



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PARA LA OFERTA DE SERVICIO DE BORDADO
COMPUTARIZADO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: CHRISTIAN M. ESPARZA C.

DIRECTOR: ING. MSC. WALTER JACOME

Ibarra, Julio, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio busca comprobar la factibilidad para la creación de una micro-empresa dedicada a prestar servicios de bordado computarizado mismos que serán realizados al por mayor y menor en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, de manera eficiente y eficaz. El proyecto se encuentra estructurado con un diagnóstico situacional, el cual ayuda a analizar la competencia, donde se determinó las condiciones específicas en las cuales se encuentran las bordadoras existentes y así se determinó que la falta de gestión administrativa es el principal problema, por esta razón estas no se consolidan dentro del mercado. Se realizó un estudio de mercado mediante una investigación íntegra, en la que se indagó a la población de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, con el fin de determinar la oferta y demanda existente para sustentar la nueva micro-empresa a implantarse, luego del sondeo se obtuvieron los siguiente resultados: la oferta es considerada a las micro-empresas del sector textil de la ciudad de Ibarra y la demanda son las micro-empresas las cuales utilizan este tipo de servicio; por lo tanto se pudo establecer mediante el cálculo y análisis de estas variables la existencia de una Demanda Insatisfecha. La inversión es alta, pero se recupera en un período prudente, mismo que se realizará a través de una institución financiera, con esto el proyecto asegura una buena rentabilidad y crecimiento constante, encaminado a innovar cada día para cubrir las diferentes demandas de los clientes. Por lo cual se espera la aceptación dentro del mercado de este servicio, así brindar el mejor servicio y ofrecer una atención de primera calidad, con esto lograr satisfacer totalmente. Por las razones expuestas anteriormente se puede afirmar que el presente proyecto es económica y técnicamente viable de ejecutarlo, con la cooperación mutua de las diferentes áreas de la micro-empresa.

Executive Summary

This study aimed to test the feasibility of creating a company dedicated to micro-computerized embroidery services to be performed same wholesale and retail in the city of Ibarra, Imbabura Province, efficiently and effectively. The project is structured with a situational analysis, which helps to analyze the competition, which determined the specific conditions under which existing embroiderers are so determined that the lack of administrative management is the main problem for this reason these are not consolidated in the market. A study by market research integrity, which was investigated in the population of the city of Ibarra, Imbabura province, in order to determine the supply and demand exists to support the new micro-enterprise to be implemented, then the survey yielded the following results: the offer is considered to micro-enterprises in the textile city of Ibarra and demand are micro-enterprises which use this type of service, so it was ascertained by calculating analysis of these variables and the existence of unmet demand. The investment is high, but recovers in a prudent period, same to be held by a financial institution, with this project ensures good profitability and consistent growth, aims to innovate every day to meet the different demands of customers. It is expected in the market acceptance of this service and provide the best service and offer quality care, to achieve this fully satisfy. For the above reasons we can say that this project is economically and technically feasible to run it, with the mutual cooperation of the different areas of the micro-enterprise.

DECLARACIÓN

Yo, Christian Mauricio Esparza Carvajal portador de la cédula N° 100286459-1 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

CHRISTIAN M. ESPARZA C.

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del trabajo de Grado presentado por el egresado Christian Mauricio Esparza Carvajal para optar por el título de Ingeniero Comercial cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA OFERTA DE SERVICIO DE BORDADO COMPUTARIZADO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA” considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los días del mes de del 2012

ING. MSC. Walter Jácome

DIRECTOR

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

Yo, CHRISTIAN MAURICIO ESPARZA CARVAJAL, con cédula de ciudadanía Nro1002864591, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PARA LA OFERTA DE SERVICIO DE BORDADO COMPUTARIZADO EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

(firma):

Nombre: CHRISTIAN MAURICIO ESPARZA CARVAJAL

Cédula: 100286459-1

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



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:	1002864591		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ESPARZA CARVAJAL CHRISTIAN MAURICIO		
DIRECCIÓN:	PIEDRAHITA Y MODESTO JARAMILLO		
EMAIL:	chriscp78@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062921809	TELÉFONO MÓVIL:	086823395

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA PARA LA OFERTA DE SERVICIO DE BORDADO COMPUTARIZADO.
AUTOR (ES):	CHRISTIAN ESPARZA
FECHA: AAAAMMDD	2012/09/14
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERO COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	ING.MSC . WALTER JACOME

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, CHRISTIAN ESPARZA, con cédula de ciudadanía Nro. 1002864591, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito

anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 14 días del mes de septiembre de 2012

EL AUTOR:

(Firma) Christian Esparza
Nombre: Christian Esparza
C.C.: 1002864591

ACEPTACIÓN:

(Firma) Lic. Ximena Vallejos
Nombre: Lic. Ximena Vallejos
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

A mis Hijos:

Sofía y Thomas

Quienes han sido un pilar importante en la realización de este trabajo ya que con su amor y ternura me han dado la fuerza e inspiración.

A mis padres:

Fabián Esparza Vaca

Sofía Carvajal Arciniega

Quienes toda mi vida estudiantil me han apoyado incondicionalmente con cariño, afecto y comprensión.

A mis hermanas:

Victoria Esparza Carvajal

Gisela Esparza Carvajal

Christian

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud a los catedráticos de la FACAE, en especial a los de la carrera de Administración de la Universidad Técnica del Norte, quienes forjaron en mi conocimientos teóricos y prácticos que me servirán para la vida profesional; y también instruyeron valores que son importantes en el desempeño ético de la vida diaria.

Christian

PRESENTACIÓN

La presente investigación científica denominada Estudio de Factibilidad para la Creación de una micro-empresa para la oferta de servicio de bordado computarizado en la ciudad de Ibarra, ha sido desarrollada por la modalidad de proyecto.

El proyecto está estructurado de siete capítulos, mismos que tienen la información pertinente, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

En el diagnóstico realizado se logró establecer cuáles son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, donde se determinó algunas falencias pero que se pueden sobrellevar.

El marco teórico desarrollado está enmarcado de dentro de los siguientes parámetros: los conceptos básicos de: Microempresa, Gestión y Planificación, dentro de los más importantes, también la clasificación e importancia de algunos términos para la mayor comprensión de los mismos y finalmente la Administración de Recursos Humanos.

El Estudio de Mercado se determinó la oferta y demanda la cual ayudará a identificar clientes potenciales y la competencia.

En el Estudio Técnico se analiza diferentes aspectos geográficos y así poder saber cuál es la mejor alternativa para la macro y micro localización.

El Estudio Financiero ayuda a medir la capacidad de endeudamiento, el nivel de ingresos, egresos y de esta manera saber en que tiempo se recuperará la inversión y saber si el proyecto es factible o no.

La Estructura Organizacional, en la cual se detalla la organización estructural de la micro-empresa, para establecer los diferentes departamentos y así determinar las funciones básicas de las personas que conformarán la misma.

Finalmente, se elaboró el análisis de los principales impactos que va a tener el proyecto, estos son: Impacto económico, social, administrativo y general. También se realizó las conclusiones y sus respectivas recomendaciones.

INDICE GENERAL

CONTENIDOS

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
RESUMEN EJECUTIVO IDIOMA INGLES	iii
AUTORIA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
AUTORIZACIÓN DE USO DE PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE GENERAL	xii
INDICE DE CUADROS	xxi
INDICE DE GRAFICOS	xxiii
INTRODUCCIÓN	24
JUSTIFICACIÓN	25
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	26

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	27
Antecedentes	
Objetivos	28
General	
Específicos	
Variables e Indicadores	29
Matriz de la relación diagnóstica	30
Identificación de la población	31
Diseño de instrumentos de investigación	
Información Primaria	
Información Secundaria	
Tabulación, Análisis y Evaluación de la información	32

Determinación De Aliados, Oponentes, Riesgos Y Oportunidades	41
Problema Diagnóstico	43

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO	44
MICROEMPRESA	
Definición	
Importancia de la Microempresa	45
Clasificación de las Microempresas	
Por su trabajo e importancia	
Por su organización	46
Características de la Microempresa	
Actividades que realiza la Microempresa	
Ventajas	47
Desventajas	48
GESTIÓN	
Concepto	
Importancia de la gestión	49
Capacidades propias de la gestión	
Capacidades Técnicas	50
Capacidades Analíticas	
Capacidades para tomar decisiones	
Capacidades Informáticas	
Capacidad para tratar con las personas	51
Capacidades Conceptuales	
PROCESO ADMINISTRATIVO	
Planificación	52
Organización	
Dirección	54

Control	
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	55
Concepto	
Subsistemas	57
Reclutamiento	
Selección de personal	
Diseño de puestos	
Descripción y análisis de puestos	
Evaluación del desempeño	
Compensación	58
ESTUDIO DE MERCADO	
Definición	
MERCADO	
Definición	
Clases de Mercados	59
Mercado Total	60
Mercado Potencial	
Mercado Meta	
Mercado Real	
Producto	
Definición	
Clasificación de los Productos	61
Demanda	62
Definición	
Cantidad Demandada	
Ley de la Demanda	63
Determinantes de la Demanda	
Clases de Demanda	64
Oferta	65
Definición	
Tipos de Oferta	66

Análisis de la Oferta	67
Ley de la Oferta	
Determinantes de la Oferta	
Precio	68
Definición	
Tipos de precios	69
Determinación del precio	
Comercialización	70
Definición	
Elementos de la comercialización	71

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO	73
Objetivos Del Estudio de Mercado.	
Objetivo General	
Objetivos Específicos	
Variables Diagnósticas	74
Indicadores	
Mercado	
Comercialización	
Servicio	
MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	75
MECÁNICA OPERATIVA	76
POBLACIÓN O UNIVERSO	
FORMULA DE CÁLCULO	
CÁLCULO DE LA MUESTRA	
Información Primaria	
Encuestas	
Opinión de Expertos	
Información Secundaria	
Tabulación y Análisis de la Información	77
IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	87

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	88
ANÁLISIS DE LA OFERTA	
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	90
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA OFERTA FUTURA	91
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	92
REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA DEMANDA FUTURA	93
DEMANDA INSATISFECHA	
Representación gráfica del balance oferta – demanda	94
Estimación Precios Del Servicio De Bordados Computarizados	95
COMERCIALIZACIÓN	
CANALES DE DISTRIBUCIÓN	96
DIRECTO	
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	
PRECIO	97
PLAZA	
PUBLICIDAD	
RESUMEN DEL ESTUDIO	98

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO	99
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	
MACRO LOCALIZACIÓN	
MICRO LOCALIZACIÓN	100
MATRIZ DE PUNTOS O DE FACTORES	
VÍAS DE COMUNICACIÓN	101
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	102
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS	
TAMAÑO DEL PROYECTO	
INGENIERÍA DEL PROYECTO	103
DISEÑO DE INSTALACIONES ADMINISTRATIVAS	104
DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	

FLUJOGRAMA DEL PROCESO	105
FLUJOGRAMA DEL PROCESOS DE OPERACIONES	106
FLUJOGRAMA DEL PROCESOS DE OPERACIONES VENTAS Y PRODUCCION	
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	107
REQUERIMIENTO TERRENO	
INFRAESTRUCTURA CIVIL	
INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO	108
EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	
INVERSIÓN EN MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	
MUEBLES Y ENSERES	
EQUIPOS DE OFICINA	110
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
INVERSIÓN PARA CAPITAL DE TRABAJO	
DETERMINACIÓN DE PERSONAL	111
PERSONAL PARA LA OPERACIÓN DEL PROYECTO	
FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO	112
INVERSIÓN FIJA INICIAL TOTAL	

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO	113
PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN	
DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	114
PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS	115
COSTOS DE PRODUCCION	
MATERIA PRIMA	
MANO DE OBRA	116
Gastos Generales de Fabricación	119
Presupuesto Costos de Producción	
GASTOS DE VENTAS	120

TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA	
GASTOS FINANCIEROS	122
Estados Financieros Proforma	124
Estado de Situación Financiera	
Estado de Resultados Proyectado	125
Flujo de Caja Proyectado	126
Tasa de Redescuento o Rendimiento Medio	
Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)	126
Período de Recuperación de la inversión	129
BENEFICIO – COSTO	130
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES	
SÍNTESIS DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA	131

CAPITULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	132
Logotipo	
Misión	
Visión	
Objetivos	133
Principios	
Valores	134
Organización Estructural de la Empresa	135
Funciones Básicas de la Organización	
Departamento Administrativo	
Departamento de Ventas	
Departamento de Producción	136
Organigrama Estructural	
Organización Interna de la Empresa	137
Nivel Administrativo	

Administrador	
Diseñador	
Ventas	
Nivel Operativo	
Bordadores	138
Manual de Funciones	
Área Administrativa	
Área Comercial	140
Área Operativa	141
Aspectos Legales	142
Registros Legales	
Registro Único de Contribuyentes	
Permiso Municipal	143
Permiso de los Bomberos	144

CAPÍTULO VII

IMPACTOS	145
ANÁLISIS DE IMPACTOS	
IMPACTO SOCIAL	146
MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE	
NIVEL DE VIDA	
GENERACIÓN DE EMPLEO	147
ESTABILIDAD FAMILIAR	
IMPACTO ECONÓMICO	
RENTABILIDAD	148
EFEECTO MULTIPLICADOR	
CONDICIONES NECESARIAS	
REINVERSIÓN	

IMPACTO EMPRESARIAL COBERTURA DE NUEVOS MERCADOS	149
COMPETENCIA	150
MANEJO ÓPTIMO DE LOS RECURSOS	
Impacto general	
Análisis	151
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	152
BIBLIOGRAFIA	154
ANEXOS	
ANEXO "A" Formato encuesta	158
ANEXO "B" Formato encuesta	160
ANEXO "C" Mapas	162
ANEXO "D" Fotos Terrenos	163

INDICE DE CUADROS

Cuadro	Título	
Pág.		
1	RELACIÓN DIAGNÓSTICA	30
2	DETERMINACIÓN DE AOOD	41
3	MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO	75
4	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN META	76
5	CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA TEXTIL	89
6	OFERTA DEL SERVICIO DE BORDADO COMPUTARIZADO	
7	OFERTA FUTURA	90
8	REQUERIMIENTO DE BORDADOS COMPUTARIZADOS	91
9	DEMANDA FUTURA	92
10	TIPOS DE SERVICIOS	93
11	FRECUENCIA DE SERVICIOS	94
12	BALANCE OFERTA DEMANDA	
13	MATRIZ DE PUNTOS O DE FACTORES	100
14	DISEÑO DE INSTALACIONES ADMINISTRATIVAS	103
15	DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	104
16	REQUERIMIENTO TERRENO	107
17	INFRAESTRUCTURA CIVIL	
18	EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	108
19	EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.	109
20	MUEBLES Y ENSERES	
21	EQUIPOS DE OFICINA	110

22	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
23	CAPITAL DE TRABAJO	111
24	PERSONAL PARA LA OPERACIÓN DEL PROYECTO	
25	FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO	112
26	INVERSIÓN FIJA INICIAL TOTAL	
27	PRESUPUESTO DE LA INVERSION	113
28	DEPRECIACION	114
29	AMORTIZACION	115
30	COMPORTAMIENTO SUELDO BASICO	116
31	PROYECCION SUELDO MOD	118
32	GASTOS GENERALES	119
33	GASTOS DE VENTAS	120
34	TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA	
35	CALCULO DE INGRESOS ESTIMADOS	123
36	BALANCE GENERAL	124
37	ESTADO DE RESULTADOS	125
38	FLUJO DE CAJA	126
39	CALCULO COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTO	127
40	CALCULO DEL VAN	
41	CALCULO TIR	128
42	PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	129
43	BENEFICIO COSTO	130
44	SINTESIS DE LA EVALUACION FINANCIERA	131
45	ANALISIS DE IMPACTOS	145

43	IMPACTO SOCIAL	146
44	IMPACTO ECONOMICO	147
43	IMPACTO EMPRESARIAL	149
44	IMPACTO GENERAL	150

INDICE DE GRAFICOS

Cuadro	Título	Pág.
1	GRÁFICO No 01: Oferta	32
2	GRÁFICO No 02: Maquinaria	33
3	GRÁFICO No 03: Demanda	34
4	GRÁFICO No 04: Educación para operar	35
5	GRÁFICO No 05: COMPETENCIA	36
6	GRÁFICO No 06: CALIDAD DEL PRODUCTO	37
7	GRÁFICO No 07: DIFUSION DEL SERVICIO	38
8	GRÁFICO No 08: CONTROL DE CALIDAD	39
9	GRÁFICO No 09: APOYO FINACIERO	40

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La ciudad de Ibarra provincia de Imbabura está ubicada a 2.192 metros sobre el nivel del mar. Su temperatura oscila entre 12° y los 32° su población total es de 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres.

Nuestra zona es privilegiada puesto que, dada la existencia de diversas materias primas se ha originado una extensa gama de producción textil, teniendo como resultado una gran variedad de prendas que se expenden en los mercados nacionales e internacionales.

En el caso particular de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, la producción textil en los mercados es un renglón significativo del comercio; pues existe gran demanda de prendas en su mayoría bordadas.

Frente a esta realidad y en vista de que en esta ciudad no existen muchas empresas que brinden un servicio de bordado computarizado de calidad, se ha creído conveniente crear una microempresa, destinada a la oferta de este servicio, para cubrir la demanda y obtener nuevas fuentes de trabajo.

JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de este anteproyecto es de vital importancia ya que nos permitirá establecer las metas que queremos alcanzar y al mismo tiempo con los obstáculos que nos podemos encontrar, de igual manera se fijara la estructura en donde se encuentran los puntos más significativos con los que se trabajara para lograr los objetivos propuestos siguiendo una metodología acorde al tema propuesto.

Debido a que en los últimos años la tecnología ha ido evolucionando en todos las áreas productivas para de esa forma mejorar varios tipos de servicios y satisfacer necesidades con mayor eficiencia y eficacia se a visto que la oferta de bordados computarizados en la ciudad de Ibarra se convierte en un servicio de alta calidad por lo que se genera buenas expectativas al emprender este proyecto.

Los propósitos por los cuales se decide realizar este trabajo son muchos, pero los más sobresalientes son brindar nuestro servicio a todo tipo de instituciones y personas en general para mejorar su presentación tanto institucional como la de complacencia de gustos personales ya que esta microempresa se distinguirá de las de mas por ver lo mejor para nuestros futuros clientes.

Para la realización de los bordados se utilizara maquinas industriales e hilos de excelente calidad lo que garantiza un servicio de primera y así obtener la confianza de los usuarios y el prestigio empresarial.

Además la ciudad contara con un servicio actual y novedoso lo cual es de vital importancia para la ejecución, desarrollo y crecimiento de este proyecto como actividad laboral.

Por todo lo todo lo antes mencionado este proyecto se convierte en un servicio de calidad y gran utilidad para pequeños productores, y de igual forma constituye una fuente de ingresos para el desarrollo y un mejor nivel de vida.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa para la oferta de servicio de bordado computarizado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Establecer las bases teóricas científicas que avalen la propuesta del proyecto.
- Desarrollar un Estudio de Mercado que permita cualificar la demanda potencial de los productos a ofertar en el proyecto.
- Establecer la propuesta del proyecto mediante un Estudio Técnico.
- Evaluar financieramente la propuesta del proyecto.
- Analizar los posibles impactos que se derivan de la implantación del proyecto en los aspectos socioeconómico, empresarial, tecnológico y ambiental.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes del Diagnóstico

El actual diagnóstico busca determinar la factibilidad de la creación de una microempresa para la oferta de servicio de bordado computarizado, para lo cual se realizó la recopilación de la información en la ciudad de Ibarra, a través de la aplicación de encuestas a micro-empresas que se dedican a ofertar el servicio de bordado computarizado, información que servirá para establecer las diferentes formas de comercialización y producción. De esta misma manera se investigaron las siguientes variables, como son: capacidad productiva, capacidad de talento humano, productos sustitutos y comercialización.

Dentro de la ciudad se encuentran pequeñas empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir mismas que tienen este servicio pero en su mayor parte se dedican a realizar bordados en su producto utilizando esta actividad como un complemento mas no en forma directa a todo público, ya que lo más conveniente para estas personas es trabajar para su propia empresa.

Frente a esta realidad y en vista que en la zona existen pocas lugares que se dediquen a esta actividad hemos creído conveniente crear una pequeña empresa, destinada al servicio de bordado computarizado, que sea dirigido a todo público, instituciones y pequeños productores de toda clase de prendas que requiera de nuestro servicio

La idea de consolidar el proyecto surgió por iniciativa propia a raíz de la visita a la ciudad de Atuntaqui, donde se puede apreciar la gran acogida que tiene este servicio por su gran utilidad para mejorar la presentación de sus productos.

Además, se pretende imponerse en el mercado ofertando un servicio de calidad brindando atención personalizada y sobre todo precios acordes a la situación económica actual de la ciudad.

En base a la situación externa podemos apreciar que el servicio es actual y con un mercado que tiende a extenderse.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Realizar un Diagnóstico Situacional externo del entorno del proyecto para identificar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

1.2.2 Específicos

- Analizar las formas de producción de las unidades.
- Análisis del Talento Humano que labora en el sector.
- Reconocer los productos sustitutos.
- Analizar las formas de comercialización de las mismas.

1.3 Variables e Indicadores

VARIABLES	INDICADORES
<i>Capacidad Productiva.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tipos de productos</i> - <i>Tecnología</i> - <i>Volumen de producción</i> - <i>Tipo de materia prima</i>
<i>Capacidad de Talento Humano.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Nivel de formación</i> - <i>Capacitación</i> - <i>Calificación</i> - <i>Experiencia</i>
<i>Productos Sustitutos.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tipos de productos</i> - <i>Accesibilidad de adquisición</i> - <i>Precio</i> - <i>Calidad</i>
<i>Comercialización</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tipo de mercado</i> - <i>Canales de distribución</i> - <i>Puntos de venta</i> - <i>Manejo de precios</i>

1.4 Matriz de la relación diagnóstica

TABLA No 01: RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
<i>Analizar las formas de producción de las unidades.</i>	<i>Capacidad Productiva.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tipos de productos</i> - <i>Tecnología</i> - <i>Volumen de producción</i> - <i>Infraestructura.</i> 	<i>Encuesta</i> <i>Observación Directa</i>	<i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i>
<i>Análisis del Talento Humano que labora en le sector.</i>	<i>Capacidad de Talento Humano.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Nivel de formación</i> - <i>Capacitación</i> - <i>Calificación</i> - <i>Experiencia</i> 	<i>Encuesta</i> <i>Encuesta</i> <i>Encuesta</i> <i>Encuesta</i>	<i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i>
<i>Reconocer los productos sustitutos.</i>	<i>Productos Sustitutos.</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tipos de productos</i> - <i>Accesibilidad de adquisición</i> - <i>Precio</i> - <i>Calidad</i> 	<i>Encuesta</i> <i>Encuesta</i> <i>Encuesta</i> <i>Observación Directa</i>	<i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i>
<i>Analizar las formas de comercialización.</i>	<i>Comercialización</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Plaza de mercado</i> - <i>Canales de distribución</i> 	<i>Encuesta</i> <i>Encuesta</i>	<i>Información primaria</i> <i>Información primaria</i>

FUENTE: Objetivos Específicos

ELABORADO POR: El Autor

1.5 Identificación de la población

Población o universo constituye la población total que forma parte del problema que se va a investigar. Dicha población la integran personas que tienen acción o dependencia directa o pertenecen por naturaleza a éste universo.

Básicamente la encuesta estará dirigida a los dueños de las bordadoras existentes, que son siete, nuestra competencia directa

1.6 Diseño de instrumentos de investigación

En la presente investigación se obtuvieron dos tipos de información, la información primaria y secundaria.

1.6.1 Información Primaria

Es aquella que permitirá el contacto directo con el área a investigarse, uno de los medios más comunes es la observación, la cual permite una investigación directa y facilita la captación de la realidad existente. Otro medio para recabar información es la encuesta la cual nos permiten conocer la opinión de los diferentes entes involucrados en el desarrollo del tema.

1.6.2 Información Secundaria

La información secundaria se refiere a los medios de consulta en varias fuentes como: Tesis, así como la búsqueda en Internet de los temas relacionados con la investigación.

