



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CARRERA DE INGENIERÍA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER DE MODISTERÍA ROCÍ, EN EL BARRIO SIMÓN BOLÍVAR DE LA PARROQUIA EL SAGRARIO DE LA CIUDAD DE IBARRA”

PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ECONOMÍA MENCIÓN FINANZAS

AUTORA:

CHAMBA TITUAÑA VALERIA JANETH

DIRECTOR: Econ. DIEGO TABOADA

IBARRA, Julio del 2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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 determina 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 DEL CONTACTO	
Cédula de Identidad	1003105481
Apellidos y Nombres	Chamba Tituaña Valeria Janeth
Dirección	Ramón Alarcón 3-193 y José Nicolás H.
Email	valeriachamba@hotmail.com
Teléfono Móvil	0991231436

DATOS DE LA OBRA	
Título	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER DE MODISTERÍA ROCÍ, EN EL BARRIO SIMÓN BOLÍVAR DE LA PARROQUIA EL SAGRARIO DE LA CIUDAD DE IBARRA
Autor	Chamba Tituaña Valeria Janeth
Programa	Pregrado
Título por el que aspira	Ingeniera en Economía Mención Finanzas
Director	Econ. Diego Taboada

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Valeria Janeth Chamba Tituaña, con cédula de identidad Nro. 1003105481, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma 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 de material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la ley de Educación Superior Artículo 144.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **Valeria Janeth Chamba Tituaña**, con cédula de identidad Nro. 1003105481, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER DE MODISTERÍA ROCÍ, EN EL BARRIO SIMÓN BOLÍVAR DE LA PARROQUIA EL SAGRARIO DE LA CIUDAD DE IBARRA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **Ingeniera en Economía mención Finanzas**, 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 el formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma

Nombre: Valeria J. Chamba T.

Cédula. 1003105481

CONSTANCIA

Yo, **VALERIA JANETH CHAMBA TITUAÑA** declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; y que éste no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo, a la Universidad Técnica del Norte, según lo establecido por las leyes de propiedad intelectual, reglamentos y normatividad vigente de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma) 
Nombre: Valeria J. Chamba T.
Cédula. 1003105481

(Firma) 
Nombre: ING. BETTY CHAVEZ
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA



CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de trabajo de Grado, presentado por la egresada: Valeria Janeth Chamba Tituaña, para obtener el título de Ingeniera en Economía mención Finanzas, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA AMPLIACIÓN DEL TALLER DE MODISTERÍA ROCÍ, EN EL BARRIO SIMÓN BOLÍVAR DE LA PARROQUIA EL SAGRARIO DE LA CIUDAD DE IBARRA”**. Considero que reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 8 días del mes de Agosto del 2013



Econ. Diego Taboada

DIRECTOR DE TESIS

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi sincera gratitud a todas aquellas personas que me ayudaron en la planificación, desarrollo y culminación del presente Proyecto, principalmente a Dios, quien guía mi camino día tras día, a mis Padres, Esposo, Hija y a la madre de mi esposo que la considero como mi segunda Madre por el apoyo incondicional que me ha brindado a diario.

A mis maestros que han cultivado en mí el árbol del conocimiento y la ciencia, ya que me han demostrado su buena voluntad y desinterés para con la juventud emprendedora y revolucionaria que se forja día a día en las aulas de nuestra Universidad.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo pertenece a un proyecto de factibilidad para la ampliación del Taller de Modistería Rocí en el cantón Ibarra, para el diseño de la propuesta se siguieron varios pasos del procedimiento metodológico para la elaboración de proyectos económico - productivos. Para comenzar se toma como base el diagnóstico situacional en donde a través de recopilación de información necesaria se conoce sobre varios indicadores a utilizarse en el estudio, se realiza una matriz FODA para determinar la situación actual del taller, el FODA ayudó a detectar los aspectos positivos y negativos del taller con el fin de identificar el problema.

Se investigó bases teóricas con el fin de ampliar el conocimiento y sustentar teóricamente el proyecto. Se realizó un estudio de mercado con el fin de identificar la demanda a satisfacer para poder proceder a la ampliación, el taller está en capacidad de producir 3792 prendas de vestir al año, y de adquirir 3 máquinas más.

Para la ampliación necesita \$20.693, de los cuales \$10.000 son de aporte propio y \$10.693 serán con financiamiento.

En el análisis financiero se realizó proyecciones de ingresos, costos, gastos, y estados financieros, los cuales ayudaron a determinar la utilidad neta hasta el año 2017. Se realizó los cálculos económicos – financieros necesarios para determinar si el proyecto es factible o no.

Se determinó la estructura organizacional y los principales impactos que el proyecto generará con su implementación.

EXECUTIVE SUMMARY

The present work belongs to a project of factibility for the ampliation of the modistery shop Rocí in Ibarra, province of Imbabura for design. In this work It was necessary to follow several steps of methodologyc proceeding for the elaboration of economic – productives projects. In order to begin it's importance to have a diagnostic situational base, getting a lot information about several indicators to be used in the study. It must realize a matrix named FODA to determine the actual situation of the modistery shop, the FODA is important because it helps to detect the positives and negatives aspects of modistery shop and to identify the problem.

It was investigated the theoretical bases to get a major ampliation of the knowledge and sustain the project. It was a study in the market to indentify the demand to satisfy and to proceed to the ampliation; so the modistery shop can of produce 3.792 clothes in a year, and the possibility to buy three more machines.

For the ampliation, the modistery shop needs \$20.693, of these \$10000 are proper contribution, and \$10.693 will be with financing.

In the financial analysis it was made proyeccions of ingress, costs, expenses and financial states, in order to determine a net utility the 2017 year. Equally it was made some financial economics calcules necessaries for determine if the project is feacible or not.

Finally It determines the organizational structure and the principal impacts that the project will produce with its implementation.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación denominado: “Estudio de factibilidad para la ampliación del taller de modistería Rocí, en el barrio Simón Bolívar de la parroquia el Sagrario de la ciudad de Ibarra”, ha sido desarrollado bajo la modalidad de proyecto de ampliación. A continuación se presenta en síntesis cada capítulo del informe final de trabajo de grado.

En el primer capítulo se realiza un diagnóstico situacional con el fin de conocer la zona de investigación en aspectos como: antecedentes históricos, número de habitantes, condición socio económica de la población, educación, edad, etc., los cuales ayudaron a determinar las diferentes oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas que tiene el proyecto.

En el segundo capítulo se describe los conceptos básicos de los diferentes términos que se utilizan en cada etapa del proyecto, respetando las fuentes bibliográficas, se aportó con interpretaciones, estos conceptos teóricos nos ayudaron al desarrollo de todos los capítulos.

El tercer capítulo estudio de mercado se analiza cada variable económica, ubicando el mercado para la ampliación del taller. Para conseguir datos e información suficiente se determinó la muestra poblacional para realizar la investigación de campo mediante la aplicación de encuestas, bibliografía, etc., el resultado fundamental fue determinar la demanda a cubrir por microempresa.

