. PROYECCIÓN DE INGRESOS POR PRODUCTO	107
36. INGRESOS TOTALES PROYECTADOS	
37. MATERIA PRIMA DIRECTA	108
38. MANO DE OBRA DIRECTA	109
39. MATERIALES INDIRECTOS	
40. MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO	110
41. RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	
42. GASTOS ADMINISTRATIVOS	111
43. ARRIENDO	
44. SUMINISTROS DE OFICINA	
45. SERVICIOS BÁSICOS	112
46. MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN	
47. RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	113
48. PUBLICIDAD	
49. GASTOS FINANCIEROS	114
50. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	
51. TABLA DE AMORTIZACIÓN	115
52. DEPRECIACIÓN	116
53. AMORTIZACIÓN	
54. BALANCE DE ARRANQUE	117
55. ESTADO DE RESULTADOS	118
56. FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN	119
57. VALOR ACTUAL NETO	120

58. TASA INTERNA DE RETORNO	121
59. SENSIBILIDAD DE LA TIR (escenario uno)	122
60. TIR SENSIBILIZADO 1	
61. SENSIBILIDAD DE LA TIR (escenario dos)	123
62. TIR SENSIBILIZADO 2	
63. RECUPERACIÓN DE LA INVER. CON VALORES CORRIENTES	124
64. RECUPERACIÓN DE LA INVER CON VALORES CONSTANTES	125
65. FLUJOS DEFLACTADOS	
66. BENEFICIO COSTO	126
67. MATRIZ DE IMPACTOP SOCIO-ECONÓMICO	137
68. MATRIZ DE IMPACTO CULTURAL-EDUCATIVO	138
69. MATRIZ DE IMPACTO TECNOLÓGICO	139
70. MATRIZ DE IMPACTO ECOLÓGICO	140
71. MATRIZ DE IMPACTO GENERAL	141

ÍNDICE DE GRÁFICO

N°		PÁG.
1.	DEMANDA PROYECTADA	83
2.	MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA	90
3.	CROQUIS DE LA LOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA	91
4.	DISEÑO DE INSTALACIONES	96
5.	ORIGEN DE LA INVERSIÓN	105

INTRODUCCIÓN

La existencia de vestiduras se determina para cada ocasión rango o posición, los sacerdotes incardinados religiosos utilizan determinadas vestiduras que les da importancia y los radica con simbología; las texturas y diseños tienen la respectiva integración y aplicación en el cual revelaban la santidad, virtudes y adoraciones a Dios. Con la utilización de estas vestiduras se identifican y se manifiestan para el desempeño de las funciones de sacerdocio, en la iglesia católica.

Mediante las tradiciones y culturas de las comunidades cristianas de cada pueblo, en la actualidad en la iglesia católica, todos los representantes consagrados al sacerdocio utilizan los ornamentos litúrgicos para las celebraciones de la profundización de las vivencias de la vida de Cristo. Así tenemos que en la ciudad de Ibarra las y los religiosos de cada santuario tienen sus propios diseños y colores de sus vestidos; las mismas que hacen referencia; el manto, casulla, estola, alba, hábito, velo, cinturón, entre otros.

Para la producción de estos artículos se cree necesario formar una microempresa en la ciudad de Ibarra, que satisfagan la necesidad de este mercado por ende generará empleo para las amas de casa que tengan conocimiento de este tipo de arte.

Para la confección de cada artículo tiene su propia materia como es; el lino, seda, poliéster, terciopelo, estirilla, entre otras materias; de igual manera con los artificios, se utiliza colores e hilos adecuados para sus respectivos bordados a mano.

JUSTIFICACIÓN

El estudio de crear una microempresa de producción y comercialización de vestimenta religiosa es de importancia para todos los Sacerdotes incardinados ya que permitirá adquirir este producto en forma oportuna, personalizado y sobre todo satisfacer sus necesidades de tener una microempresa local, como también para los habitantes de esta ciudad, ya que se mantendrá la cultura y tradición de cada uno de nuestros pueblos; algunos de los productos a elaborar llevarán bordados elaborados a mano, proporcionando de esta manera originalidad del producto; por otra parte presenta nuevas alternativas que sean difundidas a nivel local regional e internacional ya que se considera un producto único a nivel internacional.

La realización de este proyecto será formada en la ciudad de Ibarra, por la facilidad de adquirir la materia prima a utilizarse, y la mano de obra a desempeñar las funciones, asegurando el posicionamiento y competitividad de la nueva microempresa.

En el aspecto económico será factible su ejecución ya que la inversión se realizara a través de la obtención de créditos en instituciones financieras de la ciudad, cooperando así la productividad de la localidad; además se cuenta con la obtención de materiales como, maquinaria, equipo de computación, revistas, internet, etc. Que serán de mucha ayuda para la realización de este proyecto.

Este proyecto es importante ya que generará rentabilidad económica y ofrecerá una nueva fuente de trabajo especialmente a las amas de casa de bajos recursos económicos y que tengan conocimiento en el área de confección, la mano de obra será capacitado por profesionales para que mejoren sus conocimientos y cumplan sus labores con eficiencia y responsabilidad.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresas de producción y comercialización de indumentaria religiosa en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional relacionado con la producción y comercialización de indumentaria religiosa en la ciudad de Ibarra.
- Establecer Bases Teóricas-Científicas que permita fundamentar la ejecución del presente estudio para llevar a cabo la actividad micro empresarial.
- Realizar un Estudio de Mercado para determinar los niveles de oferta, demanda, precios y estrategias de publicidad y comercialización del proyecto.
- Determinar el estudio técnico para realizar el tamaño de la macro y micro localización y determinar las inversiones del estudio.
- Establecer el grado de rentabilidad económica financiera para determinar la factibilidad del proyecto propuesto.
- Realizar una estructura organizacional que defina las funciones y políticas de la microempresa productora.
- Establecer los principales impactos que genera el proyecto en el campo social, económico, educativo, empresarial y ético.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para conseguir el desarrollo de este proyecto primero se realizará un diagnóstico situacional que nos permita establecer parámetros actuales de la producción y comercialización de vestimenta religiosa en la ciudad de Ibarra y de esta manera poder emprender este proyecto productivo que genere fuentes de trabajo.

Para este proyecto se realizará una investigación de las bases teóricas en los aspectos financieros administrativos y contables para así facilitar la conocimiento del estudio que se va llevar a cabo para la actividad de vestimentas religiosas, incluyendo el servicio de bordados a mano ya que es una estrategia para mejorar y dar origen al producto único, usado por los personajes religiosos.

Para establecer los niveles de oferta y demanda se realizará un estudio de mercado así como también se establecerá estrategias de comercialización para tener facilidad de acceso a las ventas permitiendo de esta manera llevar a la microempresa a la productividad y competitividad.

Determinar una estructura organizacional que permitirá fijar las funciones y políticas para el buen funcionamiento de la microempresa; además se realizara un análisis para fijarnos en las oportunidades y fortalezas convenientes posibles, tomando en cuenta las debilidades y amenazas que existen para poder superarlas y poder implementar nuevas ideas y técnicas de mejoramiento para tener éxito en las actividades.

De igual manera se examinará el grado de rentabilidad económica para el desarrollo del proyecto propuesto, estableciendo inversiones fijas y su

forma de financiamiento, manteniendo un control financiero para un mejor manejo de los recursos y factibilidad del proyecto.

Este proyecto es de gran importancia ya que mejoraría la producción y comercialización de vestiduras religiosas, obviamente en este proyecto se cuenta con la ayuda del monasterio de las hermanas clarisas, como preceptoras de esta producción.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

En el cantón Ibarra, el tema de producción y comercialización de las vestimentas religiosas para los Sacerdotes incardinados de la iglesia católica, existe la tradición y cultura de utilizar estos atuendos; el cual los representa al clero diocesano; éstos están divididos por sacerdotes y religiosos. Los mismos que hacen referencia a la adquisición de prendas como: ornamentos litúrgicos, los hábitos, y otros.

Para la adquisición de estas prendas de vestir en la ciudad de Ibarra es considerablemente costosa y difícil de hallarse localmente; además se considera que para elaborar este tipo de prendas se requiere de maquinaria técnica; y mano de obra con los respectivos conocimientos del arte.

Por lo tanto a través de este proyecto se propone crear una microempresa en la ciudad de Ibarra, que permita confeccionar este tipo de producto de acuerdo al requerimiento y oferta con nuevos diseños con precios estimados y cómodos para los demandantes. Como también que permita la participación de mano de obra local al aparato productivo y sobre todo que apoye al desarrollo y crecimiento del cristianismo en la provincia.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional en la producción y comercialización de vestimenta religiosa con el fin de identificar la problemática actual que enfrenta este sector productivo, los cuales servirán de referencia para la creación de la microempresa.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Analizar los procesos y formas de producción de prendas de vestir religiosas que utilizan las confeccionadoras en la ciudad de Ibarra.
- b. Analizar los modelos organizaciones y operativos que utilizan estas microempresas.
- c. Identificar el sistema financieros que manejan las confeccionadoras en este tipo de producción.
- d. Determinar el mecanismo de comercialización de las prendas de vestir al mercado local.

1.4. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Para el presente proyecto es necesario captar información de:

- a. Producción
- b. Estructura Organización
- c. Sistema Financiero
- d. Comercialización

1.5. INDICADORES

1.4.1. PRODUCCIÓN

- a. Materia Prima
- b. Mano de Obra
- c. Tecnología
- d. Procesos
- e. Calidad
- f. Tipos de productos

1.4.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIÓN

- a. Plan de Operaciones
- b. Organización
- c. Canal de Información

1.4.3. SISTEMA FINANCIERO

- a. Niveles de Rentabilidad
- b. Capital de trabajo

1.4.4. COMERCIALIZACIÓN

- a. Oferta
- b. Demanda
- c. Precio
- d. Publicidad

1.5. MATRIZ DE RELACIÓN

**CUADRO N°1
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICAS	PÚBLICO META
Analizar los procesos y formas de producción de prendas de vestir religiosas que utilizan las confeccionadoras en el cantón Ibarra.	Producción	Materia Prima Mano de Obra Tecnología Procesos Calidad Tipo de Productos.	Primaria	Entrevistas Encuestas	Productoras Consumidor
Analizar los modelos organizacionales y operativos que utilizan estas microempresas.	Estructura organizacional y operativa	Organización Plan operativo Canales de Información.	Primaria secundaria	Entrevista	Productoras

Identificar los sistemas financieros que manejan las confeccionadoras en este tipo de producción.	Sistemas financieros	Niveles de rentabilidad Capital de Trabajo	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista	Productores Libros
Determinar el mecanismo de comercialización de las prendas de vestir al mercado local.	Comercialización	Oferta Demanda Precio Publicidad	Primaria secundaria	Observación directa Encuesta Entrevista	Productoras Consumidores Libros

1.6 MECÁNICA OPERATIVA

Para realizar el diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra se procedió de la siguiente manera:

1.6.1. POBLACIÓN

La población identificada para el presente proyecto se considera el número total de diocesanos y religiosos que habitan en la provincia de Imbabura desde los 18 años de edad en adelante; la población determinada es de 100 diocesanos y religiosos, la misma que se identificó a través de información primaria y secundaria, y de reconocimiento de profesionales que la Diócesis del Cantón Ibarra registra.

1.6.2. MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra, de una población que es finita, se aplicara un error estadístico del 5%, utilizando la fórmula matemática del tamaño muestral, por lo tanto el cálculo será el siguiente:

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

n = Tamaño de la Muestra.

δ = Varianza = 0.25

ε = Error

N= Tamaño de la población (100).

Z = Valor tipificado corresponde 1.96 doble cola

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.25) (100)}{(100-1)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.25)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (0.25) (100)}{(99) (0.0025) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{96.04}{(0.2475) + (0.9604)}$$

$$n = \frac{96.04}{1.2079}$$

$$n = 80 \text{ Aproximadamente}$$

1.6.3. INFORMACIÓN PRIMARIA

Para la obtención de la información primaria se utilizó, la encuesta y la entrevista que fueron diseñadas con base a las variables las cuales fueron dirigidas a las confeccionadoras, y diseñadoras que por la experiencia supieron aportar con la información valiosa para el desarrollo del proyecto.

a. Encuesta

La presente encuesta fue dirigida a los cleros diocesanos del Cantón Ibarra, quienes hacen la utilización de la vestimenta religiosa y como tales tienen la experiencia del medio, por ende nos facilitan la información para el presente estudio; (Anexo Nro.1)

b. Entrevista

Esta técnica se utilizó con las superiores de los diferentes

monasterios; en especial con la Hermana Teresa Guachi Superiora del Monasterio de las Hermanas Clarisas, quien se encarga de dirigir y en ocasiones confeccionar las vestimentas religiosas en su localidad. Esta entrevista se ha desarrollado ya que se pudo obtener información necesaria referente a esta producción; (Anexo Nro.2)

c. Producción

En la entrevista las productoras religiosas manifiestan que actualmente la producción es baja, por falta de tecnología, y sobre todo el tiempo lo dedican a las actividades religiosas; dejando atrás la producción de vestimentas litúrgicas. Además nos dan a conocer que las veces que realizan este producto lo hacen a través de pedidos y estos son entregados aproximadamente de dos a tres meses dependiendo el trabajo que hacer es decir diseños y bordados laboriosos que lo realizan a mano; dando así una calidad excelente al producto; de igual manera la materia prima que utilizan es de calidad y adquirida a proveedores de la ciudad de Quito , Guayaquil y en Colombia; también supieron manifestarnos que han dejado que otras organizaciones religiosas realicen este tipo de producto como en la ciudad de Quito y Guayaquil.

- **Competencia**

La competencia de los productores imbabureños son las organizaciones de la ciudad de Quito y Guayaquil como es ICTUS, una organización sofisticada; y extendida internacionalmente.

- **Rentabilidad**

La rentabilidad en la producción de vestimenta litúrgica es medianamente rentable, aunque la materia prima que adquieren es en ocasiones importada de Colombia y/o España.

- **Forma de comercialización**

Al momento de realizar las transacciones lo realizan cancelando el 50% en efectivo, definiendo a este como inicio capital de trabajo; la transacción se realiza de acuerdo al trabajo del producto adquirido.

- **Tecnología**

Las productoras de ornamentos litúrgicos no cuentan con maquinarias sofisticadas; ellas mantienen maquinas de pie, es decir que no son industriales para el rendimiento de la producción, a pesar de este inconveniente han sabido salir adelante, con un proceso no eficiente, pero con una satisfacción de producción en calidad.

- **Mano de Obra**

En la entrevista supieron manifestar que su capital humano son casi todas las religiosas que están dentro del convento, sin embargo ellas son capacitadas por las mismas religiosas que tienen mayor experiencia en el arte de bordados a mano y confecciones; de esta manera se puede mantener una comunicación excelente y un control de calidad en toda la producción.

- **Gestión Administrativa**

No existe un perfil de puesto adecuado para cada religiosa trabajadora ya que todas realizan de todo, podría decirse que es una ventaja porque así no se paraliza el sistema de producción, pero de la misma forma complica al personal a seguir desarrollándose en una determinada área, en la cual sea realmente apto.

1.6.4. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para la obtención de la información en aspectos relacionados con el presente trabajo de investigación se hizo la utilización de las siguientes

fuentes:

- a. Textos especializados
- b. Revistas,
- c. Publicaciones en internet,
- d. Archivos.

1.7. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

1.7.1. ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DIOCESANOS Y RELIGIOSOS EN EL CANTÓN IBARRA.

1. ¿Conoce alguna empresa legalmente establecida dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir religiosas en el cantón Ibarra?

EXISTE EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR RELIGIOSAS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	0.22
No	62	0.78
Total	80	100%

CUADRO N^o2

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Fernanda Paspuel

1.1. Análisis e Interpretación:

En lo que se refiere a la existencia de empresas dedicadas a la producción de vestimentas para religiosos se manifiesta que solo conocen a los monasterios de las Hermanas Clarisas, hermanas del Carmen, que realizan este tipo de arte, mientras de otras organizaciones no tienen conocimiento.

2. ¿Qué tipos de prendas religiosas adquiere usted con mayor frecuencia?

TIPO DE PRENDAS MÁS ADQUIRIDAS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Casulla y Estola	22	0.28
Alba	28	0.35
Hábitos	23	0.29
Sotanas	7	0.08
Total	80	100%

CUADRO N° 3

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Fernanda Paspuel.

2.1. Análisis e Interpretación:

Las sotanas son menos adquiridas porque son utilizadas solo en eventos ocasionales, como reuniones; mientras que las prendas que más sobresalen en la adquisición son aquellas que utilizan frecuentemente, para rendir culto y oficios de celebridad.

3. ¿En qué temporadas del año usted compra vestimenta religiosa?

TEMPORADA DE COMPRA DE VESTIMENTA RELIGIOSA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Semana santa	24	0.3
Navidad	24	0.3
Fiestas	22	0.27
Otras	10	0.13
TOTAL	80	100%

CUADRO N° 4

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Fernanda Paspuel

3.1. Análisis e Interpretación:

Las temporadas de adquisición de prendas religiosas, se frecuenta cuando existen donaciones por los priostes, o por obsequios de los fieles de la iglesia católica; esta compra se realiza para la actualización y mejoramiento de la presentación de los religiosos.

4. ¿Bajo qué criterio usted selecciona una prenda de vestir religiosa?

CRITERIO DE SELECCIÓN DE PRENDAS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Calidad	22	0.28
Variedad	25	0.31
Costo	21	0.26
Procedencia	12	0.15
TOTAL	80	100%

CUADRO N^o. 5

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Fernanda Paspuel

4.1. Análisis e Interpretación:

Para la selección y adquisición de las prendas de vestir religiosas, se fija en la calidad, variedad y costo, por su duración, y comodidad al lucirlo; sin embargo el costo de las prendas es muy elevado, lo cual influye en la adquisición del producto.

5. ¿La vestimenta religiosa que usted usa la adquiere en?

LUGAR DONDE ADQUIERE LAS PRENDAS RELIGIOSAS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Ibarra	12	0.15
Quito	30	0.37
Guayaquil	20	0.25
Otros lugares	18	0.23
TOTAL	80	100%

CUADRO N°. 6

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Fernanda Paspuel.

5.1. Análisis e Interpretación:

Las vestimentas religiosas las adquieren en lugares donde existe variedad, y calidad, aunque se hacen observaciones en los costos elevados, sin embargo por necesidad adquieren los productos.

6. ¿Usted en qué tiempo obtiene la vestimenta que compra?

TIEMPO QUE LLEGA A OBTENER EL PRODUCTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Un mes	30	0.37
Dos meses	24	0.3
Más de dos meses	26	0.33
Total	80	100%

CUADRO N°. 7

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Fernanda Paspuel.

6.1. Análisis e Interpretación

Este resultado demuestra que para adquirir y recibir los productos existe una demora de tiempo, porque en la organización donde lo adquieren, no cuentan con maquinaria sofisticada, y no disponen de la mano de obra capacitada.

7. ¿Considera usted que los precios de las prendas de vestir religiosas son?