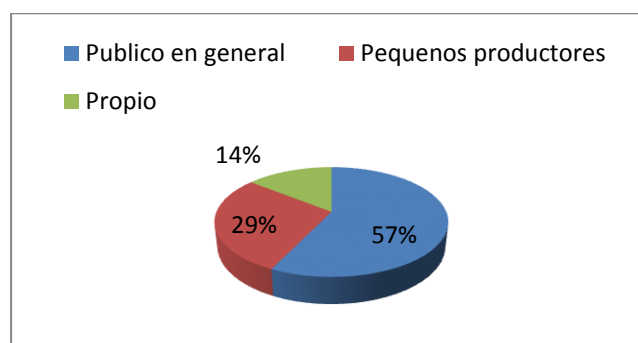
1.7 Tabulación, Análisis y Evaluación de la información

1.7.1 Encuestas aplicadas a las pequeñas empresas de la ciudad de Ibarra

1. ¿A qué tipo de mercado oferta su producto?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Público en general	4	57
Pequeños productores	2	29
Propio	1	14
TOTAL	7	100.00

GRÁFICO No 01: Oferta



FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

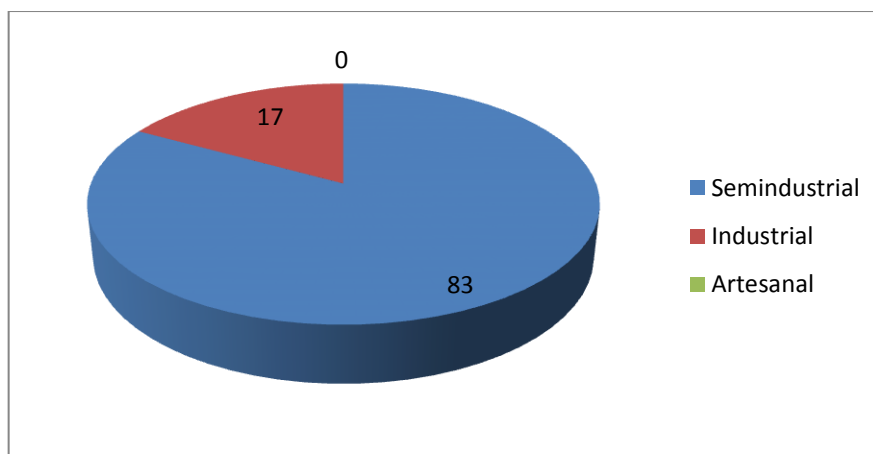
1.1 ANÁLISIS:

Con los resultados de esta pregunta podemos darnos cuenta que la competencia presta este servicio en mayor porcentaje al público en general. Por lo que existe poca atención para los pequeños productores, debido a que Ibarra está creciendo en el sector micro empresarial debemos ofertar nuestro servicio y enfocarnos en este sector. Esto nos ayudará a tener una amplia demanda y por consiguiente nuestros ingresos serán altos, aumentando así los beneficios de la empresa.

2. ¿Qué tipo de maquinaria utiliza?.

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semiindustrial	6	83
Industrial	1	17
Artesanal	0	0
TOTAL	7	100.00

GRÁFICO No 02: Maquinaria



FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

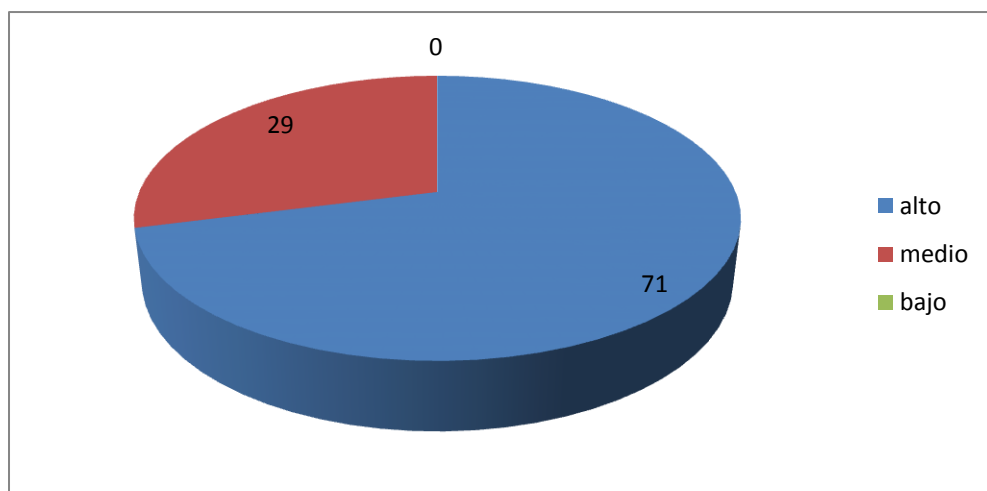
2.1 ANÁLISIS:

Los resultados nos permiten apreciar que en la actualidad las microempresas utilizan en su mayoría maquinaria semi-industrial debido a que su costo es menor que las industriales. Esta maquinaria existe dentro del mercado en nuestra provincia por lo que se facilita la adquisición de la misma.

3. ¿Como califica la demanda para este servicio.?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta	5	71
Media	2	29
Baja	0	0
TOTAL	7	100.00

GRÁFICO No 03: Demanda



FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

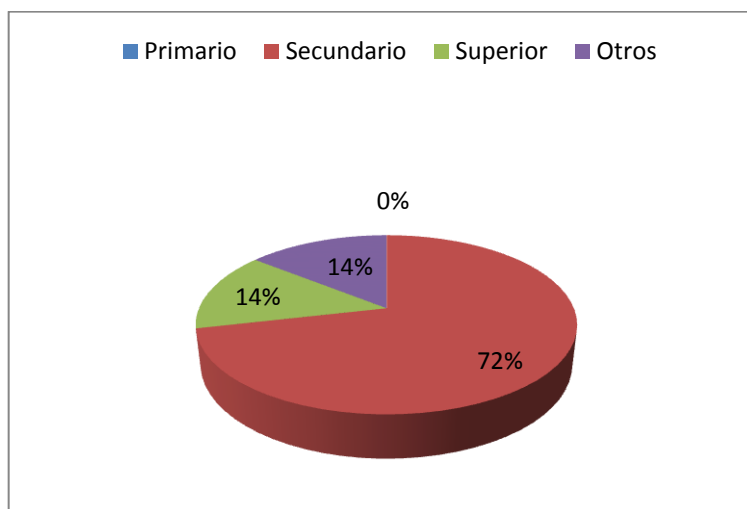
3.1 ANÁLISIS

Con respecto a esta pregunta la mayoría de microempresas consideran que existe una demanda alta debido a que es un servicio que es muy utilizado en el medio, con lo que podemos deducir que el servicio si tiene acogida dentro del mercado. Además los resultados permiten tener expectativa positiva con respecto a lo que serian las utilidades de la empresa.

4. ¿Qué nivel de formación se requiere para realizar esta actividad?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Otros	1	1
Secundaria	5	72
Superior	1	1
TOTAL	7	100.00

GRÁFICO No 04: Educación para operar



FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

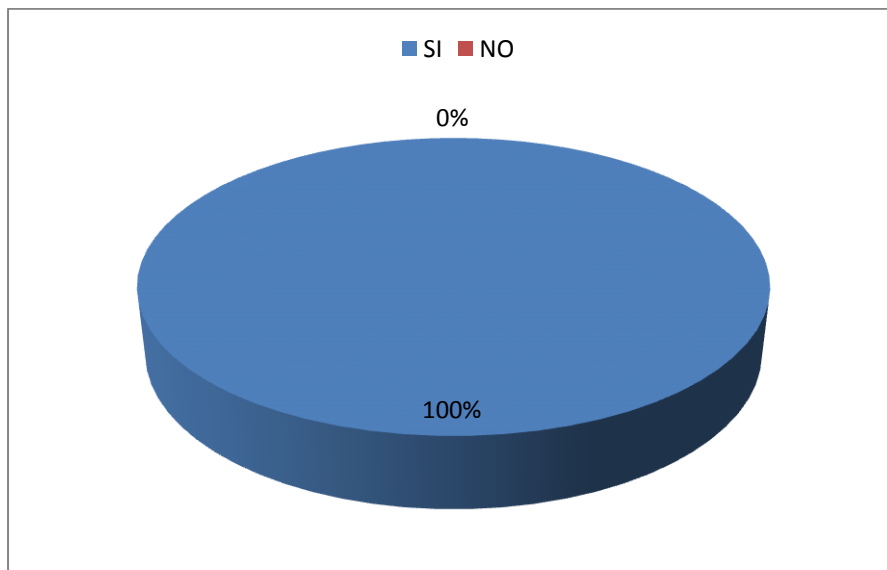
4.1 ANÁLISIS

Los resultados de esta pregunta nos permite determinar el tipo de talento humano que se requiere para emprender esta actividad. El resultado es favorable ya que la mayoría de microempresas trabaja con personal de un nivel de instrucción de tipo secundaria lo cual en nuestro medio es fácil encontrarlo y seleccionarlo.

5. ¿En el mercado local existe un servicio similar a este.?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	100
No	0	0
TOTAL	7	100.00

GRÁFICO No 05: COMPETENCIA



FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

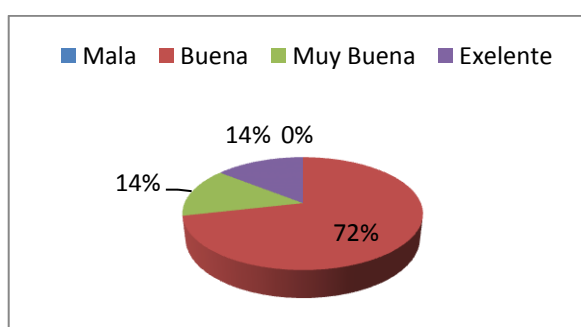
5.1 ANÁLISIS

Estos resultados nos proporcionan una clara idea en lo relacionado a los productos que existen en el mercado local. Lo importante en este punto es determinar el tamaño de la demanda insatisfecha con la finalidad de cubrirla total o parcialmente.

6. ¿Si la respuesta anterior es afirmativa, que calidad tiene el producto.?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Exelente	1	14
Buena	5	72
Muy Buena	1	14
TOTAL	7	100.00

GRÁFICO No 06: CALIDAD DEL PRODUCTO



FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

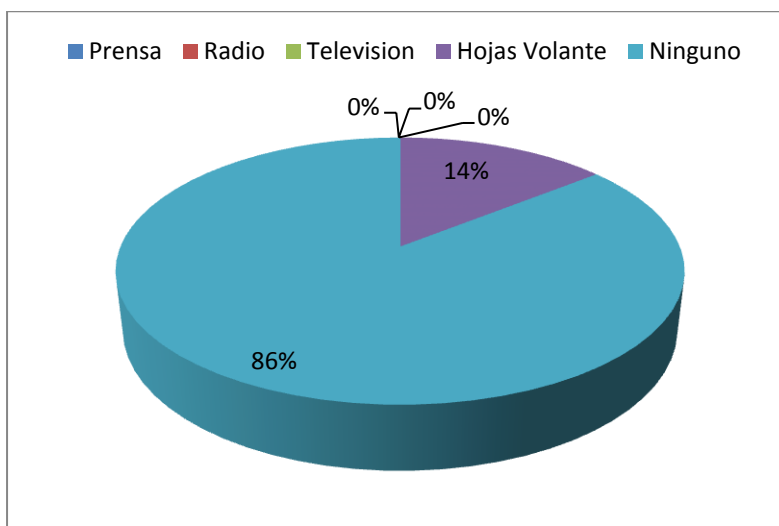
6.1 ANÁLISIS

Con los resultados de esta pregunta podemos deducir que los productos sustitutos son de buena calidad, pero eso no significa que sea una razón que afecte a la microempresa debido a que muchos de los productos existentes van perdiendo posicionamiento ya que la tecnología avanza, es por eso que el servicio del bordado computarizado sería de preferencia de las personas. Esto también constituye una ventaja para nuestro proyecto ya que fácilmente podemos hacer frente a la competencia, ofreciendo un servicio de calidad que sobrepasen las expectativas del cliente potencial.

7. ¿Qué herramientas utiliza para difundir este tipo de servicio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguno	6	86
Hojas Volantes	1	14
Prensa, TV, Radio	0	0
TOTAL	7	100.00

GRÁFICO No 07: DIFUSION DEL SERVICIO



FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

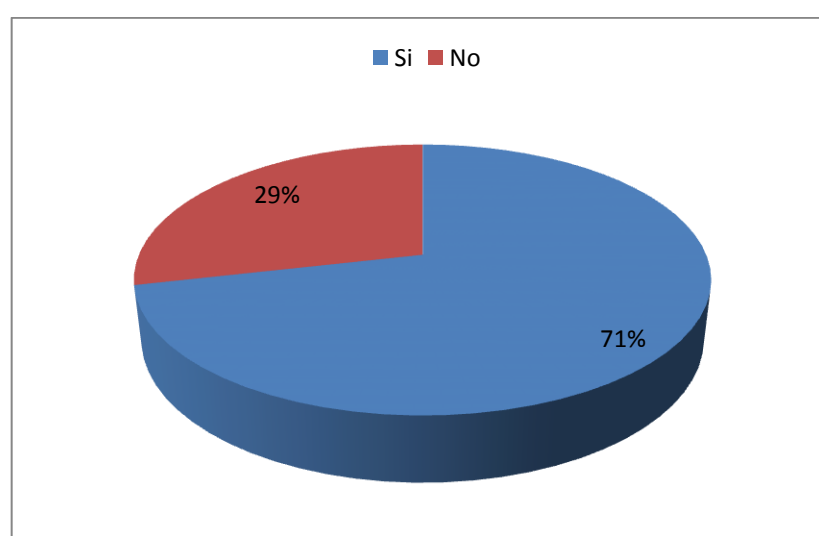
7.1 ANÁLISIS:

En base a los resultados de esta pregunta podemos establecer que no existe una adecuada utilización de las herramientas existentes para la difusión de este servicio, lo cual podemos aprovechar y obtener una ventaja ante nuestra competencia ofertando el servicio de bordado por estos medios para obtener un mayor nivel de aceptación por parte de los clientes potenciales.

8. ¿Cómo realiza el control de calidad del servicio?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	71
No	2	29
TOTAL	7	100.00

GRÁFICO No 08: CONTROL DE CALIDAD



FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

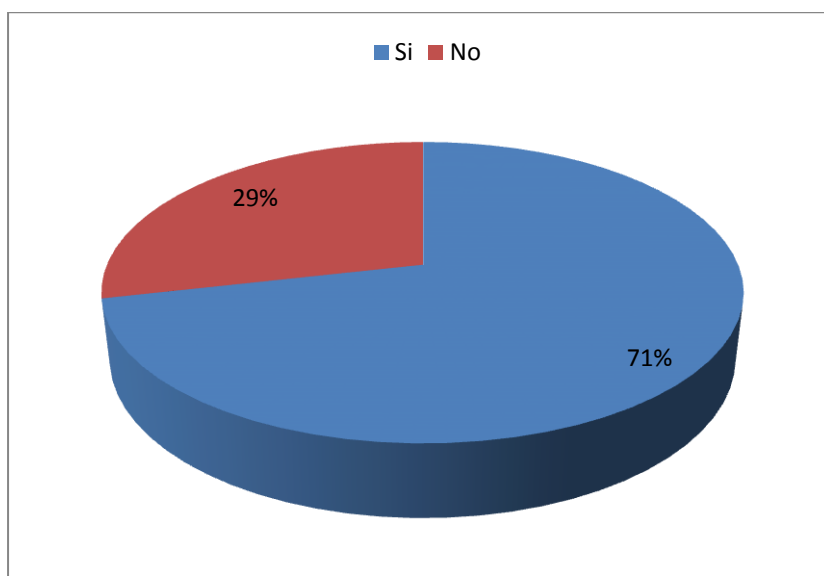
8.1 ANÁLISIS

Para un mejor control de calidad, se debe aplicar un control técnico para reducir desechos y desperdicios y consecuentemente reducir costos.

9. ¿Ha recibido apoyo financiero microempresarial?

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	71
No	2	29
TOTAL	7	100.00

GRÁFICO No 09: APOYO FINANCIERO



FUENTE: Investigación de campo

ELABORADO POR: El Autor

9.1 ANÁLISIS

La mayoría pertenece a 5 microempresas, las cuales respondieron que si recibieron apoyo de tipo económico para expandir su actividad empresarial, mientras que la diferencia afirma que utilizo recursos propios. El sector financiero ha sido un factor determinante en el crecimiento y desarrollo micro empresarial.

1.8 DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Riesgos Y Oportunidades

CUADRO No 02:

ALIADOS	OPONENTES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer el manejo de la gestión administrativa del negocio. 2. Disponibilidad de mano de obra calificada. 3. Disponibilidad de maquinaria semi-industrial en el mercado local. 4. Utilidades proyectadas significativas. 5. Utilización de hilos de alta calidad en el bordado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No poseer infraestructura propia. 2. Falta de recursos económicos disponibles para realizar la inversión. 3. No contar con planes de marketing. 4. Altos precios del bordado computarizado en comparación con productos sustitutos. 5. Inexistencia de un sistema de control de calidad.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alto nivel de aceptación de clientes potenciales. 2. Reducido número de competidores directos 3. Introducción a nueva tecnología. 4. Posicionar nuestro servicio en pequeños productores en el mercado local. 5. Ingresar a nuevos mercados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitado apoyo por parte de las instituciones encargadas del crecimiento y desarrollo empresarial. 2. Existencia de productos sustitutos a menor costo. 3. Mejor capacidad tecnológica de los competidores. 4. Elevados costos de maquinaria tecnificada. 5. Imagen de los competidores ya posicionados en el mercado.

FUENTE: Investigación de campo

AUTOR: Investigador

CRUCES ESTRATEGICOS	ALIADOS	OPONENTES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer el manejo de la gestión administrativa del negocio. 2. Disponibilidad de mano de obra calificada. 3. Disponibilidad de maquinaria semi-industrial en el mercado local. 4. Utilidades proyectadas significativas. 5. Utilización de hilos de alta calidad en el bordado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. No poseer infraestructura propia. 2. Falta de recursos económicos disponibles para realizar la inversión. 3. No contar con planes de marketing. 4. Altos precios del bordado computarizado en comparación con productos sustitutos. 5. Inexistencia de un sistema de control de calidad.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 6. Alto nivel de aceptación de clientes potenciales. 7. Reducido número de competidores directos 8. Introducción a nueva tecnología. 9. Posicionar nuestro servicio en pequeños productores en el mercado local. 10. Ingresar a nuevos mercados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.4. La capacidad administrativa en el manejo de la actividad económica permitirá alcanzar un posicionamiento del servicio. 2.1. Servicio y atención al cliente de calidad será determinante en el proceso de decisión de compra y lo que fidelizará a clientes potenciales. 3.5. Aprovechar la disponibilidad de maquinaria para acceder a nuevos mercados con precios competitivos. 4.3. Aprovechar el limitado número de competidores para abarcar la mayor parte del mercado y alcanzar márgenes de utilidad considerables. 5.5. Mediante la utilización de materiales e insumos de calidad permitirá satisfacer las necesidades y expectativas de pequeños empresarios y así posicionamos en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Estructurar ambientes físicos óptimos que permitan mejorar la imagen corporativa y satisfacer las necesidades de clientes potenciales. 2.1. Buscar fuentes de financiamiento para la adquisición de nueva tecnología y mejorar el proceso de producción. 3.4. Realizar acciones de marketing mix para posicionarse en el mercado local y facilitar el ingreso a nuevos mercados. 4.3. La implementación de nueva tecnología permitirá reducir costos y por ende el precio de venta. 5.4. Realizar un control de calidad técnico utilizando la capacidad tecnológica existente dentro del mercado.
RIESGOS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 6. Limitado apoyo por parte de las instituciones encargadas del crecimiento y desarrollo empresarial. 7. Existencia de productos sustitutos a menor costo. 8. Mejor capacidad tecnológica de los competidores. 9. Elevados costos de maquinaria tecnificada. 10. Imagen de los competidores ya posicionados en el mercado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.5. La capacidad administrativa en el manejo de una actividad económica facilitará alcanzar una imagen competitiva y consecuentemente reducir la participación en el mercado de competidores directos e indirectos. 2.2. La potencialidad del talento humano cualificado que opere en la empresa contribuirá a la minimización de costos, y mejorar precios frente a productos sustitutos. 3.3. Realizar una inversión en maquinaria tecnificada y alcanzar altos niveles de productividad y ser competitivos. 4.1. Coordinar actividades entre microempresarios y ente público tendientes al desarrollo y crecimiento microempresarial. 5.5. Mediante el uso de materiales de calidad en el proceso de bordados permitirá fortalecer la imagen empresarial por medio de un servicio de calidad. 	<ol style="list-style-type: none"> 2.1. Evaluar las ofertas crediticias del sistema financiero dirigido al sector micro empresarial y escoger la mejor alternativa con montos pagaderos a corto plazo. 3.5. Establecer estrategias de marketing como una herramienta para posicionar la imagen de la microempresa y el servicio a ofertar para cubrir la mayor parte del mercado. 4.3. El avance tecnológico contribuye a la optimización de recursos y reducción de costos, a demás disminuye el impacto de la competencia directa e indirecta, logrando mantener precios acordes al mercado. 5.1. Mediante la capacitación técnica por parte del ente público para contribuir al desarrollo empresarial y fortalecer la supervivencia en el mercado.

1.9 Problema Diagnóstico

Luego de concluida la investigación de campo en la cual se aplicó los diferentes instrumentos y técnicas de investigación, así como el análisis de la Matriz de Aliados, Oponentes, Riesgos y Oportunidades podemos visualizar con mayor claridad el problema en cuanto al entorno de la microempresa con respecto al servicio de bordado computarizado.

La falta de gestión administrativa en cada una de las microempresas es el principal problema, es por esta razón que varias de estas no se consolidan dentro del mercado por ende se vuelven negocios que no tienden a expandirse.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 MICROEMPRESA

2.1.1 Definición

ADLER Martin (2006) dice: “Una microempresa es una empresa de tamaño pequeño. Su definición varía de acuerdo a cada país, aunque, en general, puede decirse que una microempresa cuenta con un máximo de diez empleados y una facturación acotada. Por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma”. (Pág. 12).

Extracto página web www.ruralfinance.org: “Una microempresa es un negocio personal y familiar en el área de comercio, producción o servicios que tiene menos de 10 empleados el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituyen un importante fuente de ingresos para el hogar”.

VILLARÁN, Fernando en el Seminario de "Microempresas y Medio Ambiente (2008) señala: refiriéndose a la micro industria, que está caracterizada por su reducido tamaño , tiene de uno a cuatro personas ocupadas y presenta una escasa densidad de capital equivalente a 600 dólares por puesto de trabajo. Utiliza poco equipo de capital y es intensiva en mano de obra. Además presenta bajos niveles de capacitación y productividad. Con ingresos que se mantienen a niveles de subsistencia, inestabilidad económica y la casi nula generación de excedentes. Este sector es mayoritariamente informal.

Los autores manifiestan que la microempresa está constituida por bajo capital debido a que es una organización pequeña la cual genera ingresos

pero no los suficientes como para obtener altas utilidades es decir sirve como fuente de trabajo en la cual forma parte de las actividades diarias el dueño de la misma.

Por lo anteriormente expuesto se puede ver que una microempresa es una organización en su mínima expresión, su distinción básica consiste en que su propiedad y el manejo operacional y administrativo se concentran en manos de una o a lo sumo de no más de 10 personas, quienes a la vez tienen la necesidad de tomar las decisiones del negocio.

2.1.2 Importancia de la Microempresa

Las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Micros y Pequeñas Empresas cumplen un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.

Las empresas cada vez tienen y deben de ser más flexibles y dinámicas, tanto en su producción, como en la forma de llegar al cliente. Y eso solo se puede conseguir con la creación de pequeñas empresas o profesionales independientes, especialistas en los distintos hábitos empresariales.

2.1.3 Clasificación de las Microempresas

2.1.3.1 Por su trabajo e importancia

a) La microempresa de producción

Son aquellas que transforman materiales, materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentran la elaboración de artesanías, son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.

b) La microempresa de comercio

Son las que tienen como actividad la compra venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.

c) La microempresa de servicios

La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad.

2.1.3.2 Por su organización

a) La microempresa individual

Es un solo dueño con responsabilidad ilimitada.

b) La microempresa de sociedad de personas

Es la asociación de dos o más individuos como copropietarios que hacen negocios con fines de lucro, la responsabilidad es ilimitada, los beneficios se reparten en proporción a los aportes, por el trabajo de cada uno de los socios, y por el riesgo asumido por cada socio.

2.1.4 Características de la Microempresa

- El propietario o propietarios de la empresa laboran en la misma.
- El número total de trabajadores y empleados no excede de diez (10) personas.
- El valor total anual de las ventas no excede de doce (12) Unidades Impositivas tributarias.
- Bajo nivel tecnológico.
- Bajo nivel organizativo.
- Constituye el principal medio de vida de su titular y de su familia.
- Baja rentabilidad.

2.1.5 Actividades que realiza la Microempresa

- Vender sus productos.
- Promocionar el negocio.
- Presupuestar ingresos.
- Calcular costos.
- Fijar precios.
- Comprar insumos.
- Programar su producción.
- Trabajar en la producción.
- Atender proveedores.
- Atender clientes.
- Entrenar a sus empleados.
- Conducir a sus empleados.
- Sondear el mercado.
- Estudiar la competencia.
- Hacer trámites.
- Hacer gestiones bancarias.
- Llevar registros.
- Analizar nuevos productos.

2.1.6 Ventajas

- Libertad de decisión.
- Creatividad.
- Rapidez de acción.
- Unidad de acción.
- Flexibilidad operativa.
- Libertad de decisión.
- Conocimientos específicos en su especialidad o nichos de trabajo.
- Requiere bajos niveles de inversión.
- Se transforma con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.

- Es una fuente generadora de empleo.

2.1.7 Desventajas

- Falta de información.
- Multiplicidad de tareas.
- Escasa capacitación.
- Desorganización de tareas y tiempos.
- Economías empresarias y personales mezcladas.
- Escasa planificación de futuro y aún corto plazo.
- Influencias familiares y problemas de salud.
- Individualidad.
- Dificultad de acceso a crédito.