El cuarto capítulo se realizó un estudio técnico donde se determinó la ubicación, tamaño, distribución de áreas, equipos y maquinaria a utilizarse, capital de trabajo y las inversiones necesarias para la operatividad del negocio estableciendo así la inversión total para la implementación del proyecto. También se determina el financiamiento de la inversión.

En el quinto capítulo se diseña el logotipo, la estructura organizacional y funcional del negocio, se establece la misión, visión, políticas, valores, requisitos legales para el correcto funcionamiento de la microempresa y alcanzar los objetivos establecidos.

En el capítulo sexto se realiza un análisis financiero en donde se estableció los ingresos y egresos del proyecto mismos que facilitaron la estructura de los estados financieros proyectados como: Balance de situación Inicial, flujo de caja, estado de pérdidas y ganancias, a través de cuales se pudo realizar la evaluación financiera para determinar la rentabilidad del proyecto y determinar su viabilidad.

El capítulo séptimo se establecen los posibles impactos que generará el proyecto como: impacto socio-económico, empresarial, comercial, ambiental.

Para finalizar el proyecto se expone las conclusiones y sus respectivas recomendaciones a las que se ha llegado una vez concluido el estudio de cada uno de los capítulos y valorando los objetivos que se inicialmente se propuso para el estudio.

TABLA DE CONTENIDO

AUTORIZACIÓN	I
CESIÓN DE DERECHOS	¡Error! Marcador no definido.
CONSTANCIA	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN EJECUTIVO	VI
EXECUTIVE SUMMARY	VII
PRESENTACIÓN.....	VIII
INDICE DE IMAGENES	XVI
INDICE DE GRÁFICOS	XVI
INDICE DE TABLAS	XVIII
INTRODUCCIÓN	XXI
JUSTIFICACIÓN	XXII
OBJETIVOS	XXIII
Objetivo General.....	XXIII
Objetivos Específicos	XXIII
CAPÍTULO I.....	1
1 DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL.....	1
1.1 ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.2 OBJETIVOS.....	7
1.2.1 Objetivo general	7
1.1.2 Objetivos específicos.....	7
1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS	7
1.4 MATRIZ RELACIÓN	9
1.5 ASPECTOS SOCIO – DEMOGRÁFICOS.....	10
1.5.1 INGRESOS	10
1.5.2 EGRESOS	15
1.5.3 EDAD.....	16
1.5.4 NIVEL DE EDUCACIÓN	16
1.5.5 OCUPACIÓN	17
1.7 ESPACIO GEOGRÁFICO.....	18

1.6.2 ESPACIO SOCIAL.....	19
1.6.3 ESPACIO ECONÓMICO	19
1.7 POSICIÓN DEL TALLER	20
1.7.1 LOCALIZACIÓN.....	20
1.7.2 LÍMITES Y PERÍMETRO	20
1.7.3 COLINDANCIAS	21
1.7.4 VIALIDAD.....	21
1.7.5 ACCESOS Y CIRCULACIONES	21
1.7.6 INFRAESTRUCTURA.....	22
1.8 SITUACIÓN ACTUAL DEL TALLER.....	22
1.8.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL.....	22
1.8.2 COMPETENCIA.....	22
1.8.3 MEDIO AMBIENTE	23
1.8.4 RECURSOS DE LA EMPRESA (TALENTO HUMANO, TECNOLOGÍA, KAPITAL).....	24
1.9 MATRIZ FODA.....	26
1.9 ESTRATEGIAS FA, FO, DO, DA.....	28
1.10 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DEL DIAGNÓSTICO.....	30
CAPÍTULO II	31
2 MARCO TEÓRICO	31
2.1 EMPRESA.....	31
2.1.1. DEFINICIÓN DE EMPRESA.....	31
2.1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS.....	31
2.2. MICROEMPRESA.....	32
2.2.1. DEFINICIÓN DE MICROEMPRESA.....	32
2.2.2. IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR.....	32
2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE MICROEMPRESA	33
2.2.4. ADMINISTRACIÓN MICROEMPRESARIAL.....	33
2.3. INDUSTRIA TEXTIL.....	35
2.3.1. RAMA: CONFECCIONES DE PRENDAS DE VESTIR.....	35
2.3.2. TALLER DE TRABAJO.....	36
2.3.3. LEY DE FOMENTO ARTESANAL	36
2.3.4. MODISTERÍA	37
2.3.5. PARTES QUE CONFORMAN EL ARTE DEL VESTIDO	37
2.3.6. CLASIFICACIÓN DE VESTIDOS COMPRENDIDOS EN MODISTERÍA.....	38
2.3.7. SISTEMAS QUE SE EMPLEAN.....	39
2.4 CATÁLOGOS.....	41
2.4.1 CONCEPTO	41
2.4.2 CLASIFICACIÓN Y DISEÑO	41
2.5 ESTUDIO DE MERCADO	43
2.5.1 DEFINICIÓN DE MERCADO.....	44
2.5.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	44

2.5.3 PRODUCTO	44
2.5.4 DEMANDA	45
2.5.5 OFERTA	45
2.5.6 PRECIO.....	46
2.5.7 COMERCIALIZACIÓN	46
2.5.8 DISTRIBUCIÓN.....	46
2.5.9 PUBLICIDAD	47
2.7 ESTUDIO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	47
2.7.1 CONCEPTO.....	47
2.7.2 INFRAESTRUCTURA	48
2.7.3 TECNOLOGÍA	48
2.7.4 MAQUINARIA Y EQUIPO.....	48
2.7.5 INVERSIÓN	48
2.7.6 COSTO.....	49
2.7.7 CONSUMIDOR	49
2.7.8 COMPETENCIA.....	49
2.8 ESTUDIO FINANCIERO	50
2.8.1 DEFINICIÓN	50
2.8.2 CAPITAL DE TRABAJO	50
2.8.3 FINANCIAMIENTO	51
2.8.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	51
2.8.5 PRESUPUESTO DE EGRESOS	51
2.8.6 ESTADOS FINANCIEROS.....	52
2.8.7 FLUJO DE CAJA.....	53
2.8.9 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	53
2.8.10 VAN (Valor presente neto)	53
2.8.11 PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	53
2.8.12 COSTO DE OPORTUNIDAD.....	54
2.8.13 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	54
2.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	54
2.9.1 DEFINICIÓN	55
2.9.2 TALENTO HUMANO	55
2.9.3 ORGANIGRAMA	55
2.10 IMPACTO.....	58
2.10.1 DEFINICIÓN.....	58
2.10.2 TIPOS DE IMPACTOS.....	58
CAPITULO III.....	59
3. ESTUDIO DE MERCADO	59
3.1 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADO	59
3.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	60
3.2.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	60
3.3 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS.....	62
3.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	87