COSTOS DE PRODUCTOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Altos	62	0.77
Medios	16	0.2
Bajos	2	0.03
Total	80	100%

CUADRO N^o. 8

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Fernanda Paspuel.

7.1. Análisis e Interpretación:

De acuerdo a estos resultados, indica que los precios de las prendas religiosas son elevados, por la alta costura, y materiales costosos, además, los costos aumentan, ya que influye transporte y otros aspectos para la adquisición del producto.

8. ¿Para la renovación de vestiduras litúrgicas lo hace por deterioro, festividad, necesidad?

Renovación de vestimentas litúrgicas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Deterioro	2	0.03
Festividad	42	0.53
Necesidad	36	0.45
Total	80	100%

CUADRO N^o. 9

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Fernanda Paspuel.

8.1. Análisis e Interpretación:

Las prendas religiosas son adquiridas por los sacerdotes, fieles de la iglesia o priostes como donaciones; cuando estas prendas son usadas continuamente, luego pasan a ser calcinadas y sus cenizas son utilizadas para los miércoles de ceniza de cada año.

9. ¿Cómo son sus pagos al comprar los productos de vestimenta religiosa?

Forma de pagos en los productos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De contado	68	0.85
A crédito	12	0.15
Total	80	100%

CUADRO N^o. 10

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Fernanda Paspuel.

9.1. Análisis e Interpretación:

Los productos que son adquiridos en la localidad tienen crédito porque son entregados en dos meses o más, mientras que los productos adquiridos fuera de la localidad, por su variedad, y preferencias, son canceladas de contado.

10. ¿Cuántas veces compra usted vestimenta religiosa en el año?

MARGEN DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Una vez	48	0.60
Dos veces	22	0.28
Tres veces	10	0.13
Total	80	100%

CUADRO N^o. 11

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Fernanda Paspuel.

10.1. Análisis e Interpretación:

Los resultados obtenidos, da a conocer que la mayoría de prendas de vestir religiosas son adquiridas una vez al año, ya que no usan constantemente en especial los ornamentos litúrgicos, mientras que otras prendas como los hábitos son más frecuentes en su utilización; pero esto no significa que dejarían de adquirir los productos, sin embargo la motivación y la fe de la iglesia los llevaría a utilizar estos productos.

11. ¿Como comprador de vestimentas religiosas a través de qué medios de comunicación se entera para adquirirlos?

ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Curia	27	0.34
Radio	13	0.16
Televisión	2	0.03
Internet	24	0.3
Revistas	14	0.17
Total	80	100%

CUADRO N^o. 12

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Fernanda Paspuel.

11.1. Análisis e Interpretación:

Básicamente en la curia se encuentra más información para decidir el lugar de la organización donde adquirir las vestimentas, ya que esta cuenta con mayor comunicación de diferentes formaciones donde producen este tipo de arte.

12. ¿Si en Ibarra le ofrecería variedad de prendas de vestir religiosas con calidad y a precios que estén a su alcance económico, lo adquiriría?

DECISIÓN DE COMPRA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	0.8
No	0	0
Total	80	100%

CUADRO N^o. 13

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Fernanda Paspuel.

12.1. Análisis e Interpretación:

Los consumidores de las prendas litúrgicas están de acuerdo en adquirir estos productos si la nueva microempresa se localizara en la ciudad de Ibarra, ya que sus costos serían menores, dando privilegio al producto realizado en la ciudad por damas que valoran el arte y cultura.

13. ¿Usted estaría de acuerdo a que se cree una microempresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir religiosas aprovechando la mano de obra local?

Creación de una microempresa que produzca Y comercialice prendas de vestir religiosas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	68	0.85
No	0	0
Me es indiferente	12	0.15
Total	80	100%

CUADRO N^o. 14

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Fernanda Paspuel.

13.1. Análisis e Interpretación:

Mediante estos resultados, se considera que los consumidores si apoyarían a la creación de una microempresa que realice la producción de vestimentas religiosas, en que a ellos los beneficia de diferentes maneras, el bajo costo, optimización de tiempo, variedad y calidad de productos.

1.8. DETERMINACIÓN DEL DIAGNÓSTICO

De acuerdo a la información obtenida, se ha realizado un análisis llegando a determinar que el problema actual que presenta la actividad productiva de vestimentas litúrgicas; es la falta de oferentes que presenten la variedad de productos con la respectiva calidad y que los costos no sean elevados, para, que esté al alcance de su nivel económico.

La falta de capital para la inversión, e instalación de una microempresa es una de las causas para el déficit de oferta de vestimentas religiosas en la ciudad de Ibarra. Además la falta de maquinaria ha sido otra causa para impedir la suficiente adquisición de estos productos, provocando demora en la entrega de las vestimentas para los religiosos. Todo esto ha provocado bajos niveles de oferta, que ha llevado a establecer los precios altos de los productos, afectando que la demanda local adquiera las vestimentas en otros lugares del país e incluso fuera de él, y por ende aumentar sus costos por la adquisición.

Por lo tanto a través de esta investigación se propone crear una microempresa productora y comercializadora de vestimentas religiosas de la iglesia católica, que permita manejar adecuadamente los recursos de una forma sostenible y sustentable, además indirectamente se pronostica que la prioridad de esta microempresa es beneficiar primero a las mujeres de las comunidades rurales que poseen conocimientos de confección y bordado a mano, aptas para la elaboración de vestimentas religiosas, y así mejorar la calidad de vida de estas moradoras, así como también se beneficia los mismos religiosos quienes utilizan estos productos, mejorando las necesidades y valores de los fieles de la iglesia católica.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS (Marco Teórico)

2.1. LA EMPRESA

Para PÁEZ Roberto N. (2008) Pág. 3. Desarrollo de la Mentalidad Empresarial manifiesta: “Empresa en una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”.

Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social

2.1.2. Importancia de la empresa

En el desarrollo de su actividad productiva, las empresas toman decisiones económicas tales; cómo, Qué, y cuánto producir, que técnicas se va a utilizar, como organizar y manejar eficientemente cada factor de producción a emplear; Por otro lado la empresa interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a la demanda y deseos de clientes.

2.1.3. Clasificación

Existen algunos criterios para clasificar las empresas, resaltando los siguientes:

- a. Por la finalidad:** Pública y privada
- b. Por la actividad:** Comerciales industriales, manufactureras, bancarias Agrícolas, transporte, etc.

c. Por su tamaño: Pequeña, mediana, grande.

d. Por el régimen común de tratamiento a los capitales extranjeros:

Nacional, extranjera, y mixta.

e. Por la constitución legal (ley de compañías):

En nombre colectivo, comandita simple, comandita

Por acciones, responsabilidad limitada, anónima,
economía mixta.

f. Por el estado de desarrollo en que se encuentran: en promoción,

en ejecución, operación, liquidación, y en quiebra.

2.2. LA MICROEMPRESA

2.2.1. Definición

MONTEROS, Edgar; (2005) Manual de Gestión Microempresarial, Pág.16 manifiesta: “Nace de la conjugación de una o varias personas que generalmente son de tipo familiar con el uso de sus propios capitales.”

La Microempresa, es toda unidad de explotación económica realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbana con planta de personal hasta diez (10) trabajadores y activos hasta 501 salarios mínimos legales mensuales vigentes

2.2.2. Importancia de la microempresa

La importancia del sector micro empresarial del país, lo constituye su contribución de desarrollo como medio para encaminar al crecimiento y

adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo.

2.2.3. Objetivos

- a. Convertirse en una pyme de mayor amplitud
- b. Cumplir con el trato económico y motivacional, con los empleados y obreros que prestan sus servicios dentro de la organización.
- c. Cumplir económicamente con las actividades gubernamentales
- d. Reinvertir de una cifra proporcional de la utilidad y que garantice el buen crecimiento de la organización.

2.2.4. Características Generales

- a. Actividades de producción, comercio o servicios, en los subsectores de alimentos, confecciones, textil, grafico, madera entre otras.
- b. Actividades de autoempleo o que tengan hasta 10 colaboradores.
- c. Actividades con un capital de trabajo de hasta 20000 dólares que no incluya inmuebles, vehículos.
- d. Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial.

2.2.5. Clasificación de la Microempresa

La microempresa se divide de la siguiente manera:

- a. **Grande:**

Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.

b. Mediana

Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.

c. Pequeñas: Se dividen a su vez en:

➤ **Pequeña:**

Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.

➤ **Micro:**

Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).

2.2.6. Microempresa artesanal:

Se refiere a organizaciones que realizan procesos de transformación de la materia prima; muestran las elaboraciones de cada arte, objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de

artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la "identidad", y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región.

a) Artesanía Tradicional:

Se utilizan materias primas de la región y herramientas de tipo rudimentario, conservando las raíces culturales transmitidas de generación en generación.

b) Artesanía Autóctona Aborigen:

Es la que mantiene viva la producción artesanal de los pueblos y comunidades indígenas, usando para ello útiles, técnicas y demás elementos proporcionados por su entorno.

c) Artesanía de Proyección Aborigen:

Establece un vínculo con los diseños de origen, pero proyecta los mismos adecuándolos a las exigencias del mercado.

d) Artesanía Típica Folclórica

Es la que permite diferenciarnos de los demás países del mundo, se identifica con nuestras sólidas raíces folclóricas, manteniendo nuestra identidad.

e) Artesanía Urbana

Utilizan insumos y técnicas urbanas en respuesta a una necesidad de consumo, surgen del ingenio popular e inspirado en la universalidad de la cultura.

f) Artesanía Suntuaria:

Son creadas únicamente con fines de lujo, utilizándose materias primas de alto valor brindadas por la naturaleza.

2.2.7. Organización Estructural y Funcional

Se encarga de que en su estructura se adecue hacia sus objetivos recursos, procesos y medioambiente; mediante la integración es llegar a obtener y articular los elementos materiales y humanos que la organización y la planeación señalan para el adecuado funcionamiento de un organismo social.

En lo funcional el reclutamiento, la selección y la contratación; es un proceso de identificación y hacer llegar buenos candidatos a ocupar un puesto dentro de la organización.

2.2.8. Ventajas y Desventajas de la Microempresa

a. Ventajas

Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos. Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida. Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del Mercado.

- Adaptación a los cambios de mercado
- Menor costo de la mano de obra
- Menores barreras de entrada y los montos reducidos de inversión.

b. Desventajas

Utilizan tecnología ya superada Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente. Dificultad de acceso a crédito. La producción generalmente, va encaminada solamente al Mercado interno.

2.2.9. Sistemas de Comercialización

La comercialización significa que una organización encamina todos sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes por una ganancia, Hay tres ideas fundamentales incluidas en la definición del concepto de comercialización: Orientación hacia el cliente; Esfuerzo total de la empresa; y Ganancia como objetivo.

Dentro de las labores propias de cualquier negocio existente se configuran diversas formas de vender ya sea un servicio o un producto. Las conocidas "técnicas de ventas" que finalmente son solo patrones similares de comportamiento entre seres humanos de una misma sociedad; lo que la empresa promete al cliente, debe cumplirla y lo que no se puede hacer simplemente no comprometerse.

2.2.10. Requisitos Legales de la Constitución y Funcionamiento de la Microempresa

Una vez que el emprendedor haya escogido la estructura de la empresa y realizados los trámites para su constitución, ha llegado el momento de realizar las gestiones para que esta pueda operar legalmente.

Los trámites se realizan en tres servicios distintos y se pueden realizar en forma simultánea. Estos son:

- Aplicación de impuestos internos (SRI)
- Municipio
- Cuidado del medio ambiente

a. Impuestos internos (SRI)

Los microempresarios deben obtener la información necesaria de todos los tributos e impuestos internos que el estado ecuatoriano aplica para la constitución y desarrollo para la microempresa.

Toda persona que genera ingresos gracias a su microempresa, debe pagar impuestos; Para cumplir con esta obligación debe efectuar los siguientes requisitos:

- Iniciación de actividades
- Obtener Ruc empresa
- Timbraje documentos respectivos

b. Trámites ante la municipalidad

- Solicitar la actualización legal para la localización de la microempresa en la comuna.
- Este permiso realiza todo tipo de trámites legales en la comuna.

c. Salud ambiental

Esta es la autorización sanitaria, en el caso de que la empresa sea del rubro de alimentos, la ley establece requisitos básicos de funcionamiento, tales como sistema de elaboración, saneamiento básico, etc.

2.10. Administración

2.10.1. Definición

SNELL, Beteman (2005), Expresa: “La administración es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para alcanzar las metas de una organización”. Pág. 14

En la administración se logra la realización efectiva de todo lo planeado desarrollando de manera eficiente y ética, funciones y operaciones en toda su variedad organizativa.

2.10.2. Importancia

La administración siempre ha sido una herramienta en todos los campos del quehacer humano como: económicos, sociales, culturales, políticos, comerciales e industriales etc. La administración produce que los esfuerzos humanos están debidamente organizados haciendo que se responsabilicen de las tareas alcanzando mayor efectividad, eficiencia y economía.

2.10.3. Objetivos

Alcanzar sus objetivos de lucro y crecimiento, con la necesidad del gerente de contribuir a su propio desarrollo; definen conjuntamente las metas y especifican las responsabilidades para cada posición, en función de los resultados esperados.

La administración por objetivos permite a los individuos saber que se coopera con ellos y ayuda a la planeación al hacer que los gerentes establezcan metas y plazos, de igual manera mejora la comunicación entre gerentes y subordinados; además hace que los individuos conozcan mejor las metas de la organización y más justo el proceso de evaluación al centrarse en logros específicos.

2.10.4. Fases de Administración

a) PLANEACIÓN

SNELL, Beteman (2005), Dice: “Función administrativa que implica tomar decisiones en forma sistemática acerca de las metas y actividades que un individuo, un grupo, una unidad de trabajo o toda la organización perseguirán en el futuro”. Pág.15

Es una responsabilidad clave para emprender cualquier proceso importante, ya que esto Ayuda a lograr el uso efectivo de recursos humanos, financieros y materiales, especialmente cuando son escasos; esto implica una distribución organizada de recursos hacia los objetivos, el desarrollo de planes detallados para la obtención, distribución y recepción de materiales, minimizar los riesgos para el suministro de materiales y la capacidad de ajustarse a necesidades y situaciones cambiantes.

b) ORGANIZACIÓN

SNELL, Beteman (2005), Dice: “Función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros que se necesitan para alcanzar las metas”. Pág.15.

Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así, valerse en el medio permitiendo a la empresa alcanzar determinados objetivos.

c) DIRECCIÓN

SNELL, Beteman (2005), Dice: “Función administrativa que comprende los esfuerzos de los administradores para estimular un desempeño elevado por parte de los empleados”. Pág.15

Es la etapa encargada de motivar a los empleados, orientar las actividades de otros, elegir el canal más eficaz de comunicación, y resolver los conflictos entre los empleados. Esta etapa del proceso administrativo, llamada también ejecución, comando o liderazgo, es una función de tal trascendencia; ya que pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización.

d) CONTROL

SNELL, Beteman (2005), Dice: “Función administrativa que implica supervisar el progreso y realizar los cambios necesarios”. Pág.16

La finalidad del control es garantizar que los resultados de lo planeado, organizado y ejecutado se ajusten tanto como sea posible a los objetivos

previamente establecidos. La esencia del control está en verificar si la actividad controlada está o no alcanzando los objetivos o resultados esperados.

2.10.5. Planeación de operaciones

La planeación de operaciones es una responsabilidad para emprender procesos que ayudan a lograr el uso efectivo de recursos humanos, financieros y materiales; para realizar el proceso de operaciones primero debe realizarse un sistema de planeación, información y control.

2.10.6. Administración y control de la producción y de operaciones

Los Administradores de Operaciones (ADO) son los responsables de la producción de bienes o servicios de las organizaciones; toman decisiones que se relacionan con la función de operaciones y los sistemas de transformación que se utilizan; además la administración de operaciones es el estudio de la toma de decisiones en la función de operaciones.

a) Función

Los administradores de operaciones son responsables del manejo de aquellos departamentos, áreas, etc. (funciones) de la Organización que producen bienes y servicios. Y otras s funciones de la Organización, como: marketing, finanzas, garantía de la calidad, y recursos humanos.

b) **Sistemas**

Información para el diseño y administración de los Procesos productivos en todas las áreas funcionales de Operaciones; Integración de todas las actividades necesarias para la producción de bienes y servicios; Políticas, procedimientos, especificaciones, fórmulas, licencias, métodos de manufactura y de control, normas, legislación vigente, etc.

c) **Decisiones**

Toma decisiones en 5 áreas, como mínimo: procesos, capacidad, inventarios. Mano de obra, calidad.

2.11. LA CONTABILIDAD

ZAPATA, Pedro (2008), Dice: “Es un elemento del sistema de información de un ente, que proporciona datos sobre su patrimonio y su evolución, 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”. Pág. 7

Es la ciencia, el arte 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 la situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable.

2.11.1. IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD

Permite conocer con exactitud la real situación económica-financiera de una empresa; en cambio cuando no llevamos contabilidad, no se conoce con exactitud: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cual es el volumen de compras, ventas, gastos; en definitiva

solo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa, es decir en forma empírica.

2.11.2. OBJETIVO

Conocer la situación económica- financiera de una empresa en un periodo determinado, el que generalmente es de un año; así como también analizar e informar sobre los resultados obtenidos, para poder tomar decisiones adecuadas a los intereses de la empresa.

2.11.3. CLASIFICACIÓN

Debido a su vital importancia, la contabilidad debe ser llevada en forma obligatoria por todas las instituciones privadas, públicas y autónomas, de acuerdo con lo que dispone la ley:

- a) Comercial o general (de compra - venta de bienes)
- b) Industrial o de costos (de transformación en otros bienes)
- c) Bancaria (de servicios bancarios)
- d) Agrícola (de producción de bienes agrícolas)
- e) De servicios en general (de todos los servicios)
- f) Gubernamental (de las industrias del gobierno)
- g) Social (del país)

2.12. Contabilidad de Costos

MOLINA, Antonio (2007), Expresa: “La contabilidad de costos es la aplicación de los principios contables con el fin de determinar el valor total de la materia prima, mano de obra y otros insumos utilizados en la obtención de un

producto terminado o en la prestación de un servicio”.

Pág. 25

La contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por lo tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales.

2.12.1. Importancia de la contabilidad de costos

La contabilidad de costos permite controlar, evaluar y analizar los costos de producción para determinar los cálculos de los precios unitarios de los productos terminados.

2.12.2. Objetivos

Los objetivos principales son los siguientes:

a) Determinar el costo unitario del producto terminado:

Para tal efecto se utilizará todos aquellos modos matemáticos, secuenciales y equitativos que tengan la finalidad de determinar el costo de fabricación.

b) Controlar el costo unitario:

En este caso el control se realiza a nivel de cada elemento evaluando de esta manera el uso racional de cada uno de ellos trayendo como consecuencia el poder medir el grado de eficiencia del departamento de producción para la elaboración y manejo de los insumos y personal.

c) Facilita la toma de decisiones afecto a determinar la política de precios:

Habiendo calculado el costo de fabricación y controlado el costo de producción podemos tener los elementos necesarios para poder colocar el precio de cuenta al público del producto terminado, sabiendo exactamente nuestro margen utilidad y los descuentos que podemos realizar sin efectuar nuestra ganancia.