2.2 GESTIÓN

2.2.1 Concepto

IVANCEVICH, Jhon (2007) menciona: “la gestión es el proceso emprendido por una o más personas para coordinar las actividades laborales de otras con la finalidad de lograr resultados de la calidad que cualquier otra persona, trabajando sola no podría alcanzar”.

**Extracción página web www.gestionyadministracion.com:
“Gestionar es realizar diligencias conducentes al logro de un negocio o de un deseo cualquiera. Administrar, por otra parte, consiste en gobernar, dirigir, ordenar, disponer u organizar. El término gestión, por lo tanto, implica al conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una empresa o de un negocio”.**

CHIAVENATO, Idalberto (2007) afirma: “la gestión del talento humano es un area muy sencilla a la mentalidad que predomina en las organizaciones. Es contingente y situacional, pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adopta las características del concepto ambiental el negocio de

la organización y otra infinidad de variables importantes”
(pág. 10).

Por lo anteriormente dicho se entiende por gestión a la realización de actividades en forma grupal con el fin de lograr objetivos de manera eficiente y eficaz los cuales no se podría lograrlos de forma individual con la misma excelencia.

Es un conjunto de reglas y métodos para llevar a cabo con la mayor eficacia un negocio o actividad empresarial; en definitiva, se trata de conseguir el éxito en cualquier empresa de carácter económico, financiero, político.

La perspectiva de la gestión desde el punto de vista de las personas se refiere a la importancia de los empleados con los que el gestor trabaja y a los que dirige en el cumplimiento de los objetivos de la organización, la gestión en sí mismo es un medio para alcanzar la eficiencia y la eficacia de la organización, de ahí que el establecimiento de los objetivos de la institución a corto, mediano y largo plazo sean un factor determinante en la conducción de los recursos.

2.2.2 Importancia de la gestión

En situaciones complejas, donde se requiera un gran acopio de recursos materiales y humanos para llevar a cabo empresas de gran magnitud la administración ocupa una importancia primordial para la realización de los objetivos. Este hecho acontece en la administración pública ya que dado su importante papel en el desarrollo económico y social de un país y cada vez más acentuada de actividades que anteriormente estaban relegadas al sector privado, las maquinarias administrativas públicas se han constituido en la empresa más importante de un país. En la esfera del esfuerzo colectivo donde la administración adquiere su significación más precisa y fundamental ya sea social, religiosa, política o económica, toda organización depende de la administración para llevar a cabo sus fines.

2.2.3 Capacidades propias de la gestión

Cualquiera que sea el nivel en el que los gestores ejercen sus funciones, todos ellos han de adquirir y han de desarrollar una serie de capacidades. Una capacidad es la habilidad o pericia requerida para llevar a cabo una tarea determinada. Varias categorías de capacidades revisten importancia para el ejercicio de los roles de gestión.

2.2.3.1 Capacidades Técnicas

Las capacidades técnicas se refieren a la habilidad para utilizar conocimientos, técnicas y recursos específicos en la realización de un trabajo.

2.2.3.2 Capacidades Analíticas

Las capacidades analíticas suponen la utilización de enfoques o técnicas científicas tales como la planificación en los requerimientos de materiales, modelos de control de inventarios, provisiones y sistemas de información re recursos humanos para solucionar problemas de gestión. Las capacidades analíticas, en síntesis representan la capacidad para identificar factores claves para entender cómo se interrelacionan y para desempeñar sus roles en una situación determinada.

2.2.3.3 Capacidades para tomar decisiones

Todos los gestores han de tomar decisiones o han de elegir entre alternativas diversas. La calidad de estas decisiones determina su eficacia. La capacidad de los gestores en la toma de decisión es para adoptar una determinada línea de acción está muy influida por su capacidad analítica. Una pericia analítica insuficiente se traduce inevitablemente en una toma de decisiones deficientes.

2.2.3.4 Capacidades Informáticas

Los gestores con capacidades informáticas tienen una comprensión conceptual de la informática y, en particular saben cómo utilizar el ordenador y el software en muchas facetas de su trabajo.

2.2.3.5 Capacidad para tratar con las personas

Dado que los gestores han de realizar gran parte de su trabajo por medio de otras personas su capacidad para trabajar con otros, comunicarse con ellos y comprenderles es vital. Las capacidades para tratar con las personas son esenciales en todo y cada uno de los niveles de la organización. Las capacidades y la comunicación incluyen la capacidad de comunicarse en la forma en que otras personas pueden entender, así como para procurarse y utilizar la retroalimentación de sus empleados para tener la seguridad de que se le comprende.

2.2.3.6 Capacidad Conceptuales

Las capacidades conceptuales consisten en la capacidad para lograr una percepción global de la organización de las complejidades de la organización en su conjunto y de la manera en que sus diversas partes encajan entre sí. Para mantener a una organización centrada en sus objetivos es necesario captar el modo en que cada parte de la organización encaja e interactúa con las demás para lograr los objetivos fijados.

2.3 PROCESO ADMINISTRATIVO

Es el conjunto de decisiones y actividades de trabajo que los administradores realizan en forma continua al planificar, organizar, dirigir y controlar. Esto significa que cuando los administradores hacen su trabajo, suelen llevar a cabo sus actividades sobre la marcha y de manera continua, es decir, lo hacen dentro de un proceso.

Un proceso es una forma sistemática de hacer las cosas. Se habla de la Administración como un proceso para subrayar el hecho de que todos los administradores, sean cuales fueran sus aptitudes o habilidades personales, desempeñan ciertas actividades interrelacionadas con el propósito de alcanzar las metas que desean.

2.3.1 Planificación

STEPHEN, Robbins; Administración, 2005: “Proceso que incluye la definición de los objetivos o metas de la organización, la determinación de una estrategia general para alcanzar esas metas y el desarrollo de una jerarquía completa de planes para integrar y coordinar las actividades” (Pág. 212).

CERTO, Samuel; Administración Moderna, 2007: “Esta implica la elección de tareas que deben ser ejecutadas para alcanzar las metas organizacionales, esbozando la forma en la que se deben ejecutar” (Pág. 10).

Para Robbins, la planificación constituye un proceso donde primeramente se delimitan los objetivos y metas a partir de los cuales para luego continuar con el establecimiento de estrategias las cuales son necesarias para alcanzar las metas y objetivos planteados con anterioridad.

Similar criterio tiene Samuel Certo, para el cual la planificación es base fundamental para el desarrollo de los planes y programas establecidos para la consecución de metas y objetivos necesarios para una institución. Los planes para una organización son muy necesarios ya que sin ellos los administradores no pueden saber cómo organizar debidamente a su personal y/o sus recursos. Quizás incluso ni siquiera tengan una idea clara de qué deben organizar. Sin un plan, no pueden dirigir con confianza. Sin un plan los administradores y sus seguidores no tienen muchas posibilidades de alcanzar sus metas, ni de saber cuándo y dónde se desviaron del camino.

2.3.2 Organización

STONER, James; FREEMAN, Edward; Administración, 2008: “Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una organización, de tal manera que estos puedan alcanzar las metas de la organización” (Pág. 12)

CERTO, Samuel; Administración Moderna, 2007: “Puede concebirse como la asignación de las tareas desarrolladas durante la planificación a diversos individuos, grupos o ambos dentro de la empresa” (Pág. 10).

Para Stoner y Freeman la organización es el proceso que ayuda básicamente a ordenar y distribuir el trabajo, asimismo la autoridad y sus recursos entre todos los integrantes de la institución permitiendo así el logro de los objetivos y metas de la misma. La organización produce la estructura de las relaciones de una institución y estas relaciones estructuradas servirán para realizar los planes futuros.

En cambio, para Certo es la designación y distribución de tareas planificadas con anterioridad a los miembros integrantes de la organización y para el logro de los objetivos. Los administradores ordenan y asignan el trabajo, delegan la autoridad y distribuyen los recursos para alcanzar las metas organizacionales.

Esta función es de extrema importancia para el sistema administrativo dado que es el principal mecanismo por el cual los administradores activan los planes. La organización crea y mantiene relaciones entre todos los recursos organizacionales indicando qué recursos serán usados para actividades específicas y cuándo, dónde y cómo se usarán dichos recursos. Un esfuerzo de organización verdadero ayuda a los administradores a minimizar costosos puntos débiles, tales como la duplicidad de esfuerzos y la ociosidad de los recursos organizacionales.

2.3.3 Dirección

STONER, James; FREEMAN, Edward; Administración, 2008: “*Dirigir implica mandar, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales*” (Pág. 13).

CERTO, Samuel; Administración Moderna, 2007: “*Es el hecho de influir en los individuos para que contribuyan a favor del cumplimiento de las metas organizacionales y grupales por lo tanto tiene que ver fundamentalmente con el aspecto interpersonal de la Administración*” (Pág. 32).

Para Stoner y Freeman delimita el concepto de dirección a través de sinónimos lo cual permite que sea más claro para los empleados y trabajadores el entendimiento del mismo y utilización en la organización.

De hecho la dirección llega al fondo de las relaciones de los administradores con cada una de las personas que trabajan con ellos. Los administradores dirigen tratando de convencer a los demás de que se unan para lograr el futuro que surge de los pasos de la planificación y organización. Los administradores, al establecer el ambiente adecuado ayudan a sus empleados a hacer su mejor esfuerzo.

Para este autor es una manera sutil de influir en el trabajador para que colabore a la consecución de objetivos y el cumplimiento de las metas tanto personales como institucionales. Los administradores dirigen, influyen y motivan a los empleados para que realicen las tareas esenciales.

2.3.4 Control

FREEMAN, Edward; Stoner, James; Administración, 2007: “*Proceso para asegurar que las actividades reales se ajustan a las actividades planificadas*” (Pág. 13).

CERTO, Samuel; Administración Moderna, 2007: “*Consiste en hacer que algo pase en la forma que se planeó que pasará*” (Pág. 447).

El control para Stoner y Freeman, es la comparación entre lo planificado y lo ejecutado mediante parámetros y cuantificaciones que permitan a la dirección tomar decisiones útiles para el desarrollo de la institución.

Gracias a esta función, se puede mantener a la organización en el buen camino. Las organizaciones están estableciendo, cada vez con mayor frecuencia, maneras de incluir la calidad en la función de control.

Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades del control. Los administradores tienen que preocuparse por el control y supervisión de acciones por que con el tiempo los efectos no siempre resultan como se planean.

El concepto de Certo es similar al encontrado en el libro de Administración de Stoner y Freeman, se basa exclusivamente en observar y tratar de que pase lo que se planificó con anterioridad. Los administradores se aseguran de que la organización se dirige hacia los objetivos organizacionales.

2.4 ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

2.4.1 Concepto

DESSLER, Gary; Administración de Recursos Humanos, 2007: “*Conceptos y técnicas necesarias para llevar a cabo los aspectos de la GENTE o Recursos Humanos de un puesto administrativo, que incluyen: reclutamiento, selección, capacitación, compensación y evaluación*” (Pág. 2).

MONDY, Wayne; Administración de Recursos Humanos, 2009: “*Es la utilización de los recursos humanos es para alcanzar objetivos organizacionales. En consecuencia, comprende a los gerentes de todos los niveles. Básicamente, por medio del esfuerzo de otros, los*

gerentes logran que se hagan cosas que requieren una efectiva administración de los recursos humanos” (Pág. 4).

Para Gary Dessler, el concepto de Administración es un concepto básico donde engloba a sus subsistemas como el reclutamiento, selección, capacitación, compensación y evaluación, necesarios para el desarrollo de las personas en la institución.

En cuanto a esto podemos decir que el Talento Humano es necesario para la realización de las actividades de una empresa u organización. Hoy en día el factor humano es considerado como uno de los factores principales y más sensibles es por esto que la administración del Talento humano es indispensable para el manejo de sus necesidades y expectativas.

Igualmente para Wayne Mondy en su libro delimita el concepto de Administración de Recursos Humanos, y señala que los Jefes de todas las áreas jerárquicas deben influir sobre su personal para la consecución de los objetivos organizacionales, es decir, utilizar y manejar al personal para que hagan lo que quiere la organización.

El término recursos humanos se refiere a las personas que componen una organización. Cuando los administradores realizan actividades de recursos humanos como parte de sus responsabilidades y tareas, buscan facilitar las aportaciones que las personas efectúan al objetivo común de alcanzar las metas de la organización a que pertenecen.

Para que las personas puedan trabajar o realizar sus funciones se deberá establecer normas y reglas dentro de la organización, las mismas que estarán dirigidos al logro de los objetivos de la organización, así como de los objetivos que tenga cada una de las personas al realizar su trabajo.

El objetivo de los recursos humanos es fomentar una relación de cooperación entre los directivos y los trabajadores para evitar los frecuentes enfrentamientos derivados de una relación jerárquica tradicional.

2.4.2 Subsistemas

2.4.2.1 Reclutamiento

El reclutamiento es el proceso de atraer individuos en número suficiente y estimularlos para que soliciten puestos dentro de la empresa, o cubrir una vacante disponible.

2.4.2.2 Selección de personal

La selección es el proceso por el cual la organización escoge, de entre un grupo de solicitantes, a las personas mejor capacitadas para los puestos vacantes y para la institución.

2.4.2.3 Diseño de puestos

Se refiere a la división del trabajo de una organización entre sus empleados, para así poder facilitar las actividades dentro de la misma.

2.4.2.4 Descripción y análisis de puestos

La definición del puesto, su ubicación en el organigrama, su contenido, se conoce como la descripción del trabajo o descripción del puesto. Cada uno de los cuadros del organigrama está ligado a una descripción que enumera: el nombre del puesto, así como sus labores y obligaciones.

2.4.2.5 Evaluación del desempeño

La evaluación del desempeño es el proceso mediante el cual se estima el rendimiento global del empleado, realizando comparaciones entre lo que

se desea del empleado o trabajador y lo que realmente está sucediendo dentro de la organización.

2.4.2.6 Compensación

Denominada también remuneración, tradicionalmente, ha estado ligada a un trabajo particular o a la descripción de un puesto.

2.5 ESTUDIO DE MERCADO

2.5.1 Definición

RANDALL, Geoffrey (2008) define: “El estudio de mercado es la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing”

BACA, Gabriel (2006) dice: “Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Pág. 7)

El estudio de mercado constituye una verdadera herramienta la cual se la utiliza para tomar decisiones mismas que llevan a la determinación de estrategias de producción, de costos, de ventas y de comercialización.

Es parte muy importante de un proyecto ya que permite visualizar claramente la situación real en la que se encuentra el lugar donde se va iniciar dicha actividad.

2.6 MERCADO

2.6.1 Definición

BACA, Urbina (2006) señala: “Se entiende por mercado al área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes o servicios” (Pág. 14).

STANLEY, Jevons (2007) afirma que "los comerciantes pueden estar diseminados por toda la ciudad o una región, sin embargo constituir un mercado, si se hallan en estrecha comunicación los unos con los otros, gracias a ferias, reuniones, listas de precios, el correo, u otros medios" (Pág. 23).

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio. Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás.

2.6.2 Clases de Mercados

Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.

2.6.2.1 Mercado Total

Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

2.6.2.2 Mercado Potencial

Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien están en condiciones de adquirirlas.

2.6.2.3 Mercado Meta

Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar.

2.6.2.4 Mercado Real

Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta.

2.6.3 Producto

2.6.3.1 Definición

STANTON, William (2006) dice: “Es conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluyen entre otras cosas empaque, color, precio, calidad y marca, junto con los servicios y la reputación del vendedor. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona, o una idea” (Pág. 211).

Extracto página web www.wikipedia.org: “En mercadotecnia, un producto es todo aquello tangible o intangible (bien o servicio) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras”.

Debido a que los consumidores compran satisfacción, no elementos sueltos. Producto significa el ofrecimiento -por una firma- de satisfacer necesidades. Lo que interesa a los clientes es como ellos ven el producto.

En esta parte debe hacerse una descripción exacta del producto o los productos que se pretenda elaborar. El público compra mucho más que una serie de atributos físicos cuando adquiere un producto, está comprando las características de sus necesidades en forma de los beneficios que espera recibir del producto.

2.6.3.2 Clasificación de los Productos

a) Producto principal

Se deben reunir los datos que permitan identificar al producto principal. Se deben señalar sus características físicas, químicas o de cualquier otra índole. Tiene que haber coherencia con los datos del estudio técnico. Es necesario aclarar si se trata de productos para exportación, tradicionales, o un nuevo producto.

b) Productos sustitutivos

Se debe señalar la existencia y características de productos similares en el mercado, y que puedan competir con ellos en el mercado, indicando en qué condiciones pueden favorecer o no al producto objeto de estudio.

c) Productos complementarios

Indique si el uso o consumo del producto está condicionado por la disponibilidad de otros bienes y servicios. Identifique esos productos complementarios destacando sus relaciones con el producto, para que sean incluidos en el estudio de mercado.

2.6.4 Demanda

2.6.4 1 Definición

AMEZ Fernando (2006): *“Cantidad de bienes o servicios que los agentes económicos de un mercado están dispuestos a adquirir para cada nivel de precios, en un período determinado y bajo unas condiciones de mercado dadas”* (Pág. 64).

BACA, Urbina (2006) manifiesta: *“demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”* (Pág. 17).

La demanda es la voluntad y capacidad de un individuo o consumidor para adquirir un bien o servicio en un periodo de tiempo y lugar determinado. Si un individuo solo tiene voluntad o solo capacidad para adquirir un bien o servicio, entonces no está demandado.

Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

2.6.4 1 Cantidad Demandada

La cantidad demandada de un bien o servicio es la cantidad que un consumidor está dispuesto a comprar a un precio en particular durante un tiempo determinado. La cantidad demandada se expresa como la cantidad del bien o servicio por unidad de tiempo.

Asimismo la cantidad demandada no es necesariamente igual a la cantidad que en realidad se compra. En este caso cuando los productores no desean ofertar las cantidades que los consumidores están demandados a un determinado precio, entonces los planes de compra de los consumidores no se cumplirán.

2.6.4.2 Ley de la Demanda

La ley de la demanda enuncia lo siguiente: "con todo lo demás constante, cuando aumenta el precio de un bien su cantidad demandada disminuye, y cuando el precio del bien disminuye su cantidad demandada aumenta", implica el supuesto que todos los demás factores que afectan la demanda se mantiene constante, con excepción del precio del referido bien.

2.6.4.3 Determinantes de la Demanda

a) Las Rentas

Es evidente que la renta influye en la cantidad que compran los individuos de la mayoría de los bienes y servicios a un precio dado cualquiera. En el caso de la mayoría de los bienes, la cantidad demandada a un precio cualquiera aumenta con la renta. Los bienes que tienen esta propiedad se denominan bienes normales.

b) Los Gustos

No todas las personas tienen los mismos gustos ni todos los gustos permanecen fijos a lo largo del tiempo. Por ejemplo, en las sociedades occidentales, la cultura inculca el gusto por sentarse en muebles almohadillados mientras que en muchas ciudades orientales se prepara a los individuos para que se sienten con las piernas cruzados en el suelo. Por lo tanto la demanda de sillones tiende a ser mayor en los países occidentales que en los orientales.

c) Las expectativas

Las expectativas de los individuos sobre los niveles futuros de renta y de precio también afectan a sus decisiones de compra. Por ejemplo una persona que espera obtener unos ingresos muchos mayores en el futuro probablemente gastara hoy más que otra idéntica que espere obtener unos ingresos muchos menores. Del mismo modo a menudo aceleramos nuestras compras actuales de bienes cuyos precios esperamos que suban significativamente en los meses venideros.

d) Población

Cuando mayor es un mercado, mayor es la cantidad que se compra de un bien o servicio a un precio cualquiera dado. Así por ejemplo en las ciudades que tienen una creciente población, la demanda de vivienda aumenta de año en año, mientras que en ciudades cuya población están disminuyendo tiende a descender.

2.6.4.4 Clases de Demanda

a) En relación con su oportunidad

- **Demanda insatisfecha:**

Es aquella en la que el producto o servicio ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado

- **Demanda satisfecha:**

Es aquella en la que lo que se ofrece al mercado es exactamente lo que éste requiere.

b) En relación con su necesidad

- **Demanda de bienes necesarios:**

Son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento y están relacionados con la alimentación, vestimenta, vivienda, y otros rubros.

- **Demanda de bienes innecesarios:**

Es el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina, y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

c) En relación con su temporalidad

- **Demanda continua:**

Es aquella que permanece durante largos períodos de tiempo, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.

- **Demanda cíclica o estacional:**

Es aquella que en alguna forma se relaciona con los períodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales, como regalos en época de navidad.

d) En relación con su destino

- **Demanda de bienes finales:**

Que son aquellos adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.

- **Demanda de bienes intermedios:**

Son los que requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

2.6.5 Oferta

2.6.5.1 Definición

BACA, Urbina (2006) manifiesta: “oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están

dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Pág. 39).

ADLER, Oscar (2006) escribe: “Se entiende por oferta la cantidad de un bien o servicio que las empresas producen y vende por su propia voluntad. Se relaciona con la cantidad ofrecida de un bien con su precio de mercado, manteniendo todo lo demás constante” (Pág. 25).

La cantidad ofrecida de un bien es la cantidad que los productores esta dispuestos a vender en un periodo dado a un precio en particular. La cantidad ofrecida no es la que a una empresa le gustaría vender, sino la que en definitivamente esta dispuesta a vender.

Sin embargo, la cantidad ofrecida no es necesariamente igual que la cantidad que en realidad se vende si los consumidores no quieren comprar la cantidad que una empresa tiene pensando vender, los planes de venta de la empresa se verán frustrados. Al igual que la cantidad demandada, la cantidad ofrecida se expresa como cantidad por unidad de tiempo.

2.6.5.2 Tipos de Oferta

a) Oferta Competitiva

Es aquellas en la que los productos se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.

b) Oferta Oligopólica

Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores. Tratar de penetrar en este tipo de mercados es no sólo un riesgo sino en ocasiones hasta imposible.

c) Oferta Monopólica

Es aquella en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad.

2.6.5.3 Análisis de la Oferta

Aquí también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. Hay que recabar datos de fuentes primarias y de fuentes secundarias.

Entre los datos que serán necesarios tener en cuenta para realizar un mejor análisis de la oferta están:

- a)** Número de productores.
- b)** Localización.
- c)** Capacidad instalada y utilizada.
- d)** Calidad y precio de los productos.
- e)** Planes de expansión.
- f)** Inversión fija y número de trabajadores

2.6.5.4 Ley de la Oferta

La ley de oferta afirma: “con todo lo demás constante, cuando mayor es el precio del bien, mayor será la cantidad ofrecida”. Un precio más alto lleva a una mayor cantidad ofrecida del bien, debido a que el costo de producir una unidad adicional del bien aumenta conforme aumenta la cantidad producida. Para inducirlos a incurrir en un costo más alto y aumentar la producción, se debe compensar a las empresas con un precio mayor.

2.6.5.5 Determinantes de la Oferta

a) La Tecnología

La cantidad que están dispuestos a ofrecer los oferentes a un precio cualquiera depende principalmente de sus costes de

producción, los cuales a su vez están estrechamente relacionados con la tecnología.

b) Los Precios de los Factores

Otro importante determinante de los costos de un oferente es lo que ha de pagarse por los factores de producción: el trabajo, el capital, etc. Si sube el precio de las embarcaciones para pescar langostas o el salario que se paga a los pescadores, la curva de ofertas se desplaza hacia la izquierda.

c) Numero de Oferentes

Cuando más empresas puedan ofrecer un producto, mayor será la cantidad ofrecida a un precio dado cualquiera.

d) Expectativas

Los oferentes también tienen en cuenta sus expectativas sobre las variaciones de los precios cuando toman sus decisiones actuales sobre la producción. por ejemplo si los ganaderos esperan que el precio de la carne de vacuno sube significativamente en el futuro debido a que hay una epidemia que está afectando al ganado joven, es probable que retenga las existencias que tiene actualmente de ganado maduro con el fin de sacar partido a los mayores precios futuros.

e) Clima

En el caso de algunos productos, especialmente los agrícolas la naturaleza influye poderosamente en la situación de la curva de oferta. Por ejemplo en los años de sequía la curva de oferta de muchos alimentos se desplaza acusadamente hacia la izquierda.

2.6.6 Precio

2.5.6.1 Definición

ARBOLEDA, Germán (2007) señala: “el precio es el valor expresado en dinero de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de

los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos”

BACA, Urbina (2006) explica: “precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (Pág. 43).

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios.

2.6.6.2 Tipos de precios

a) Internacional

Es el que se usa para artículos de importación-exportación. Normalmente está cotizado en dólares y FOB (libre a bordo) en el país de origen.

b) Regional externo

Es el precio vigente sólo en parte del continente. Por ejemplo, Centro América en América.

c) Regional interno

Es el precio vigente solo en parte del país. Por ejemplo, en el sureste o en la zona norte, rigen normalmente para artículos que se producen y consumen en esta región, si se desea consumir en otra cambia.

d) Local

Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de esa localidad, el precio cambia.

e) Nacional

Es el precio vigente en todo el país y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados.

2.6.6.3 Determinación del precio

En cualquier tipo de producto, así sea éste de exportación, hay diferentes calidades y diferentes precios. El precio también está influido por la cantidad que se compre.