3.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	88
3.5.1 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	88
3.5.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	89
3.5 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS.	92
3.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	93
3.7 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO.....	94
3.7.1 COMERCIALIZACIÓN	94
3.7.2 DISTRIBUCIÓN	94
3.7.3 PUBLICIDAD.....	94
3.8 DETERMINACIÓN DE LA OFERTA.....	95
CAPÍTULO IV	96
4 ESTUDIO TÉCNICO	96
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	96
4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	96
4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	96
4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	97
4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	98
4.3.1 INFRAESTRUCTURA FÍSICA	98
4.3.2 PROCESOS PRODUCTIVOS.....	100
4.3.2.2 FLUJOGRAMA DE PROCESOS	104
4.3.3 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS	107
4.3.4 REQUERIMIENTO TALENTO HUMANO	108
4.4 INVERSIONES.....	108
4.4.1 INVERSIONES FIJAS.....	109
4.4.2 INVERSIÓN VARIABLE DEL PROYECTO.....	109
4.4.3 RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO.....	111
4.4.4 INVERSIÓN DIFERIDA	111
4.5 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	112
4.6 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.....	112
CAPÍTULO V	113
5 ESTUDIO FINANCIERO	113
5.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	113
5.1.1 INGRESOS PRENDAS DE VESTIR.....	114
5.2.2 PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS.....	115
5.2.1 PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA	116
5.2.2 PROYECCIÓN GASTOS.....	118
5.3 ESTADOS FINANCIEROS.....	130
5.3.1 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL	130

5.3.2 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO	131
5.3.3 ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO	133
5.4 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN	133
5.4.1 COSTO OPORTUNIDAD.....	133
5.4.2 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	134
5.4.3 DETERMINACIÓN DEL VAN (Valor Actual Neto)	135
5.4.4 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	135
5.4.5 COSTO – BENEFICIO	137
5.4.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN.....	138
5.4.7 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	139
5.4.8 INDICES FINANCIEROS	141
CAPÍTULO VI	144
6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL	144
6.1 LOGOTIPO Y DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	144
6.1.1 ORIGEN DEL LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA.....	144
6.2 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA.....	144
6.2.1 MISIÓN.....	145
6.2.2 VISION.....	145
6.2.3 PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES	145
6.2.4 VALORES	146
6.2.5 POLÍTICAS	147
6.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA	147
6.4 ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	148
6.5 REQUISITOS PARA LA LEGALIZACIÓN DE CONFECCIONES ROCÍ.	151
6.5.1 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES.	151
6.5.2 PATENTE MUNICIPAL PERSONAS NATURALES.	151
CAPÍTULO VII	152
7 IMPACTOS DEL PROYECTO	152
7.2 ANÁLISIS DE IMPACTOS.	152
7.2.4 IMPACTO AMBIENTAL.....	155
7.2.5 MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS.....	156
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	157
CONCLUSIONES.....	157
RECOMENDACIONES.....	159
BIBLIOGRAFÍA.....	161
LINKOGRAFÍA.....	164
ANEXOS.....	166
ANEXO 1	167

ANEXO 2.....	168
ANEXO 3.....	171
ANEXO 4.....	172
ANEXO 5.....	173

INDICE DE IMAGENES

<i>Imagen Nro. 1 Posición Física del Taller</i>	20
<i>Imagen Nro. 3 Macrolocalización</i>	97
<i>Imagen Nro. 4 Mapa de Ubicación del Taller de Modistería Rocí</i>	97
<i>Imagen Nro. 5 Distribución de la Infraestructura Actual del Local</i>	99
<i>Imagen Nro. 6 Distribución de la Infraestructura Puesto en Marcha el Proyecto.</i>	100

INDICE DE GRÁFICOS

<i>Gráfico 1 Determinación del Problema Diagnóstico</i>	30
<i>Gráfico 2 Organigrama Tipo Lineal</i>	56
<i>Gráfico 3 Organigrama Lineal – Asesor</i>	57
<i>Gráfico 4 Organigrama Tipo Matricial</i>	57
<i>Gráfico 5 Edad</i>	62
<i>Gráfico 6 Sexo</i>	63
<i>Gráfico 7 Ocupación</i>	65
<i>Gráfico 8 Ingresos</i>	66
<i>Gráfico 9 Visita a un Taller</i>	67
<i>Gráfico 10 Tipos de Servicios</i>	68
<i>Gráfico 11 Utilización de los Servicios de un Taller</i>	69
<i>Gráfico 12 Forma de Captación de las Prendas de Vestir</i>	70
<i>Gráfico 13 Opinión del Servicio Prestado por el Taller</i>	71
<i>Gráfico 14 ¿Por Qué de su Opinión?</i>	72
<i>Gráfico 15 Servicio a Domicilio</i>	73
<i>Gráfico 16 Catálogo Sobre Medidas</i>	73
<i>Gráfico 17 Precio Servicio a Domicilio</i>	75
<i>Gráfico 18 Orden de Importancia al Adquirir Prendas de Vestir</i>	76
<i>Gráfico 19 Porcentaje de la Tabla Nro. 25</i>	77
<i>Gráfico 20 Resumen Orden de Importancia al Adquirir Prendas de Vestir</i>	78
<i>Gráfico 21 Defectos más Comunes en las Prendas de Vestir</i>	79
<i>Gráfico 22 Precio de Camisa de Hombre</i>	80
<i>Gráfico 23 Precio de Pantalón de Hombre</i>	81
<i>Gráfico 24 Precio Pantalón de Mujer</i>	82

<i>Gráfico 25 Precio Chaqueta de Mujer</i>	83
<i>Gráfico 26 Precio de Vestido</i>	84
<i>Gráfico 27 Precio de Blusas</i>	85
<i>Gráfico 28 Precio Falda</i>	86
<i>Gráfico 29 Flujograma del Proceso Productivo</i>	105
<i>Gráfico 30 Flujograma del Proceso de Atención Al Cliente</i>	106
<i>Gráfico 31 Estructura Orgánica</i>	148