2.12.3. Definición de costo y gasto

a) Costo

Es el conjunto de valores incurridos en un periodo perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable.

b) Gasto

Son los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar (costo de distribución).

2.12.4. Elementos de costos

a) Costo total

b) Costos de producción

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

Dentro de los gastos generales de fabricación tenemos lo siguiente:

Materiales indirectos, Mano de obra directa, oficinista de fábrica Jefatura y supervisión, tiempo ocioso, trabajo indirecto (MOD), presta. Sociales, Horas extras, luz y fuerza eléctrica, arriendo de fabrica, seguros de

fabrica, impuestos de fabrica, mantenimiento de fabrica, depreciación de fabrica, personal de mantenimiento, etc.

c) Costo de distribución

- ✓ Administración
- ✓ Ventas
- ✓ Financieros

En lo administrativo tenemos: Sueldos, honorarios a profesionales asesores, materiales de oficina, arriendo de oficina administrativa, teléfonos, seguros de administración, mantenimiento etc.

Dentro de las ventas tenemos: Sueldos y comisiones a vendedores, arriendo local ventas, promoción, propaganda, depreciación activos de ventas, seguros de ventas, gastos de ventas, gastos viajes vendedores, mantenimiento, etc.

En lo financiero mencionamos, los intereses, y comisiones.

2.13. Punto de Equilibrio del Proyecto

Es el punto en el cual la inversión fija + los costos fijos igualan a los ingresos del proyecto.

MC: Margen de contribución: precio de venta (PV) – costo variable unitario (CV)

$$PE = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

2.14. Inversiones

En los proyectos se considera fundamentalmente dos clases de inversiones: fijas y variables.

La inversión fija está constituida por los bienes de capital o activos productos, mientras que la variable correspondiente el capital de trabajo o los recursos necesarios para arrancar el proyecto.

Por otra parte también es inversión inicial: costos de la investigación, gastos de constitución, franquicias, diagnósticos, estudios de mercado, entre otros que se integran a la inversión variable, se conocen también como inversión diferida, porque se amortizan en muchos casos durante el horizonte o vida útil del proyecto.

2.15. PRODUCCIÓN DE INDUMENTARIA RELIGIOSA

2.15.1. Antecedentes

Se establece que todos los seres humanos dedicados al sacerdocio y ministros de celebración deberán llevar vestidos especiales dictados por su líder y reglamentos internos de su organización. Las prendas que utilizan todos los miembros eclesiales son de acuerdo a las estaciones de celebración litúrgica, en cada estación utilizan diferentes colores como: blanco, rojo, verde, morado, y dorado, sus diseños son especiales y únicos, algunos elaborados a mano especialmente los bordados, ya que estos son más cautelosos al elaborarlos.

2.8.2. Concepto

a) Indumentaria religiosa

La indumentaria religiosa son vestimentas especiales y únicas que utilizan sacerdotes y ministros en celebración, son ornamentos litúrgicos, elaborados por personas que tienen conocimiento de este arte,

los diseños son elaborados por el cliente o por el que elabora este producto.

b) División de Indumentaria religiosa

- Amito
- Capas Pluviales
- Solideo
- Bonete
- Dalmática
- Mitra
- Cíngulo
- Manipulo
- Casulla
- Dalmática
- sotanas, etc.

2.15.2. Principales componentes de vestimenta litúrgica

a) Casulla

Es la vestimenta ovalada, sin mangas se usa sobre el alba abierta en el centro para que pase la cabeza del celebrante su color debe ser de acuerdo con la estación o el día, los colores litúrgicos son verde, blanco, rojo, morado; además puede ser decorada con adornos.

b) Alba

Vestimenta de todos los ministros en la celebración litúrgica, prenda de tela blanca que cubre desde el cuello hasta los tobillos, con mangas ajustadas; Usada por el celebrante y por aquellos sacerdotes y diáconos que asisten en la Eucaristía.

c) Estola

Estola está elaborada a estilo de una banda por tela blanca roja, verde morada, según la estación es decir el color de las

vestimentas litúrgicas que lleva puestos el celebrante, la estola Eucarística se usa solamente para el uso sacramental en los oficios.

d) Capas pluviales

Vestidura rectangular hecha en tela blanca de unos 65 centímetros de largo por 60 de ancho, con dos cintas largas en los extremos superiores Protege el cuello de la casulla. Es usado por los obispos.

e) Sotanas

La Sotana, Vestimenta larga de los hombros al tobillo usada por el clero y los que ayudan en los oficios, en la Comunión Anglicana los Obispos y el clero de la Catedral usan sotanas moradas para distinguir la función de su oficio.

f) Manteles y paños

Los paños y manteles son de hilo blanco estos son bordados de acuerdo a las celebraciones, estos materiales son utilizados para adornar los altares y son utilizados unos sobre otros.

2.15.3. Área de confección

Se Interpreta las especificaciones del producto, diseños y modelos, a fin de organizar y programar la producción de los procesos de confección.

La interpretación permite identificar las especificaciones del producto que se va a fabricar, mientras que el análisis de las especificaciones del producto permite identificar los materiales necesarios para su fabricación, los procedimientos generales y los recursos humanos.

Desarrollar los procesos de fabricación de prendas, asegurando la factibilidad de la fabricación, optimizando los recursos y consiguiendo la calidad y seguridad establecidas.

Programar la producción a fin de realizarla en el plazo fijado y con el máximo aprovechamiento de los recursos.

Gestionar la información del proceso de fabricación, a fin de organizar, conducir y controlar los trabajos a su cargo y contribuir a los planes de producción y gestión de calidad de la empresa.

2.15.4. Área de bordados en las vestimentas litúrgicas

Se interpreta las especificaciones del producto antes de pasar al proceso de confección.

Mientras que en el análisis de las especificaciones del bordado en el producto permite identificar los materiales necesarios para su elaboración, se pasa al procedimiento de identificar al recurso humano capacitado para proceder al desarrollo.

Desarrollar los procesos de elaboración de bordado, asegurando la factibilidad de la fabricación, optimizando los recursos y consiguiendo la calidad y seguridad establecida.

Programar la producción general con el fin de realizarlo en el plazo fijado y con el máximo aprovechamiento de los recursos.

2.15.5. Análisis de la Producción de las vestimentas litúrgicas

Analizar el prototipo, controlar su ejecución y proponer, en consecuencia, modificaciones al patrón y a las especificaciones del artículo, que optimicen su proceso productivo.

Controlar la ejecución de la primera serie, analizar los artículos y proponer, en consecuencia, modificaciones a los patrones y a las especificaciones del artículo, que optimicen su proceso productivo.

Asignar y distribuir la carga de trabajo, optimizando los recursos humanos, y coordinarse con los diferentes departamentos a fin de conseguir los objetivos de la producción de manera conjuntada y sincronizada.

Supervisar los procesos de fabricación, a fin de obtener la producción en las condiciones de calidad y productividad establecidas.

Supervisar los procesos de inspección y presentación de productos acabados, a fin de garantizar la calidad establecida.

2.15.6. Situación Actual de la Producción de la vestimenta litúrgica

Se determina criterios técnicos, económicos y procedimientos correspondientes; los criterios estéticos de calidad funcionales y los objetivos que se pretende alcanzar mediante el proceso de fabricación.

Se determina diseños que generalmente sean de una calidad establecida optimizando la materia prima y el proceso de producción.

Se evalúa globalmente nuevos diseños, un nuevo artículo no debe alterar las normas y rigidez del producto a utilizar el cliente.

La disponibilidad y comportamiento de las materias primas deben ser de calidad de igual manera los productos y materiales auxiliares, la tecnología no necesariamente es sofisticada o de punta, los productos son elaborados en base a pedidos y los plazos de entrega son determinados de acuerdo a la laboriosidad de la prenda.

2.16.COMERCIALIZACIÓN DE INDUMENTARIA RELIGIOSA

2.16.1. Generalidades de la Comercialización

El proceso de la gerencia comercial abarca los siguientes pasos:

- a. Planear las actividades comerciales.
- b. Ejecución de los planes.
- c. Controlar éstos planes.

En el planteamiento, los gerentes fijan pautas para la tarea de ejecución y especifican los resultados esperados. Luego utilizan estos resultados esperados en la tarea de control, con el propósito de averiguar todas las funciones de acuerdo con lo previsto.

Los gerentes comerciales deberían buscar nuevas oportunidades; las necesidades de los clientes, los competidores y el medioambiente que tiene un cambio continuo.

2.16.2. Estrategias de Comercialización

Varios elementos deben ser considerados para su estrategia de comercialización, y para estructurar eso no deben olvidar las cosas pendientes según un orden definido, la redacción de un plan de marketing es absolutamente necesaria. La medida de una estrategia de

comercialización no es el dinero recibido por los clientes, sino de obtener nuevos clientes que se unen según un mercado contemplado.

Para elaborar las estrategias primero se debe plantear un objetivo general de comercialización, ya que de allí se desprenden los otros objetivos de alcance específico como: mejorar precios de venta, evitar la intermediación, mejorar la calidad del producto, presentación del producto, llegar a mercados lejanos, y facilidad de transporte.

Las estrategias de comercialización de sus servicios y productos ofrecidos deben ser claras y precisas, para poder alcanzar el éxito comercial.

2.16.3. Presentación del Producto

Una vez que el cliente ha sido calificado como posible comprador comienza la tarea de ser analítico, amable y amistoso, y ser un triunfador decidido en la presentación del producto; en esta fase las emociones se incrementan y con esto se logra un mayor acercamiento y por ende un aumento de la empatía. Al producto se lo puede presentar directamente al cliente, o por medio de catálogos, y/o virtualmente, ver (Anexo3).

El producto es un objeto o servicio que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, es mucho más que un objeto físico; es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben o que obtienen cuando lo compran, comprendido por la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio. Cada producto tiene un nombre descriptivo o genérico.

2.16.4. Promoción y Publicidad de la vestimenta litúrgica

La mezcla promocional es la principal actividad de comunicación de una organización, toda la mezcla de mercadotecnia, la promoción y el producto, el precio y el lugar deben coordinarse para obtener el mejor impacto de comunicación.

Los tres principales instrumentos de la promoción masiva son la publicidad, la promoción de las ventas y las relaciones publicas. Se trata de herramientas de mercadotecnia en gran escala que se oponen a las ventas personales, dirigidas a compradores específicos.

2.16.5. Segmentación del Mercado de la vestimenta litúrgica

La segmentación del mercado se puede definir como, el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad. El propósito de la segmentación del mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva.

No cabe duda, de que la segmentación del mercado es una de las principales herramientas estratégicas de la mercadotecnia, cuyo objetivo consiste en identificar y determinar aquellos grupos con ciertas características homogéneas (segmentos) hacia los cuales la empresa pueda dirigir sus esfuerzos y recursos (de mercadotecnia) para obtener resultados rentables; la vestimenta litúrgica va dirigida especialmente a los religiosos sacerdotes, obispos quienes realizan actos de celebración.

2.16.6. Estrategias de una Mercadotecnia Competitiva.

La ventaja competitiva es la capacidad que tiene la empresa para ofrecer un producto mejor, a un menor precio que los rivales, para así atraer la atención de la demanda y obtener buenos resultados.

La estrategia competitiva tiene como propósito definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa.

La ventaja puede tener su origen en muy diferentes fuentes, como son recursos

Superiores, habilidades especiales, la posición ocupada o una combinación afectiva de varios elementos que en forma aislada no tienen nada de singular.

Dentro de la competitividad, obtener la tecnología de punta es muy importante, ya que se obtiene excelentes rendimientos dentro de la producción microempresaria artesanal.

Efectivamente la obtención y buen manejo de tecnología avanzada, da prioridad a un rendimiento productivo, facilitando acceso a otros mercados.

La estrategia buscará como explotar y ampliar las ventajas, cuidando los puntos débiles.

Lo que adquiere un carácter estratégico cuando se traduce en un producto con ciertos atributos de interés para el mercado: calidad, precio, facilidad de acceso, etc.

La concepción de la estrategia competitiva descansa en el análisis de tres partes clave:

Sector industrial: naturaleza de los rivales y capacidad competitiva.

Mercado: Necesidades y preferencias del consumidor.

Perfil del producto: Precio, calidad, servicio, etc.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Es importante el desarrollo del estudio de mercado ya que se contará con información sobre la situación del mercado y algunos indicadores como es la oferta y la demanda; y de esta manera saber quiénes son los clientes y tener mayor conocimiento en tradiciones, costumbres, entre otros aspectos que ayudarán a que este estudio sea más real; así como también ayuda a conocer la existencia de la demanda potencial, y poder cubrirla de acuerdo a sus necesidades.

Mediante la realización del estudio de mercado, se manifiesta que los religiosos y religiosas, utilizan vestimentas de distintos modelos y colores, de acuerdo a los monasterios o congregaciones a los que pertenecen; así:

Los cleros diocesanos son curas que utilizan, sotanas de color negro y los ornamentos cuando realizan actos de celebraciones en la Iglesia.

Los cleros regulares, o religiosos; utilizan hábitos con sus respectivos colores que los identifica; estos religiosos están conformados por: Mercedarios, Dominicos, Franciscanos, Capuchinos, Misioneros, Agustinos y salesianos.

Las religiosas utilizan hábitos con sus propios estilos y colores que las identifica. Las prendas de vestir que ellas utilizan son confeccionadas por las mismas, ya que según las normas de cada monasterio, estas prendas deben ser confeccionadas dentro del mismo.

Con el estudio realizado, se llega a definir que los atuendos más adquiridos son: las casullas y estolas, albas; así como también los hábitos y manteles, ya que estos son más utilizados, sin embargo los monasterios de religiosas ofertan cada vez menos productos, por falta de capital, mano de obra y tecnología.

3.1. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Los ornamentos Litúrgicos son prendas de vestir consideradas sagradas para los sacerdotes religiosos. La producción se enfoca a realizar casullas, albas, estolas, hábitos, y manteles; las casullas y estolas se elaborará en diferentes colores, blanco, rojo, verdes, moradas y doradas, éstas llevan sus respectivos bordados a mano; al igual que los manteles también llevan bordados elaborados a mano; estas prendas son utilizadas de acuerdo a las estaciones de celebración. La fabricación de vestimenta litúrgica se realizará, en tallas requeridas de acuerdo al mercado.

Para la elaboración de estos productos se utiliza materia prima especial, como lino grueso y lino delgado, entre otros; dependiendo lo que requiera el cliente; de igual manera se utiliza hilos especiales para los diferentes

bordados, estos materiales tienen sus colores respectivos y van acorde con las vestimentas.

3.2. MERCADO META

Mediante el estudio establecido, el mercado imbabureño es a quien va dirigido este producto, se realizará la respectiva segmentación, de acuerdo a las edades y sexo en el que se tomará a las personas masculinas de 18 años de edad en adelante, dedicadas a las celebraciones de la iglesia católica; estos son considerados únicos en utilizar las vestimentas religiosas en dichos actos litúrgicos.

Para la atención a este segmento los productos serán elaborados de acuerdo a las necesidades que manifiesta la información, que se ha obtenido mediante entrevistas y encuestas.

3.3. NATURALEZA Y USO DEL PRODUCTO

Los ornamentos Litúrgicos son utilizados por los sacerdotes y otros ministros en la celebración eclesiástica; gracias a las culturas y tradiciones de cada pueblo en la actualidad se ha permitido seguir utilizando estas importantes vestiduras para todos los representantes consagrados al sacerdocio.

Estas vestimentas tienen colores exclusivos que son utilizadas de acuerdo a las estaciones litúrgicas para los ministerios; convirtiéndolos así en un símbolo de la disciplina necesaria para sus celebraciones.

Vestimentas de color Blanco: símbolo de gloria y alegría, utilizadas en las fiestas de todos los santos, en noviembre, diciembre, junio, julio y febrero.

Vestimentas de color Rojo: color de la sangre y de fuego, usado en las fiestas de domingos de pasión del señor y viernes santo, pentecostés, apóstoles, evangelistas y santos mártires en el mes de mayo y junio.

Vestimentas de color verde: signo de esperanza, se usa en los oficios y misas del ciclo anual.

Vestimentas de color morado: signo de humildad y penitencia, se usa en el tiempo de adviento y cuaresma; diciembre, marzo y abril, otras celebraciones como en oficios y misas de difuntos.

3.4. ANÁLISIS DE OFERTA

En la provincia de Imbabura, los monasterios de religiosas, no se están dedicando con profundidad a la elaboración de productos litúrgicos, porque su bajo nivel económico no les permite realizar inversiones para la producción y mejora de la tecnología; la misma que es obsoleta, y la mano de obra dentro de cada monasterio no está en capacidad de seguir elaborando estos productos, es por eso que actualmente se están dedicando más a sus actividades religiosas.

Mediante este análisis, se ha llegado a detectar que, debido a las dificultades mencionadas anteriormente, los productos elaborados anualmente decrecen; además se indica que, el monasterio que más sobresale en la elaboración de estas prendas es el de las Hermanas Clarisas, sin embargo manifiestan que si lo realizan actualmente es bajo pedido y sin obtener rentabilidad alguna, lo hacen por ayudar a la comunidad sacerdotal.

Para obtener una idea clara del comportamiento de la producción de prendas religiosas en los últimos años; se realizó una entrevista a las

Superiores de los monasterios religiosos donde realizan las vestimentas litúrgicas; para de esta manera dar a conocer un promedio de la producción anual histórica.

Además, en este estudio se da a conocer que los monasterios de vida contemplativa de la ciudad de Ibarra, manifiestan que los mejores meses de venta son: Marzo, Abril, Julio y Diciembre; ya que son meses festivos que más utilizan y varían las vestimentas para las celebraciones eclesíásticas.

La oferta que se ha desarrollado dentro del cantón, se lo presenta en el presente cuadro.

OFERTA HISTÓRICA DE VESTIMENTA RELIGIOSA

PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	2009
Casullas y Estolas	49	25	32	25	16
Albas	35	24	28	18	10
Hábitos	17	16	19	10	8
Manteles	9	9	10	7	9

CUADRO Nº 15

Fuente: Monasterios Religiosos
Elaborado por: Fernanda Paspuel

3.4.1. Proyección de la oferta

Mediante los datos obtenidos de la oferta, se realizó un análisis por el método de mínimos cuadrados el cual presentó resultados anuales decrecientes es decir la oferta cada año es menor por factores indicados anteriormente; con estos datos históricos no se puede obtener una proyección positiva; Ver (Anexo Nro. 4).

3.5. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con el estudio realizado en el cantón Ibarra, se determina que los demandantes de productos litúrgicos utilizados por religiosos masculinos mayores de 18 años; los adquieren con frecuencia fuera de la localidad, Quito, Guayaquil, hasta fuera del país; ya que satisfacen la necesidad encontrando, variedad, calidad, y precios cómodos acorde a los productos elegidos.