Una empresa debe poner un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto, cuando introduce su producto normal en un nuevo canal de distribución o área geográfica y cuando licita para conseguir contratos nuevos.

Para lo cual se tomará en cuenta lo siguiente:

- a) Precio dado por el mercado interno.
- b) Precio dado por similares importados
- c) Precios fijados por el gobierno
- d) Precio estimado en función del costo de producción
- e) Precio estimado en función de la demanda (a través de los coeficientes de elasticidad)
- f) Precios del mercado internacional para productos de exportación.

2.6.7 Comercialización

2.6.7.1 Definición

Diccionario de Finanzas: *“Proceso a través del cual los productos pasan desde los puntos de producción a los de venta. Normalmente se compone de varias fases intermedias como la de compra-venta*

por parte de los mayoristas y minoristas, promoción del producto, estudios de mercado, distribución, etc.” (Pág.43).

BACA, Gabriel (2006) manifiesta: “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Pág. 52).

En este punto, el microempresario debe aplicar los mejores canales de distribución, para garantizar que el cliente reciba o tenga acceso al producto o servicio ofertado oportunamente. Para el efecto deberá decidir cómo llegarán sus productos a sus clientes y que este medio sea el más adecuado tanto para él como para ellos; ya que puede estar produciendo el mejor artículo de su género al mejor precio, pero si no se tiene los medios para hacerlo, no llegará al consumidor en forma eficiente y su empresa se irá a la quiebra.

La comercialización para una empresa es la base para su desarrollo, es el nexo de unión entre productores y consumidores. Las actividades de comercialización son las que más directamente se relacionan con los esfuerzos de la empresa, encaminados a estimular la demanda y a satisfacerla. Estas actividades se entrelazan y actúan entre sí como componentes de un sistema total por el cual una empresa elabora sus productos y los pone a disposición de los consumidores, los distribuye a través de los canales o canales comerciales, los promueve y les fija precios.

2.6.7.2 Elementos de la comercialización

Dentro del proceso de comercialización intervienen tres elementos claves. Productor, intermediario y consumidor, cada uno de ellos con una función específica para el desarrollo de la actividad comercial.

a) Productor

En cualquier canal de la comercialización, el productor es el que vende en la primera serie de transacciones de comercialización que ocurren

conforme el producto se desplaza hacia el mercado. Entre tales productos figuran empresas dedicadas a la fabricación industrial, a la minería, a la industria extractiva, así como a la agricultura. De este tipo de productores, los fabricantes son quienes normalmente tienen el mayor poder para influir con toda la secuencia de transacciones en que intervienen sus productos.

b) Intermediario

Los intermediarios se especializan en desempeñar actividades relacionadas con la propiedad de productos al influir estos de sus productores hasta sus últimos compradores. Como su nombre lo sugiere, tales instituciones están ubicadas en el canal de comercialización en un punto equis entre el productor y el comprador último.

c) Consumidor

Es el último eslabón de la cadena de comercialización, es a quien va dirigido el producto final.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El actual estudio de mercado busca determinar la factibilidad de la creación de una microempresa para la oferta de servicio de bordado computarizado, para lo cual se realizó la recopilación de la información en la ciudad de Ibarra, a través de la aplicación de encuestas a pequeños productores de prendas textiles que requieran de un servicio de bordado computarizado, información que servirá para establecer la oferta y la demanda de dicho servicio, realizar un análisis de precios. De esta misma manera se investigaron las siguientes variables, como son: mercado, comercialización, servicio y estructura organizacional.

3.1. Objetivos Del Estudio de Mercado.

3.1.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad de la creación de una microempresa para la oferta de servicio de bordado computarizado, al sector textil del cantón Ibarra, mediante un estudio de mercado que permita cualificar la demanda potencial de los productos a ofertar en el proyecto.

3.1.1 Objetivos Específicos

3.1.1.1 Analizar los aspectos de mercado del servicio de bordado computarizado, cantón Ibarra.

3.1.1.2 Determinar los mecanismos de comercialización del servicio de bordado computarizado.

3.1.1.3 Establecer la calidad y tipo de servicio que realizan las microempresas textiles del cantón.

3.2 Variables Diagnósticas

- Mercado
- Comercialización
- Servicio
- Oferta y Demanda

3.3 Indicadores

3.3.1 Mercado

- Precio
- Oferta
- Demanda

3.3.2 Comercialización

- Publicidad
- Promoción

3.3.3 Servicio

- Mano de Obra
- Bordado Computarizado.
- Calidad y variedad del servicio

3.4 MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	PÚBLICO INTERVINIENTE
Ob. 1. Analizar los aspectos de mercado del servicio de bordado computarizado del sector textil, cantón Ibarra.	➤ Mercado	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Precio ➤ Oferta ➤ Demanda 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Observación Directa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Empresas Textiles ➤ Posibles clientes
Ob. 2. Determinar los mecanismos de comercialización del servicio de mantenimiento industrial del sector	➤ Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Publicidad ➤ Promoción 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Observación Directa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Posibles clientes ➤ Empresas Textiles
Ob. 3. Establecer la calidad y tipo de servicio que realizan las microempresas de bordados computarizados.	➤ Servicio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Mano de Obra ➤ Bordado Computarizado ➤ Calidad y variedad del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta ➤ Observación Directa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Empresas Textiles ➤ Posibles clientes
Ob. 4. Analizar la oferta y demanda de los bordados computarizados	➤ Oferta y demanda	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nivel de oferta ➤ Nivel de demanda ➤ Canales de distribución 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Empresas Textiles ➤ Propietarios microempresas

3.5 MECÁNICA OPERATIVA

3.5.1 POBLACIÓN O UNIVERSO

En este estudio se consideró como población a las empresas del sector textil y a las empresas textiles que realicen bordados, ubicado en el cantón Ibarra.

La Superintendencia de Compañías del Ecuador cuenta con un registro de empresas textiles que están legalmente constituidas; para el estudio utilizaremos las 82 compañías que pertenecen al sector textil, que muestra su interés en el servicio prestado.

IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN META

INDUSTRIAS TEXTILES	TOTAL
82	82

Elaborado por: El Autor

3.5.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra, la población meta a identificar es 82 empresas textiles, para lo cual se va a realizar un censo ya que la población a identificar no es muy amplia.

3.5.3 Información Primaria

3.5.3.1 Encuestas

- a)** Empresa Textiles
- b)** Posibles clientes

3.5.3.2 Opinión de Expertos

- a)** Ingenieros Textiles
- b)** Ingenieros Industriales

3.5.4 Información Secundaria

La información secundaria que se ha utilizado es la siguiente:

- Bibliografía Especializada
- Revistas
- Recortes de Prensa
- Internet

3.5.5 Tabulación y Análisis de la Información

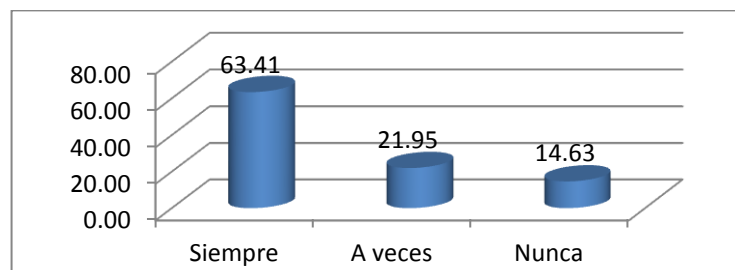
De acuerdo al estudio realizado a las empresas textiles del cantón se tiene como resultado lo siguiente:

1. Ha escuchado hablar acerca de los Bordados Computarizados?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	52	63.41
A veces	18	21.95
Nunca	12	14.63
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

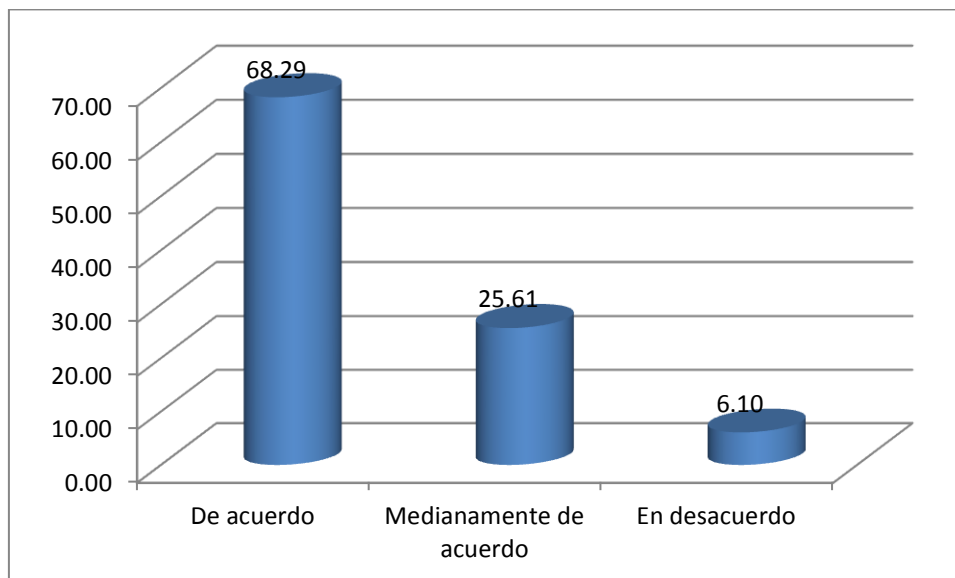
Después de haber realizado el levantamiento y tabulación de la información primaria, se tiene como resultado lo siguiente: los encuestados aseguran haber escuchado acerca de los bordados computarizados siempre lo que nos ayudará a alcanzar el adelanto del proyecto.

2. Cree que es productivo el servicio de Bordados Computarizados en la ciudad de Ibarra?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De acuerdo	56	68.29
Medianamente de acuerdo	21	25.61
En desacuerdo	5	6.10
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

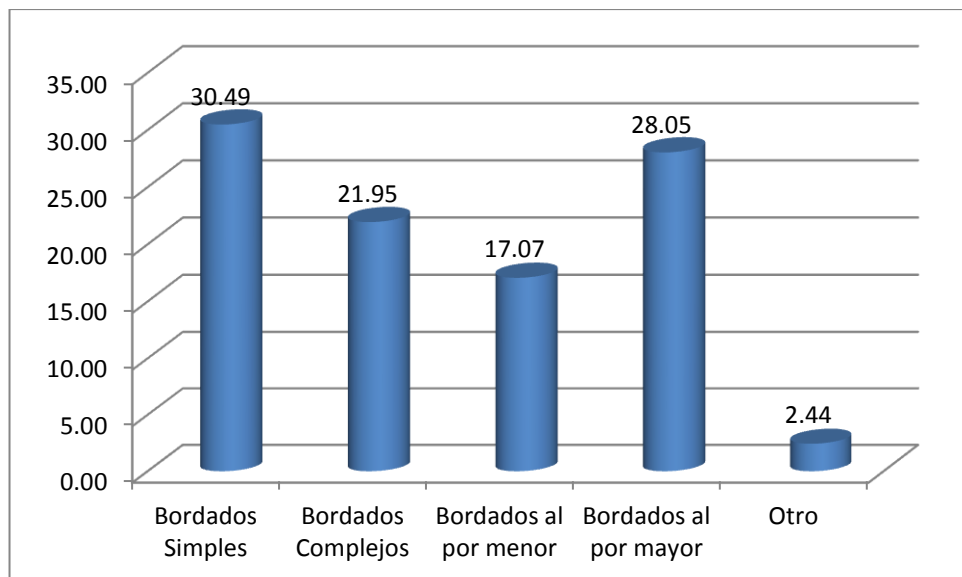
En esta pregunta, los encuestados están de acuerdo que el servicio de bordado computarizado es productivo para la ciudad de Ibarra ya que incentiva la pequeña producción y el mejoramiento de dicha técnica, por su parte otro porcentaje dicen estar medianamente de acuerdo y por último solamente pequeño margen de los investigados están en desacuerdo y dicen que el bordado computarizado no es productivo para la ciudad.

3. Que trabajos demandaría regularmente a este servicio?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bordados Simples	25	30.49
Bordados Complejos	18	21.95
Bordados al por menor	14	17.07
Bordados al por mayor	23	28.05
Otro	2	2.44
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

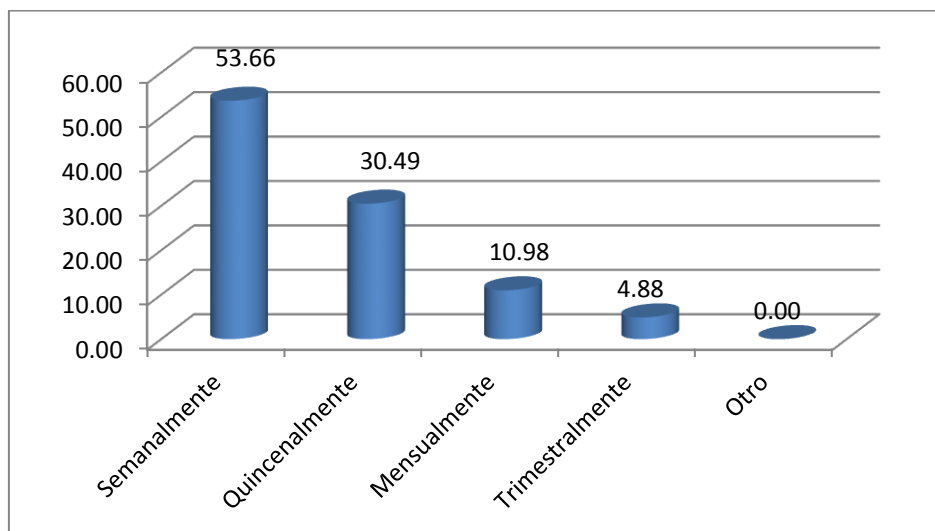
Después de la investigación realizada, los resultados nos indican que los trabajos más demandados por nuestros posibles clientes son los bordados simples, por lo tanto este va a ser nuestro producto estrella, y bordados al por mayor que por su parte también tienen un margen alto de demanda y que serán parte primordial para nuestro trabajo.,

4. Con que regularidad demandaría este servicio de Bordado Computarizado?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanalmente	44	53.66
Quincenalmente	25	30.49
Mensualmente	9	10.98
Trimestralmente	4	4.88
Otro	0	0.00
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

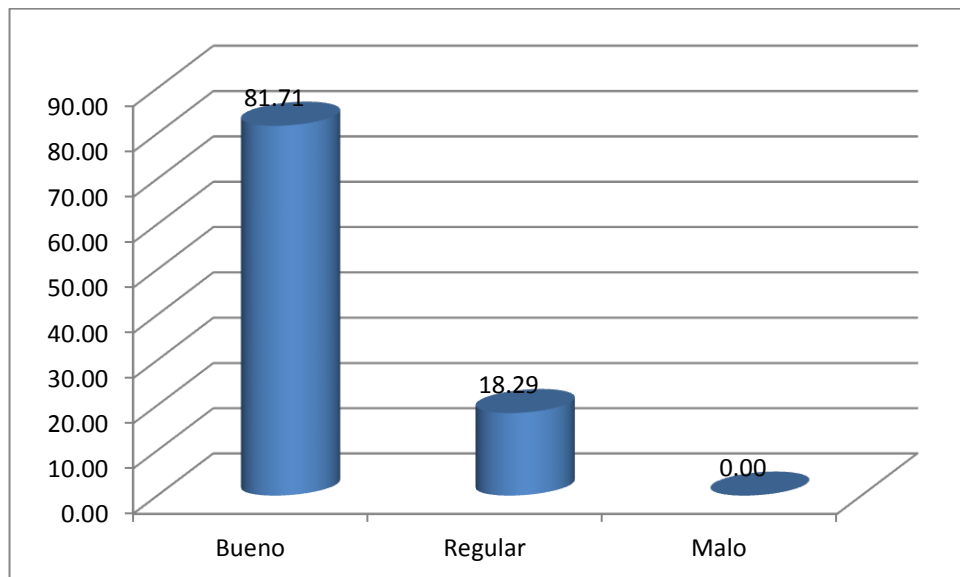
El servicio de bordado computarizado según nuestra investigación, nos indica que la regularidad de los posibles clientes es: semanalmente, quincenalmente, lo que nos da un porcentaje bastante alto de trabajo solicitado en 15 días, asimismo dicen necesitar el servicio mensualmente y trimestralmente respectivamente.

5. Cómo calificaría este nuevo servicio de Bordado Computarizado?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	67	81.71
Regular	15	18.29
Malo	0	0.00
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

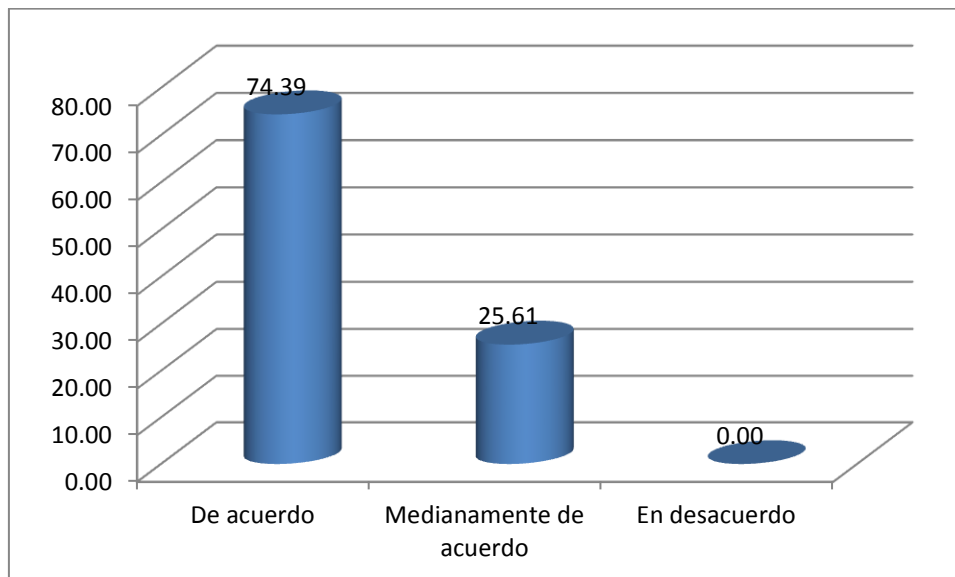
Los encuestados afirman, que este nuevo servicio de bordado computarizado es bueno y es de gran ayuda para el fomento de la microempresa y para incentivar el crecimiento del trabajo, lo que nos da una pauta de la demanda del servicio prestado, asimismo aseveran que el servicio es regular y finalmente nadie dice que el servicio es malo.

6. Está de acuerdo con la creación de la microempresa de Bordado Computarizado?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De acuerdo	61	74.39
Medianamente de acuerdo	21	25.61
En desacuerdo	0	0.00
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

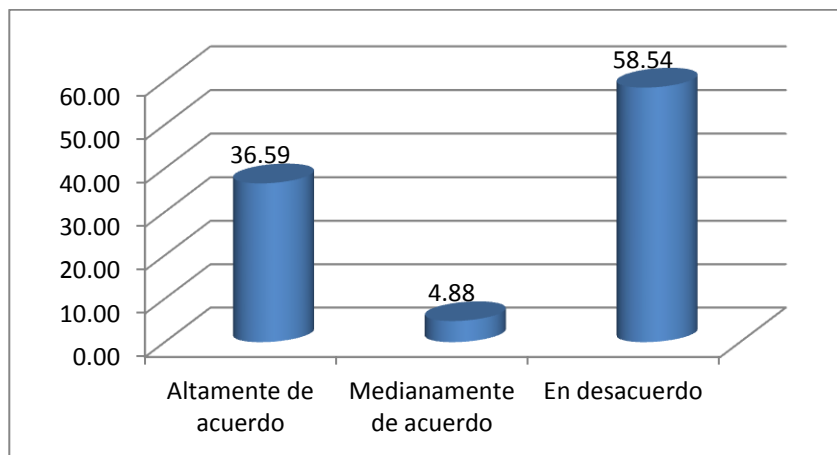
De los encuestados, un gran porcentaje dicen estar de acuerdo con la creación de la microempresa de bordado computarizado, por otro lado están medianamente de acuerdo el restante porcentaje, esto nos da una mirada clara de lo que nosotros estamos esperando, ya que nadie está en desacuerdo con la creación de la misma.

7. Cree que la oferta del servicio de Bordado Computarizado cubre las necesidades de la demanda en la ciudad de Ibarra?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Altamente de acuerdo	30	36.59
Medianamente de acuerdo	4	4.88
En desacuerdo	48	58.54
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

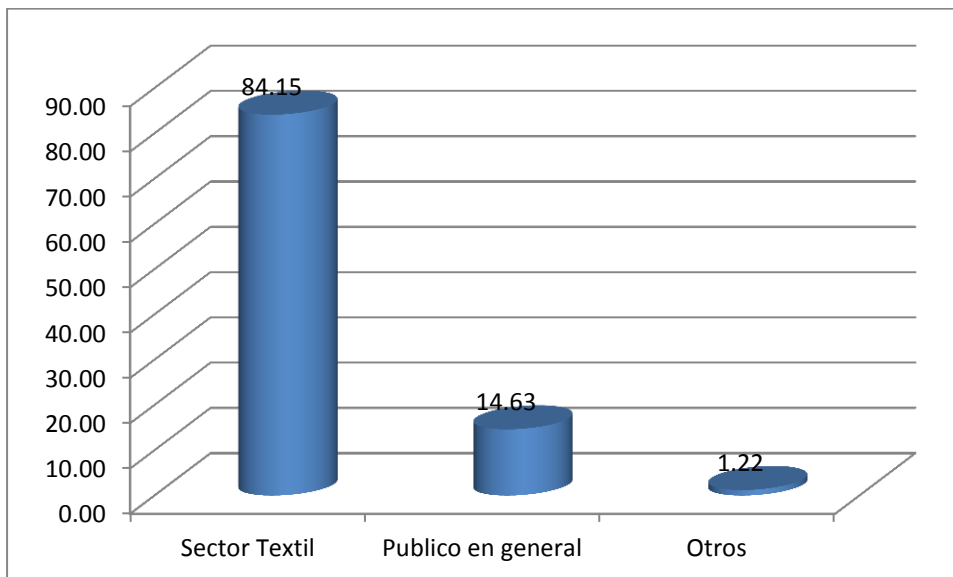
Después de la investigación realizada, los resultados de esta pregunta, están altamente de acuerdo con que la oferta de nuestro servicio va a ser insuficiente para cubrir la demanda de los clientes tiene un mediano porcentaje, esta medianamente de acuerdo con lo expresado y finalmente más de la mitad de los encuestados está en desacuerdo con lo indicado anteriormente.

8. Cuáles cree usted que son los mayores demandantes del servicio de Bordado Computarizado en la ciudad de Ibarra?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sector Textil	69	84.15
Publico en general	12	14.63
Otros	1	1.22
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

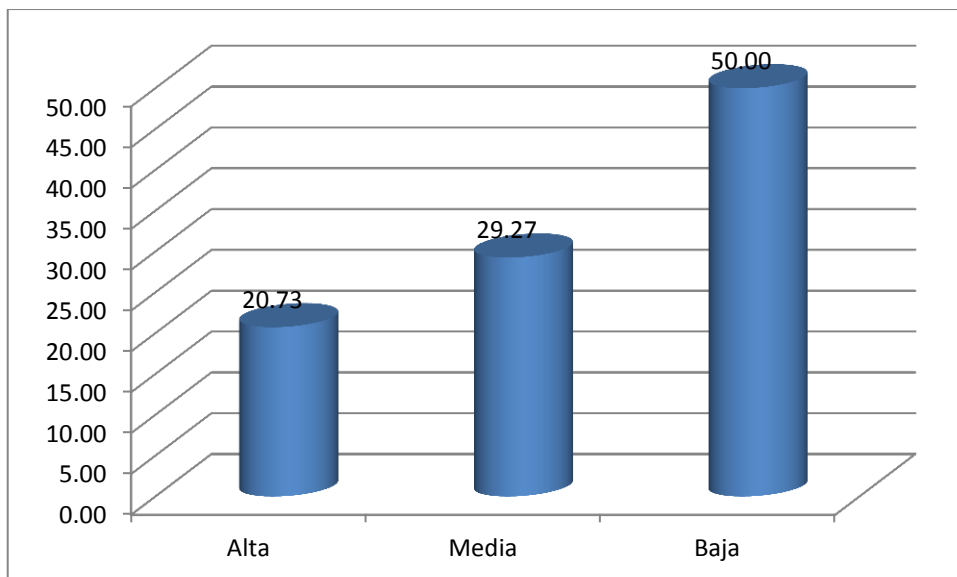
Según los encuestados, los mayores demandantes del servicio de bordado computarizado es el sector textil, es decir que nuestro público objetivo es este sector, sin dejar de lado al público en general que también es parte de nuestro mercado meta, también hay otros sectores que tenemos que incluir en nuestro servicio como el sector hotelero y otros.