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla Nro. 1 Parroquias Urbanas Y Rurales.....</i>	<i>2</i>
<i>Tabla Nro.2 Población Del Cantón Ibarra</i>	<i>3</i>
<i>Tabla Nro. 3 Actividades Económicas del Cantón.....</i>	<i>4</i>
<i>Tabla Nro. 4 Remuneraciones Mínimas Vigentes Del 2012</i>	<i>12</i>
<i>Tabla Nro. 5 Productos Textiles, Cuero y Calzado.....</i>	<i>14</i>
<i>Tabla Nro. 6 Porcentaje del gasto mensual de las familias del Ecuador.</i>	<i>15</i>
<i>Tabla Nro. 7 Población de 5 o más Años. Según Nivel de Instrucción por Sexo en el Cantón Ibarra. 17</i>	
<i>Tabla Nro. 8 Ocupación de la PEA de Imbabura</i>	<i>18</i>
<i>Tabla Nro. 9 Población por Área, Según Provincia, Cantón, Parroquia de Empadronamiento y Grupos Étnicos.</i>	<i>19</i>
<i>Tabla Nro. 10 Maquinaria Actual del Taller</i>	<i>24</i>
<i>Tabla Nro. 11 Población Urbana y Rural del Cantón Ibarra.....</i>	<i>60</i>
<i>Tabla Nro. 12 PEA y PEI de la Zona Urbana del Cantón Ibarra.....</i>	<i>61</i>
<i>Tabla Nro. 13 Edad.....</i>	<i>62</i>
<i>Tabla Nro. 14 Sexo.....</i>	<i>63</i>
<i>Tabla Nro. 15 Ocupación.....</i>	<i>64</i>
<i>Tabla Nro. 16 Ingresos.....</i>	<i>65</i>
<i>Tabla Nro. 17 Visita a un Taller</i>	<i>66</i>
<i>Tabla Nro. 18 Tipos de Servicios</i>	<i>67</i>
<i>Tabla Nro. 19 Utilización de los Servicios de un Taller</i>	<i>68</i>
<i>Tabla Nro. 20 Forma de Captación de las Prendas de Vestir</i>	<i>69</i>
<i>Tabla Nro. 21 Opinión del Servicio Prestado por el Taller.....</i>	<i>70</i>
<i>Tabla Nro. 22 ¿Por Qué de su Opinión?</i>	<i>71</i>
<i>Tabla Nro. 23 Disposición de Consumo de los Servicios a Implementarse.....</i>	<i>72</i>
<i>Tabla Nro. 24 Precio Servicio a Domicilio.....</i>	<i>74</i>
<i>Tabla Nro. 25 Orden de Importancia al Adquirir Prendas de Vestir</i>	<i>75</i>
<i>Tabla Nro. 26 Porcentaje de la Tabla Nro. 25.....</i>	<i>76</i>
<i>Tabla Nro. 27 Resumen Orden de Importancia al Adquirir Prendas de Vestir</i>	<i>77</i>
<i>Tabla Nro. 28 Defectos más Comunes en las Prendas de Vestir</i>	<i>79</i>
<i>Tabla Nro. 29 Precio de Camisa de Hombre</i>	<i>80</i>
<i>Tabla Nro. 30 Precio de Pantalón de Hombre.....</i>	<i>81</i>
<i>Tabla Nro. 31 Precio Pantalón de Mujer.....</i>	<i>82</i>
<i>Tabla Nro. 32 Precio Chaqueta de Mujer.....</i>	<i>83</i>
<i>Tabla Nro. 33 Precio de Vestido</i>	<i>84</i>
<i>Tabla Nro. 34 Precio de Blusas</i>	<i>85</i>
<i>Tabla Nro. 35 Precio Falda</i>	<i>86</i>
<i>Tabla Nro. 36 Diseño y Producto Terminado.....</i>	<i>88</i>

<i>Tabla Nro. 37 Demanda Histórica y Tasa de Crecimiento "Clientes"</i>	89
<i>Tabla Nro. 38 Demanda Histórica y Tasa de Crecimiento "Confección de Prendas de Vestir"</i>	90
<i>Tabla Nro. 39 Proyección de la Demanda "Clientes" y "Prendas de Vestir". (1 operaria)</i>	91
<i>Tabla Nro. 40 Demanda Proyectada (4 Operarias)</i>	92
<i>Tabla Nro. 41 Precio Promedio de cada Prenda Vestir del Catálogo</i>	93
<i>Tabla Nro. 42 Flujograma de Procesos</i>	104
<i>Tabla Nro. 43 Requerimientos De Equipos De Producción</i>	107
<i>Tabla Nro. 44 Requerimiento de Equipos, Muebles y Enseres</i>	107
<i>Tabla Nro. 45 Requerimiento Mano de Obra Directa e Indirecta</i>	108
<i>Tabla Nro. 46 Inversiones Fijas del Proyecto</i>	109
<i>Tabla Nro. 47 Capital de Trabajo</i>	110
<i>Tabla Nro. 48 Resumen Capital de Trabajo</i>	111
<i>Tabla Nro. 49 Gastos Diferidos</i>	111
<i>Tabla Nro. 50 Estructura de la Inversión</i>	112
<i>Tabla Nro. 51 Estructura del Financiamiento</i>	112
<i>Tabla Nro. 52 Tasa Promedio de Inflación</i>	113
<i>Tabla Nro. 53 Precios Promedios</i>	114
<i>Tabla Nro. 54 Ingresos Prendas de Vestir</i>	114
<i>Tabla Nro. 55 Costo de la tela en cada Prenda de Vestir</i>	116
<i>Tabla Nro. 56 Proyección Materia Prima</i>	116
<i>Tabla Nro. 57 Salario Básico (2008 – 2012)</i>	119
<i>Tabla Nro. 58 Sueldos Proyectados Año 2013</i>	119
<i>Tabla Nro. 59 Sueldos Proyectados Año 2014</i>	120
<i>Tabla Nro. 60 Sueldos Proyectados Año 2015</i>	120
<i>Tabla Nro. 61 Sueldos Proyectados Año 2016</i>	120
<i>Tabla Nro. 62 Sueldos Proyectados Año 2017</i>	121
<i>Tabla Nro. 63 Beneficios Operarias Proyectados</i>	121
<i>Tabla Nro. 64 Beneficios Vendedora Proyectados</i>	122
<i>Tabla Nro. 65 Beneficios Gerente Proyectados</i>	122
<i>Tabla Nro. 66 Beneficios Auxiliar de Bodega Proyectados</i>	123
<i>Tabla Nro. 67 Beneficios Contador(a) Proyectados</i>	123
<i>Tabla Nro. 68 Proyección Mano de Obra y CIF</i>	124
<i>Tabla Nro. 69 Depreciación Muebles y Enseres</i>	125
<i>Tabla Nro. 70 Depreciación Equipo de Oficina</i>	125
<i>Tabla Nro. 71 Depreciación Equipo de Computación</i>	126
<i>Tabla Nro. 72 Depreciación Maquinaria</i>	126
<i>Tabla Nro. 73 Cuadro Resumen de Depreciaciones</i>	127
<i>Tabla Nro. 74 Tabla de Amortización</i>	128
<i>Tabla Nro. 75 Cuadro Resumen de Gastos</i>	130
<i>Tabla Nro. 76 Tabla de Impuesto a la Renta 2013</i>	131