Los demandantes de las vestimentas litúrgicas manifiestan que en la ciudad de Ibarra no adquieren prendas litúrgicas porque no encuentran acorde a sus necesidades, y si alguien lo adquiere lo obtiene a largo plazo, con dificultades a sus necesidades.

El volumen de vestimentas litúrgicas utilizadas por los sacerdotes, fue analizado en base a los resultados de las encuestas realizadas a los párrocos de cada iglesia y la curia del cantón.

Mediante este estudio el proyecto de producción y comercialización de vestimenta litúrgica se prepara a llegar al consumidor con productos de calidad, acorde a sus necesidades de sentirse bien y positivo a la hora de vestir.

La demanda de las prendas litúrgicas, de acuerdo al mercado meta ha tenido el siguiente comportamiento.

DEMANDA HISTÓRICA DE PRODUCTOS LITÚRGICOS

PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	2009
Casullas y Estolas	93	21	43	76	55
Albas	88	39	36	43	68
Hábitos	25	16	12	10	20
Manteles	14	15	14	39	57

CUADRO Nro. 16

Fuente: Entrevistas
Elaborado por: Fernanda Paspuel

3.5.1. Factores que afectan la Demanda

Mediante las investigaciones realizadas, se llega a determinar que la demanda en Imbabura que hace la utilización de la vestimenta litúrgica llega a ser afectada por algunos factores.

Organizaciones de Quito, Guayaquil y otros lugares cuentan con maquinaria sofisticada, materia prima, y precios acorde a las necesidades de los clientes, tanto es lo que afecta, en los monasterios de la ciudad de Ibarra que no han podido con la competencia.

Otro factor es la marca y prestigio que tiene ciertas prendas, ya que los gustos y preferencias prefieren vestimentas que tengan prestigio y presencia en el mercado.

Algunos factores internos que afectan; son la baja productividad, poca flexibilidad en la maquinaria, falta de capacidad de entender al mercado en sus productos y competencia, la falta de inversión en investigación y desarrollo para la innovación de nuevos productos y maquinaria, los ciclos de producción muy largos a comparación de estándares de otras organizaciones.

3.5.2. Proyección de la Demanda

Para realizar las proyecciones de la demanda, primero se realizó un análisis mediante el método de mínimos cuadrados (ver Anexo Nro.5); el cual los resultados son negativos.

Para las proyección de la demanda del consumo de de productos litúrgicos, se aplica la siguiente formula, modelo exponencial, (ver anexo Nro.6).

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

Donde:

Q_n = Consumo futuro

Q_o = Consumo inicial

i = tasa de crecimiento anual proyectado

n = año proyectado

Para obtener la tasa de crecimiento anual se realizo aplicando la siguiente fórmula:

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

Obteniendo así los siguientes resultados:

DEMANDA HISTÓRICA DEL CONSUMO DE PRENDAS LITÚRGICAS

Año	Volumen histórico de consumo	$i = (Q_n/Q_o) - 1$
1	220	0.000
2	91	-0.586
3	105	0.154
4	168	0.600
5	200	0.190
TOTAL		0.358

CUADRO Nº 17

Fuente: Información directa
Elaborado por: Fernanda Paspuel

Luego se procedió a estimar la tasa de crecimiento promedio anual (i).

$$i = \frac{\sum i}{n} = \frac{0.358}{5} = 0.072 = 7.2\%$$

Con este cálculo el consumo futuro para los próximos años es el siguiente:

PRODUCTO	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_0 (1+0.072)^n$				
	2010	2011	2012	2013	2014
Casullas y Estolas	59	63	68	73	78
Albas	73	78	84	90	96
Hábitos	21	23	25	26	28
Manteles	61	66	70	75	81
TOTAL	214	230	246	264	283

CUADRO Nº 18

Fuente: Demanda de Párrocos católicos

Elaborado por: Fernanda Paspuel

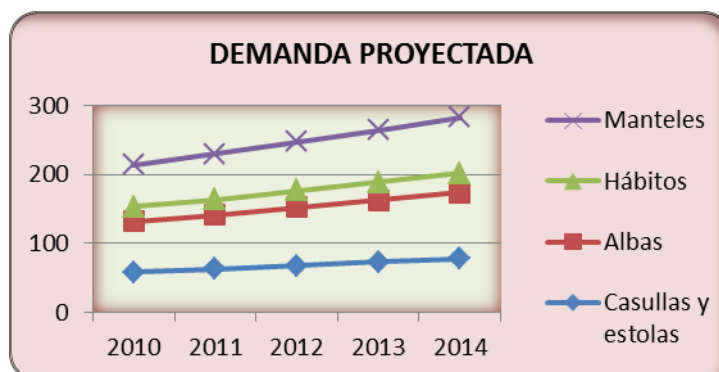


GRÁFICO Nro.1

Fuente: Cuadro No.18

Elaborado por: Fernanda Paspuel

3.6. Precio del Producto

El precio es el valor expresado en papel moneda a cambio de un bien o servicio en el medio a ofertarse, es uno de los mecanismos que se debe manejar con cautela para una estrategia comercial y lograr definir la rentabilidad del proyecto.

El precio de venta debe cubrir el costo de producción, los gastos administrativos, los gastos de venta, gastos financieros, y la utilidad para la empresa. Es necesario tomar en cuenta la oferta y la demanda para lograr una adecuada fijación de precios, se debe considerar también productos similares, en el mercado a ofertarse y las exigencias a satisfacer.

Como se puede observar, en el siguiente cuadro se refleja algunas variaciones de los precios históricos de venta de cada producto en cada año.

PRECIOS HISTÓRICOS DE LA VESTIMENTA RELIGIOSA

PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	2009
Casullas y Estolas	150	152	153	158	158
Albas	50	53	58	62	65
Hábitos	30	30	32	35	35
Manteles	75	78	78	83	83

CUADRO Nº 19

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: Fernanda Paspuel

3.6.1. PROYECCIÓN DE PRECIOS

Para proyectar los precios se procedió a estimar la tasa de crecimiento anual (i), de los precios históricos de cada producto.

Fórmulas:

$$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1 \qquad i = \frac{\sum i}{n}$$

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL

AÑOS	1	2	3	4	i=(Qn)/Qo-1
Casullas y Estolas	0,01	0,01	0,03	0,00	0,01
Albas	0,06	0,09	0,07	0,05	0,05
Hábitos	0,00	0,07	0,09	0,00	0,03
Manteles	0,04	0,00	0,06	0,00	0,02

CUADRO Nro. 20

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

Con las tasas obtenidas de cada producto se procede a calcular las proyecciones de los precios. ver anexo (Nro.7).

PROYECCIÓN DE PRECIOS

Años proyectados	Casullas y estolas	Albas	Hábitos	Manteles
	$Q_n = 178(1+0.01)^n$	$Q_n = 85(1+0.05)^n$	$Q_n = 55(1+0.03)^n$	$Q_n = 103(1+0.02)^n$
2010	180	88	56	105
2011	181	92	57	106
2012	183	95	58	108
2013	184	99	59	110

2014	186	103	61	112
------	-----	-----	----	-----

CUADRO Nro. 21

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

3.7. Estrategias de publicidad

Los tres principales instrumentos de la promoción masiva son la publicidad, la promoción de las ventas y las relaciones publicas. Se trata de herramientas de mercadotecnia en gran escala que se oponen a las ventas personales, dirigidas a compradores específicos.

La toma de decisiones sobre publicidad es un proceso constituido por cinco pasos:

- a) Determinación de objetivos
- b) Decisiones sobre el presupuesto
- c) Adopción del mensaje
- d) Decisiones sobre los medios que se utilizarán,
- e) Evaluación.

Las estrategias que se emprenderá son las siguientes:

- a) Establecer una publicidad directa con el cliente haciendo conocer el producto a ofrecer.
- b) El servicio será de calidad para captar y mantener a los clientes, que en este caso es el sector sacerdotal y este satisfecho con la atención respectiva.
- c) Ofrecer un precio competitivo de acuerdo a la calidad y al de la competencia.

3.8. Estrategias de Comercialización

La medida de una estrategia de comercialización no es el dinero recibido por los clientes, sino de obtener nuevos clientes que se unen a ustedes según un mercado contemplado.

3.8.1. Producto

Lo que interesa a los clientes es como ellos ven el producto. Pues este llevara la calidad es decir capacidad para satisfacer un servicio personalizado y ajustado a las necesidades o requerimientos del cliente.

- a) Alcanzar posesionar y dar a conocer el producto identificando sus características especiales.
- b) Formalizar una excelente presentación para la venta del producto.

3.8.2. Precio

- a) Analizar detenidamente y se determinara el precio del producto, referente al costo de producción, a la calidad y gusto de los clientes y que permita el ingreso inmediato al mercado generando un volumen importante de ventas.
- b) Ejecutar detenidamente el análisis de los precios en relación a la competencia.
- c) Establecer precios competitivos que permita el incremento de ventas.

- d) Extender alternativas de pago ofertando créditos y descuentos de acuerdo al volumen de compras.

3.8.3. Promoción

- a) Promocionar todos los productos litúrgicos mediante una página web.
- b) Realizar promociones en los medios de comunicación como; en catálogos, revistas y en las páginas web, para que el cliente tenga conocimiento del producto que se oferta y el lugar donde puede adquirir.

3.8.4. Plaza

Después de haber realizado un estudio previo, para asegurar que en los puntos de venta seleccionados estará bien situado y será bien acogido por el consumidor; Se determinará un local comercial para que los productos sean directamente exhibidos y entregados a los consumidores finales.

CAPÍTULO IV

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1. Presentación

En este capítulo se determinara la localización óptima del proyecto y sus requerimientos técnicos para la producción y comercialización de indumentaria religiosa.

5.2. Localización del Proyecto

Para determinar técnicamente la localización del proyecto, es necesario realizar un análisis de la macro localización y micro localización.

5.2.1. Macro localización

La macro localización se refiere a establecer el lugar geográfico donde se llevará a cabo el proyecto.

La microempresa de producción y comercialización de indumentarias religiosas estará ubicada en la Ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, considerando que es un lugar altamente conocido como industrial a nivel nacional e internacional lo que significa una ventaja para la implantación del proyecto.

MAPA PROVINCIA DE IMBABURA



GRÁFICO N° 2

Fuente: Internet
Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.2.2. Micro localización

La micro localización es el lugar específico donde se llevara a cabo las actividades de la microempresa. Se ha decidido ubicar el proyecto en la Ciudad de Ibarra, Parroquia el Sagrario, Calle Bartolomé García y Obispo Mosquera, considerado como lugar estratégico después de un análisis de factores como: zona urbana, servicios básicos, vías de acceso, transporte, entre otros; lo cual facilita desarrollar las actividades de producir y comercializar vestimenta religiosa.

CROQUIS DE LOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

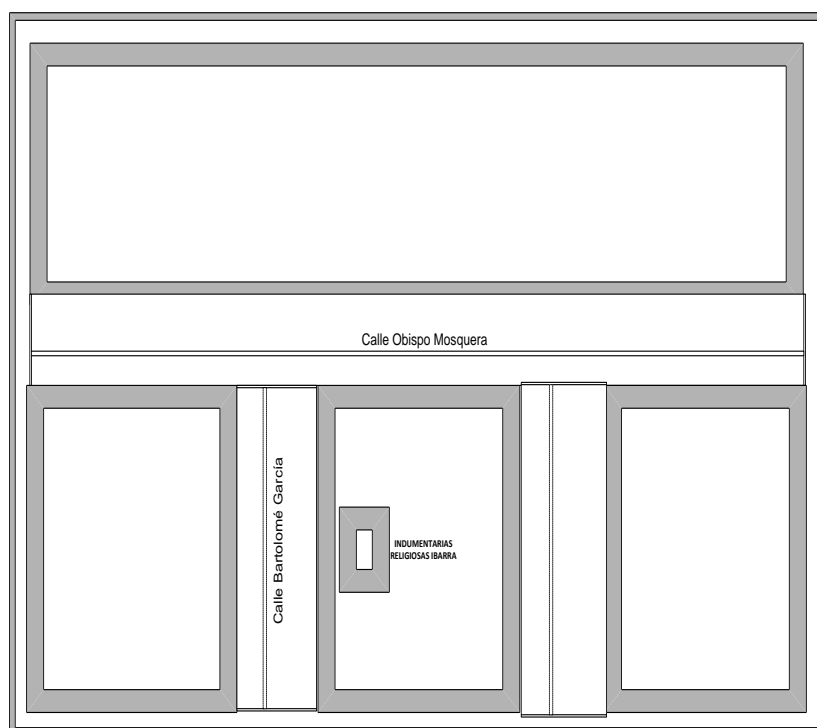


GRÁFICO N°3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Fernanda Paspuel.

5.3. Tamaño del proyecto

5.3.1. Factores condicionantes del tamaño del proyecto

Como factores que determinan el tamaño del proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes:

a) La demanda

La demanda se le considera como un factor muy importante que determina el tamaño del proyecto, ya que a través del estudio de mercado realizado se llega a determinar que la creación de la microempresa productora y comercializadora de indumentarias es factible porque existe mercado para el producto.

b) Transporte

Las condiciones de las vías de transporte en la ciudad de Ibarra se encuentran en las mejores condiciones, lo que no impide que existe problema para la transportación de la materia prima y de los insumos.

c) Mano de obra

Existe un índice elevado de oferta de mano de obra ya que la Provincia cuenta con muchos centros artesanales en donde preparan y capacitan a las personas para que se desenvuelven en las fábricas de la provincia.

d) Materia Prima

La adquisición de la materia prima no es un problema ya que frecuentemente llegan los proveedores ofreciendo todo tipo de telas que necesiten la microempresas que se dedica a la producción de prendas, el mismo hecho que la provincia es conocido como textil las ofertas llueven de materia prima.

e) Disponibilidad de Tecnología

Para el trabajo en la microempresa se debe tomar en cuenta el uso indispensable de la tecnología ya que mejora la producción y la calidad del producto, ahorra tiempo y costos en los productos. Actualmente se dispone con lo siguiente:

TECNOLOGÍA QUE SE APORTA

	DESCRIPCION	CANTIDAD
MAQUINARIA Y OTRAS HERRAMIENTAS DE TRABAJO	Maquina overlock Jontex JT-747	1
	Maquinas recta Juki DDL8300W	1
	Maquina recubridora DDL3400	1
	Mesa para corte	1
	Plancha	1
	Mesa de madera para plancha	1
	Taburetes de madera	3
	Tijeras de corte	1
	Tijeras pulidoras	1
	Juegos de Reglas de sastre	1
	Cintas métricas	2
	EQUIPO DE OFICINA	Computador 3.06 GHZ, 512MB.

	Impresora	1
	Teléfono	1
TOTAL		17

CUADRO Nro.22

Elaborado por: Fernanda Paspuel

f) Financiamiento

Para la creación de la microempresa se necesita un capital de 8.609,96 dólares el mismo será obtenida el 60% recursos de capital propios y el 40% se solicitara un crédito a una financiera de la Ciudad de Ibarra para indicar las actividades sin ningún problema.

g) Capacidad del proyecto.

La capacidad de producción hace referencia a la capacidad nominal y real; la capacidad nominal especifica técnicamente el detalle de la maquinaria y la capacidad real instalada, es la resultante de la planificación de la producción para la elaboración del producto.

Mediante un estudio técnico se da a conocer la capacidad que se va a producir, para la demanda potencial de la ciudad de Ibarra.

CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

CAPASIDAD INSTALADA	Casullas y Estolas	Albas	Hábitos	Manteles
MAQUINARIA				
Recta			1	
Overlock			1	
Recubridora			1	
PERSONAL			2	
PRODUCCIÓN				
Producción mensual	5	6	2	5
Cantidad anual	60	70	24	60
TOTAL PRODUCCIÓN PRIMER AÑO				214

CUADRO N°23

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.4. Distribución de Instalaciones

El área destinada para la microempresa es de 96m² distribuidas sus dependencias de la siguiente manera:

DISTRIBUCIÓN DE INSTALACIONES

SECCION	m²
----------------	----------------------

Administración	9
Comercialización	20
Planchado y Empaque	10
Bordado	18
Confección	12
Corte	12
Bodega	15
TOTAL	96

CUADRO Nº 24

Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.4.1. Diseño de Instalaciones

DISEÑO DE INSTALACIONES

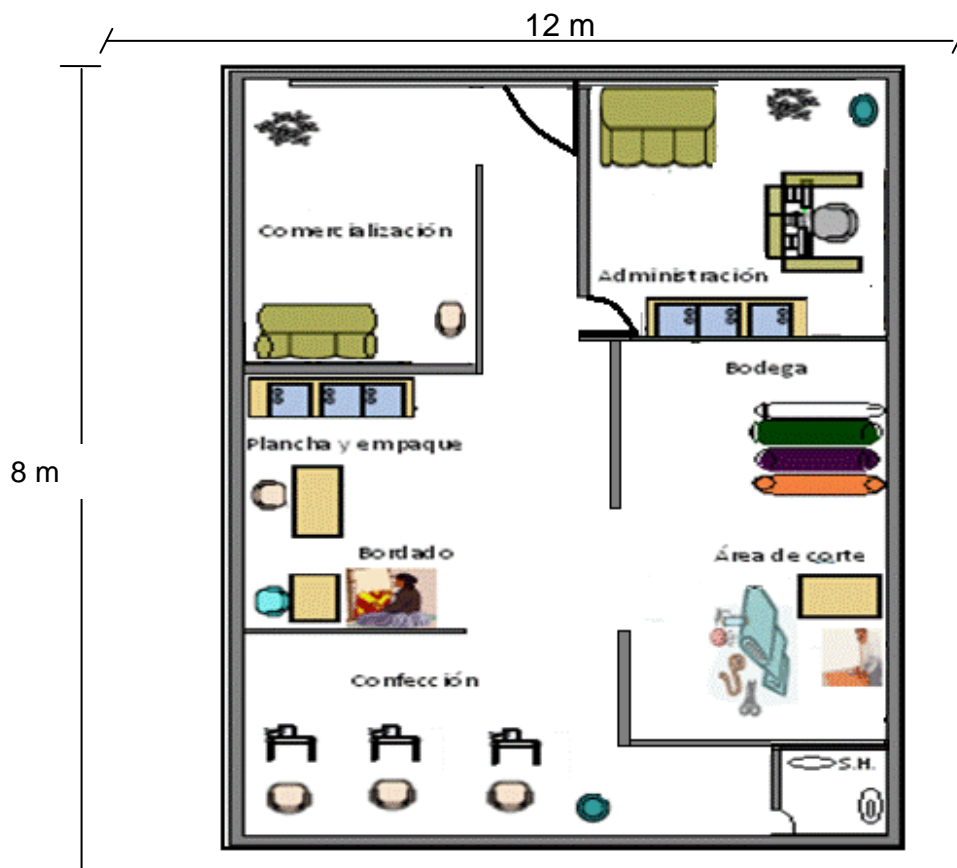


GRÁFICO Nº4

Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.5. ETAPAS DEL PROCESO DE CONFECCIÓN

Para confeccionar prendas de excelente calidad, se requiere una organización y control de calidad en cada etapa que conforma la elaboración del producto, mediante las actividades a saber se tiene: diseño, patronaje, trazos, tendidos, corte y confección; de igual manera se debe tomar muy en cuenta los materiales a utilizar como: hilos, tipo de agujas, así como también verificar las puntadas, costuras, y requisitos mínimos que hacen ver bien el manejo de la elaboración del producto alcanzando la calidad requerida.