9. La competencia del Servicio de Bordado Computarizado en la ciudad de Ibarra es:

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta	17	20.73
Media	24	29.27
Baja	41	50.00
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

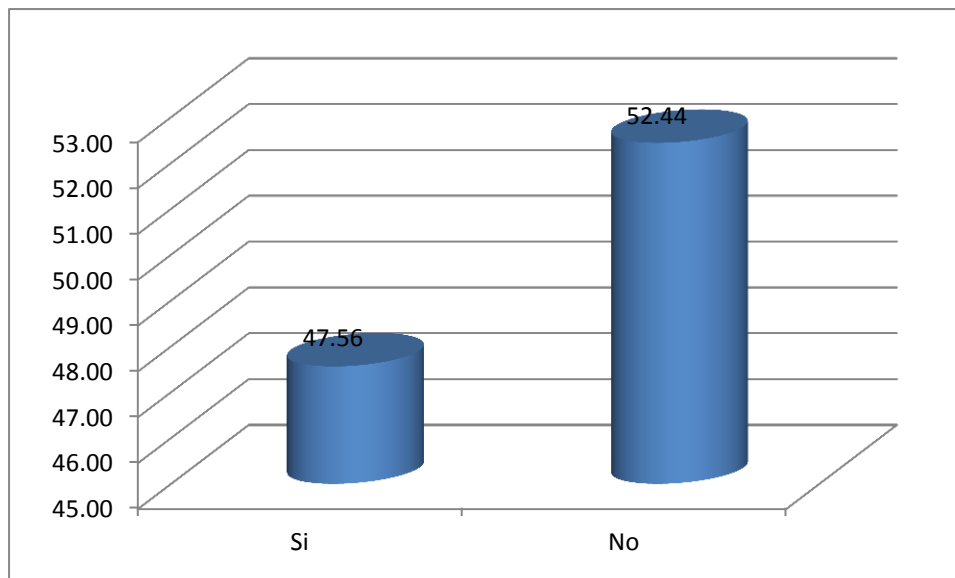
La competencia de nuestro servicio según la investigación realizadas nos dice que en la ciudad de Ibarra existe un tipo de competencia baja, por otro lado dicen que la competencia en media, es decir que tenemos solamente un pequeño margen de alta competencia.

10. En el mercado local existe un servicio similar a este?

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	39	47.56
No	43	52.44
TOTAL	82	100.00

Fuente: Empresas Textiles

Elaborado por: Autor



ANALISIS:

Los encuestados afirman que en la ciudad de Ibarra no existe un servicio similar al nuestro, pero más de la mitad de los investigados dice que si existen microempresas que ofertan un servicio relacionado con el proyecto que nosotros estamos presentando.

3.6 IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

Con la revolución industrial el poder mecánico y computarizado generó grandes cambios en las empresas; con la introducción de la máquina de vapor las industrias aumentaron su productividad y la utilización de nuevos equipos tecnológicos que requieren de una supervisión frecuente. Dada esta ola de cambios en la industria surgen importantes definiciones como son las batallas tecnológicas y computarizadas, las mismas que son parte de nuestra vida diaria, hoy en día los equipos computarizados son parte del diario vivir, por lo tanto debemos perfeccionar las técnicas de trabajo que han sido parte del pasado.

Como parte de la historia podemos decir que el bordado es el arte de decorar una pieza de tela con diseños en hilo, hecho con una aguja. Las piedras, lentejuelas y otros adornos se pueden incorporar en el bordado. Hay varios tipos específicos de bordado, algunas de las cuales sólo se hacen a mano, mientras que otros se hacen a máquina. El bordado libre se trabaja sin tener en cuenta el tejido de la tela. El bordado Chino tradicional y bordado crewel son dos ejemplos de este tipo de bordado. Incluye una puntada en cruz, dependen del hilo, de la estructura y el diseño. El bordado se hace también en una superficie de trabajo o lienzo de trabajo. Las Alfombras son un ejemplo de trabajo en lienzo. En el lienzo de trabajo, los puntos de sutura se hacen por el lado oscuro de la tela. En la superficie de trabajo, incluye la máquina de bordados, los puntos de sutura embellecen la base de tejido, pero no lo cubre completamente.

En nuestro país las empresas mantienen una actitud negativa y limitada en medios y recursos que conllevaba a mayores costos por las paradas de la producción, lo que ha generado que los industriales cambien su forma de pensar en lo que significa tener un mejor bordado computarizado, porque de ello depende incrementar su productividad y competitividad.

3.6.1 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Los bordados de la Edad Moderna se distinguen por seguir en sus figuras el estilo del Renacimiento a semejanza de las otras artes suntuarias y además porque vuelve a usarse con profusión el hilo de oro (o canutillo) el cual se aplicaba con parsimonia en los últimos años de la Edad Media.

Entre los bordados para vestiduras civiles son dignos de mención los que adornan los casacones y chalecos de seda que estuvieron muy en boga según la moda francesa para caballeros de posición social.

Las bocamangas y demás orillas de las prendas lucían como adorno bordados de ramajes finos y delicadas florecillas hechos con sedas de colores variados. Decae notablemente el bordado al finalizar esta tendencia.

En el Ecuador, específicamente en la ciudad de Ibarra existen pocas microempresas de esta índole de bordados computarizados, ya que la mayor parte de este tipo de empresas se encuentran en las ciudades de Atuntaqui y Otavalo, ya que en estas ciudades son donde más se comercializa este tipo de productos, lo que nosotros tenemos pensado hacer es realizar este tipo de servicio para poder ampliar el trabajo en la ciudad de Ibarra.

3.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta del servicio de bordado computarizado ha sido identificada en función de los datos proporcionados de las encuestas aplicadas a las empresas textiles de la ciudad de Ibarra. Se utilizó información sobre el crecimiento de la industria textil, según datos de la Cámara de Producción de Imbabura, el promedio anual fue del 4,5% para el 2011 promedio registrado para los cinco años siguientes. Para obtener la tendencia de la oferta se va a calcular la tasa de requerimiento del servicio, utilizando el modelo exponencial con la siguiente fórmula:

$$i = (Q_n / Q_0) - 1$$

Aplicando esta fórmula se establece el siguiente cuadro.

CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA TEXTIL

AÑO	CRECIMIENTO EMPRESAS TEXTILES 4.5%	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_0(1+i)^n$
2011	82	0.04545
2012	87	0.04348
2013	92	0.05
2014	98	0.04762
2015	104	0.18655=18.66%

Elaborado por: El Autor.

Fuente: Súper Intendencia de Compañías

A continuación se presenta un detalle de la oferta del servicio que realizan las empresas de bordados computarizados:

OFERTA DEL SERVICIO DE BORDADO COMPUTARIZADO

BORDADO COMPUTARIZADO	% EMPRESAS	OFERTA MENSUAL (estimada)
Público en general	57	16452
Pequeños productores	29	8371
Propio	14	4041
TOTAL	100	28864

Elaborado por: El Autor.

Para los respectivos cálculos de la oferta se consideró a las empresas del sector textil de la ciudad de Ibarra y en base a la encuesta realizada,

pregunta número 1 del diagnóstico situacional (capítulo I) de la encuesta aplicada, se pudo determinar que durante la semana aproximadamente se brinda 44 servicios de bordados computarizados por cada empresa.

3.7.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para poder determinar la oferta futura se aplicó el 18,66% de la tasa de crecimiento del servicio, relacionado al nivel de crecimiento de las empresas textiles en el cantón Ibarra. Tomando como base el año 2010 y utilizando el método de tasas de crecimiento se hará la proyección para los próximos cinco años aplicando la siguiente fórmula:

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

Donde:

Q_n = Consumo Futuro

Q_o = Consumo Inicial

I = Tasa de Crecimiento Anual Promedio

n = Año proyectado

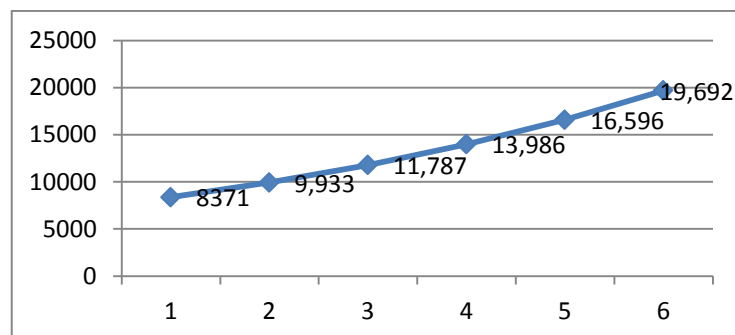
OFERTA FUTURA

AÑO	OFERTA FUTURA DE BORDADO COMPUTARIZADO
2011	8371
2012	9,933
2013	11,787
2014	13,986
2015	16,596
2016	19,692

Elaborado por: El Autor.

La oferta proyectada aproximadamente según la tasa de crecimiento anual del 18,66% será para el 2012 de 130 servicios al mes, dada esta oferta futura el proyecto espera ingresar al mercado de forma competente.

3.7.2. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA OFERTA FUTURA



Elaborado por: El Autor.

3.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

De la información anteriormente revisada encontramos los siguientes datos que podemos utilizar para este análisis, en la encuesta anteriormente realizada podemos observar que las empresas textiles van a requerir de nuestros servicios de bordados semanalmente, quincenalmente y mensualmente, en una proporción de 44, 25 y 9 empresas respectivamente y que a continuación lo tenemos efectuados en el siguiente cuadro:

REQUERIMIENTO DE BORDADOS COMPUTARIZADOS

BORDADO COMPUTARIZADO	Nº EMPRESAS	DEMANDA MENSUAL (estimada)
SEMANAL	44	15488
QUINCENAL	25	4400
MENSUAL	9	792
TOTAL	78	20680

Elaborado por: El Autor.

3.8.1. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La tasa de crecimiento de este servicio del período 2011 al 2015 es de 18,66%, lo que significa que existió un crecimiento razonable de este servicio en el mercado local. Tomando como base el año 2010 y la tasa de crecimiento, se hará las proyecciones para los próximos cinco años aplicando la siguiente fórmula:

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

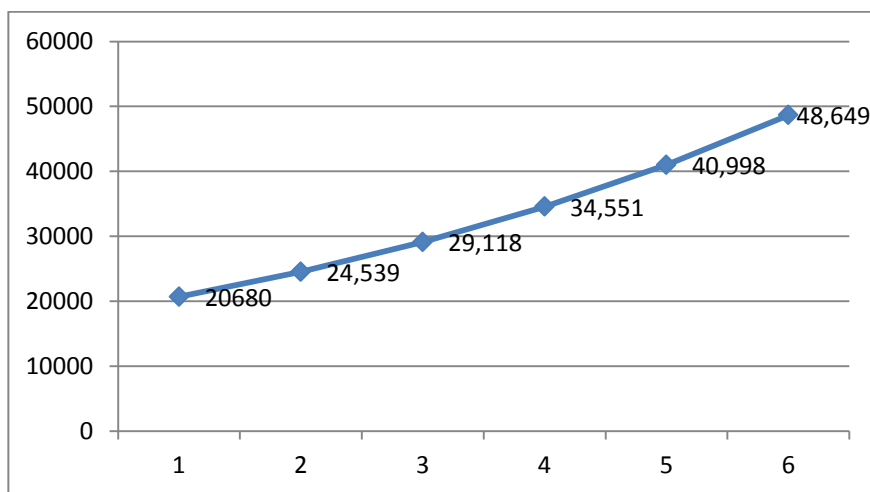
DEMANDA FUTURA

AÑO	DEMANDA FUTURA DE BORDADO COMPUTARIZADO
2011	20 680
2012	24,539
2013	29,118
2014	34,551
2015	40,998
2016	48,649

Elaborado por: El Autor.

La demanda proyectada aproximadamente según la tasa de crecimiento del requerimiento del servicio promedio del 18,66% será para el año 2011 de 10340 bordados computarizados en la ciudad de Ibarra.

3.8.2. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE LA DEMANDA FUTURA



Elaborado Por: El Autor.

3.9 DEMANDA INSATISFECHA

La demanda Potencial para el año 2012 es de 12269 trabajos; para determinar la capacidad real de servicios que la microempresa ofrecerá, se utilizará información del estudio de mercado para el periodo que requieren las industrias, más la información sobre la frecuencia que las empresas textiles requieren un control adecuado.

TIPOS DE SERVICIOS

SERVICIO	%
BORDADOS SIMPLES	30.49
BORDADOS COMPLEJOS	21.95
BORDADOS AL POR MAYOR	17.07
BORDADOS AL POR MENOS	28.05
TOTAL	100

Elaborado por: El Autor

FRECUENCIA DE SERVICIOS

PERIÓDICO DEL SERVICIO	%
SEMANTAL	53.66
QUINCENALL	30.49
MENSUAL	10.98
TOTAL	100

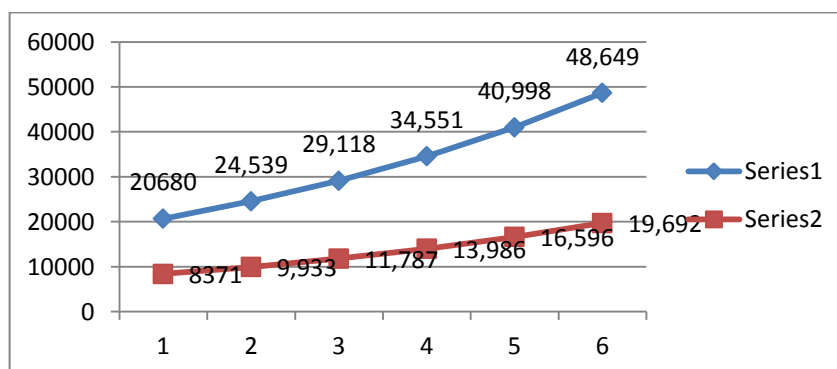
Elaborado por: El Autor

BALANCE OFERTA DEMANDA

AÑO	OFERTA DE SERVICIO DE BORDADO COMPUTARIZADO	DEMANDA DEL SERVICIO DE BORDADO COMPUTARIZADO	% DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	DEMANDA INSATISFECHA	% DEMANDA INSATISFECHA A CUBRIR	DEMANDA POTENCIAL DEL SERVICIO DE BORDADOS COMPUTARIZADOS
2011	8371	20680	59.52	-12309	35	4308
2012	9,933	24,539	59.52	-14606	45	6572
2013	11,787	29,118	59.52	-17331	55	9532
2014	13,986	34,551	59.52	-20565	65	13367
2015	16,596	40,998	59.52	-24403	75	18302

Elaborado por: El Autor

3.9.1. REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL BALANCE OFERTA – DEMANDA



Elaborado por: El Autor.

Como se aprecia en la representación gráfica la demanda del servicio de bordado computarizado va en aumento y muy distante de la oferta que se mantiene casi en línea recta. El proyecto debe aprovechar esta tendencia para lograr un posicionamiento en el mercado.

3.10 ESTIMACIÓN PRECIOS DEL SERVICIO DE BORDADOS COMPUTARIZADOS

El precio es el elemento más importante, ya que constituye un aspecto esencial al momento de brindar nuestro servicio el mismo que está determinado por la oferta y demanda.

El servicio de bordado computarizado manejará precios que se fijarán en base a la tendencia económica actual, así como el constante cambio en la oferta y la demanda del mercado actual; debido a que los precios por bordado no tienen una regulación estándar.

Los precios a manejarse son los siguientes: para el bordado simple de un estándar de 8*10 cm el valor a pagar será de 0.80 centavos de dólar, el bordado complejo de un estándar de 20*25 cm tendrá el valor de 6.00 dólares, y los valores al por mayor y menor serán exclusivamente para los bordados simples y estos tendrán un costo de 0.75 centavos de dólar al por mayor y de 0.80 al por menor.

3.11 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es la actividad que consiste en hacer llegar el servicio o producto a la persona o empresa adecuada que lo necesite.

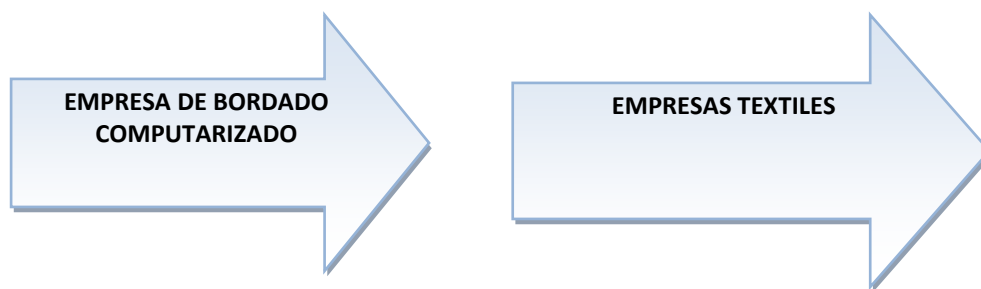
En lo que respecta a la comercialización se ha analizado cuidadosamente la situación del mercado y la manera de cómo se debe llegar de mejor

forma al cliente, así podemos verificar en los cuadros que a continuación presento:

3.11.1. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución que tendrá el servicio de bordado computarizado será el cual se describe a continuación.

3.11.1.1. DIRECTO



Se determinó que este canal es el más adecuado debido a que tendremos un contacto personalizado con cada cliente, para conocer los requerimientos en el trabajo a realizarse.

3.11.2. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Para la táctica de comercialización utilizaremos tácticas potenciales para desempeñarnos mejor que otras empresas ya existentes de mantenimiento industrial como son el liderazgo general en costos y diferenciación.

Para contar con un liderazgo de costos se contará con personal especializado en el mantenimiento industrial, con instalaciones adecuadas y equipo con tecnología de punta para realizar un trabajo de primera.

3.11.2.1. PRECIO

- a) Los precios serán iguales a los de nuestra competencia, para tener un mejor posicionamiento en el mercado.
- b) Precios competitivos, accesibles a nuestros clientes.

3.11.2.2. PLAZA

- a) La microempresa estará ubicada en un sector estratégico para que el ruido de los bordados computarizados no moleste a la comunidad y para que sea visualizada por clientes potenciales.
- b) Adecuada distribución de tal manera que el cliente se sienta a gusto de ingresar a nuestras instalaciones, sienta el orden, higiene y organización de la microempresa.
- c) Este adecuado de manera que llame la atención a nuestros clientes y sea un lugar limpio y ordenado en todo momento.

3.11.2.3. PUBLICIDAD

La microempresa se apoyará en los medios de difusión existentes como es la radio; siendo una de las más sintonizadas la “Radio Canela” en el Cantón Ibarra, logrando de esta forma llegar a diferentes sectores de la ciudad y obtener la aceptación necesaria para el servicio.

2012

DÍAS	PRECIO	CUÑAS
1. Lunes a Viernes	60	8 diarias
2. Sábado y Domingo	30	6 diarias
3. Por cada mes	70	8 diarias

Elaborado Por: El Autor.

Se tomara a consideración la tercera alternativa, la cual es la más conveniente para poder difundir el servicio que ofrece la microempresa.

3.12 RESUMEN DEL ESTUDIO

3.12.1 Este estudio permitió realizar una exploración preliminar sobre las variables e indicadores de la demanda, oferta y la incidencia sobre el mercado.

3.12.2 La incursión en este tipo de negocio será incluyente socialmente para un gran número de actores vinculados al bordado computarizado.

3.12.3 Nuestro servicio de bordado computarizado está orientado a satisfacer la demanda de la industria local y nacional.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

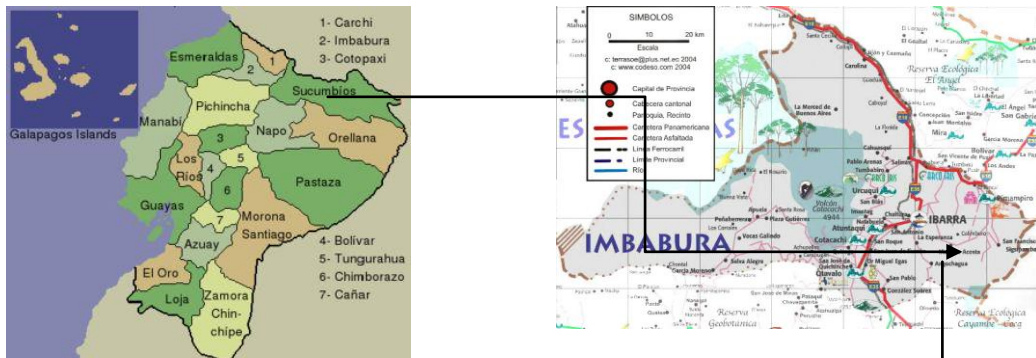
4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Dentro de la macro localización el proyecto se encuentra ubicado en el Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra.

A continuación tenemos el mapa del Ecuador indicando la provincia de Imbabura, en el mapa de la provincia representado al Cantón Ibarra y el croquis del barrio donde se ubicara la microempresa de bordado computarizado.

JUNIO 2012






Elaborado por: El Autor

4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN

4.1.2.1. MATRIZ DE PUNTOS O DE FACTORES

La matriz de evaluación de los factores permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, demográfica sobre aspectos relevantes para la investigación, en la siguiente tabla tomamos en cuenta el factor de precio, ubicación, valor, vías de comunicación, mano de obra y servicios básicos; todos ellos evaluados sobre 4 puntos, siendo 4 la mejor alternativa y 1 la peor. Así tenemos:

DETERMINACION DEL TERRENO	DIMENSIONES, UBICACIÓN Y VALOR	PUNTUACION INDIVIDUAL					TOTAL
		VALOR	UBICACIÓN Y DIMEN	VÍAS DE COMUNI	MANO DE OBRA.	SERV. BASICOS	
	Parque Industrial de Ibarra, barrio de Las Palmas 250m2. (7500\$)	4	4	4	3	4	19
	Centro de la ciudad de Ibarra 200m2 (14000\$)	2	3	3	3	4	15
	La primavera COOPERATIVA DE TAXIS "CONSTRANS PRI" 206m2 (17500\$)	1	2	3	3	3	12

Elaborado Por: El Autor

Por lo tanto, siendo el primer terreno la mejor opción a continuación mostramos detalladamente los aspectos antes indicados.

JUNIO 2012



Foto por. Christian Esparza

El terreno se encuentra ubicado en el Parque Industrial de Ibarra, barrio de Las Palmas, cuenta con acceso para transporte pesado por la Vía Urcuquí por la Av. Fray Vacas Galindo.

El terreno cuenta con línea de fábrica certificada para uso industrial de alto impacto ambiental y con la ordenanza Municipal.

Para evitar problemas a futuro y basándonos en las características técnicas que debe tener el lugar donde nuestra empresa se ubicará, se tiene las siguientes propiedades.

El sitio donde nuestra microempresa funcionara debe tener espacio para realizar los diferentes trabajos de reparaciones de las diferentes máquinas o equipos, esto será siempre que la maquinaria requiera el traslado o reparación que se la realizará en la empresa de origen.

4.1.2.2. VÍAS DE COMUNICACIÓN

El presente proyecto cuenta con vías de comunicación de primer orden, que conectan con todo el país tanto Norte y Sur, las mismas que llegan al sitio mismo de las instalaciones.

4.1.2.3. DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

La existencia de mano de obra calificada en el bordado computarizado es un aspecto muy importante para nuestro proyecto, esto generará que realicemos un trabajo oportuno y de calidad.

4.1.2.4. DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos son unidades que prestan una ayuda significativa al correcto funcionamiento operativo del proyecto mejorando la comodidad y minimizando costos y tiempo.

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

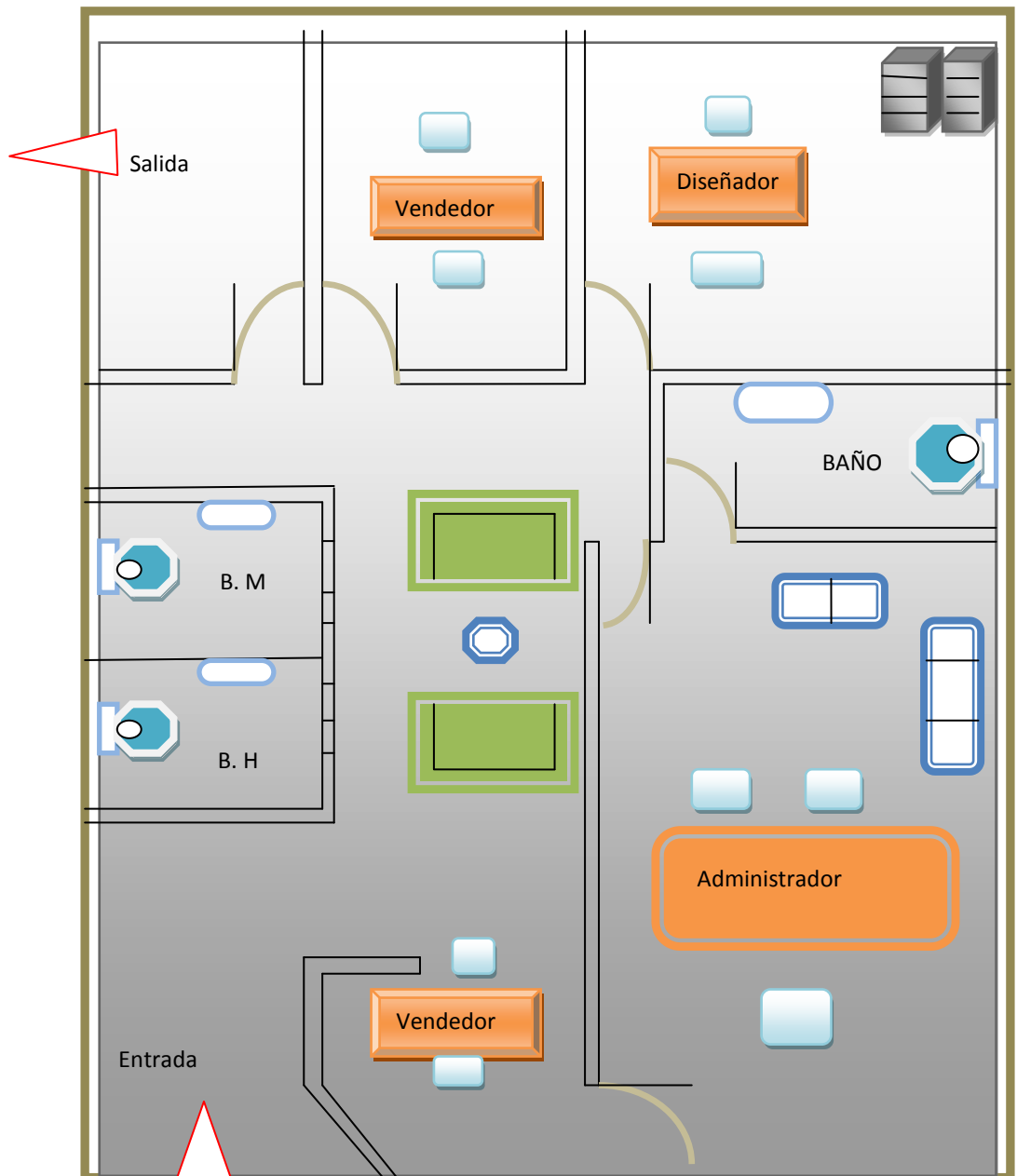
El presente proyecto se caracteriza por desarrollarse como un negocio micro empresarial en un mercado competitivo, aquí tenemos muy pocas empresas que se dediquen al bordado computarizado lo que más existe son empresas textiles en la ciudad.