<i>Tabla Nro. 77 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado</i>	132
<i>Tabla Nro. 78 Estado de Flujo de Caja Proyectado</i>	133
<i>Tabla Nro. 79 Costo Oportunidad</i>	134
<i>Tabla Nro. 80 Determinación del VAN</i>	135
<i>Tabla Nro. 81 Tasa de Redescuento Negativo</i>	136
<i>Tabla Nro. 82 Cuadro para determinación del Costo Beneficio</i>	137
<i>Tabla Nro. 83 Flujos Netos Actualizados y Acumulados</i>	138
<i>Tabla Nro. 84 Punto de Equilibrio Proyectado</i>	139
<i>Tabla Nro. 85 Valoración Cualitativa y Cuantitativa del Impacto</i>	152
<i>Tabla Nro. 86 Impacto Socio – Económico</i>	153
<i>Tabla Nro. 87 Impacto Microempresarial</i>	154
<i>Tabla Nro. 88 Impacto Comercial</i>	154
<i>Tabla Nro. 89 Impacto Ambiental</i>	155
<i>Tabla Nro. 90 Matriz General de Impactos</i>	156

INTRODUCCIÓN

En el Cantón Ibarra el sector artesano es altamente dedicado como otras ciudades imbabureñas a la moda, la pequeña industria y la artesanía textil son unas de las principales actividades del cantón Ibarra, estas actividades ayudan al desarrollo económico social, debido a que contribuye con la creación de plazas de empleo.

En la actualidad el arte del vestido se impuso de manera preponderante, marcando el grado de desarrollo y cultura de cada individuo para su mejor presentación social y en conjunto de estos demuestran el desarrollo del país.

El presente proyecto se enfoca en la ampliación de confección de prendas de vestir por parte del taller de modistería Rocí, lanzando el catálogo que desea incrementar.

La moda determina una de las normas basadas en la estética o la costumbre y que varían con el paso del tiempo, el entorno y las circunstancias del usuario (edad, clase social, etc.), esto será un factor importante al momento de diseñar cada prenda del catálogo ya que un objeto pasado de moda nunca será competitivo y costará vender aunque sea de alta calidad.

El proyecto se realizó considerando el crecimiento de demanda que ha tenido el taller durante el transcurso del tiempo, con el fin de satisfacer las necesidades de todos los clientes que acuden al mismo.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto es importante porque mediante la ampliación del taller se podrá expandir el alcance de sus productos, generará fuentes de empleo aportando así con el desarrollo del taller y del cantón.

Con la ampliación del taller se busca mejorar los ingresos de las personas promotoras del proyecto siendo ellos beneficiarios directos y se pretende satisfacer la demanda existente con productos de calidad.

En lo material, el taller de modistería cuenta con máquinas de coser industriales, materiales (tijeras, cintas métricas, plancha, etc.) e insumos (agujas, hilos, etc.), que posibilitan el trabajos de arreglos y confección de prendas de vestir.

Con la ampliación del proyecto se adquirirá más maquinaria, telas de calidad e insumos necesarios para la confección de prendas de calidad comercial, para esto se contará con el respaldo económico de la propietaria.

Con respecto al talento humano, el taller cuenta con cuatro mujeres capacitadas para llevar adelante el proyecto, tienen la experiencia necesaria y un título en la rama artesanal (maestra de taller en corte, confección y bordado), todas comprometidas en tarea de brindar un mejor servicio a los clientes.

Tomando en cuenta todas estas consideraciones se plantea el proyecto de ampliación para el taller de modistería Rocí.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la ampliación del taller de modistería Rocí, en el Barrio Simón Bolívar de la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional, para conocer la situación del taller de modistería Rocí. (Diagnóstico interno y externo)
- Establecer un fundamento teórico científico que sustente la realización del proyecto.
- Realizar un Estudio de Mercado para determinar la demanda, precios y competencia.
- Realizar un estudio técnico e ingeniería del proyecto para determinar los procesos de producción y la inversión a realizarse en el proyecto.
- Realizar un estudio Financiero para determinar la rentabilidad y viabilidad del proyecto.
- Establecer la estructura organizacional del taller de modistería.
- Determinar los principales impactos que tendrá la realización del proyecto.

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO TÉCNICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES DEL DIAGNÓSTICO.

Ibarra es una ciudad que goza de un clima privilegiado en el cual conviven variedad de culturas y razas que enriquecen y hacen única a la provincia de Imbabura, está ubicada en la zona norte de Ecuador, a 115 Km. al noreste de Quito,. Es la capital de la Provincia de Imbabura y conocida como la Ciudad Blanca, existen varias explicaciones de ese calificativo.

Según Ibarra Pablo (2010), luego del terremoto de 1868, en la presidencia de Gabriel García Moreno había iniciado un proceso de reconstrucción de la urbe destruida. Debido a que los recursos en aquellas épocas no sobraban, García Moreno y sus colaboradores, habían decidido que las casas sean pintadas usando el recurso más barato y disponible en este caso cal, como es lógico todas las casas terminaron bañadas de blanco, estableciéndose esa homogeneidad que terminó definiendo a la ciudad con el calificativo de "Ciudad Blanca"; otra versión es que la población fue asechada por una plaga y cuando desapareció, en símbolo de higiene, pintaron las casas de color blanco.

Según la Ordenanza Municipal, la Ibarra antigua o centro histórico debería lucir en tonalidades suaves, es decir, entre el blanco y caoba, cada rincón guarda recuerdos del pasado que se proyectan al presente y donde armoniosamente se combina lo colonial con lo moderno.

Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el Capitán Cristóbal de Troya por mandato de Don Miguel de Ibarra, Presidente de la, entonces, Real Audiencia de Quito. Los motivos para la construcción de la ciudad fue que se necesitaba una ciudad de paso en el camino Quito-Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar. (AMECUADOR 2012).

El cantón tiene una belleza escénica de lagunas en un entorno natural y cultural producen en el visitante la sensación de la presencia divina, diseñando y dibujando armoniosamente los espectaculares parajes de la Ciudad Blanca y de su ámbito cantonal.

El cantón Ibarra cuenta con varios atractivos turísticos que vienen desde la época de los Incas, la ciudad también goza de paisajes exuberantes; y al ser multicultural, todo esto sumado con los servicios, como la gran variedad de infraestructura hotelera y gastronómica la convierte en el mejor sitio turística de la provincia.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Ibarra se encuentra conformada por siete parroquias rurales y cinco urbanas, estas son:

Tabla Nro. 1 Parroquias Urbanas Y Rurales.

Fuente: INEC (Censo 2010)

Elaborado por: Autora

PARROQUIA RURAL	PARROQUIA URBANA
Ambuquí	Caranqui
Angochagua	Guayaquil de Alpachaca
Carolina	La Dolorosa del Priorato
La Esperanza	Sagrario
Lita	San Francisco
Salinas	
San Antonio	

Según Decreto Ejecutivo No357 210, por mandato presidencial, y por su ubicación geográfica, al cantón Ibarra se le nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

Según el censo realizado por el INEC en 2010, la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres.

Tabla Nro.2 Población Del Cantón Ibarra

Fuente: INEC (Censo 2010)

Elaborado por: Autora

GÉNERO	Nro. DE HABITANTES	%
FEMENINO	93.389	51,55
MASCULINO	87.786	48,45
TOTAL	181.175	100

Según el censo del 2010 la población económicamente activa del cantón Ibarra es 80.482 habitantes.