Para seleccionar el tipo de tela a confeccionar se tiene diferentes muestrarios de algunos proveedores, con el fin de chequear el comportamiento y rendimiento de tela; una vez que se ha realizado la recepción de la materia prima, se debe recibir un certificado de calidad en cuanto a todas las características de calidad.

A continuación se realizará un detalle de las actividades para la producción y comercialización de indumentarias religiosas.

5.5.1. Recepción de materia prima

El lugar de almacenamiento de la materia prima debe cumplir con las condiciones óptimas como: que el lugar sea fresco, tenga ventilación, esté libre de otros productos que afecten la materia y que no llegue el sol directamente a la tela.

5.5.2. Diseño y moldería de las Prendas

El área de diseño es el encargado de buscar las mejores opciones de diseños que vayan acorde con las necesidades del mercado meta, también se encargara de diseñar una ficha técnica en donde se detalla los datos necesarios para realizar la confección con todos los detalles que se deben tomar en cuenta.

5.5.3. Ficha técnica de diseño y modelos

Es muy importante tomar en cuenta la ficha técnica para tener un trabajo único que está encaminado en producir indumentarias religiosas, el área de diseño está encargada de buscar nuevos modelos y acabados que sean de gusto y preferencia del cliente.

La ficha técnica lleva el diseño, datos y varias especificaciones técnicas de la prenda a confeccionar, ésta ficha sirve para llevar el control y verificar la calidad de la prenda, y de esta manera poder lograr una coordinación en cada proceso productivo.

5.5.4. Tendido

El tendido es un proceso el sobreponer capas de tela sobre una mesa de trabajo, el tendido se lo hace colocando la tela a lo largo de la mesa, cuando se llega al extremo de ésta, se corta la tela y se gira, haciendo que el derecho o revés de la tela quede en el mismo sentido hacia arriba o hacia abajo, esto se lo realiza con el propósito de que no exista desperdicio de la materia prima.

5.5.5. Trazo

Se lo define como proceso de dibujar los moldes que componen las prendas que se va a cortar, tomando en cuenta que se debe aprovechar al máximo la tela, para esto es muy importante controlar el grueso de las líneas de lápiz pues es un contorno grueso trae desperdicio o inseguridad en el corte.

5.5.6. Corte

Una vez efectuado el trazo, se pasa a la primera etapa de operación productiva, el proceso de corte, con el objeto de seguir el perfil del borde del patrón o trazo. En este proceso se necesita concentración, seguridad y control para que no exista error alguno.

5.5.7. Bordado

Antes de empezar con este proceso, primeramente se debe diseñar o dibujar los adornos que va en las piezas. El bordado es un arte de adornar las piezas con labores de aguja, estos bordados se los realizará a mano utilizando hilos acordados al color y diseño establecido en la prenda. En este proceso no siempre puede ir bordado a mano, también se puede remplazar con otros tipos de adornos sobrepuestos en las prendas.

5.5.8. Confección (Armado)

La confección es la unión de las piezas formando un producto determinado. En este proceso primeramente hay que supervisar la formación de puntadas, tensión equilibrada y construcción de las costuras, quien realiza este control es una operaria capacitada con los debidos conocimientos del arte, éste control se hace desde que ingresan las piezas a la confección hasta que sale el producto terminado con el fin de proteger la calidad de producción.

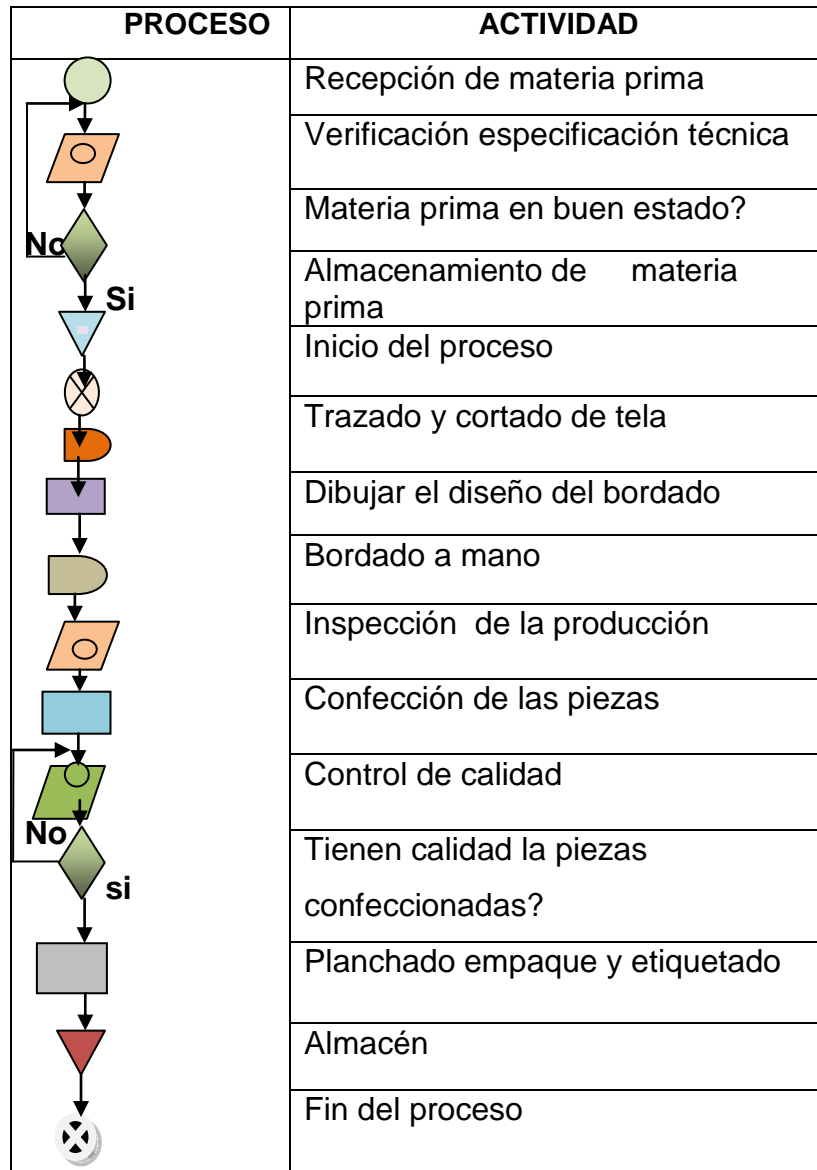
5.5.9. Control de calidad

Son requisitos que se debe cumplir en los materiales y procesos de producción, el objetivo es elaborar un producto en el cual su calidad haya sido diseñada, producida y conservada a un costo económico y que satisfaga al consumidor. El control de calidad permite alcanzar prestigio, ahorro económico y aumento en la capacidad productiva.

5.5.10. Planchado, etiquetado, doblado y empackado

Es una operación de presentar al producto de la mejor manera, es una imagen que le da al producto terminado. Al realizar el proceso de planchado se debe controlar la temperatura para no alterar la composición del tejido del producto.

5.6. Flujograma de Procesos de Producción



5.7. PRESUPUESTO TÉCNICO

5.7.1. Requerimiento en activos fijos

La microempresa para poner en marcha sus actividades necesita la adquisición de maquinaria y equipo y varios activos que son indispensables para la producción y comercialización del producto que tiene en mente a producir.

5.7.2. Maquinaria y Equipo

Se establecerá el número y la cantidad de máquinas y equipos de trabajo dependiendo la capacidad y el tamaño del proyecto que se vaya a realizar a continuación en el cuadro se detallara el tipo de maquinaria que se requiere para comenzar las actividades.

MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquina overlock	1	1.300,00	1.300,00
Maquina recta	1	700,00	700,00
Maquina recubridora	1	1.100,00	1.100,00
Plancha	1	90,00	90,00
TOTAL			3.190,00

CUADRO No. 25

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.7.3. MUEBLES Y ENSERES

El adquirir los muebles y enseres muy indispensable ya que se los distribuirá en las distintas áreas según su requerimiento.

MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
-------------	----------	----------------	-------------

ADMINISTRATIVA			
Escritorios Modular Pequeño	1	80,00	80,00
Archivador vertical	1	65,00	65,00
Sillas	6	12,00	72,00
PRODUCCIÓN			
Mesa auxiliares (plancha)	1	50,00	50,00
Taburetes de madera	3	8,00	24,00
TOTAL			291,00

CUADRO No.26

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.7.4. EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y OFICINA

La adquisición del equipo de computación es indispensable para el trabajo de la microempresa en donde se llevara un programa de inventarios de materiales, insumos, control de ventas de los productos, entrega de pedidos, etc.

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador Intel Dou Core	1	850,00	850,00
TOTAL			850,00

CUADRO No.27

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.7.5. EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora Multifunción	1	250,00	250,00
Teléfono fijo	1	60,00	60,00
Calculadora	1	15,00	15,00
TOTAL			310,00

CUADRO N° 28

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipos	3.190,00
Muebles y enseres	291,00
Equipo de computación	850,00
Equipo de oficina	310,00
Imprevistos 3%	139,23
TOTAL	4.780,23

CUADRO No.29

Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.7.6. REQUERIMIENTO EN ACTIVOS DIFERIDOS

Dentro de los activos diferidos encontramos los gastos que se realizan por la constitución de la microempresa, es decir para todos los trámites pertinentes que se deben realizar.

ACTIVOS DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	VALOR
Permisos de Constitución	350
TOTAL	350

CUADRO No.30

Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.7.7. REQUERIMIENTO EN CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el dinero que se tiene para trabajar y poder cubrir los gastos que se tengan durante el proceso de inicio de la microempresa, es decir para sostener la producción antes de poder obtener utilidades. Esta presupuestado para 2 meses.

CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia prima	513,75	
Mano de obra	1.404,30	
Insumos	130,00	
Mantenimiento maquinaria y equipos	26,58	
Subtotal (CP)		2.074,64
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos y salarios	816,90	
Arriendo	300,00	
Suministros de oficina	17,46	
Servicios básicos	110,00	
Mantenimiento Computación	12	
Subtotal total (GA)		1.256,36
GASTOS DE VENTAS		
Publicidad	30	
Subtotal total (GV)		30,00
Total		3.361,00
Imprevistos 2%		67,22
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		3.428,22

CUADRO No.31

Elaborado por: Fernanda Paspuel

5.7.8. Requerimiento de Talento Humano

TALENTO HUMANO

N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MENSUAL
1	Administrador	300
2	Obreros	264

CUADRO No.31

Elaborado por: Fernanda Paspuel

CAPÍTULO V

6. ESTUDIO FINANCIERO

A través del análisis financiero se determina la factibilidad del proyecto es decir si su aplicación tendrá éxito o fracaso en el caso de la producción y comercialización de indumentarias religiosas.

6.1. Estructura de la Inversión.

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	4.780,23
Activos Diferidos	350,00
Capital de trabajo	3.428,22
TOTAL	8.558,45

CUADRO N° 33

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Fernanda Paspuel

ORIGEN DE LA INVERSIÓN

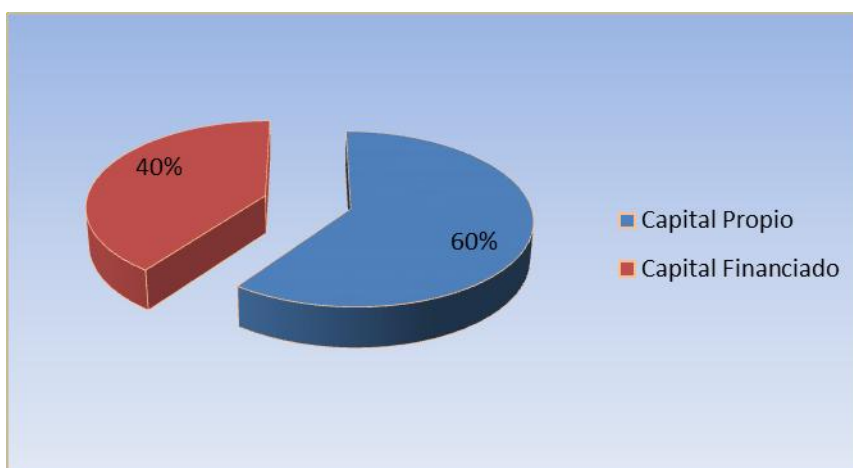


GRÁFICO N° 5

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.2. Costo de Oportunidad

COSTE DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	5.135	60,00	4,00	240,00
Capital Financiado	3.423	40,00	15,00	600,00
TOTAL	8.558	100,00	19,00	840,00

CUADRO No.34

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.2.1. Tasa de Rendimiento Medio

DATOS

costo del capital

$$Ck= 8,4\%$$

$$if(\text{inflación})= 4,32$$

$$TRM= ((1+ck)(1+if))-1$$

$$TRM= 0,131$$

$$TRM= 13,08\%$$

6.3. Ingresos.

Los ingresos está representado por las ventas que realizara la microempresa cada año, las mismas que fueron determinadas en el estudio de mercado.

6.3.1. Proyección de Ingresos

Se ha decidido realizar la proyección de ingresos para 5 años tomando como base el estudio de mercado, donde se puede observar que la microempresa obtiene los siguientes ingresos por la venta de casullas, estolas, albas, hábitos, manteles. A continuación los resultados:

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR PRODUCTO

AÑO	CASULLAS Y ESTOLAS			ALBAS			HÁBITOS			MANTELES		
	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Cantidad	Valor unitario	Valor total
2010	59	180	10620	73	88	6424	21	56	1176	61	105	6405
2011	63	181	11403	78	92	7176	23	57	1311	66	106	6996
2012	68	183	12444	84	95	7980	25	58	1450	70	108	7560
2013	73	184	13432	90	99	8910	26	59	1534	75	110	8250
2014	78	186	14508	96	103	9888	28	61	1708	81	112	9072

CUADRO No.35

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Fernanda Paspuel

INGRESOS TOTALES PROYECTADOS

AÑO	INGRESOS TOTALES PROYECTADOS
2010	24625
2011	26886
2012	29434
2013	32126
2014	35176

CUADRO No.36

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.4. Egresos.

Son las erogaciones de efectivo que tendrá que realizar la microempresa para realizar sus operaciones, estos egresos corresponden a costos de producción, gastos administrativos, ventas, los cuales se incrementan al ritmo de la tendencia de la inflación de los últimos 5 años que es del 4,3 % anual.

Los gastos anuales se presentan a continuación, los mensuales se encuentran en los anexos.

6.4.1. Costos de Producción.

El costo para la producción de la indumentaria religiosa son tanto la materia prima, mano de obra, como los insumos que se necesitan.

a) Materia Prima Directa.

La materia prima se la adquiere dependiendo al número de pedidos o contratos que se tenga con los clientes, (ver anexo Nro. 8).

MATERIA PRIMA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo por la tela	3082,50	3466,93	3870,57	4310,45	4831,89
TOTAL	3082,50	3466,93	3870,57	4310,45	4831,89

CUADRO No.37

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: Fernanda Paspuel

b) Mano de Obra Directa.

Dentro de la mano de obra en este caso tenemos a las operarias quienes se dedicaran a la confección de las prendas, las mismas tendrán constante capacitación para mejorar la producción; (ver anexo Nro. 9).

MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Obreros	8425,82	8788,13	9166,02	9560,16	9971,25
TOTAL	8425,82	8788,13	9166,02	9560,16	9971,25

CUADRO No.38

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Fernanda Paspuel

c) Costos Indirectos de Producción

a. Materiales Indirectos.

Los materiales indirectos son los insumos para mejorar el acabado del producto y mejorar su presentación.

MATERIALES INDIRECTOS.

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Hilos para cocer	150	156,45	163,18	170,19	177,51
hijos de bordar	200	208,6	217,57	226,93	236,68
Cierres	100	104,3	108,78	113,46	118,34
Ganchos	80	83,44	87,03	90,77	94,67
Encajes	200	208,6	217,57	226,93	236,68
Botones	50	52,15	54,39	56,73	59,17
TOTAL	780,00	813,54	848,52	885,01	923,06

CUADRO No.39

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Fernanda Paspuel

MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento maquinaria y equipos	159,50	228,09	326,16	466,41	666,97

CUADRO No.40

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS					
Materia prima	3082,50	3466,93	3870,57	4310,45	4831,89
Mano de obra	8425,82	8788,13	9166,02	9560,16	9971,25
COSTOS INDIRECTOS					
Insumos	780,00	813,54	848,52	885,01	923,06
Mantenimiento maquinaria y equipos	159,50	228,09	326,16	466,41	666,97
Imprevistos 3%	373,43	398,90	426,34	456,66	491,80
TOTAL	12821,26	13695,59	14637,61	15678,69	16884,96

CUADRO No.41

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.4.2. Gastos Administrativos.

Los gastos administrativos se los conoce como: sueldos del personal administrativo, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento computación, con un valor de 7960,56 dólares en el primer año de funcionamiento, crecen al ritmo de la inflación proyectada, los mismos son justificados por el trabajo que realizan en la microempresa, (ver anexoNro.10).

GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	4901,40	5112,16	5331,98	5561,26	5800,39
TOTAL	4901,40	5112,16	5331,98	5561,26	5800,39

CUADRO N.42

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

d) Arriendo

ARRIENDO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo	1800	1877	1958	2042	2130

CUADRO No.43

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

e) Suministros de Oficina.

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Calculadora	1	15,00	15,00	15,65	16,32	17,02	17,75
Grapadora	1	2,00	2,00	2,09	2,18	2,27	2,37
Papel resma	2	3,50	7,00	7,30	7,61	7,94	8,28
Carpetas	6	0,25	1,50	1,56	1,63	1,70	1,78
Esferográfico	6	0,25	1,50	1,56	1,63	1,70	1,78
Tinta impresora	4	6,00	24,00	25,03	26,11	27,23	28,40
Cuaderno	3	1,25	3,75	3,91	4,08	4,25	4,44
Lápiz	24	1,25	30,00	31,29	32,64	34,04	35,50
Borrador	8	0,25	2,00	2,09	2,18	2,27	2,37
Basureros	2	5,00	10,00	10,43	10,88	11,35	11,83
Libretines (facturas)	2	4,00	8,00	8,34	8,70	9,08	9,47
TOTAL			104,75	109,25	113,95	118,85	123,96

CUADRO No.44

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

f) Servicios Básicos.

Los gastos de servicios básicos son gastos indispensables para el desarrollo norma de las actividades de la microempresa.

SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	480	501	522	545	568
Agua	180	188	196	204	213
TOTAL	660,00	688,38	717,98	748,85	781,05

CUADRO No.45

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Fernanda Paspuel

g) Mantenimiento Computación

Se debe realizar constantes mantenimientos en el equipo de computación para evitar la fuga de información y la pérdida de la misma.