Esto se debe al desconocimiento sobre las técnicas de calidad al momento de brindar bordado computarizado, lo que ha limitado que surjan empresas de este tipo. El valor añadido que tendremos será muy alto al cumplir las expectativas de atención al cliente, calidad del servicio de bordado y seguimiento de cada uno de nuestros trabajos realizados

4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.3.1. DISEÑO DE INSTALACIONES ADMINISTRATIVAS

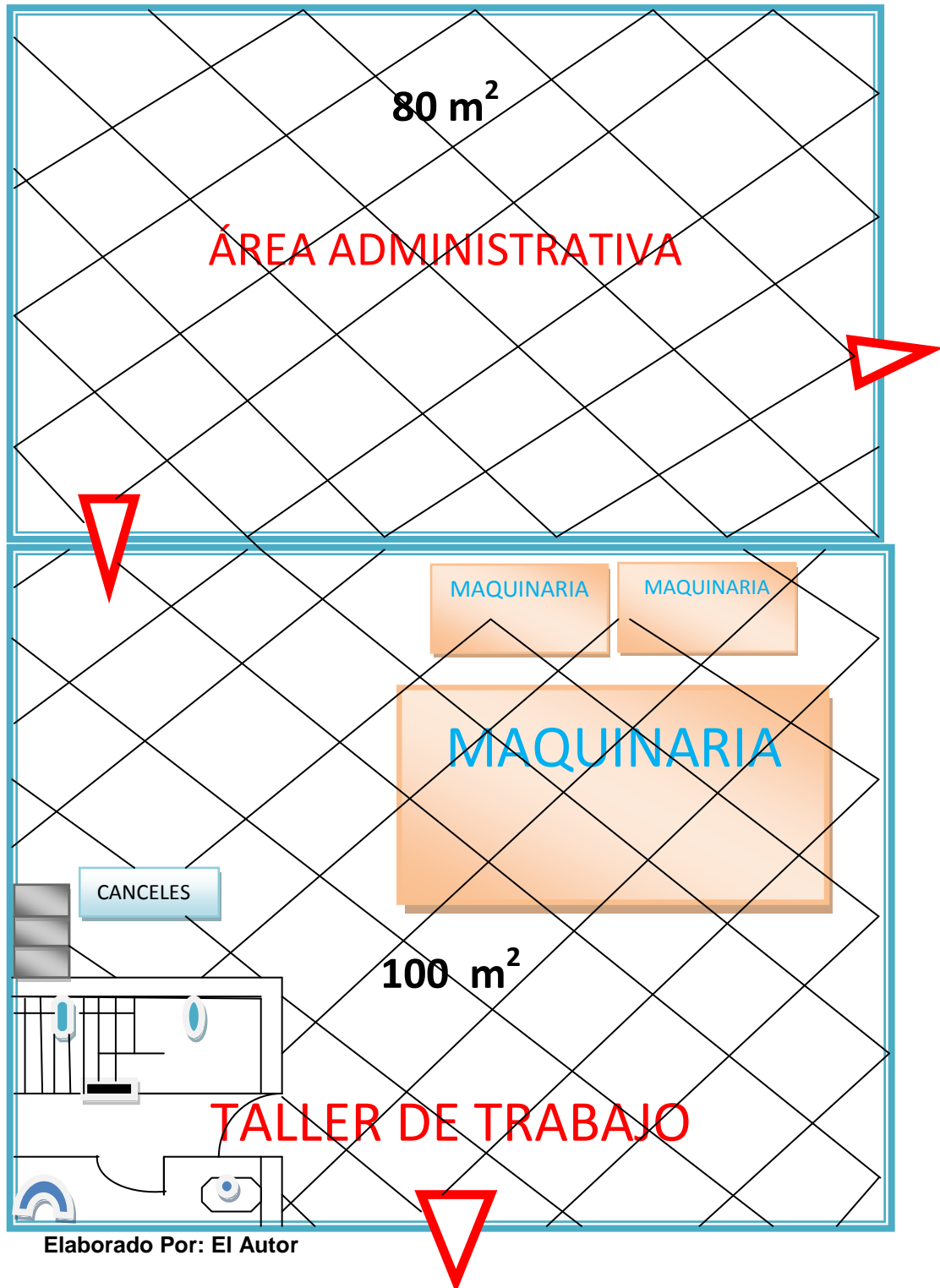
JUNIO 2012



Elaborado Por: El Autor

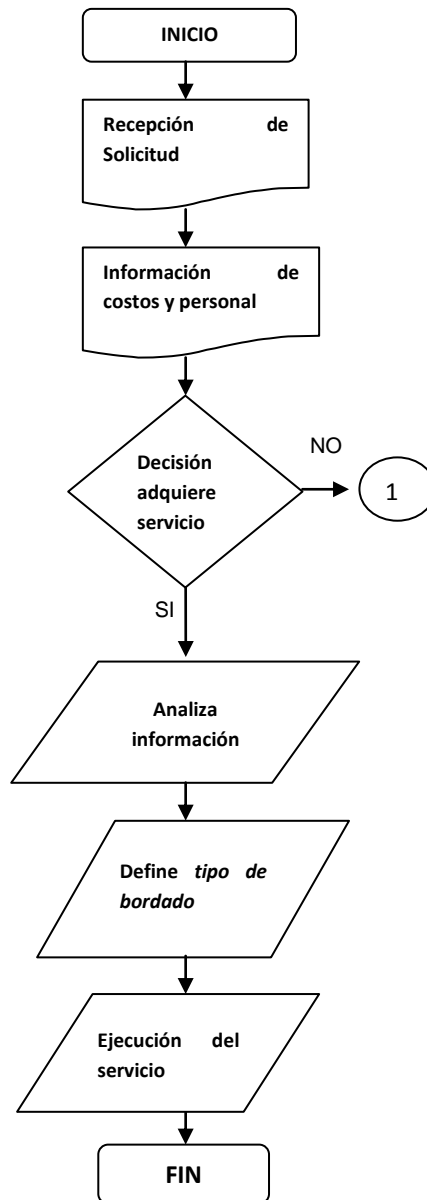
4.3.2. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

JUNIO 2012



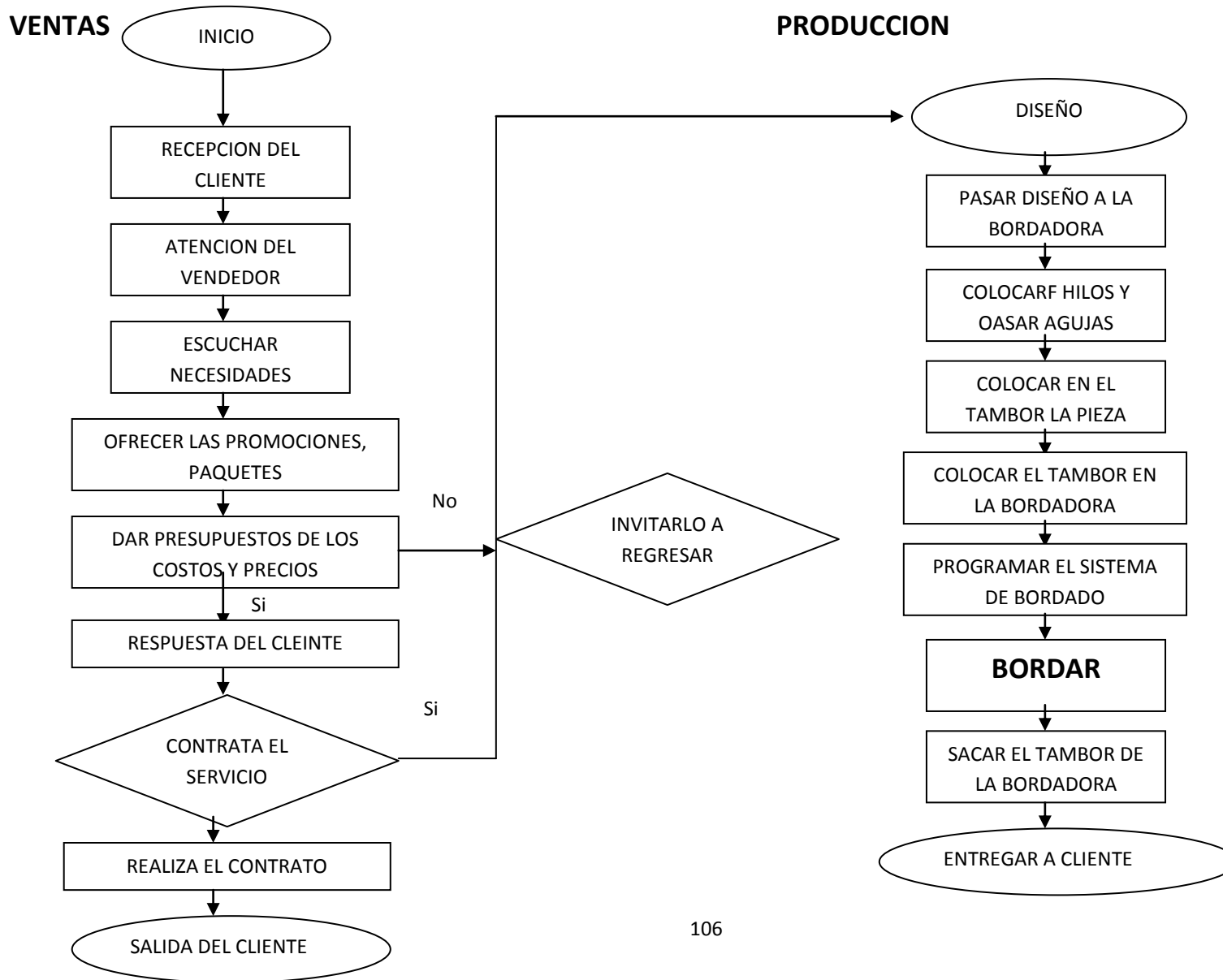
4.4. FLUJOGRAMA DEL PROCESO

4.4.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESOS DE OPERACIONES



Elaborado Por: El Autor

4.4.2 FLUJOGRAMA DEL PROCESOS DE OPERACIONES VENTAS Y PRODUCCION



4.5. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Se realizara en un terreno de 250 m² para la microempresa de bordado computarizado, la cual estará construida bajo criterios técnicos que se requieren para este tipo de empresas. También contaremos con un área de trabajo donde se realizaran las labores con una extensión de 100 m² y para el espacio de las oficinas se utilizara 80 m² para oficinas administrativas.

El lugar para el desarrollo de nuestro negocio contará con los todos los servicios básicos con el fin de garantizar seguridad a nuestros clientes y alrededores, las paredes y el piso serán revestidas de cemento. La planta contará un espacio en el interior para maniobras que permitan el traslado de equipos o maquinaria averiada.

4.5.1. REQUERIMIENTO TERRENO

JUNIO 2012

DETALLE	CANTIDAD	P. Unit	TOTAL
TERRENO	250m ²	30 c/ m ²	7500

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: El Autor.

4.5.2. INFRAESTRUCTURA CIVIL

JUNIO 2012

DETALLE	CANTIDAD	TOTAL
TALLER DE TRABAJO	100 m ²	6500.00
AREA ADMINISTRATIVAS	80 m ²	13400.00
TOTAL		19900.00

Fuente: Investigación a Arquitectos.

Elaborado por: El Autor.

4.5.3. INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO

Muchos dueños de máquinas de bordado y máquinas de costura les cuesta decidir cuándo es un buen momento para dar un paso más allá e unirse a las máquinas de bordado industriales. Para aclarar la dificultad de cuando es un buen momento para moverse de una máquina de costura o de una máquina comercial de bordado de una cabeza a una máquina industrial de múltiples cabezas. El aspecto principal de la maquinaria y equipo son las herramientas necesarias para el correcto y adecuado desenvolvimiento del bordado computarizado, esta maquinaria tiene un costo de 6995 dólares, de las cuales se adquirirá 3 máquinas, con un total de **20985.00 dólares americanos.**

4.5.4. EQUIPO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL

JUNIO 2012

DETALLE	P. UNIT	CANT.	TOTAL
Overol	25	2	50
Gafa	3,25	2	6.50
Mascarilla	0,39	2	0.78
Guantes Split Seguridad el Par	2,78	2	5.56
Extintor 15 lbs	83,12	3	249,36
Orejas	6,89	2	13.78
Letreros de Uso Protección	2,99	5	14,95
TOTAL			340.93

Fuente: Investigación Directa KIWI Ibarra - Ecuador.
Elaborado por: El Autor.

4.5.5. INVERSIÓN EN MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA

Lo que se refiere a las oficinas administrativas se requerirá dos computadoras cuyo costo unitario es de \$ 775, un escáner multifunción que su costo unitario asciende a \$ 80, un sistema contable de \$400, diez

sillas con un costo unitario de \$ 16, un telefax con un costo unitario de \$ 250, una sumadora Casio cuyo costo es de \$ 65, 2 archivadores metálicos con un costo unitario a \$ 195

4.5.7. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN.

JUNIO 2012

DETALLE	CANT.	V. UNT	TOTAL
Computadores de escritorio procesador Core i5, 2,93 GHZ mainboard tarjeta de red, video, disco duro 500 GB. Memoria 4 GB, teclado, mouse	2	775	1550
Escáner multifunción	1	80	80
Sistema contable	1	400	400
TOTAL			2030

Fuente: Investigación Directa a World Computers.
Elaborado por: El Autor.

4.5.8. MUEBLES Y ENSERES

JUNIO 2012

DETALLE	CANT	V. UNIT	TOTAL
Sillas visita modelo ECO	10	16	160
Estanterías para hilos	2	195	390
TOTAL			550

Fuente: Investigación Directa en Almacén "Línea Nueva Mobiliaria" Ibarra-Ecuador
Elaborado por: El Autor.

4.5.9. EQUIPOS DE OFICINA

JUNIO 2012

DETALLE	CANT.	V. UNIT	TOTAL
Telefax Panasonic (3 extensiones)	1	250	250
Sumadora Casio	1	65	65
TOTAL			315

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: El Autor.

4.5.10. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

4.5.10.1. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Son aquellos gastos que se requieren para cumplir con los requisitos de ley los cuales son exigidos por las diferentes entidades de control, para el correcto funcionamiento.

**GASTOS DE CONSTITUCIÓN
JUNIO 2010
CUADRO Nº 66**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
CONCEPTO	VALOR (\$)
Aspectos legales, Permiso del Cuerpo de Bomberos, Patente Municipal	600,00
Estudio de Factibilidad	400,00
TOTAL	1000,00

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: El Autor.

4.5.11. INVERSIÓN PARA CAPITAL DE TRABAJO

Se tomará en cuenta el capital de trabajo de 3 meses una vez emprendida la microempresa, el valor de capital de trabajo se detalla a continuación:

CAPITAL DE TRABAJO JUNIO 2012

DESCRIPCIÓN	V. TRIMESTRAL	V. MENSUAL
GASTOS FIJOS (Luz, Agua, Comunicaciones, Papelería y Gastos de Oficina)	1.020,00	340.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS (Sueldos Administrador, Diseñador y Trabajadores)	4227.00	1409.00
GASTOS VENTAS (Sueldos Vendedores y gastos de publicidad)	2256.00	752.00
GASTOS FINANCIEROS (Pago de Préstamo)	1692.51	564.17
TOTAL	9195.51	3065.17

Fuente: Investigación Directa.
Elaborado por: El Autor.

4.5.11. DETERMINACIÓN DE PERSONAL

Para empezar nuestra actividad micro empresarial “**BORDADOS COMPUTARIZADOS**” requerirá de 6 personas para el servicio de bordado y la administración, según se detalla a continuación.

En lo que corresponde al personal administrativo se necesitan 4 personas: administrador, diseñador, 2 vendedores y para el personal operativo tenemos que contar con 2 ayudantes para el bordado computarizado

4.5.11.1. PERSONAL PARA LA OPERACIÓN DEL PROYECTO

JUNIO 2012			
ÁREA	PERSONAL	Nº	REMUNERACIÓN
ADMINISTRATIVA	Administrador	1	500
	Diseñador	1	317
	Bordadores	2	296
VENTAS	Vendedor	2	296
	TOTAL	6	2001.00

Elaborado por: El Autor.

A continuación indicamos el financiamiento detallado para el proyecto:

4.5.12. FINANCIAMIENTO PARA EL PROYECTO

El proyecto necesitará de inversión propia y financiada, la misma que la realizaremos con la Corporación Financiera Nacional; por las facilidades existentes para acceder al crédito. Dichas inversiones servirán para la compra de activos fijos, capital de trabajo, y gastos de constitución.

JUNIO 2012

INVERSIÓN TOTAL	MONTO	PORCENTAJE
Inversión Financiada	50000.00	70.14%
Capital Propio	21286.10	29.86%
TOTAL	71286.10	100%

Elaborado por: El Autor.

4.5.13. INVERSIÓN FIJA INICIAL TOTAL

La inversión inicial total es de \$ 55686.10 repartida de la siguiente manera:

JUNIO 2012

INVERSIONES DEL PROYECTO	VALOR
Terreno	7500.00
Maquinaria	20985.00
Construcciones	19900.00
Equipos de Seguridad	340.93
Equipos de computación	2030.00
Muebles y Equipos de Oficina	865.00
Gastos de Constitución	1000,00
Capital de Trabajo	3065.17
TOTAL	55686.10

Elaborado por: El Autor.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

5.1. PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

El presupuesto total de la inversión del proyecto es de 55686.10 dólares americanos, de los cuales 5686.10 son fondos propios y 50000.00 corresponde al préstamo.

JUNIO 2012

INVERSIONES DEL PROYECTO	VALOR
INVERSION FIJA	
Terreno	7500.00
Maquinaria	20985.00
Construcciones	19900.00
Equipos de Seguridad	340.93
Equipos de computación	2030.00
Muebles y Equipos de Oficina	865.00
TOTAL INVERSION FIJA	50720,93
INVERSIÓN DIFERIDA	1000,00
INVERSIÓN VARIABLE	3065.17
INVERSION TOTAL	55686.10

Fuente: PRESUPUESTO TÉCNICO
Elaboración: EL AUTOR

5.1.1. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

A continuación se presentara el cuadro de depreciaciones de los bienes y las consideraciones que se realizaron:

ACTIVOS FIJOS

JUNIO 2012

DEPRECIACION							
CONCEPTO	AÑOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CONSTRUCCIONES	20	19,900.00	995.00	995.00	995.00	995.00	995.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	21,325.93	2,132.59	2,132.59	2,132.59	2,132.59	2,132.59
MUEBLES Y ENSERES	10	550.00	55.00	55.00	55.00	55.00	55.00
EQUIPOS DE OFICINA	10	315.00	31.50	31.50	31.50	31.50	31.50
EQUIPO DE COMPUTACION	3	2,030.00	676.67	676.67	676.67		
			3,890.76	3,890.76	3,890.76	3,214.09	3,214.09

Elaboración: EL AUTOR

JUNIO 2012

AMORTIZACION					
CONCEPTO			VALOR USD	AÑOS	AMORT
GASTOS DE CONSTITUCION			1,000.00	5.00	200.00
Estudio de Factibilidad		400			
Aspectos legales		80			
Patente Municipal		200			
Permiso de Bomberos		320			
TOTAL USD			1,000.00		200.00

Elaboración: EL AUTOR

La depreciación de las herramientas para el mantenimiento, equipo de seguridad, muebles y enseres se considera a 10 años. Los edificios se deprecian a 20 años. El vehículo y los gastos de constitución son para cinco años. Los equipos de computación a 3 años.

5.2. PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS

5.2.1 COSTOS DE PRODUCCION

Se consideran costos de producción todos los insumos requeridos durante el proceso productivo, siendo estos: Materia Prima, Mano de Obra y Costos Generales de Fabricación.

5.2.1.1 MATERIA PRIMA

La materia prima en el siguiente cuadro, representa los insumos que se incurre para el proceso de elaboración:

PRINCIPALES RUBROS DE EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS					
Pelón	2,339.28	2,467.94	2,603.68	2,746.88	2,897.96
Hilos	675.79	712.96	752.17	793.54	837.19
Agujas	675.79	712.96	752.17	793.54	837.19
TOTAL	3,690.86	3,893.86	4,108.02	4,333.97	4,572.33

Elaboración: EL AUTOR

5.2.1.2 MANO DE OBRA

Se tomara en cuenta el crecimiento histórico del Sueldo Básico Unificado para la proyección de los sueldos calculada en la serie histórica del sueldo básico general del periodo 2006-2011, el cual se detalla a continuación:

COMPORTAMIENTO HISTORICO SUELDO BÁSICO UNIFICADO GENERAL

AÑOS	SBU
2006	160
2007	170
2008	200
2009	218
2010	240
2011	264

Fuente: Datos Banco Central del Ecuador.

Elaboración: Autor

CÁLCULO TASA DE CRECIMIENTO DEL SUELDO BÁSICO UNIFICADO

$$M = C(1 + i)^{n-1}$$

$$264 = 160(1 + i)^{6-1}$$

$$\frac{264}{160} = (1 + i)^5$$

$$\sqrt[5]{\frac{264}{160}} = 1 + i$$

$$\sqrt[5]{1,65} = 1 + i$$

$$1,1053422 = 1 + i$$

$$1,1053422 - 1 = i$$

$$0,1053422 = i$$

$$i = 10,53\%$$

El personal deberá contar con los requerimientos señalados por los socios de la microempresa. A continuación se detalla el cálculo anual de los sueldos y salarios del personal que laborará en el área de producción. La proyección de los sueldos administrativos tendrá un incremento anual del 10.53%

SUELDO BASICO UNIFICADO JUNIO 2012

PRINCIPALES RUBROS DE EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Recursos humanos					
Bordadores	8823.136	9932.96848	10479.28175	11055.6422	11663.7026
TOTAL	8823.136	9932.96848	10479.28175	11055.6422	11663.7026

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado: EL AUTOR

PROYECCIÓN SUELDO PERSONAL MANO DE OBRA DIRECTA

SUBTOTAL SUELDOS + BENEFICIOS		4,847.19	5,448.22	5,747.87	6,064.00	6,397.52
BORDADORES	Sueldo Básico	7,104.00	7,494.72	7,906.93	8,341.81	8,800.61
	Décimo Tercero	592.00	624.56	658.91	695.15	733.38
	Décimo Cuarto	264.00	278.52	293.84	310.00	327.05
	Aporte Patronal	863.14	910.61	960.69	1,013.53	1,069.27
	Fondo de reserva		624.56	658.91	695.15	733.38
SUBTOTAL SUELDOS + BENEFICIOS		8,823.14	9,932.97	10,479.28	11,055.64	11,663.70

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA
Elaborado: EL AUTOR

5.2.1.3. Gastos Generales de Fabricación

Compuesto por los servicios básicos, los cuales cumplen un rol importante en el proceso de producción de los bordados computarizados. Con un incremento anual estimado del 5,50%(inflación), misma que se aplica en los precios, para el consumo de energía eléctrica y agua potable.

GASTOS GENERALES JUNIO 2012

PRINCIPALES RUBROS DE EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS INDIRECTOS					
Energía Eléctrica	1800	1872	1946.88	2024.7552	2105.74541
Agua Potable	960	998.4	1038.336	1079.86944	1123.06422
Teléfono e Internet	840	873.6	908.544	944.88576	982.68119
TOTAL	3600.00	3744.00	3893.76	4049.51	4211.49

Elaboración: Autor

5.2.1.4. Presupuesto Costos de Producción

Permite visualizar de una manera dinámica como están conformados los costos de producción.