Dentro de las actividades económicas que se desarrollan actualmente en el cantón Ibarra tenemos: actividades primarias, actividades secundarias, y actividades terciarias, cada una abarcando fases de producción, distribución y consumo, estas actividades permiten que exista generación de riqueza dentro del cantón.

A continuación se presenta la siguiente tabla:

Tabla Nro. 3 Actividades Económicas del Cantón

Fuente: INEC (Censo 2010)

Elaborado por: Autora

Ibarra	9.384	100%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	6	0.00064
Industrias manufactureras.	814	0.087
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado.	2	0.0002
Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.	9	0.00096
Construcción.	14	0.0015
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	5.360	0.57
Transporte y almacenamiento.	85	0.0091
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	1.084	0.12
Información y comunicación.	433	0.05
Actividades financieras y de seguros.	64	0.0068
Actividades inmobiliarias.	24	0.0026
Actividades profesionales, científicas y técnicas.	193	0.021
Actividades de servicios administrativos y de apoyo.	81	0.0086
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	56	0.0060
Enseñanza.	177	0.02
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	210	0.02
Artes, entretenimiento y recreación.	90	0.0096
Otras actividades de servicios.	682	0.07

El censo económico del año 2010, determina que la ciudad de Ibarra cuenta con 9.384 establecimientos económicos, que generaron 1.700 millones de dólares

en ingresos por ventas. En estos establecimientos hay 28. 731 personas empleadas, que genera 16. 6. Millones dólares en activos fijos.

Las actividades productivas son la fabricación de muebles y la elaboración de productos de panadería, en actividades del comercio es la venta al por menor de alimentos, bebidas y tabacos; en servicios: actividades de restaurante, servicios de comida y telecomunicaciones.

Al nivel de ingresos el sector de servicios genera en el cantón Ibarra 1. 063 millones de dólares, el comercio 517 millones de dólares y 115 millones el sector de la manufactura. El sector de la manufactura posee 814 establecimientos económicos que se dedican a esta actividad, 2.657 personas que trabajan en el sector.

El comercio 5.360 establecimientos económicos, 9538 personas que trabajan en este sector. En Alojamiento y servicios hay 1.084 establecimientos económicos con 2.589 personas.

El cantón Ibarra tiene muchos atractivos turísticos como: iglesias, certificando la fe religiosa de su gente, entre las iglesias más tradicionales están: La Catedral ubicada en el centro de la ciudad, La Merced fue construida inmediatamente después del terremoto, Capilla Episcopal se encuentra a un lado de la catedral, cuenta con obras de arte de la época colonial, San Agustín ubicada a tan sólo una calle de la Catedral, es un claro testigo sobreviviente a la batalla de Ibarra, San Antonio en su interior se refugió Simón Bolívar ante las tropas de Agualongo, está localizada a las afueras del sector urbano, Basílica de la Dolorosa fue reconstruida después del terremoto, por lo que llama la atención su arquitectura. San Francisco y Santo Domingo construidas a principio del siglo XX, su arquitectura tanto interior como exterior, son dignos de admiración.

La laguna de Yahuarcocha está ubicada 4 km. al norte de Ibarra, tiene un bello paisaje natural aprovechado diariamente por miles de ibarreños que salen a practicar

diversos deportes. Este lugar tiene una importancia histórica debido a los estudios realizados por algunos investigadores, quienes manifiestan que existe una amplia y aún no explorada evidencia arqueológica.

Loma de Guayabillas: esta loma, que se encuentra al otro lado del río Tahuando, tiene un lugar en el cual hay un zoológico y las instalaciones necesarias para un paseo familiar.

Imbabura: este volcán que lleva un buen tiempo inactivo, es un buen destino para los excursionistas, el tren de la libertad; y además otros lugares turísticos que pueden ser visitados por turistas nacionales e internacionales.

En Ibarra como en todas las ciudades de la Sierra Ecuatoriana el tráfico y la congestión vehicular es un problema constante para lo cual se ha propuesto un nuevo trazado urbano y vial en la ciudad, la invención del SISMERT, y una serie de proyectos y campañas escolares y profesionales sobre conciencia vial. Ibarra cuenta con calles medianas, grandes y angostas, como cualquier ciudad colonial, enmarcada con innumerables intersecciones, monumentos, redondeles, y parques, así Ibarra cuenta con dos Compañías de Autobuses, 28 de Septiembre y San Miguel de Ibarra, las cuales prestan servicios a toda la población, y en sus innumerables barrios.

Ibarra cuenta con una cultura cesante y con tradiciones fuertes como: los gallos, el vino, el tabaco, las procesiones, las fiestas bravas y principalmente la Casería del Zorro, evento que se realiza cada año con la participación de innumerables personajes, típico de ello las jaurías y manadas de perros, el Zorro, los jinetes, la dama negra entre otros, que culmina después de una larga caminata desde Yahuarcocha hasta el Casco Colonial de Ibarra, la cultura portuguesa así mismo deja su leyenda, arquitectura y costumbres festivas, la cultura italiana deja su

romance, su mitología, su arte y su pasión por el amor y así mismo la cultura inca deja su colorido festival, sus comparsas, su música y su alegría.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional del taller de modistería Rocí mediante la aplicación de un análisis FODA.

1.1.2 Objetivos específicos

- Determinar los aspectos socio - demográficos de la PEA de la zona urbana del cantón Ibarra.
- Realizar un análisis del espacio geográfico donde se encuentra situado el taller de modistería.
- Establecer, la zona donde está ubicado el taller.
- Determinar la situación actual del taller.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Para el desarrollo del diagnóstico del presente proyecto tenemos variables como:

- Aspectos socio- demográficos
- Espacio geográfico
- Zona donde se realiza el proyecto
- Situación actual del taller

INDICADORES

Los indicadores que ayudarán a describir las variables del proyecto

Aspectos socio - demográficos (Variable)

Indicadores:

- Ingresos
- Egresos
- Edad
- Nivel de educación
- Ocupación

Espacio geográfico (Variable)

Indicadores:

- Espacio natural
- Espacio social
- Espacio económico

Zona donde se realiza el proyecto (Variable)

Indicadores:

- Localización
- Límites y perímetro
- Colindancias
- Vialidad
- Accesos y circulaciones
- Infraestructura

Situación actual del taller (Variable)

Indicadores:

- Análisis de la demanda actual
- Competencia
- Medio ambiente
- Recursos de la microempresa (tecnología, talento humano, capital)