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	72	75	78	82	85

CUADRO No.46

Elaborado por: Fernanda Paspuel

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	4901,40	5112,16	5331,98	5561,26	5800,39
Arriendo	1800,00	1877,40	1958,13	2042,33	2130,15
Suministros de Oficina	104,75	109,25	113,95	118,85	123,96
Servicios Básicos	660,00	688,38	717,98	748,85	781,05
Mantenimiento Computación	72,00	75,10	78,33	81,69	85,21
Dep. muebles y enseres	26,19	26,19	26,19	26,19	26,19
Dep. equipo de computación	188,89	188,89	188,89	198,33	198,33
Dep. equipo de oficina	27,90	27,90	27,90	27,90	27,90
Imprevistos 3%	179,43	186,84	194,56	202,89	211,29
TOTAL	7960,56	8292,11	8637,90	9008,30	9384,48

CUADRO No.47

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.4.3. Gastos de Ventas.

Dentro de los gastos de ventas tenemos. Los gastos por publicidad y promoción que se realizan para dar a conocer el producto y conseguir llegar al mercado meta, estas erogaciones crecen anualmente al ritmo de la inflación proyectada.

h) Publicidad.

La publicidad es una estrategia bien elegida para dar a conocer el producto sus cualidades y contenido.

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	180,00	257,40	368,08	526,36	752,69

CUADRO No.48

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.4.4. Gastos Financieros.

Para que la microempresa inicie sus actividades se necesita un capital de 8.558 dólares el mismo que será 60% capital propio y 40% financiado.

GASTOS FINANCIEROS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Intereses	513,51	437,35	349,76	249,04	133,21

CUADRO No.49

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.4.5. Resumen de Costos y Gastos

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	12.821,26	13.695,59	14.637,61	15.678,69	16.884,96
Gastos de Administrativos	7.960,56	8.292,11	8.637,90	9.008,30	9.384,48
Gastos de Ventas	180,00	257,40	368,08	526,36	752,69
Otros Gastos	42,30	44,42	46,64	48,97	51,42
Gastos Financieros	513,51	437,35	349,76	249,04	133,21
Gasto de Amortización Diferidos	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
TOTAL	21.587,63	22.796,86	24.110,00	25.581,35	27.276,75

CUADRO No.50

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.5. Financiamiento

Se hace necesario para iniciar con las actividades de la microempresa tener un capital de 8.558 el mismo que sea de origen propio el 60% y mediante un crédito el 40% el cual será solicitado al Banco Nacional de Fomento a una tasa del 15% anual, los pagos serán anuales.

DATOS

CAPITAL	3.423
TASA	15,00%
TIEMPO	5
CUOTA	ANUAL

TABLA DE AMORTIZACIÓN

PERIODO	CUOTA DE PAGO	INTERES	PAGO AL PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				3423,38
1	1.021,25	513,51	507,74	2.915,64
2	1.021,25	437,35	583,90	2.331,74
3	1.021,25	349,76	671,49	1.660,25
4	1.021,25	249,04	772,21	888,04
5	1.021,25	133,21	888,04	0,00
TOTAL	5.106,23	1.682,86	3.423,38	

CUADRO No.51

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.6. Depreciación y Amortización

En el transcurso del tiempo los activos fijos van perdiendo su valor.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{costo histórico} - \text{valor residual}}{\text{Vida útil}}$$

DEPRECIACIÓN

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	VR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Maquinaria y Equipo	3.190,00	319	287,1	287,1	287,1	287,1	287,1
Muebles y Enseres	291,00	29,1	26,19	26,19	26,19	26,19	26,19
Equipo de Computación	850,00	283,33	188,89	188,89	188,89		
Renovación de equipo de Computación	892,50	297,50				198,33	198,33
Equipo de Oficina	310,00	31	27,9	27,9	27,9	27,9	27,9
TOTAL	5.533,50	959,93	530,08	530,08	530,08	539,52	539,52

CUADRO No.51

Elaborado por: Fernanda Paspuel

Los activos diferidos se amortizarán el 20% cada año según la ley.

AMORTIZACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo Diferidos	350,00	20%	70	70	70	70	70

CUADRO No.53

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.7. Estados Proforma.

Corresponde al estado de situación inicial, el de resultados y flujo de caja, los cuales ayudan para efectuar la respectiva evaluación financiera.

6.7.1. Balance de Arranque

Este balance de situación inicial muestra la aportación que se deberá realizar por parte de los promotores del proyecto.

BALANCE DE ARRANQUE

ACTIVO		PASIVO			
ACTIVOS CORRIENTE		3.428,22	PASIVOS LARGO PLAZO		3.423,38
Capital de trabajo	3.428,22		Préstamo por pagar	3.423,38	
ACTIVOS FIJOS		4.780,23			
Equipo de Computación	850,00		CAPITAL		5.135,07
Equipo de Oficina	310,00		Inversión propia	5.135,07	
Equipos y Materiales	3.190,00				
Muebles y enseres	291,00				
otros	139,23				
ACTIVO DIFERIDO			350,00		
Gastos de Constitución	350,00				
TOTAL ACTIVOS		8.558,45	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL		8.558,45

CUADRO No.54

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.7.2. Estado de Resultados

Es la presentación simplificada del estado de resultados, donde se reflejan los resultados que se supone que tendrá la microempresa.

ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	24.625	26.886	29.434	32.126	35.176
Costos de Producción	12.821	13.696	14.638	15.679	16.885
(=)Utilidad Bruta	11.804	13.190	14.796	16.447	18.291
Gastos Administrativos	7.538	7.862	8.200	8.553	8.921
Gastos de Venta	180	257	368	526	753
Otros Gastos	42	44	47	49	51
Depreciación	530	530	530	540	540
Amortización Diferidos	70	70	70	70	70
(=)Utilidad Operativa Proyectada	3.443	4.426	5.581	6.709	7.957
(-)Gastos Financiero	514	437	350	249	133
(=)Utilidad neta antes del 15% trabajadores	2.930	3.989	5.231	6.460	7.823
(-)15% Prov. Trabajadores	439	598	785	969	1.174
(=)Utilidad o pérdida antes de impuestos	2.490	3.391	4.447	5.491	6.650
(-)25% de impuesto a la renta	623	848	1.112	1.373	1.662
(=)Utilidad Neta Proyectada	1.868	2.543	3.335	4.119	4.987

CUADRO No. 55

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.7.3. Flujo de Caja con Protección

FLUJO DE CAJA CON PROTECCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Inversión Inicial	-8.558					
Ingresos						
(=) Utilidad Neta Proyectada		1.868	2.543	3.335	4.119	4.987
Reinversión					893	
Valor de rescate						960
Depreciación		530	530	530	540	540
(=) Total Ingresos		2.398	3.073	3.865	5.551	6.487
EGRESOS						
Pago al Principal		508	584	671	772	888
Otros Gastos						
(=) Total Egresos		508	584	671	772	888
(=) FLUJO DE CAJA DE NETO PROYECTADO	-8.558	1.890	2.489	3.194	4.778	5.599

CUADRO No.56

Elaborado por: Fernanda Paspuel

6.8. Evaluación de la Inversión.

6.8.1. Valor Actual Neto.

Este generado por los flujos de ingresos y gastos que se genera durante la vida útil del proyecto, dependiendo si resulta mayor a cero se considera una inversión favorable.

VALOR ACTUAL NETO.

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 13,08%
0	-8558	-8558
1	1890	1671
2	2489	1946
3	3194	2208
4	4778	2922
5	5599	3028
	VAN	3218

CUADRO No.57

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Fernanda Paspuel

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

El valor actual neto mide la rentabilidad del proyecto en valores absolutos, para este caso el VAN es de 3.218 dólares lo indica que el proyecto es factible, en las condiciones estudiados.

6.8.2. Tasa Interna de Retorno

La tasa interna se la obtiene de a cuerdo como se va recuperando la inversión realizada en el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	FL NETOS	FLUJO 13,82%	FLUJO 25%
0	-8558	-8558	-8558
1	1890	1671	1512
2	2489	1946	1593
3	3194	2208	1635
4	4778	2922	1957
5	5599	3028	1835
VAN		3218	-26

CUADRO No.58

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Fernanda Paspuel

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

$$TIR = 13,08 + (25 - 13,08) \frac{3.218}{3.218 - (-26)}$$

$$TIR = 24,9\%$$

Aplicando este índice financiero el proyecto es factible, ya que se obtendrá una rentabilidad del 24,9% sobre la inversión, superando a la tasa de rendimiento medio la cual indica la rentabilidad fuera del proyecto.

6.8.3. Sensibilidad del Proyecto

- a) Escenario uno: cuando las ventas disminuyen en un 4% tenemos los siguientes resultados:

**SENSIBILIDAD DE LA TASA INTERNA
DE RETORNO.**

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 13,08%
0	-8558	-8558
1	1262	1116
2	1803	1410
3	2443	1689
4	3959	2421
5	4702	2543
	VAN	621

CUADRO No.59

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Fernanda Paspuel

AÑO	FL NETOS	FLUJO 13,08%	FLUJO 16%
0	-8558	-8558	-8558
1	1262	1116	1088
2	1803	1410	1340
3	2443	1689	1565
4	3959	2421	2187
5	4702	2543	2239
	VAN	621	-140

CUADRO No.60

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Fernanda Paspuel

TIR= 15,4%

Al disminuirla ventas en un 4% el proyecto todavía sigue siendo factible, es decir el proyecto soportara este riesgo comercial.

- b) Escenario dos: cuando las ventas disminuyen en un 8% tenemos los siguientes resultados:

**SENSIBILIDAD DE LA TASA INTERNA
DE RETORNO.**

AÑO	FL NETOS	FL ACTUAL 13,08%
0	-8558	-8558
1	634	561
2	1118	874
3	1693	1170
4	3140	1920
5	3805	2058
	VAN	-1975

CUADRO No.61

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: Fernanda Paspuel

AÑO	FL NETOS	FLUJO 13,08%	FLUJO 6%
0	-8558	-8558	-8558
1	634	561	598
2	1118	874	995
3	1693	1170	1421
4	3140	1920	2487
5	3805	2058	2843
	VAN	-1975	-214

CUADRO No.62

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: Fernanda Paspuel

VAN = -1975

TIR = 5,3%

Por el contrario si se disminuye las ventas en un 8%, el proyecto tiende al fracaso, ya que el VAN y el TIR no cumplen las condiciones de teóricas para demostrar factibilidad en el proyecto.

6.8.4. Recuperación de la Inversión con Valores Corrientes

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN CON VALORES CORRIENTES

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO	RECUP. CAPITAL		
1	8.558,45	1.890,03	1.890,03	1	AÑO
2		2.489,09	2.489,09	2	AÑOS
3		3.193,65	3.193,65	3	AÑOS
4		4.778,34	985,68	2	MESES

CUADRO No.63

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Fernanda Paspuel

Analizando la recuperación de la inversión con flujos corrientes, se determina que la inversión se la recuperara en 3 años, con 2meses.

6.8.5. Recuperación de la Inversión con Valores Constantes

**RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN
CON VALORES CONSTANTES**

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR	FLUJO DEFLACTADO
1	1.890	0,88	1.671,40
2	2.489	0,78	1.946,50
3	3.194	0,69	2.208,50
4	4.778	0,61	2.922,10
5	5.599	0,54	3.027,70

CUADRO No.64

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: Fernanda Paspuel

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL		
1	8.558,45	1.671,36	1.671,36	1	AÑO
2		1.946,46	1.946,46	2	AÑO
3		2.208,50	2.208,50	3	AÑO
4		2.922,07	2.922,07	11	MESES

CUADRO No.65

Fuente: Flujo de caja
Elaborado por: Fernanda Paspuel

Descontando los flujos netos, la inversión se recupera en 3 años 11 meses, siendo este caso el más real.

6.8.6. Beneficio Costo.

BENEFICIO COSTO

AÑOS	INGRESOS	Tasa redescuento
		0,1308288
1	2.398	2.120
2	3.073	2.403
3	3.865	2.673
4	5.551	3.394
5	6.487	3.508
SUMAN		14.099

CUADRO No.66

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Fernanda Paspuel

$$C/B = \frac{\sum \text{INGRESOS DEFLACTADOS}}{\text{INVERSIÓN INICIAL}}$$

$$C/B = \frac{14.099}{8.558}$$

$$\frac{C}{B} = 1,65$$

Este análisis del beneficio costo, indica que por cada dólar invertido en el proyecto, generará 1,65 dólares adicionales.

6.8.7. Punto de Equilibrio del Proyecto

Dentro del desarrollo del proyecto es importante considerar el análisis del punto de equilibrio, ya que ayuda a conocer en que nivel se esta logrando alcanzar los objetivos demuestra la situación económica real de la microempresa.

$$PEP = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribución}}$$

$$PEP = \frac{\text{Inversión Fija} + \text{Costos Fijos}}{PVu - CVu}$$

$$\begin{aligned} \text{Inversión Fija} &= 4.780,23 \\ \text{Costos Fijo} &= 8769 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Precio de Venta} &= 429,00 \\ \text{Costo Variable unitario} &= 59,91 \end{aligned}$$

$$PEP = \frac{4.780,23 + 8.769}{429 - 61,37}$$

$$PE = 37 \quad \text{unidades}$$

El punto de Equilibrio del proyecto indica que la microempresa necesita vender 37 unidades de vestimentas religiosas, para comenzar a recuperar los activos fijos y costos fijos.

CAPÍTULO VI

7. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

En la organización de la microempresa se detalla los aspectos que tienen relación con la parte administrativa, la estructura de la organización y sus requisitos para su funcionamiento.

7.1. ANÁLISIS INTERNO DE LA MICROEMPRESA

7.1.1. Nombre de la microempresa

El nombre de la microempresa será INDUMENTARIAS RELIGIOSAS IBARRA CIA. LTDA. Dedicada a la producción y comercialización de indumentarias religiosas.

7.1.2. Misión

Brindar un producto de alta calidad y que sea competitivo en el mercado logrando satisfacer las necesidades del consumidor.

7.1.3. Visión

En los próximos 5 años llegar a conquistar las mejores plazas del mercado a nivel nacional para la venta de nuestro producto de indumentarias religiosas.

7.1.4. Objetivos de la microempresa

- a.** Lograr entrar al mercado con un reconocimiento de calidad del producto.
- b.** Aportar con la disminución de alto índices de desempleo que existe en la ciudad de Ibarra.
- c.** Conquistar las mejores plazas a nivel nacional y a futuro internacional.
- d.** Tener un alto índice de ingresos en el menor tiempo posible.

7.1.5. Políticas de la microempresa

Las políticas de la microempresa serán:

- a)** Mantener un control constante para conocer en qué nivel se están alcanzando las metas.
- b)** Considerar y dar trato justo al personal de trabajo y tener en claro que el talento humano es el factor principal de la microempresa.

c) Capacitar al personal para mantenerlos actualizados en todos los cambios y nuevas alternativas que se puedan aplicar.

d) Buscar nuevas estrategias para cada día poder incrementar las ventas del producto.

7.1.6. Principios y Valores

Los principios y los valores son parte fundamental para que la microempresa lo pueda aplicar y desarrollar con las personas internas y externas.

a) Lealtad

Es la fidelidad que tiene con la microempresa trabajando con eficiencia para mejorar la imagen de la misma.

b) Responsabilidad

Tener ética y profesionalismo en el desempeño de sus actividades.

c) Equidad y Justicia

Trato igual a todos los trabajadores de la organización

d) Honestidad

Tener un procedimiento transparente en la gestión empresarial.

e) Confiabilidad

El producto debe ser de calidad calificada

f) Eficiencia

El trabajo y los resultados deben ser de calidad

g) Prudencia

Tener sensatez en aquello que pueda afectar a la microempresa

h) Ética

Siempre se debe demostrar la calidad de ser humano conservando los valores

i) Liderazgo

Ser un líder positivo para lograr el cumplimiento de objetivos.

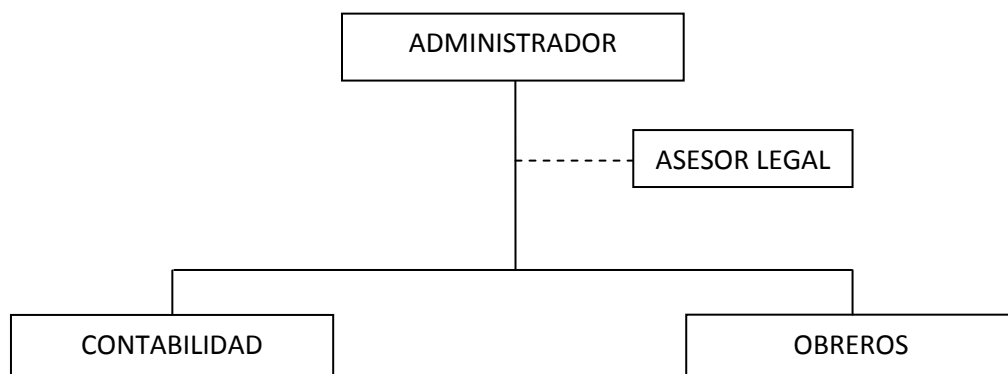
j) Compromiso

Comprometerse totalmente con la microempresa dando todo por alcanzar la visión que llevara al éxito de la microempresa.

7.1.7. Organización Estructural de la microempresa

La estructura orgánica permite a través de los niveles definir las responsabilidades de cada empleado, también ubica a las unidades administrativas en el proceso de la autoridad, es decir quién da órdenes, coordina y designan los puestos y tareas a realizarse.

7.1.8. Organigrama Estructural



7.2. Niveles Administrativos

7.2.1. Nivel directivo

✓ Administración

Está conformado por el administrador el mismo que tiene la responsabilidad de enfrentar en cualquier tipo de situación que se encuentre la organización, tiene también que controlar y dirigir al personal de trabajo demostrar el liderazgo positivo que posee.

1). FUNCIONES DEL NIVEL DIRECTIVO

- a. Aportar con nuevas ideas que vayan en beneficio de la microempresa.
- b. Coordinación apropiada al personal y colaboradores.
- c. Tener un control constante del logro de los objetivos.
- d. Cumplir y hace cumplir el reglamento aprobado por la empresa.
- e. Tener en constante capacitación a su personal
- f. Aplicar estrategias de negociación

2). PERFIL DEL NIVEL DIRECTIVO

- a. Experiencia en actividades del puesto
- b. Estudios profesionales en administración o carreras afines
- c. Facilidad de expresión y comunicación
- d. Competente en negocios
- e. Capacidad individual

3). CONOCIMIENTOS DEL NIVEL DIRECTIVO

- a. Capacidad de toma de decisiones
- b. Conocimientos y capacidad de propuestas comerciales
- c. Conocimientos básicos financieros
- d. Coordinar funciones y actividades

7.2.2. Nivel Auxiliar

✓ Contabilidad

Esta encargada de realizar varias funciones, la misma debe tener aptitudes y actitudes especiales, tener buen desenvolvimiento en la atención al cliente.