PRINCIPALES RUBROS DE EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS					
Insumos					
Pelon	2,339.28	2,467.94	2,603.68	2,746.88	2,897.96
Hilos	675.79	712.96	752.17	793.54	837.19
Agujas	675.79	712.96	752.17	793.54	837.19
TOTAL	3,690.86	3,893.86	4,108.02	4,333.97	4,572.33
Recursos humanos					
Bordadores	8823.136	9932.96848	10479.28175	11055.6422	11663.7026
TOTAL	8823.136	9932.96848	10479.28175	11055.6422	11663.7026
TOTAL COSTOS DIRECTOS	12,514.00	13,826.83	14,587.31	15,389.61	16,236.04
COSTOS INDIRECTOS					
Energía Eléctrica	1800	1872	1946.88	2024.7552	2105.74541
Agua Potable	960	998.4	1038.336	1079.86944	1123.06422
Teléfono e Internet	840	873.6	908.544	944.88576	982.68119
TOTAL COSTOS INDIRECTOS	3600.00	3744.00	3893.76	4049.51	4211.49
COSTO DE PRODUCCION	16114.00	17570.83	18481.07	19439.12	20447.53

Elaboración: Autor

5.2.2. GASTOS DE VENTAS

El gasto de ventas corresponde todos los desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas tal como se detalla en el siguiente cuadro. Se presenta a continuación la proyección de gastos de venta, con un crecimiento anual del 5,50% (inflación), dato obtenido del INEC.

JUNIO 2012

	valor mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS VENEDORES	\$ 752.00	\$ 9,024.00	\$ 9,974.23	\$ 11,024.51	\$ 12,185.39	\$ 13,468.52
GASTOS PUBLICIDAD	\$ 26.67	\$ 320.00	\$ 337.60	\$ 356.17	\$ 375.76	\$ 396.42
TOTAL	\$ 778.67	\$ 9,344.00	\$ 10,311.83	\$ 11,380.68	\$ 12,561.15	\$ 13,864.94

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaborado: EL AUTOR

5.2.3 TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA

El crédito financiero requerido para la creación de la microempresa es de 35000 y se amortiza de la siguiente manera:

INSTIT. FINANCIERA	CFN
MONTO EN USD	35,000.00
TASA EFECTIVA	11.0203
TASA DE INTERES	10.50%
PLAZO	5 años
GRACIA	0
FECHA DE INICIO	03/07/2012
MONEDA	DOLARES
AMORTIZACION CADA	30 días
Número de períodos	60

No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		0.00			
1	17-ago-2012	(752.29)	0.00	752.29	752.29
2	16-sep-2012	(1,511.16)	(6.58)	758.87	752.29
3	16-oct-2012	(2,276.66)	(13.22)	765.51	752.29
4	15-nov-2012	(3,048.87)	(19.92)	772.21	752.29
5	15-dic-2012	(3,827.84)	(26.68)	778.96	752.29
6	14-ene-2013	(4,613.62)	(33.49)	785.78	752.29
7	13-feb-2013	(5,406.27)	(40.37)	792.66	752.29
8	15-mar-2013	(6,205.86)	(47.30)	799.59	752.29
9	14-abr-2013	(7,012.45)	(54.30)	806.59	752.29
10	14-may-2013	(7,826.10)	(61.36)	813.65	752.29
11	13-jun-2013	(8,646.86)	(68.48)	820.76	752.29
12	13-jul-2013	(9,474.81)	(75.66)	827.95	752.29
13	12-ago-2013	(10,310.00)	(82.90)	835.19	752.29
14	11-sep-2013	(11,152.50)	(90.21)	842.50	752.29
15	11-oct-2013	(12,002.37)	(97.58)	849.87	752.29
16	10-nov-2013	(12,859.68)	(105.02)	857.31	752.29
17	10-dic-2013	(13,724.48)	(112.52)	864.81	752.29
18	09-ene-2014	(14,596.86)	(120.09)	872.38	752.29
19	08-feb-2014	(15,476.87)	(127.72)	880.01	752.29
20	10-mar-2014	(16,364.58)	(135.42)	887.71	752.29
21	09-abr-2014	(17,260.06)	(143.19)	895.48	752.29
22	09-may-2014	(18,163.37)	(151.03)	903.31	752.29
23	08-jun-2014	(19,074.58)	(158.93)	911.22	752.29
24	08-jul-2014	(19,993.77)	(166.90)	919.19	752.29
25	07-ago-2014	(20,921.00)	(174.95)	927.23	752.29
26	06-sep-2014	(21,856.35)	(183.06)	935.35	752.29
27	06-oct-2014	(22,799.88)	(191.24)	943.53	752.29
28	05-nov-2014	(23,751.66)	(199.50)	951.79	752.29
29	05-dic-2014	(24,711.78)	(207.83)	960.11	752.29
30	04-ene-2015	(25,680.29)	(216.23)	968.51	752.29
31	03-feb-2015	(26,657.28)	(224.70)	976.99	752.29
32	05-mar-2015	(27,642.82)	(233.25)	985.54	752.29
33	04-abr-2015	(28,636.98)	(241.87)	994.16	752.29
34	04-may-2015	(29,639.84)	(250.57)	1,002.86	752.29
35	03-jun-2015	(30,651.48)	(259.35)	1,011.64	752.29
36	03-jul-2015	(31,671.96)	(268.20)	1,020.49	752.29
37	02-ago-2015	(32,701.38)	(277.13)	1,029.42	752.29
38	01-sep-2015	(33,739.80)	(286.14)	1,038.42	752.29
39	01-oct-2015	(34,787.31)	(295.22)	1,047.51	752.29
40	31-oct-2015	(35,843.99)	(304.39)	1,056.68	752.29
41	30-nov-2015	(36,909.91)	(313.63)	1,065.92	752.29
42	30-dic-2015	(37,985.16)	(322.96)	1,075.25	752.29
43	29-ene-2016	(39,069.81)	(332.37)	1,084.66	752.29
44	28-feb-2016	(40,163.96)	(341.86)	1,094.15	752.29
45	29-mar-2016	(41,267.68)	(351.43)	1,103.72	752.29
46	28-abr-2016	(42,381.06)	(361.09)	1,113.38	752.29
47	28-may-2016	(43,504.18)	(370.83)	1,123.12	752.29
48	27-jun-2016	(44,637.13)	(380.66)	1,132.95	752.29

49	27-jul-2016	(45,779.99)	(390.57)	1,142.86	752.29
50	26-ago-2016	(46,932.85)	(400.57)	1,152.86	752.29
51	25-sep-2016	(48,095.80)	(410.66)	1,162.95	752.29
52	25-oct-2016	(49,268.93)	(420.84)	1,173.12	752.29
53	24-nov-2016	(50,452.32)	(431.10)	1,183.39	752.29
54	24-dic-2016	(51,646.06)	(441.46)	1,193.74	752.29
55	23-ene-2017	(52,850.25)	(451.90)	1,204.19	752.29
56	22-feb-2017	(54,064.98)	(462.44)	1,214.73	752.29
57	24-mar-2017	(55,290.33)	(473.07)	1,225.36	752.29
58	23-abr-2017	(56,515.69)	(483.79)	1,236.08	752.29
59	23-may-2017	(57,751.76)	(494.51)	1,246.80	752.29
60	22-jun-2017	(58,998.56)	(505.33)	1,257.61	752.29

Fuente: CORPORACION FINANCIERA NACIONAL.

Elaborado por: El Autor

5.2.4. GASTOS FINANCIEROS

Las fuentes de financiamiento pueden ser propias y mediante crédito o financiamiento externo de la microempresa. El financiamiento propio es aquel que está conformado por los aportes de los socios que deseen formar parte de la microempresa; mientras que el financiamiento externo son los créditos que se realizan a las instituciones financieras.

La microempresa para su funcionamiento requiere inversión de **55686.10**, de los cuales 20676.10 será propio el cual será aportado por los socios de la microempresa, mientras que el restante que suma 35.000 lo obtendremos mediante un crédito a una institución financiera.

CALCULO DE INGRESOS ESTIMADOS

PRODUCTOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD
Bordados Simples (x mayor)	51,984.00	0.75	38,988.00	60,041.00	0.79	47,507.44	64,243.00	0.83	53,628.05	68,740.00	0.88	60,538.01	73,551.00	0.93	68,337.59
Bordados Complejos	72.00	6.00	432.00	77.00	6.33	487.41	82.00	6.68	547.61	87.00	7.05	612.95	93.00	7.43	691.26
TOTAL USD			39,420.00			47,994.85			54,175.66			61,150.97			69,028.86

Elaborado por: El Autor

5.3. Estados Financieros Proforma

Estos estados permiten evaluar de cierta forma la situación económica y financiera del negocio, y así poder tomar decisiones acertadas para la implementación y desarrollo de las actividades del complejo turístico.

5.3.1. Estado de Situación Financiera

También denominado como Balance de Arranque, Presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada, registrando fuentes de capital, activos fijos y el patrimonio con que se cuenta para iniciar la actividad, se detalla a continuación:

Balance General	
Activo circulante	
Caja y bancos	\$ 5,306.10
Total activo circulante	\$ 5,306.10
Activo Fijo	
Terreno	\$ 7,500.00
Edificio	\$ 19,900.00
Mobiliario y Equipo	\$ 865.00
Maquinarias	\$ 20,085.00
Computadoras	\$ 2,030.00
Total activo fijo	\$ 50,380.00
Activo total	\$ 55,686.10
Pasivo de Largo Plazo	
Créditos bancarios	\$ 35,000.00
Total pasivo Largo Plazo	\$ 35,000.00
Pasivo total	\$ 35,000.00
Capital Contable	
Inversión Propia	\$ 20,686.10
Total Capital Contable	\$ 20,686.10
Pasivo + Capital	\$ 55,686.10

Elaborado por: El Autor

5.3.2. Estado de Resultados proyectado

El estado de pérdidas y ganancias proyectado muestra la gestión que se realizará la microempresa de bordados computarizados, para determinar utilidades o pérdidas al término de un año económico.

ESTADO DE RESULTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Ingresos					
Ventas	39,420.00	47,994.85	54,175.66	61,150.97	69,028.86
TOTAL INGRESOS PROYECTADOS	39,420.00	47,994.85	54,175.66	61,150.97	69,028.86
2.(-) Costos Operativos	12,514.00	13,826.83	14,587.31	15,389.61	16,236.04
Materia Prima	3,690.86	3,893.86	4,108.02	4,333.97	4,572.33
Bordadores	8,823.14	9,932.97	10,479.28	11,055.64	11,663.70
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	26,906.00	34,168.02	39,588.35	45,761.36	52,792.82
3.(-) Gastos Administrativos					
Gerente	7,493.00	8,432.62	8,896.41	9,385.71	9,901.93
Diseñador	4,847.19	5,448.22	5,747.87	6,064.00	6,397.52
Vendedor	8,823.14	9,932.97	10,479.28	11,055.64	11,663.70
	-	-	-	-	-
Publicidad	1,440.00	1,497.60	1,557.50	1,619.80	1,684.60
Movilización	360.00	374.40	389.38	404.95	421.15
Suministros de Oficina	31.60	32.86	34.18	35.55	36.97
Energía Eléctrica	1,800.00	1,872.00	1,946.88	2,024.76	2,105.75
Agua Potable	960.00	998.40	1,038.34	1,079.87	1,123.06
Teléfono e Internet	840.00	873.60	908.54	944.89	982.68
Depreciación	3,890.76	3,890.76	3,890.76	3,214.09	3,214.09
Amortización	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
TOTAL GASTOS	30,685.68	33,553.42	35,089.14	36,029.26	37,731.45
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADA	-3,779.68	614.60	4,499.21	9,732.10	15,061.38
3. (-) Gastos Financieros					
Intereses	3,409.75	2,790.66	2,103.35	1,340.29	493.14
UTILIDAD PROYECTADA ANTES DE IMPUESTOS	-7,189.43	-2,176.06	2,395.87	8,391.81	14,568.24
Participación trabajadores 15%			359.38	1,258.77	2,185.24
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-6,111.02	-1,849.65	2,036.49	7,133.04	12,383.00
Impuesto Renta		158.65	191.30	1569.26	2724.26
UTILIDAD NETA PROYECTADA	-6,111.02	-2,008.30	1,845.19	7,144.09	13,535.40

ELABORADO POR: El Autor

5.3.3. Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivadas de ingresos (Ingresos Proyectados) y egresos de efectivo (Proyección de gastos), constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando.

- Los porcentajes estimados para la recuperación de venta de activos se demuestra en el siguiente cuadro:

RUBROS	%
TERRENO	150
EDIFICIO	90
MAQUINARIA Y EQUIPOS	20
MUEBLES Y ENSERES	20
EQUIPOS DE OFICINA	20
EQUIPO DE COMPUTACION	60

Para la proyección de precios se utilizó la tasa de inflación del año 2012, misma que fue del 5,50%, según dato obtenido en el INEC.

FLUJO DE CAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	\$ 55,686.10					
UTILIDAD PROYECTADA		-\$ 6,111.02	-\$ 2,008.30	\$ 1,845.19	\$ 7,144.09	\$ 13,535.40
DEPRECIACION		\$ 3,890.76	\$ 3,890.76	\$ 3,890.76	\$ 3,214.09	\$ 3,214.09
VALOR DE RESCATE						
TERRENO						\$ 11,250.00
EDIFICIO						\$ 17,910.00
MAQUINARIA Y EQUIPOS						\$ 4,265.19
MUEBLES Y ENSERES						\$ 110.00
EQUIPOS DE OFICINA						\$ 63.00
EQUIPO DE COMPUTACION						\$ 1,218.00
TOTAL						\$ 34,816.19
TOTAL DE INGRESOS PROYECTADO		10,001.78	-\$ 5,899.06	-\$ 2,045.57	\$ 3,930.00	\$ 45,137.49
(-) EGRESOS						
PAGO DEL PRINCIPAL DE LA DEUDA		\$ 5,617.68	\$ 6,236.77	\$ 6,924.08	\$ 7,687.14	\$ 8,534.29
PAGO DE LA AMORTIZACION DEL DIFERIDO		\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
TOTAL DE LOS EGRESOS		\$ 5,817.68	\$ 6,436.77	\$ 7,124.08	\$ 7,887.14	\$ 8,734.29
FLUJO DE CAJA NETO		-\$ 4,184.10	\$ 537.71	\$ 5,078.51	\$ 11,817.14	\$ 53,871.78

ELABORADO POR: El Autor

5.4. EVALUACION FINANCIERA

5.4.1 CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

Esta determina la tasa de rentabilidad que tendrá el proyecto frente a la tasa activa y pasiva del mercado financiero, demostrando matemáticamente si es viable realizar la inversión en el presente proyecto.

JUNIO 2012

CALCULO DEL COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO				
DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO
INV. PROPIA	20676.10	37	6%	229.00
INV. FINANCIERA	35000.00	63	14%	969.40
	55686.10		11.98	1198.40
CK = COSTO DE CAPITAL				11.98%
IF = TASA DE INFLACIÓN				5,50%

ELABORADO POR: El Autor

5.4.2 Tasa de Redescuento o Rendimiento Medio

Está calculada por la inflación anual del país al 2012, siendo 5,50% obtenido de la fuente del Banco Central del Ecuador:

$$\begin{aligned} \text{TRM} &= (1+\text{CK})(1+\text{INF})-1 \\ \text{TRM} &= (1+0,119840)(1+0,0550)-1 \\ \text{TRM} &= 0,1714 \\ \text{TRM} &= 0,1714 \\ \text{TRM} &= 17,14\% \end{aligned}$$

5.4.3 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Es la suma de todos los flujos de efectivo mencionados en los años proyectados y restar la inversión inicial, si el resultado de esta operación es igual o superior a cero debe aceptarse el proyecto.

AÑOS	FLUJOS NETOS	%REDESCUENTO	FLUJOS ACTUALIZADOS
1	-\$ 4,184.09	1.17	-\$ 3,571.87
2	\$ 537.70	1.37	\$ 391.86
3	\$ 5,078.50	1.61	\$ 4,159.51
4	\$ 11,817.13	1.88	\$ 9,276.12
5	\$ 53,871.78	2.21	\$ 49,425.04
TOTAL	\$ 67,121.02		\$ 59,680.65

ELABORADO POR: El Autor

VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN

VAN= 59680,65-55686,1

VAN= 3994,55

VAN= 3994.55 >0 en consecuencia SE ACEPTA EL PROYECTO

5.4.4. Cálculo del TIR

Para este cálculo debemos obtener el VAN positivo y el VAN Negativo procedimiento que nos permitirá identificar la tasa interna de retorno

AÑOS	%REDESCUENTO	FLUJOS ACTUALIZADOS POSITIVOS	TASA DEL 19.20	FLUJOS ACTUALIZADOS NEGATIVO
1	1.17	(\$ 3,571.87)	1.19	-\$ 3,027.01
2	1.37	\$ 391.86	1.42	\$ 332.08
3	1.61	\$ 4,159.51	1.69	\$ 3,525.01
4	1.88	\$ 9,276.12	2.02	\$ 7,861.12
5	2.21	\$ 49,425.04	2.41	\$ 41,885.63
TOTAL		\$ 59,680.65		\$ 50,576.83

ELABORADO POR: El Autor

-VAN = FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS – INVERSIÓN

-VAN= 50576,83-55686,1

-VAN= -5109,27

$$TIR = TRI + \left[(TRS - TRI) \left(\frac{VANI}{VANI - VANS} \right) \right]$$

$$TIR = 0.1714 + \left[(0.1820 - 0.1714) \left(\frac{3994.55}{3994.55 - (-5109.27)} \right) \right]$$

$$TIR = \mathbf{25,20\%}$$

Se aceptará el proyecto. La razón es que el proyecto da una rentabilidad mayor que la rentabilidad mínima requerida

5.5 Período de Recuperación de la inversión

INVERSIÓN = 55686.10

JUNIO 2012

AÑOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
1	(\$ 3,571.87)	-\$ 3,571.87
2	\$ 391.86	-\$ 3,180.01
3	\$ 4,159.51	\$ 979.50
4	\$ 9,276.12	\$ 10,255.62
5	\$ 49,425.04	\$ 59,680.66
TOTAL	\$ 59,680.65	

Elaborado por: El Autor.

SUMA F.C.A.	63473,60	→ 5 años
INV TOTAL	55686,10	→ ? = 2.3
Recuperación de la Inv Total al 2 años y 4 meses		

Por lo tanto puedo decir que a mayor tiempo de recuperación sobre la inversión esta pierde su atractivo financiero, es decir no es conveniente; es por eso que el presente proyecto es viable porque a partir 2 años y 4 meses se recupera la inversión.

5.6 BENEFICIO – COSTO

JUNIO 2012

INGRESOS	%REDESCUENTO	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
\$ 39,420.00	1.17	\$ 34,095.43	\$ 39,939.39
\$ 47,994.00	1.37	\$ 36,344.08	\$ 42,573.46
\$ 54,175.65	1.61	\$ 37,192.48	\$ 43,567.27
\$ 61,150.96	1.88	\$ 37,369.54	\$ 43,774.68
\$ 69,028.85	2.21	\$ 38,224.58	\$ 44,776.27
\$ 271,769.46			\$ 214,631.07

Elaborado por: El Autor.

$$B/C = \frac{\text{Ingresos Deflactados}}{\text{Egresos Deflactados}}$$

$$B/C = \frac{271769,46}{214631,07}$$

$$B/C = 1,2662$$

Por cada dólar invertido se recupera 1,26 USD es decir gana 0,26 dólares de retorno de la inversión.

5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

Utilizando el volumen de ventas se puede conocer el punto de equilibrio con la fórmula que sigue:

El punto de equilibrio se calcula con base a la siguiente fórmula:
De donde:

$$P. E. = \frac{CF + IF}{PV - CV}$$

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

IF: Inversión Fija

CV: Costos Variables

PV: Precio Ventas

$$P. E. = \frac{37846,97 + 50720,93}{0,75 - 8762,46}$$

$$P. E. = 24098,83$$

5.8. SÍNTESIS DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

JUNIO 2012

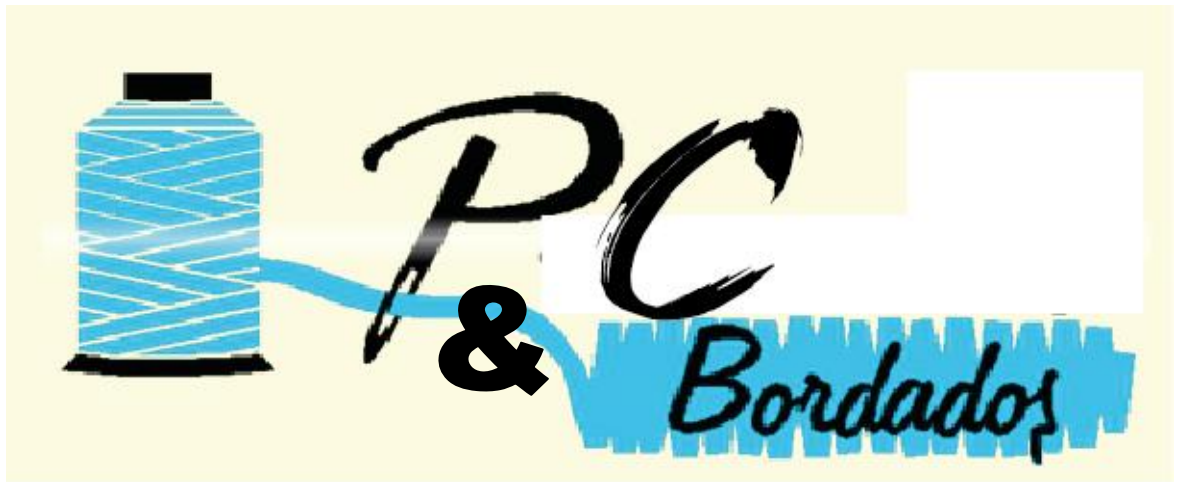
INDICADORES FINANCIEROS	RESULTADO
VAN	3994,55
TIR	25,20%
PUNTO DE EQUILIBRIO	24098,83
RETORNO DE LA INVERSIÓN	2 años 4 meses.
BENEFICIO – COSTO	1,26

Elaborado por: El Autor.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 Logotipo



6.2 Misión

Buscamos ser una empresa reconocida por nuestra creatividad y calidad en los servicios de bordados computarizados, manejando precios competitivos, contamos con un talento humano, técnicamente capacitado y especializado para la excelencia de la confección y los bordados.

6.3 Visión

En los próximos 5 años, seremos la empresa de bordados más importante y con mejor calidad en la provincia de Imbabura, líder en confección y

bordados. Estamos comprometidos con nuestros clientes que buscan en la confección y el bordado computarizado algo único, un estilo y un detalle diferente.

6.4 Objetivos

- Ofrecer a nuestros clientes confecciones y bordados de excelente calidad que satisfagan las necesidades de las instituciones que requieren el producto.
- Es proveer un producto de alta calidad, con un precio competitivo en el mercado trabajando con honestidad y cumplimiento.
- Seleccionar misiones, metas y las acciones para alcanzarlas, proyectando la organización a un futuro promisorio dentro de la comunidad.
- Búsqueda de nuevos mercados y competitividad de los bordados.

6.5 Principios

- **Calidad**
La calidad siempre será factor determinante en la decisión de compra de materia prima e insumos.
- **Cumplimiento**
El cumplimiento es una cuestión que se encuentra presente en el ámbito laboral que resulta ser una condición indispensable a la hora de querer triunfar
- **Competitividad**
La calidad de los servicios y atención siempre debe prevalecer, serán garantía de competitividad en el mercado.

- **Confianza**
Destacarse en la calidad del servicio al cliente, elemento importante para satisfacer las necesidades del cliente.
- **Trabajo en Equipo**
Construir un grupo de trabajo firme y persistente, para afrontar aciertos y dificultades. Con el aporte individual dar soluciones y llenar las expectativas de la empresa.

6.6 Valores

- **Honestidad**
El valor de la “honestidad” es la rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que debemos manifestar los integrantes del complejo en las actividades.
- **Respeto**
El respeto a los demás es un valor básico que nos induce a cordialidad, armonía, aceptación e inclusión que deben ser signos distintivos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral.
- **Profesionalismo**
Es la responsabilidad, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y tareas, buscando sumarse a la misión del Complejo.
- **Lealtad**
La lealtad es la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra empresa.

- Servicio
Se refiere a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención y en la acción de todos los que laboren en la empresa.

6.7 Organización Estructural de la Empresa

El presente proyecto consiste en la creación de una micro-empresa de bordado computarizado en la ciudad de Ibarra, la cual será beneficiada con la creación de puestos de trabajo.

6.7.1. Funciones Básicas de la Organización

Las funciones básicas han sido agrupadas en tres departamentos: Administrativo, Ventas y Producción.

6.7.1.1 Departamento Administrativo

Este departamento es el encargado de: planificar, coordinar, supervisar y dirigir todas las actividades administrativas y económicas de la empresa de bordado computarizado, así como también; organizar, capacitar e incentivar el departamento de ventas. Para el cumplimiento de sus funciones, el departamento administrativo contará con: un Administrador, un Diseñador y un Asistente.