1.4 MATRIZ RELACIÓN

INDICADORES	FUENTES DE INFOR.	TEC. DE RECOLEC. INF.
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ingresos ▪ Egresos ▪ Edad ▪ Nivel de educación ▪ Ocupación 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ INEC 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estadísticas
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Espacio natural ▪ Espacio social ▪ Espacio económico 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ INEC ▪ Ilustre municipio de Ibarra 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estadísticas ▪ Registros
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Localización ▪ Límites y perímetro ▪ Colindancias ▪ Vialidad ▪ Accesos y circulaciones ▪ Infraestructura 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ilustre municipio de Ibarra 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Observación
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Análisis de la demanda actual ▪ Competencia ▪ Medio ambiente ▪ Recursos de la empresa (T,T,K) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gremios de sastres y modistas ▪ Libros de registro del taller. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Registros

1.5 ASPECTOS SOCIO – DEMOGRÁFICOS.

1.5.1 INGRESOS

En Ecuador el Salario mínimo lo fija el Ministerio de Relaciones Laborales. Este salario comprende jornadas de 40 horas semanales, el cual rige para el sector privado incluyendo a los siguientes grupos: campesinos, trabajadores de la pequeña y mediana industria, trabajadoras del servicio doméstico, artesanos, sector agrícola y del sector de las maquilas. Además del pago mensual existen algunos beneficios sociales, estos son:

SUELDO Y SALARIO MÍNIMO SECTORIAL.- Se paga a cada trabajador de acuerdo al cargo a ocupar y al sector, es obligatorio, en el 2012 el salario mínimo se ubicó en \$292, y a partir de Enero del 2013 es de \$318.

HORAS EXTRAS.- La base de cálculo es el sueldo y el salario del trabajador, se paga a fin de mes en el que se ha laborado las horas extras, el monto a pagar es sueldo/240 horas laborales mensuales, tienen el 50% de recargo las horas extras diurnas, tienen el 100% de recargo las horas extra nocturnas pasada 24:00 horas, y en fin de semanas y días feriados, cuando la jornada es nocturna no se toma como hora extra las horas normales, pero tiene un recargo del 25% sobre ese valor.

DÉCIMO TERCERA REMUNERACIÓN.- Su cálculo se realiza mediante la remuneración percibida en el año, se paga hasta el 24 de Diciembre de cada año, no se toma en cuenta para el cálculo de impuestos, aporte al IESS, fondos de reserva, etc...

DÉCIMO CUARTA REMUNERACIÓN.- Su base de cálculo es el salario mínimo sectorial \$318, se paga hasta el 15 de Agosto de cada año(Sierra) y el 15 de Marzo(Costa), no se toma en cuenta para el cálculo de impuestos, aporte al IESS, fondos de reserva, etc..

PARTICIPACIÓN DE UTILIDADES.- Se calcula mediante las utilidades líquidas obtenidas en el año anterior, debe pagarse hasta el 15 de Abril de cada año, el trabajador tiene derecho al 15% repartido de la siguiente forma:

10% como derecho individual del trabajador y 5% en proporción a las cargas familiares.

FONDO DE RESERVA.- Su base de cálculo es la remuneración total, el empleador deberá pagar en el rol de pagos correspondiente, tiene derecho a partir del segundo año de labores, el personal que labora para empresas de actividades complementarias de limpieza, mensajería, seguridad, tiene derecho desde el primer día de labores.

APORTE PATRONAL.- Se calcula mediante la remuneración mensual del trabajador, el empleador deberá depositarlo en el IESS máximo hasta el 15 de cada mes siguiente al que corresponde el aporte, se paga el 12.15% de la remuneración mensual del trabajador, el 11.15% corresponde al aporte al IESS, seguro campesino y subsidio por maternidad; y el 1% restante aportes al IECE y SECAP, el aporte patronal corre a cargo del empleador.

APORTE PERSONAL.- Se calcula en base a la remuneración mensual del trabajador, el empleador deberá depositarlo en el IESS máximo hasta el 15 de cada mes siguiente al que corresponde el aporte, se paga el 9.35% de la remuneración mensual del trabajador, el aporte personal corre a cargo del trabajador y es descontado de su remuneración mensual.

VACACIONES.- La base de cálculo es la remuneración mensual del trabajador, se paga cuando el empleado sale a vacaciones, el monto a pagar es la 24va parte de la remuneración recibida durante el año de trabajo, en la práctica es el valor de la remuneración actual dividido para dos, se toma en cuenta para el cálculo de impuestos; se pagará una vez que el trabajador haya terminado su relación laboral.

Tabla Nro. 4 Remuneraciones Mínimas Vigentes Del 2012

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: Autora

REMUNERACIONES MÍNIMAS VIGENTES			
SECTORIAL	Desde E2	Hasta A	
Agricultura y Plantaciones	318	B1	325,16
Producción Pecuaria	318	B1	330,72
Pesca, Acuicultura y Maricultura	318,89	B1	330,28
Minas, Canteras y Yacimientos	361,92	B1	543,59
Transf. Alimentos (incluye Agroindustria)	319,04	B1	335,28
P. Industriales, Farmacéuticos y Químicos	318,89		339,72
Producción Industrial de Bebidas y Tabacos	318	B1	333,90
Metalmecánica	323,73	B1	334,22
Artesanías	319,56	C1	333,55
Productos Textiles, Cuero y Calzado	320,39	C2	322,39
Vehículos, Automotores, Carrocerías y Partes	D2 321,98		333,9
Tecnología: Hardware y Software (Incl. Tic' s)	318		337,36
Electricidad, Gas y Agua	318		339,75
Construcción	318	B1	351,39
Comercialización y venta de productos	318	B2	326,68
Turismo y Alimentación	318	B1	321,82
Transporte, Almacenamiento y Logística	318	B1	337,66
Servicios Financieros	E1 318,45		325,45
Actividades Tipo Servicios	318		334,86
Actividades Tipo Servicios (Tit. 4to Nivel)			372,72
Enseñanza	C3 320,23		435,64
Actividades de salud	321,41		333,9
Actividades Comunitarias	321,18		339,88
Actividades Comunitarias Periodistas	D2 550,00		900

Según el acuerdo ministerial No 0216, publicado el 26 de Diciembre del 2012, los niveles para el análisis y estudio de las estructuras ocupacionales de las comisiones sectoriales serán:

NIVEL A. JEFATURA

NIVEL B. SUPERVISIÓN

- B1 Supervisión General
- B2 Supervisión Técnica
- B3 Supervisión Operativa

NIVEL C. OPERACIÓN

- C1 Operación Especializada
- C2 Operación Técnica
- C3 Operación Básica

NIVEL D. ASISTENCIA

- D1 Asistencia Administrativa
- D2 Asistencia Técnica

NIVEL E. SOPORTE

- E1 Soporte Administrativo
- E2 Soporte Operativo

De los jefes de hogar, el 73,3% son hombres y el 26,7% mujeres. El salario promedio de una mujer jefe de hogar es de 319,7 dólares mensuales, mientras que la de un hombre jefe de hogar es de 430,08 dólares.

Tabla Nro. 5 Productos Textiles, Cuero y Calzado.