1). FUNCIONES DEL NIVEL AUXILIAR

- a. Debe elaborar facturas realizar declaraciones
- b. Debe estar preocupada por las cobranzas a los clientes
- c. Ejecutar los pagos realizados por el gerente y realizar las respectivas retenciones.
- d. Estar pendiente sobre el vencimiento de cuentas pendientes de pago.
- e. Dar previa información a los clientes.
- f. Recibir y hacer las llamadas telefónicas necesarias a los clientes.
- g. Control contable y tributario.

2). CONOCIMIENTOS DEL NIVEL AUXILIAR

- a. Contador
- b. Buenas relaciones personales
- c. Certificados de honorabilidad
- d. Conocimiento de negocios

7.2.3. Nivel Operativo

En el nivel operativo está compuesto de dos departamentos muy importantes para la microempresa.

a) Unidad de Producción

- ✓ Operarias

Serán las responsables de confeccionar todo lo relacionado con indumentarias religiosa, realizaran los diseños y colores solicitados.

Requerimientos:

- Conocimiento en el manejo e maquinas industriales
- Tener experiencia en trabajos similares
- Responsabilidad en su trabajo
- Tener habilidades y destrezas para los diseños

- ✓ Cortadora

Son encargadas de cortar y medir las telas con las que se van a confeccionar las prendas:

- Conocimiento en corte y medidas de prendas
- Responsabilidad en el trabajo
- No desperdiciar el material de trabajo

7.3. Permiso de Funcionamiento

Para el funcionamiento de la microempresa se tiene que presentar una serie de requisitos como son:

7.3.1. El registro único de contribuyente (RUC)

1) Requisitos

- a) Cedula de representante legal
- b) Copia de certificado de votación
- c) Recibo de pago de agua, luz, teléfono

7.3.2. Patente municipal

2) Requisitos

- a) Recibo del último pago del impuesto predial
- b) Copia del RUC
- c) Documentos personales del representante legal

7.3.3. Para obtener el Permiso de funcionamiento

3) Requisitos

- a) Llenar la solicitud del permiso de funcionamiento.
- b) Reunir la documentación necesaria requerida para ingresar junto con la solicitud.
- c) Luego se procederá a la inspección y verificación física de los requisitos técnicos y sanitarios.
- d) Entrega del permiso que tiene vigencia un año.

CAPÍTULO VII

8. IMPACTOS

La creación de nuevas microempresas hace realizar un análisis profundo sobre los efectos que produciría, en donde para determinar posibles consecuencias se realizara una evaluación de impactos.

8.1. EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Es un procedimiento que se utiliza para determinar los niveles de incidencia para ello se ha establecido un parámetro clave para calificar el impacto.

Negativo:	-1 = Bajo	Positivo	1 = Bajo
	- 2 = Bajo		2 = Medio

-3 = Alto

3 = Alto

8.2. IMPACTOS DEL PROYECTO

El proyecto tiene mayor relación con los siguientes impactos:

- a) Impacto Socio-Económico
- b) Impacto Cultural-Educativo
- c) Impacto Tecnológico
- d) Impacto Ecológico
- e) Impacto Empresarial

8.2.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

MATRIZ DE IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento de calidad de vida							3	3
Disminución de riesgo social						2		2
Genera fuentes de trabajo alternativos							3	3
Proyección de nuevas empresas						2		2
TOTAL						4	6	10

CUADRO Nro.67

$$\text{TOTAL} = 10/4 = 2,5$$

a) ANÁLISIS

Dentro del análisis realizado al impacto socio-económico se puede apreciar que existe un nivel medio positivo, lo que quiere decir que la creación de la microempresa de producción y comercialización de indumentarias es favorable porque permite estabilizar la economía familiar, brindando nuevas fuentes de empleo, creando y proyectando la confirmación de nuevas empresas dependiendo los resultados de la que tiene en mente.

8.2.2. IMPACTO CULTURAL EDUCATIVO

MATRIZ DE IMPACTO CULTURAL-EDUCATIVO

ACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Desarrollo de la creatividad							3	3
Incremento cultural							3	3
Aplicación de conocimientos							3	3
TOTAL							9	9

CUADRO Nro.68

TOTAL = $9/3= 3$

a) ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados el impacto cultural-educativo genera un impacto alto positivo, lo que significa que tanto el desarrollo de la creatividad que aplicar para diseñar, decorar, incrementa el nivel de cultura artesanal, logrando así la aplicación de nuevos conocimiento a través de la capacitación que cada día la microempresa debe estar pendiente.

8.2.3. IMPACTO TECNOLÓGICO

MATRIZ DE IMPACTO TECNOLÓGICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de maquinaria moderna							3	3
Tecnología de punta						2		2
Excelencia en el proceso de producción							3	3
TOTAL						2	6	8

CUADRO Nro. 69

$$\text{TOTAL} = 8/3 = 2,7$$

a) ANÁLISIS

Dentro del impacto tecnológico se determina que el nivel es medio positivo porque la microempresa adquirirá para sus trabajos maquinaria moderna bajo los parámetros de la tecnología para alcanzar los niveles de calidad que debe tener el producto.

8.2.4. IMPACTO ECOLÓGICO

MATRIZ DE IMPACTO ECOLÓGICO

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Reciclaje de desechos						2		2
Preservación del ecosistema							3	3
Utilización de recursos naturales							3	3
TOTAL								7

CUADRO Nro. 70

TOTAL = $8/3 = 2,7$

a) ANÁLISIS

En el impacto ecológico se determina que la implantación del proyecto genera un impacto medio positivo porque los recursos naturales que se utilicen para la producción ya están procesados en la materia prima, se realizará un trato especial a los desechos para confeccionar o como rellenos de otras prendas, el mismo hecho que se utilice maquinaria de alta tecnología se evitara la contaminación del ecosistema.

8.3. IMPACTO GENERAL

IMPACTO GENERAL

MATRIZ DE IMPACTOS GENERAL

IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO							3	
IMPACTO CULTURAL EDUCATIVO							3	
IMPACTO TECNOLÓGICO							3	
IMPACTO ECOLÓGICO							3	
TOTAL								12

CUADRO Nro. 71

TOTAL $12/4 = 3$

a) ANÁLISIS

De acuerdo al análisis realizado de los impactos que general el proyecto se determina que los impactos generan un nivel alto positivo, lo que quiere decir que la creación de la microempresa de producción y comercialización de indumentarias en el Cantón Ibarra Provincia de Imbabura tiene grande beneficios que favorecen al sector, este proyecto no presenta ningún impacto negativo, porque en todo su procesos existen medidas de prevención y esta todo vigilado permanentemente.

CONCLUSIONES

Del análisis realizado en todos los capítulos se dio la importancia a cada uno de ellos para conocer en qué nivel se encuentra las oportunidades que tiene en el mercado la creación de la nueva microempresa de producción y comercialización de indumentarias religiosas en la Ciudad de Ibarra.

1. Luego de haber hecho el análisis del diagnóstico situacional se determina que el clero eclesiástico que labora en la ciudad de Ibarra son los demandantes potenciales más significativos del proyecto.
2. El estudio de mercado establece que la oferta y la demanda de indumentarias religiosas en especial de la ciudad de Ibarra no tiene crecimientos sustantivos, lo que es más la oferta tiende a disminuir por la falta de atractivos económicos, lo que significa que la microempresa motivo del proyecto podría lograr captar un buen porcentaje del mercado potencial.
3. La demanda de artículos religiosas es restringido y de uso específico por lo tanto la rotación de estas prendas es bastante baja.

4. La organización de la microempresa debe sujetarse a las normas legales vigentes aunque la finalidad principal es la de producción de artículos religiosos.
5. El mercado de artículos religiosos es bastante limitado por que los usuarios no son muy numerosos.

RECOMENDACIONES

1. Atender a este sector con productos de calidad garantizado a un precio competitivo.
2. Aplicar estrategias de marketing actualizadas para que la microempresa capte el mayor número de demandantes potenciales con lo cual estaría creando una imagen y posicionamiento en el mercado.
3. Mantener un stock de prendas religiosas de uso variado complementadas con prendas de colores especiales.
4. Trabajar dentro de la normativa legal sin importar el fin o propósito de su producción y en especial manteniendo buenas relaciones laborales.

5. Aplicar estrategias de marketing enfocadas en la venta de prendas religiosas ofertando productos de diseño exclusivo y materiales de excelente calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- CÁRDENAS Raúl H, (2006). Contabilidad de Costos, Primera Edición, McGraw Hill, España.
- BACA URBINA Gabriel, (2006). Evaluación de Proyectos, Quinta Edición Mac Graw Hill, México.
- BRAVO Mercedes, (2007). Contabilidad General, Séptima Edición, Editorial Nuevo Día.
- BRIGHAN Eugene. Y HOUSTON Joel, (2005). Fundamentos de Administración Financiera, Décima Edición, Thomson Editores, México.
- CARL Daniel, (2006). Marketing; Octava Edición.
- CÓRDOBA Marcial, (2006). Formulación y Evaluación de Proyectos. Primera Edición, Ecoe Ediciones, Colombia

- CHIAVENATO Idalberto, (2007). **Administración de Recursos Humanos**, Editorial Mcgraw Hill, octava edición, España.
- GARCIA Colín, (2007). **Contabilidad de costos**, Tercera Edición, Mcgraw-Hill, España.
- GITMAN, Laurence J. (2007) **Principios de Administración Financiera**. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.
- CHAVENATO Idalberto, (2006). **Introducción a la teoría de Administración**, 6ta. Edición Mc Graw Hill.
- JÁCOME Walter, (2005). **Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión**, CUDIC Editorial Universitaria Ecuador.
- KOTLER, (2006). **Dirección de marketing**, Doceava Edición Pearson, Español.
- KOTLER Philip, (2008). **Principios de Marketing**. Doceava Edición, Prentice Hall, México.
- KOTLER Philip, (2010). **El Marketing Según Kotler** Editorial Paidos España.
- MONTEROS, Edgar. (2005), **Manual de Gestión Microempresarial**. Editorial Universitaria, Ecuador.

- MOLINA Antonio, (2007). **Contabilidad de Costos** Cuarta Edición
Quito Ecuador.
- NASSIR Sapag Chaín, (2007). **Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación** Primera Edición, Pearson
Prentice Hall México.
- ROBBINS Stephen, (2005). **Administración,** Octava Edición
Pearson, Español.
- SARMIENTO Rubén, (2005). **Contabilidad General;** Ecuador.
- SNELL Beteman, (2009). **Administración Liderazgo y Colaboración en un Mundo Competitivo** Octava Edición, Editorial
Mc Graw Hill México.
- SNELL Beteman, (2005); **Administración Estratégica** sexta
Edición Editorial Mc Graw México.
- TORRES Mikel, (2010). **Contabilidad de costos,** Tercera
Edición, Mcgraw Hill.
- VÁSQUEZ Víctor H, (2005). **Organización Aplicada,** Segunda Edición,
Ecuador.
- ZAPATA Pedro, (2005) **Contabilidad General,** Quinta Edición
Editorial Mc Graw Hill.

LINCOGRAFÍA

es.wiktionary.org/wiki/champi%C3%B1on.

<http://www.foromarketing.com>

www.marketing-xxi.com/estrategias-de-marketing

[http://www.fing.uncu.edu.ar/catedras/industrial/proyecto/ingenieria_d
e_proyecto.pdf](http://www.fing.uncu.edu.ar/catedras/industrial/proyecto/ingenieria_d
e_proyecto.pdf)

<http://www.inec.gov.ec>

ANEXOS

(ANEXO Nro.1)

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE VESTIMENTA RELIGIOSA EN EL CANTÓN IBARRA.

OBJETIVO: Determinar un diagnóstico con la finalidad de obtener respuestas claras de la situación actual en cuanto a la producción y comercialización de vestimentas religiosas en el cantón Ibarra. Le agradecemos su colaboración y el tiempo dedicado a completar la presente encuesta.

1. ¿Conoce alguna empresa legalmente establecida dedicada a la producción y comercialización de prendas religiosas en el cantón Ibarra? SI--- NO----

2.-¿Qué tipos de prendas litúrgicas compra usted con mayor frecuencia?

Casullas y estolas..... albas..... hábitos..... manteles..... sotanas.....

3.- ¿En qué temporadas del año usted compra vestimenta religiosa?

Semana Santa--- Navidad--- Fiestas --- Otras-----

4.- ¿Bajo qué criterio usted selecciona una prenda de vestir religiosa?

Calidad ----Variedad-----Costo-----Procedencia-----

6. ¿La vestimenta litúrgica que usted usa la adquiere en?

Ibarra----Quito---Guayaquil-----Otros----

6.- ¿Usted en qué tiempo obtiene el producto litúrgico que compra?

1 mes.....2 meses.....más de 2 meses.....

7.- ¿Considera usted que los precios de las prendas de vestir religiosas son?

Altos -----Medios ----- Bajos-----

8.- Para la renovación de vestiduras litúrgicas lo hace por:

Deterioro ---- festividad necesidad

9.- Al comprar los productos de vestimenta religiosa sus pagos son:

De contado ---- a crédito----

10.- ¿Cuántas veces en el año compra usted vestimenta religiosa?

1 ves----- 2 veces----- 3 veces---- más de 3veces-----

11.- ¿Como comprador de vestimentas religiosas a través de qué medios de comunicación se enteró para adquirirlos?

Curia---- Publicidad---- Radio ---- Televisión---- Revistas-----

12.- ¿Si le ofrecería variedad de prendas de vestir religiosas con calidad y a precios que estén a su alcance económico, lo adquiriría?

Si No.....

13.- ¿Usted estaría de acuerdo a que se cree una micro empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir religiosas aprovechando la mano de obra local?

Si---- No-----

(ANEXO Nro.2)

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE VESTIMENTA RELIGIOSA CATÓLICOS EN EL CANTÓN IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA

1. La mano de obra que usted utiliza es :

Calificada----- no calificada---- mixta-----

2.Cuál es la condición de la tecnología que utiliza para la producción:

Tradicional---- de punta-----

3. Qué tipo de prendas produce con más frecuencia.

Casullas y estolas-----Albas----Hábitos----manteles----- sotanas---- otros—

4. En la producción de vestimentas para religiosos utiliza etapas de procesamiento: Si----- No----

5. La producción que usted realiza es:

Mensual----- Bimestral----- Trimestral----- Semestral----- Otro-----

6. La calidad de sus productos satisfacen las expectativas y necesidades de sus clientes:

Si---- No.....

7. La producción que realiza es: espontanea----- por pedido-----

8. Para registrar movimientos financieros de sus empresas usted utiliza

Cuaderno de registro personal----

Registros contables-----

Registro de control-----

9. La rentabilidad que obtiene en su organización es:

- Buena-----
- Regular-----
- Excelente----

10. El capital que dispone para el desarrollo de su actividad es

- Propio-----
- Financiado-----
- Mixto-----

11. En su monasterio con respecto a la actividad productiva artesanal existe una estructura organizacional:

- Si---- No----

12. La organización de las actividades artesanales en su monasterio de quien depende?.

13. La producción de vestimentas religiosas usted las comercializa mayoritariamente:

- A intermediarios.....
- Directamente al consumidor-----

14. Estable usted los precios de sus productos de acuerdo a:

- Costos-----
- Autoridades-----
- Otros.-----

15. Que facilidades de compra da a sus clientes:

- Contado-----
- Crédito-----

16. Para promocionar sus productos usted utiliza medios de comunicación local:

- Si-----No-----

(ANEXO Nro. 3)

PRENDAS RELIGIOSAS PARA SACERDOTES CATÓLICOS

CASULLA



ALBA



ESTOLAS



HÁBITO



MANTEL



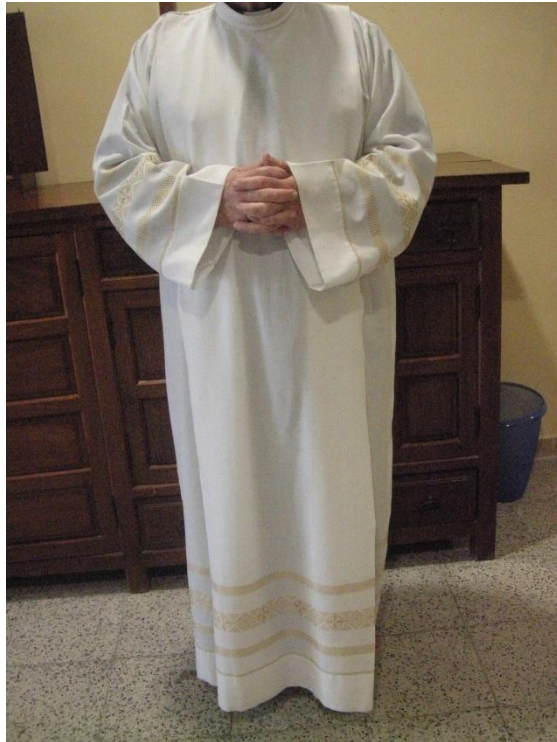
CASULLAS Y SUS RESPECTIVOS COLORES LITÚRGICOS



ESTOLAS Y SUS RESPECTIVOS COLORES



SACERDOTE UTILIZA ALBA



ALBAS BORDADAS A MANO



CASULLA Y ESTOLA CON BORDADOS ELABORADO A MANO



SACERDOTE UTILIZANDO VESTIMENTA LITURGICA



**SACERDOTES UTILIZANDO VESTIMENTAS LITURGICAS
EN CELEBRACIONES EUCARÍSTICAS**



RELIGIOSOS UTILIZANDO HÁBITOS



**MANTELES BORDADOS A MANO
PARA LOS ALTARES**



(ANEXO Nro.4)

**ANÁLISIS Y CÁLCULOS DE OFERTA
POR EL MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS**

Los cálculos son realizados por cada producto:

CASULLAS Y ESTOLAS

AÑOS	X	Y	XY	X ²	Y ²
2005	1	49	49	1	2401
2006	2	25	50	4	625
2007	3	32	96	9	1024
2008	4	25	100	16	625
2009	5	16	80	25	256
TOTAL	15	147	375	55	4931

$$a = \frac{(\text{sum}X \cdot \text{sum}XY) - (\text{sum}Y \cdot \text{sum}X^2)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$b = \frac{(\text{sum}Y \cdot \text{sum}X) - n(\text{sum}XY)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$a = \frac{-2460}{-50}$$

$$b = \frac{330}{-50}$$

$$a = 49$$

$$b = -7$$

Y= a+bx

$$\begin{aligned} Y &= 49 + (-7)(6) = 7 \\ Y &= 49 + (-7)(7) = 0 \\ Y &= 49 + (-7)(8) = -7 \\ Y &= 49 + (-7)(9) = -14 \\ Y &= 49 + (-7)(10) = -21 \end{aligned}$$

AÑOS	X	Y=a+bx
2010	6	7
2011	7	0
2012	8	-7
2013	9	-14
2014	10	-21

La oferta de cada producto decrece cada año porque está en función de la tecnología, equipo de trabajo, y precios altos, además el capital es bajo para mejorar las condiciones de laborales que se encuentran actualmente.