6.7.1.2 Departamento de Ventas

Son las encargadas vender los productos que existirán en la micro-empresa de bordado computarizado, para lo cual se contará con 2 personas que realizarán estas funciones.

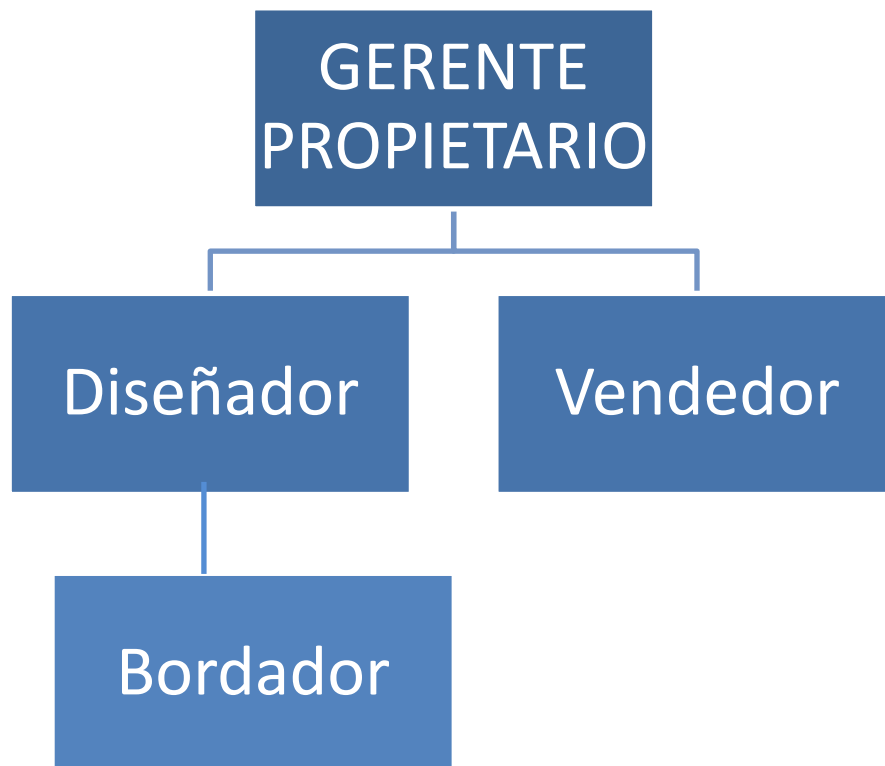
6.7.1.3 Departamento de Producción

En este departamento se ejecutará el proceso de los productos que van a ser ofertados, los cuales están formados y capacitados para la ejecución y desarrollo sustentable de los bordados computarizados. Para lo cual se necesitarán 2 personas.

6.7.2 Organigrama Estructural

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA MICRO-EMPRESA DE BORDADOS COMPUTARIZADOS

“PC BORDADOS”



6.8 Organización Interna de la Empresa

La micro-empresa de bordados computarizados localiza dos niveles jerárquicos, en los cuales se desarrollarán las actividades de la misma, fundamental para la puesta en marcha. Los principales niveles son los siguientes.

6.8.1 Nivel Administrativo

Está integrado por el gerente propietario, diseñador y ventas.

6.8.1.1 Gerente Propietario

Es la persona encargada de tomar las operaciones administrativas y financieras de la empresa, para el buen desarrollo y funcionamiento de las actividades de la organización, mediante la emisión, análisis e interpretación oportuna de la información financiera generada en la empresa.

6.8.1.2 Diseñador

Es el individuo encargado de elaborar las formas y diseños correspondientes a cubrir necesidades propias al giro de la micro-empresa y proporcionar al público buena imagen corporativa.

6.8.1.3 Ventas

Son las personas encargadas de informar los servicios que presta la micro-empresa de bordado computarizado, para su posterior venta.

6.8.2 Nivel Operativo

Son las personas de cumplir a cabalidad con el proceso de elaboración y prestación de los servicios de la empresa.

6.8.2.1 Bordadores

Son las personas encargadas del manejo y elaboración del servicio final, como lo es el del bordado computarizado.

6.9 Manual de Funciones

Le permitirá a la empresa identificar claramente las funciones generales y específicas, así como también las responsabilidades de cada empleado en sus diferentes áreas de trabajo.

A continuación se presenta una Descripción de las funciones:

6.9.1 Área Administrativa

GERENTE PROPIETARIO

DESCRIPCIÓN GENERAL

Establecer un liderazgo de manera que controle, dirija y evalúe las actividades a realizarse dentro de la empresa.

PERFIL DEL PUESTO

- Título profesional (Administración, Contabilidad o Economía).
- Liderazgo para la conducción, formación y motivación de equipos de trabajo.
- Flexibilidad para adaptarse a las necesidades de la compañía.
- Experiencia en labores afines a su trabajo.

FUNCIONES

- Dirigir y coordinar las actividades de la compañía, como velar por la correcta y eficiente marcha de la misma.
- Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía.
- Supervisar el cumplimiento de las obligaciones legales.
- Elaborar los registros contables, mantener el control interno y emitir estados financieros oportunamente
- Organizar y mantener los archivos de la empresa
- Establecer calendarios de pagos tanto a los proveedores como a los empleados.
- Recibir y revisar facturas, órdenes de pago, ingresos y egresos de la empresa
- Manejar lo relacionado con el IESS

DISEÑADOR

DESCRIPCIÓN GENERAL

Realizar tareas relacionadas con la elaboración gráfica, tanto en diseños de los bordados, como para la presentación de la imagen corporativa.

PERFIL DEL PUESTO

- Título profesional
- Experiencia en labores afines de su trabajo
- Pro actividad
- Buena presencia
- Habilidad, honestidad, creatividad

FUNCIONES

- Asesorar al departamento de ventas sobre la realización de sus diseños a ofrecer.
- Auxiliar en aspectos de redacción, ortografía y estilo a los diseños de los clientes.
- Llevar control del archivo utilizado, respaldar información y sacar duplicado
- Seleccionar materiales para la elaboración de propios diseños
- Reportar al administrador las fallas detectadas en el equipo de computación y programas de diseño utilizados.
- Una vez terminado el diseño digital, enviar al nivel operativo, para su elaboración final.
- Conocimientos informáticos

6.9.2 Área Comercial

VENDEDOR

DESCRIPCIÓN GENERAL

Encargados de la parte comercial de la empresa, impulsar las ventas de todos los servicios, conocer específicamente precios y promociones de la micro-empresa de bordados computarizados.

PERFIL DEL PUESTO

- Conocimientos de computación
- Buena presencia
- Fluidez Verbal

- Experiencia en atención al cliente.
- Experiencia en el cobro de diferentes formas de pago (Efectivo, Cheque, cobros electrónicos)
- Capacidad para trabajar en equipo
- Pro actividad
- Habilidad para vender

FUNCIONES

- Atender a los clientes con amabilidad y cordialidad.
- Elaborar listas de pedidos base de datos de clientes.
- Capacidad para vender y cerrar las ventas
- Solicitar trabajos relacionados con mantenimiento de la maquinaria.
- Promover los servicios de la empresa y dar su opinión para mejoras.
- Exponer al administrador las opiniones de los clientes.
- Mantener limpio su lugar de trabajo.

6.9.2 Área Operativa

BORDADOR

DESCRIPCIÓN GENERAL

La persona responsable del manejo de la maquinaria utilizada para la elaboración del servicio que ofertará la micro-empresa de bordado computarizado, utilizando materiales de primera calidad.

PERFIL DEL PUESTO

- Tener conocimientos de manejo de maquinaria textil
- Experiencia mínimo de un año en bordado
- Ser responsable en el trabajo
- Trabajar en equipo y bajo presión.

FUNCIONES

- Entregar los pedidos a tiempo.
- Mantener limpia el área de bordado.
- Cuidar todos los implementos de su área.
- Realizar un listado de los materiales e insumos que se estén agotando.
- Reportar daños de la maquinaria, así como los de su área.
- Utilizar correctamente los implementos de seguridad.
- Tener ordenado los materiales

6.10 Aspectos Legales

La micro-empresa debe cumplir requerimientos mínimos y obligatorios para su funcionamiento como: patente municipal, ministerio de salud, cámara de producción, servicio de rentas internas, entre otras.

6.10.1 Registros Legales

Debe obtener los siguientes registros obligatorios:

6.10.1.1 Registro Único de Contribuyentes

El RUC, es un documento que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el mismo que es público, intransferible, personal y único, en el que el contribuyente puede tener una o varias actividades, por lo que tiene la obligación de actualizarlo. A continuación se detallan los pasos para su obtención:

- Llenar el formulario respectivo 101A, 101B.
- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.
- Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

6.10.1.2 Permiso Municipal

La patente municipal se obtiene en la Ilustre Municipalidad de Ibarra, misma que es obligatoria para ejercer la actividad económica, los requisitos son los siguientes:

- Copia del RUC
- Copia del nombramiento del representante legal

- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, en la que se incluirá los datos personales del representante legal: Dirección domiciliaria, número telefónico convencional y celular.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
- Certificación del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica

6.10.1.3 Permiso de los Bomberos

Este permiso se lo obtiene en las dependencias de los Bomberos, los cuales van a inspeccionar extintores y las instalaciones que estén correctamente realizadas, y así no haya ningún riesgo al momento del funcionamiento.

- Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos
- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- Copia del RUC
- Copia de la Patente Municipal

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Impacto Socio Económico

Impacto Micro Empresarial

Impacto Ambiental

En este análisis se emplea una matriz de valoración utilizando la siguiente escala de calificación:

NIVELES DE IMPACTOS	VALORACIÓN
Impacto alto negativo	-3
Impacto medio negativo	-2
Impacto bajo negativo	-1
No hay impacto	0
Impacto bajo positivo	1
Impacto medio positivo	2
Impacto alto positivo	3

Así también, se utilizará la siguiente fórmula para evaluar el nivel de impacto causado:

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{\text{\#indicadores}}$$

7.1.1. IMPACTO SOCIAL

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Mejorar Servicio al Cliente							X
2	Nivel de Vida						X	
3	Generación de Empleo						X	
4	Estabilidad Familiar							X
	TOTAL						4	6

$$\Sigma = 10$$

$$\text{Nivel de Impacto Social} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{N.I.S.} = 10/4$$

$$= 2,5$$

$$= 3 \quad \text{Impacto Positivo Alto}$$

7.1.1.1. MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE

La razón de la microempresa es el cliente, por tal motivo su opinión y sugerencias nos permitirán conocer sus preferencias, expectativas vinculadas a los aspectos que nos permitirán brindar un mejor servicio

7.1.1.2. NIVEL DE VIDA

La calidad de vida tendrá un efecto positivo para los miembros de la microempresa, ya que por su estabilidad laboral permitirá a los trabajadores contar con nuevas expectativas personales generando nuevas alternativas de empleo.

7.1.1.3. GENERACIÓN DE EMPLEO

Esta microempresa de servicio de mantenimiento industrial al sector textil, promoverá fuentes de empleo para las familias de Ibarra, debió que se utilizará mano de obra calificada y no calificada local, aportando a disminuir el índice de desempleo del Cantón.

7.1.1.4. ESTABILIDAD FAMILIAR

Este aspecto permitirá que las familias de los empleados cuenten con un ingreso fijo que ayude a cubrir las necesidades básicas como son las de alimentación, salud, vestido y vivienda.

El nivel de impacto social que el proyecto generará tiene una valoración de “impacto positivo alto” (3).

7.1.2. IMPACTO ECONÓMICO

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Rentabilidad							X
2	Efecto Multiplicador							X
3	Condiciones Necesarias							X
4	Reinversión					X		
	TOTAL					1		9

$$\Sigma = 10$$

$$\text{Nivel de Impacto Económico} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{N.I.E.} = 10/4$$

$$= 2,5$$

$$= 3 \quad \text{Impacto Positivo Alto}$$

7.1.2.1. RENTABILIDAD

El proyecto generará utilidades que le permitirán a la organización a crecer como empresa y posicionarse en el mercado.

7.1.2.2. EFECTO MULTIPLICADOR

Cada momento que una empresa adquiere un bien o servicio de excelente calidad y garantizado lo transmiten a las personas que los rodean, así se logrará captar nuevos mercados y cumplir todas las expectativas de nuestros usuarios.

7.1.2.3. CONDICIONES NECESARIAS

Al determinar las condiciones necesarias para el éxito del proyecto, tal como el diseño y construcción de la microempresa de servicios de mantenimiento industrial, esta permitirá la optimización en el uso de los servicios.

7.1.2.4. REINVERSIÓN

Las utilidades generadas por el proyecto estarán destinadas en un porcentaje a la reinversión, en el cuidado perseverante de la microempresa de mantenimiento industrial; sea esta en infraestructura u otras inversiones que permitan el crecimiento de la microempresa.

El nivel de impacto económico que genera el proyecto tiene una calificación de “Impacto Positivo Alto” (3).

7.1.3 IMPACTO EMPRESARIAL

Nº	INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Cobertura de Nuevos Mercados							X
2	Competencia						X	
3	Manejo óptimo de los recursos							X
	TOTAL						2	6

$$\Sigma = 8$$

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{N.I.Em.} = 8/3$$

$$= 2,67$$

$$= 3 \quad \text{Impacto Positivo Alto}$$

7.1.3.1. COBERTURA DE NUEVOS MERCADOS

El excelente resultado de la creación de una microempresa de servicios de bordados computarizados en el cantón Ibarra, permitirá buscar nuevos mercados, en los cantones de la provincia de Imbabura, que no se beneficien de las diferentes alternativas de este servicio.

7.1.3.2. COMPETENCIA

La microempresa de servicios de bordado computarizado, se destacará en la ciudad de Ibarra, lo cual provocará en el medio empresarial la competencia de similares microempresas; y esto obligará a que nuestra microempresa desarrolle nuevas estrategias y en busca del perfeccionamiento continuo de la calidad del servicio.

7.1.3.3. MANEJO ÓPTIMO DE LOS RECURSOS

Al realizar un manejo óptimo de los recursos se minimizará los desperdicios de los mismos, además de identificar determinados rubros operativos que en si no representan egresos monetarios, pero que si afectan al costo del producto terminado.

El nivel de impacto Empresarial que genera el proyecto tiene una valoración de “Impacto Positivo Alto” (3).

7.1.4 Impacto general

Nivel de impacto \ Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto Social							x	3
Impacto Económico							x	3
Impacto Empresarial							x	3
Total	0	0	0	0	0	0	9	9

Elaborado por: El Autor

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{\sum}{\#indicadores}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{9}{3}$$

$$Nivel\ de\ Impacto = 3$$

Nivel de Impacto=Alto Positivo

7.1.4.1 Análisis

En términos generales diríamos que el proyecto genera un nivel alto positivo, de acuerdo a la matriz de valorización, lo cual es muy bueno ya que se puede determinar que la creación de la microempresa de bordados computarizados es viable en todos los aspectos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El análisis del primer capítulo elaborado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, permitió Realizar un Diagnóstico Situacional externo del entorno del proyecto para identificar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos. Además identificar: la capacidad productiva, la capacidad de talento humano, los productos sustitutos y su comercialización.
- Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado. Consultas bibliográficas y aportes personales que enfocan conceptos y definiciones importantes de los variados aspectos descritos para la formulación del presente proyecto.
- El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la demanda potencial insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por la nueva empresa a constituirse. El estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada con la demanda, oferta, precios y formas de comercialización. Este tipo de servicio logrará la satisfacción de los posibles clientes.
- En el estudio técnico, se estableció como lugar de constitución y funcionamiento de la microempresa de bordado computarizado en el sector del parque industrial de la ciudad de Ibarra, debido a que las vías de comunicación, el valor, los servicios básicos y la ubicación son favorables para el funcionamiento para este tipo de servicio.
- En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible. Al inicio la inversión es alta pero se logrará recuperar en 2 años, 4 meses; es decir dentro de los 5 años. Se tiene una tasa interna de retorno del 25,20% y un valor actual neto positivo de 3994,55, costo beneficio se ubica en 1.26, por lo cual garantiza la ejecución del proyecto para la creación de la microempresa de bordado computarizado.
- El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable.

RECOMENDACIONES

- Mediante el estudio podemos darnos cuenta que existe un mercado disponible en la actualidad y que podemos cubrir, por medio de una excelente gestión administrativa, la cual permita consolidarnos dentro del mismo.
- Se deberá tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños de la microempresa.
- Para satisfacer la demanda es necesario brindar un servicio de calidad; ya que éste es muy escaso en la ciudad. Para darse a conocer se deberá realizar publicidad y de esta manera irse posesionando en el mercado, que debido a la competencia no será tan difícil.
- La estructura física de la microempresa de bordado computarizado debe ser una fortaleza debido a que los aspectos zonales son de mucha importancia debido a su fácil accesibilidad y disponibilidad, tales como vías de comunicación, servicios básicos, entre otros.
- En lo que se refiere a inversión al inicio es una cantidad considerable, pero que en poco tiempo será recuperada. Se sugiere ejecutar el proyecto con toda seguridad, ya que obtendrán beneficios en corto tiempo y brindarán empleo a personas que necesitan una fuente de ingreso.
- Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes.

BIBLIOGRAFIA

- **ADLER, Martin, (2006), Diccionario de Contabilidad y Finanzas,** Editorial Grupo Cultural, Madrid España
- **ARBOLEDA, Germán, (2007), Proyectos de Investigación,** Doceava Edición, Cali-Colombia
- **AMEZ, Fernando, (2006), Producción y Operaciones,** Editorial Macchi, México DF.
- **BACA, Gabriel, (2006), Evaluación de Proyectos,** Quinta edición, Editorial Mc Graw Hill, México.
- **CERTO, Samuel, (2007), Administración Moderna,** Octava Edición, Editorial Galeón
- **CHIAVENATO, Idalberto, (2007), Teoría General de los Sistemas,** Editorial Mc Graw Hill
- **DESSLER, Gary, (2007), Administración de Recursos Humanos,** Tercera Edición, Editorial Persus
- Diccionario de Contabilidad y Finanzas, Madrid España,
- Diccionario de Lenguaje Español, año 2005.
- Enciclopedia, Encarta, año 2012.
- **FREEMAN, Edward, (2007), Administración,** Segunda Edición, Editorial México D.F.
- **IVANCEVICH, John, (2007), Comportamiento Organizacional,** Primera Edición, Editorial Mc Graw Hill
- **MONDY, Wayne, (2009), Administración de Recursos Humanos,** Segunda Edición, Editorial Mexico D.F.
- **RANDALL, Geoffrey, (2008), Principios de Marketing,** Segunda Edición, Thomson Editores Sapin

- **SHEWHART, Walter, (2007), La Filosofía de la Calidad, Única Edición, Editorial Fundameca**
- **STANLEY, Jevons, (2007), Pensamiento Económico, Octava Edición, Editorial Ariel, S.A. Barcelona**
- **STANTON, William, (2006), Fundamentos de Marketing, Décima edición, Mc Graw Hill, México**
- **STEPHEN, Robbins, (2005), Comportamiento Organizacional, Segunda Edición, Editorial Prentice Hall**
- **STONER, James, (2008), Administración, Quinta Edición, Editorial Prentice Hall**
- **VILLARAN, Fernando, (2008), El mundo de la Pequeña Empresa, Única Edición, Serie impresa en Litográfica Ingramex S.A. México DF**

LINCOGRAFIA

- www.monografias.com
- www.ruralfinace.org
- www.gestionyadministracion.com
- www.antonioante.gov.ec
- www.promonegocios.net
- www.wikipedia.org
- www.wiki.answers.com
- www.gestialba.com
- www.eco-finanzas.com
- www.gestiopolis.com

A N E X O S

ANEXO "A" ENCUESTA PEQUEÑAS EMPRESAS

CUESTIONARIO PARA EL DIAGNÓSTICO EXTERNO

ELABORADO POR: CHRISTIAN ESPARZA.

DIRIGIDO PEQUEÑAS EMPRESAS

1. A qué tipo de mercado oferta su servicio

- Público en general
- Pequeños productores
- Propio

2. Qué tipo de maquinaria utiliza

- Artisanal*
- Semi industrial*
- Industrial*

3. Como califica la demanda para este servicio

- Alta
- Media
- Baja

4. Qué nivel de formación se requiere para realizar esta actividad

- Primario*
- Secundario*
- Superior*
- Otros* _____

5. En el mercado local existe un servicio similar a este

SI NO

6. Si la respuesta anterior es afirmativa, que calidad tiene el producto.

Mala

Buena

Muy buena

Excelente

7. Que herramientas utiliza para comercializar este tipo de servicio?

Prensa

Radio

Televisión

Hojas volantes

Ninguno

8. Como realiza el control de calidad del producto

9. A recibido apoyo para expandir esta actividad

ANEXO "B" EMPRESAS POSIBLES CLIENTES



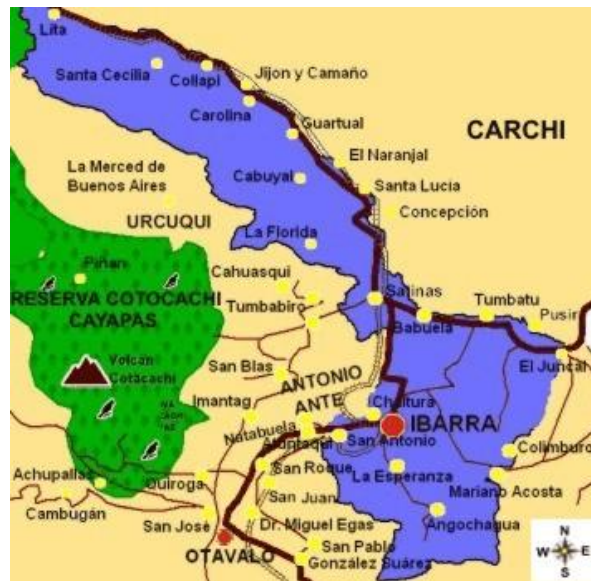
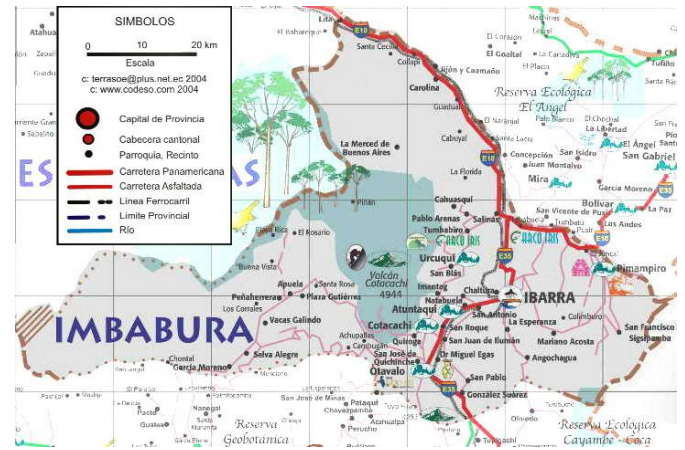
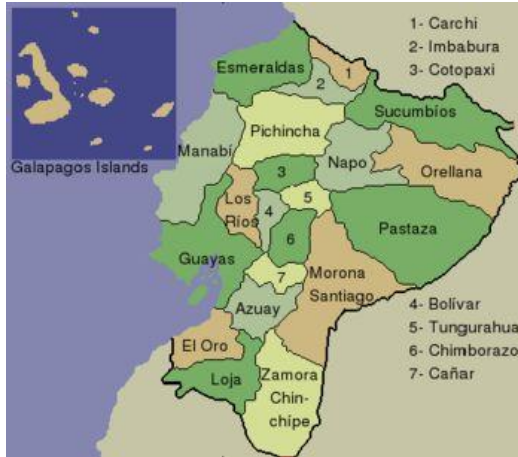
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A POSIBLES CLIENTES DE BORDADO COMPUTARIZADO

1. Ha escuchado hablar acerca de los Bordados Computarizados?
Siempre
A veces
Nunca
2. Cree que es productivo el servicio de Bordados Computarizados en la ciudad de Ibarra?
De acuerdo
Medianamente de acuerdo
En desacuerdo
3. Que trabajos demandaría regularmente a este servicio?
Bordados Simples
Bordados Complejos
Bordados al por menor
Bordados al por mayor
Otro
4. Con que regularidad demandaría este servicio de Bordado Computarizado?
Semanalmente
Quincenalmente
Mensualmente
Trimestralmente
Otro
5. Cómo calificaría este nuevo servicio de Bordado Computarizado?
Bueno
Regular
Malo
6. Está de acuerdo con la creación de la microempresa de Bordado Computarizado?
De acuerdo
Medianamente de acuerdo
En desacuerdo

7. Cree que la oferta del servicio de Bordado Computarizado cubre las necesidades de la demanda en la ciudad de Ibarra?
- Altamente de acuerdo
- Medianamente de acuerdo
- En desacuerdo
8. Cuáles cree usted que son los mayores demandantes del servicio de Bordado Computarizado en la ciudad de Ibarra?
- Sector textil
- Público en general
- Otros
9. La competencia del Servicio de Bordado Computarizado en la ciudad de Ibarra es:
- Alta
- Media
- Baja
10. En el mercado local existe un servicio similar a este?
- Si
- No

ANEXO "C" MAPAS ECUADOR, IMBABURA, IBARRA



ANEXO "D" DETERMINACION DEL TERRENO