ALBAS

AÑOS	X	Y	XY	X ²	Y ²
2005	1	35.00	35.00	1.00	1225
2006	2	24.00	48.00	4.00	576
2007	3	28.00	84.00	9.00	784
2008	4	18.00	72.00	16.00	324
2009	5	10.00	50.00	25.00	100
TOTAL	15.00	115.00	289.00	55.00	3009

$$a = \frac{(\text{sum}X \cdot \text{sum}XY) - (\text{sum}Y \cdot \text{sum}X^2)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$b = \frac{(\text{sum}Y \cdot \text{sum}X) - n(\text{sum}XY)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$a = \frac{-1990}{-50}$$

$$b = \frac{280}{-50}$$

$$a = 40$$

$$b = -6$$

Y = a + bx

$$Y = 40 + (-6)(6) = 4$$

$$Y = 40 + (-6)(7) = -2$$

$$Y = 40 + (-6)(8) = -8$$

$$Y = 40 + (-6)(9) = -14$$

$$Y = 40 + (-6)(10) = -20$$

AÑOS	X	Y=a+bx
2010	6	4
2011	7	-2
2012	8	-8
2013	9	-14
2014	10	-20

HÁBITOS

AÑOS	X	Y	XY	X ²	Y ²
2005	1	17.00	17.00	1.00	289
2006	2	16.00	32.00	4.00	256
2007	3	19.00	57.00	9.00	361
2008	4	10.00	40.00	16.00	100
2009	5	8.00	40.00	25.00	64
TOTAL	15.00	70.00	186.00	55.00	1070

$$a = \frac{(\text{sum}X \cdot \text{sum}XY) - (\text{sum}Y \cdot \text{sum}X^2)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$b = \frac{(\text{sum}Y \cdot \text{sum}X) - n(\text{sum}XY)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$a = \frac{-1060}{-50}$$

$$b = \frac{120}{-50}$$

$$a = 21$$

$$b = -2$$

Y = a + bx

$$Y = 21 + (-2)(6) = 9$$

$$Y = 21 + (-2)(7) = 7$$

$$Y = 21 + (-2)(8) = 5$$

$$Y = 21 + (-2)(9) = 3$$

$$Y = 21 + (-2)(10) = 1$$

AÑOS	X	Y=a+bx
2010	6	9
2011	7	7
2012	8	5
2013	9	3
2014	10	1

MANTELES

AÑOS	X	Y	XY	X ²	Y ²
2005	1	9.00	9.00	1.00	81
2006	2	9.00	18.00	4.00	81
2007	3	10.00	30.00	9.00	100
2008	4	7.00	28.00	16.00	49
2009	5	9.00	45.00	25.00	81
TOTAL	15.00	44.00	130.00	55.00	392

$$a = \frac{(\text{sum}X \cdot \text{sum}XY) - (\text{sum}Y \cdot \text{sum}X^2)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$b = \frac{(\text{sum}Y \cdot \text{sum}X) - n(\text{sum}XY)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$a = \frac{-470}{-50}$$

$$b = \frac{10}{-50}$$

$$a = 9$$

$$b = -0.2$$

Y = a + bx

$$Y = 9 + (-0.2)(6) = 8$$

$$Y = 9 + (-0.2)(7) = 8$$

$$Y = 9 + (-0.2)(8) = 8$$

$$Y = 9 + (-0.2)(9) = 8$$

$$Y = 9 + (-0.2)(10) = 7$$

AÑOS	X	Y=a+bx
2010	6	8
2011	7	8
2012	8	8
2013	9	8
2014	10	7

**ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN DE LA OFERTA
POR EL MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS**

$$Y=A+BX$$

AÑOS	Casullas y Estolas	Albas	Hábitos	Manteles
2010	7	4	9	8
2011	0	-2	7	8
2012	-7	-8	5	8
2013	-14	-14	3	8
2014	-21	-20	1	7

Se observa que la oferta de cada producto decrece cada año, en la ciudad de Ibarra, ya que estos no cuentan con aspectos de punta como la tecnología, equipo de trabajo, los precios son altos, y su economía es baja para mejorar las condiciones de trabajo en que se encuentran actualmente.

De tal manera que la demanda prefiere, gustos y preferencias en variedad de productos a bajos precios y excelente calidad, adquiriendo estos productos en otras ciudades.

(ANEXO Nro.5)

**ANÁLISIS Y CÁLCULOS DE LA DEMANDA
POR EL MÉTODO DE MÍNIMOS CUADRADOS**

Los cálculos son realizados por cada producto:

CASULLAS Y ESTOLAS

AÑOS	X	Y	XY	X ²	Y ²
2005	1	93	93	1	8649
2006	2	21	42	4	441
2007	3	43	129	9	1849
2008	4	76	304	16	5776
2009	5	55	275	25	3025
TOTAL	15	288	843	55	19740

$$a = \frac{(\text{sum}X \cdot \text{sum}XY) - (\text{sum}Y \cdot \text{sum}X^2)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$b = \frac{(\text{sum}Y \cdot \text{sum}X) - n(\text{sum}XY)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$a = \frac{-3965}{-50}$$

$$b = \frac{105}{-50}$$

$$a = 64$$

$$b = -2$$

Y = a + bx

Y=64+(-2)(6) =52
Y=64+(-2)(7) =50
Y=64+(-2)(8) =48
Y=64+(-2)(9) =46
Y=64+(-2)(10) =44

AÑOS	X	Y=a+bx
2010	1	52
2011	2	50
2012	3	48
2013	4	46
2014	5	44

Se puede observar que en cada producto la demanda decrece, ya que esta prefiere variedad, calidad, gustos y preferencias de los productos, nuevos diseños y precios justos.

ALBAS

AÑOS	X	Y	XY	X ²	Y ²
2005	1	88	88	1	7744
2006	2	39	78	4	1521
2007	3	36	108	9	1296
2008	4	43	172	16	1849
2009	5	68	340	25	4624
TOTAL	15	274	786	55	17034

$$a = \frac{(\text{sum}X \cdot \text{sum}XY) - (\text{sum}Y \cdot \text{sum}X^2)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$b = \frac{(\text{sum}Y \cdot \text{sum}X) - n(\text{sum}XY)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$a = \frac{-3280}{-50}$$

$$b = \frac{180}{-50}$$

$$a = 66$$

$$b = -4$$

Y= a+bx

$$Y=66+(-4)(6) =42$$

$$Y=66+(-4)(7) =38$$

$$Y=66+(-4)(8) =34$$

$$Y=66+(-4)(9) =30$$

$$Y=66+(-4)(10) =26$$

AÑOS	X	Y=a+bx
2010	6	42
2011	7	38
2012	8	34
2013	9	30
2014	10	26

HÁBITOS

AÑOS	X	Y	XY	X ²	Y ²
2005	1	25	25	1	625
2006	2	16	32	4	256
2007	3	12	36	9	144
2008	4	10	40	16	100
2009	5	20	100	25	400
TOTAL	15	83	233	55	1525

$$a = \frac{(\text{sum}X \cdot \text{sum}XY) - (\text{sum}Y \cdot \text{sum}X^2)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$a = \frac{-1070}{-50}$$

$$a = 21$$

$$b = \frac{(\text{sum}Y \cdot \text{sum}X) - n(\text{sum}XY)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$b = \frac{80}{-50}$$

$$b = -2$$

Y= a+bx

$$Y=21+(-2)(6) =9$$

$$Y=21+(-2)(7) =7$$

$$Y=21+(-2)(8) =5$$

$$Y=21+(-2)(9) =3$$

$$Y=21+(-2)(10) =1$$

AÑOS	X	Y=a+bx
2010	6	9
2011	7	7
2012	8	5
2013	9	3
2014	10	1

MANTELES

AÑOS	X	Y	XY	X ²	Y ²
2005	1	14	14	1	196
2006	2	15	30	4	225
2007	3	14	42	9	196
2008	4	39	156	16	1521
2009	5	57	285	25	3249
TOTAL	15	139	527	55	5387

$$a = \frac{(\text{sum}X \cdot \text{sum}XY) - (\text{sum}Y \cdot \text{sum}X^2)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$a = \frac{260}{-50}$$

$$a = -5$$

$$b = \frac{(\text{sum}Y \cdot \text{sum}X) - n(\text{sum}XY)}{\text{sum}(X)^2 - n(\text{sum}X^2)}$$

$$b = \frac{-550}{-50}$$

$$b = 11$$

Y = a + bx

$$Y = -5 + (11)(6) = 61$$

$$Y = -5 + (11)(7) = 72$$

$$Y = -5 + (11)(8) = 83$$

$$Y = -5 + (11)(9) = 94$$

$$Y = -5 + (11)(10) = 105$$

AÑOS	X	Y=a+bx
2010	6	61
2011	7	72
2012	8	83
2013	9	94
2014	10	105

ANÁLISIS DE LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

$$Y=A+BX$$

AÑOS	Casullas y Estolas	Albas	Hábitos	Manteles
2011	51	44	12	61
2012	49	40	10	72
2013	47	37	9	83
2014	45	33	7	94
2015	43	30	5	105

En la demanda de casullas estolas, albas, hábitos; se demuestra un decrecimiento anual, por preferencias de diseños, variedad de productos a precios cómodos, adquiridos en lugares que han logrado satisfacer sus necesidades.

Los datos obtenidos de la demanda en los manteles, nos da a conocer que existe un crecimiento anual, esto se debe a que no solo la demanda religiosa adquiere estos productos, existen otros mercados que adquieren por su calidad y comodidad económica.

(ANEXO Nro.6)

CÁLCULOS PARA LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

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

Donde: Q_n = Consumo futuro
 Q_0 = Consumo inicial
 i = tasa de crecimiento anual proyectado
 n = año proyectado

Para obtener la tasa de crecimiento anual se realizó aplicando la siguiente fórmula:

$$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$$

$$i = (91/220) - 1 = -0.586$$

$$i = (105/91) - 1 = 0.154$$

$$i = (168/105) - 1 = 0.600$$

$$i = (200/168) - 1 = \underline{0.190}$$

$$\Sigma \mathbf{0.358}$$

Luego se procedió a estimar la tasa de crecimiento promedio anual (i).

$$i = \frac{\Sigma i}{n} = \frac{0.358}{5} = 0.072 = 7.2\%$$

Año	Volumen histórico de consumo	$i = (Q_n/Q_0) - 1$
1	220	0.000
2	91	-0.586
3	105	0.154
4	168	0.600
5	200	0.190
TOTAL		0.358

DATOS HISTÓRICOS DE LA DEMANDA

PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	2009
Casullas y Estolas	93	21	43	76	55
Albas	88	39	36	43	68
Hábitos	25	16	12	10	20
Manteles	14	15	14	39	57
TOTAL	220	91	105	168	200

Con los datos históricos de cada producto se procede a calcular lo siguiente:

Años proyectados	Casullas y estolas	Albas
2010	$Q_n = 55(1+0.072)^1 = 59$	$Q_n = 68(1+0.072)^1 = 73$
2011	$Q_n = 55(1+0.072)^2 = 63$	$Q_n = 68(1+0.072)^2 = 78$
2012	$Q_n = 55(1+0.072)^3 = 68$	$Q_n = 68(1+0.072)^3 = 84$
2013	$Q_n = 55(1+0.072)^4 = 73$	$Q_n = 68(1+0.072)^4 = 90$
2014	$Q_n = 55(1+0.072)^5 = 78$	$Q_n = 68(1+0.072)^5 = 96$

AÑOS PROYECTADOS DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS

Años proyectados	Hábitos	Manteles
2010	$Q_n=20(1+0.072)^1 = 21$	$Q_n=57(1+0.072)^1 = 61$
2011	$Q_n=20(1+0.072)^2 = 23$	$Q_n=57(1+0.072)^2 = 66$
2012	$Q_n=20(1+0.072)^3 = 25$	$Q_n=57(1+0.072)^3 = 70$
2013	$Q_n=20(1+0.072)^4 = 26$	$Q_n=57(1+0.072)^4 = 75$
2014	$Q_n=20(1+0.072)^5 = 28$	$Q_n=57(1+0.072)^5 = 81$

AÑOS PROYECTADOS DE LOS SIGUIENTES PRODUCTOS

PRODUCTO	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_0 (1+0.072)^n$				
	2010	2011	2012	2013	2014
Casullas y Estolas	59	63	68	73	78
Albas	73	78	84	90	96
Hábitos	21	23	25	26	28
Manteles	61	66	70	75	81
TOTAL	214	230	246	264	283

(ANEXO Nro.7)

CÁLCULOS PARA LA PROYECCIÓN DE PRECIOS

PRECIOS HISTÓRICOS

PRODUCTO	2005	2006	2007	2008	2009
Casullas y Estolas	170	172	173	178	178
Albas	70	73	78	82	85
Hábitos	50	50	52	55	55
Manteles	95	98	98	103	103

CÁLCULO DE LAS TASAS ANUALES POR CADA PRODUCTO

AÑOS	1	2	3	4	$i=(Q_n/Q_0)-1$
Casullas y Estolas	$(172/170)-1=0.01$	$(173/172)-1=0.01$	$(178/173)-1=0.03$	$(178/178)-1=0$	=0.01
Albas	$(73/70)-1=0.06$	$(78/73)-1=0.09$	$(82/78)-1=0.07$	$(85/82)-1=0.05$	=0.05
Hábitos	$(50/50)-1=0$	$(52/50)-1=0.07$	$(55/52)-1=0.09$	$(55/55)-1=0$	=0.03
Manteles	$(98/95)-1=0.04$	$(98/98)-1=0$	$(103/98)-1=0.06$	$(103/98)-1=0$	=0.02

PRECIOS PROYECTADOS

Años proyectados	Casullas y estolas	Albas	Hábitos	Manteles
Fórmula aplicada	$Q_n = 178(1+0.01)^n$	$Q_n = 85(1+0.05)^n$	$Q_n = 55(1+0.03)^n$	$Q_n = 103(1+0.02)^n$
2010	180	88	56	105
2011	181	92	57	106
2012	183	95	58	108
2013	184	99	59	110
2014	186	103	61	112

ANEXO Nro. 8**COSTOS DE PRODUCCIÓN DE LA MATERIA PRIMA POR AÑO**

COSTO DEL METRO DE TELA					
PRODUCTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Casullas y estolas	2	2,09	2,18	2,27	2,37
Albas	3,5	3,65	3,81	3,97	4,14
Hábitos	4,5	4,69	4,90	5,11	5,33
Manteles	5	5,22	5,44	5,67	5,92

INFLACIÓN PROYECTADA **1,043**

Año 2010					
PRODUCTOS	CANTIDAD DE METROS POR PRODUCTO	CANTIDAD DE PRODUCTOS	CANTIDAD TOTAL EN METROS	VALOR UNITARIO POR METRO	VALOR TOTAL
CASULLAS Y ESTOLAS	3,5	59	206,5	2	413
ALBAS	3	73	219	3,5	766,5
HÁBITOS	4	21	84	4,5	378
MANTELES	5	61	305	5	1525
TOTAL					3082,5

Año 2011					
PRODUCTOS	CANTIDAD DE METROS POR PRODUCTO	CANTIDAD DE PRODUCTOS	CANTIDAD TOTAL EN METROS	VALOR UNITARIO POR METRO	VALOR TOTAL
CASULLAS Y ESTOLAS	3,5	63	220,5	2,09	459,96
ALBAS	3	78	234	3,65	854,22
HÁBITOS	4	23	92	4,69	431,80
MANTELES	5	66	330	5,22	1720,95
TOTAL					3466,93

Año 2012					
PRODUCTOS	CANTIDAD DE METROS POR PRODUCTO	CANTIDAD DE PRODUCTOS	CANTIDAD TOTAL EN METROS	VALOR UNITARIO POR METRO	VALOR TOTAL
CASULLAS Y ESTOLAS	3,5	68	238	2,18	517,82
ALBAS	3	84	252	3,81	959,48
HÁBITOS	4	25	100	4,90	489,53
MANTELES	5	70	350	5,44	1903,74
TOTAL					3870,57

Año 2013					
PRODUCTOS	CANTIDAD DE METROS POR PRODUCTO	CANTIDAD DE PRODUCTOS	CANTIDAD TOTAL EN METROS	VALOR UNITARIO POR METRO	VALOR TOTAL
CASULLAS Y ESTOLAS	3,5	73	255,5	2,27	579,79
ALBAS	3	90	270	3,97	1072,22
HÁBITOS	4	26	104	5,11	531,01
MANTELES	5	75	375	5,67	2127,42
TOTAL					4310,45

Año 2014					
PRODUCTOS	CANTIDAD DE METROS POR PRODUCTO	CANTIDAD DE PRODUCTOS	CANTIDAD TOTAL EN METROS	VALOR UNITARIO POR METRO	VALOR TOTAL
CASULLAS Y ESTOLAS	3,5	78	273	2,37	646,14
ALBAS	3	96	288	4,14	1192,88
HÁBITOS	4	28	112	5,33	596,44
MANTELES	5	81	405	5,92	2396,42
TOTAL					4831,89

ANEXO Nro. 9

ROL DE PAGOS

SUELDO
BÁSICO 264
APORTE
PATRONAL 12,15%

N° EMPLEADOS	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO IV SUELDO	DÉCIMO III SUELDO	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	TOTAL
1	Administrador	300	3600	264	300	437,4	300	4901,4
2	Obreros	264	6336	528	528	769,824	264	8425,824

ANEXO Nro. 10

GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS MENSUALES

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	150	1800
TOTAL		1800

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	40	480
Agua	15	180
TOTAL		660

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	6	72
TOTAL		72

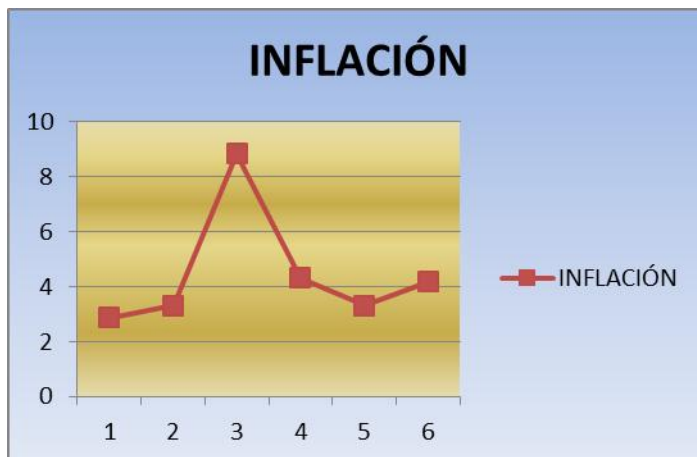
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	15	180
TOTAL		180

ANEXO Nro. 11

TENDENCIA DE LA INFLACIÓN

	Años	Inflación	
1	2006	2,87	
2	2007	3,32	1,16
3	2008	8,83	2,66
4	2009	4,31	0,49
5	2010	3,30	0,77
AÑO PROYECTADO	2011	4,3	5,07
			1,27

Elaborado por : Fernand: Paspuel



Para el año 2011 la tendencia de la inflación es de 4,3% anual