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: Autora

RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA: 1.- CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR Y OTRAS MANUFACTURAS TEXTILES.				
CARGO / ACTIVIDAD	ESTRUCTURA OCUPACIONAL	COMENTARIOS / DETALLES DEL CARGO O ACTIVIDAD	CÓDIGO IESS	SALARIO MINIMO SECTORIAL 2013
Trabajador de mantenimiento de producción en textiles, cuero y calzado	C2	Incluye: Mecánico, Electricista, Carpintero, Soldador, Tornero; Otras Manufacturas Textiles	1020000000002	322,39
Diseñador, dibujante y elaborador de moldes	C3	Incluye: Montacarguista	1004292603120	321,98
Trabajadores que manejan maquinas sin manipulación de productos químicos / sin riesgo de explosión	C3	Incluye: Montacarguista; Otras Manufacturas Textiles	1004292603122	321,98
Bodeguero de confección de prendas de vestir y otras manufacturas textiles	D1		1004292603126	321,6
Trabajador de textiles, cuero y calzado	E2	Incluye: Ayudante de Bodega, Ayudante en General, Ayudante de Máquinas; Otras Manufacturas Textiles	1020000000001	320,39

Dentro del sector de productos textiles, calzado y cuero tenemos un salario mínimo sectorial de \$320,39 hasta \$322,39, según el cargo o actividad que el empleado ejerza.

1.5.2 EGRESOS

Tabla Nro. 6 Porcentaje del gasto mensual de las familias del Ecuador.

Fuente: Pulso Ecuador

Elaborado por: Autora

¿En qué gastan los ecuatorianos? (% del gasto mensual)		
1	Alimentos y bebidas no alcohólicas	29%
2	Servicios Básicos	8%
3	Transporte y movilización	7%
4	Educación	5%
5	Restaurantes	5%
6	Calzado	4%
7	Vestido	4%
8	Alquiler de vivienda	4%
9	Servicio doméstico	4%
10	Vacaciones	3%
11	Meadas para los hijos	3%
12	Salud	3%
13	Entretenimiento	2%
14	Celulares	2%
15	Artículos de aseo personal	2%
16	Otros	15%

Hoy en día en las familias ecuatorianas es imprescindible que trabaje el papá y mamá para solventar gastos, como: arriendo, agua, luz, teléfono, alimentación, vestuario, medicinas, estudios y diversión.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, el valor de la canasta familiar básica se ubicó en septiembre del 2012, en 594,06 dólares y el ingreso familiar promedio en \$ 545,07, que sirve para cubrir un 92,7% del valor de la canasta analítica con una restricción de consumo de 42,79 dólares.

1.5.3 EDAD

Según el INEC, la ciudad de Ibarra tiene una población bastante envejecida, más del 35% de la población pasa de los 45 años, un 25% son menores de 25 y el restante 40% son personas adultas de entre los 25 y los 45 años, el número de hijos por mujer es de 1 a 4 hijos, y la tasa de crecimiento poblacional baja dramáticamente, por ello para 2010 esta estaba en 1,8% de crecimiento anual.

La edad media de la población del cantón Ibarra es de 29 años.

1.5.4 NIVEL DE EDUCACIÓN

En el cantón Ibarra existen varios centros de educación, entre ellos instituciones pre- primario, primario, secundario, superior, posgrado, los cuales acogen a los habitantes para que cursen sus estudios en todos los niveles de educación dentro del cantón.

También existen centros de alfabetización, los cuales son destinados a adolescentes y adultos que quieran aprender a leer y escribir, obteniendo el certificado de estudios primarios.

El nivel de educación de la población de 5 años y más se detalla a continuación:

Tabla Nro. 7 Población de 5 o más Años. Según Nivel de Instrucción por Sexo en el Cantón Ibarra

Fuente: INEC (Censo 2010)

Elaborado por: Autora

NIVEL DE INSTRUCCIÓN AL QUE ASISTE O ASISTIÓ	SEXO		
	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	2.320	4.235	6.555
Centro de Alfabetización/(EBA)	218	662	880
Preescolar	813	881	1.694
Primario	29.261	29.161	58.422
Secundario	17.615	19.361	36.976
Educación Básica	6.613	6.986	13.599
Educación Media	5.861	5.668	11.529
Ciclo Postbachillerato	665	716	1.381
Superior	13.405	15.310	28.715
Postgrado	1.172	859	2.031
Se ignora	1.343	1.460	2.803
TOTAL	79.286	85.299	164.585

1.5.5 OCUPACIÓN

Entre los empleos de la población económicamente activa de la provincia de Imbabura y del cantón Ibarra tenemos: empleados privados, jornaleros o peones, trabajo por cuenta propia, empleados públicos, empleadas domésticas, patronos, socios, etc.

Tabla Nro. 8 Ocupación de la PEA de Imbabura

Fuente: INEC (Censo 2010)

Elaborado por: Autora

OCUPACIÓN	HOMBRE	MUJER
Empleado privado	28472	18362
Cuenta propia	28134	20832
Jornalero o peón	19451	3412
Empleado u obrero del estado, Municipio o Consejo Provincial	10355	8689
No declarado	2865	3783
Empleada doméstica	241	5361
Patrono	3663	2843
Trabajador no remunerado	1528	1344
Socio	1614	803
TOTAL	96323	65429

1.7 ESPACIO GEOGRÁFICO

1.6.1 ESPACIO NATURAL

El área urbana de Ibarra se localiza en una llanura, sobre la costa 2204 m.sn.m con la mayoría de su superficie en una zona central que no supera el 5% de declive. Sobre el costado occidental del río Tahuando, existe una explanada que se extiende hasta las laderas de los cerros que limitan con la laguna Yahuarcocha.

Ibarra tiene un clima templado, una temperatura promedio de 18 grados, temperaturas que pueden descender o aumentar dependiendo de la época del año,

El clima anual se divide en 3 partes, la etapa seca que va desde Junio hasta principios de Septiembre, la Época Estival de principios de Septiembre a mediados de Febrero, y la fría de finales de Febrero a finales de Mayo.

1.6.2 ESPACIO SOCIAL

Tabla Nro. 9 Población por Área, Según Provincia, Cantón, Parroquia de Empadronamiento y Grupos Étnicos.

Fuente: INEC (Censo 2010)

Elaborado por: Autora

IBARRA	INDÍGE NA	AFROECU. O/A	MONTUBIO /A	BLANCO/A	OTRO/A	TOTAL
Urbana	3.208	9.753	112.287	5.921	239	131.856
Rural	2.506	37	5.227	74	3	7.865
TOTAL	5.714	9.790	117.514	5.995	242	139.721

Dentro de la población de la zona urbana del cantón Ibarra tenemos grupos étnicos como: indígena, afroecuatoriana/o, montubio/a, mestiza/o, blanco, otro/a, donde las que más sobresalen son: mestiza/o 85.16%, afroecuatoriano/a 7.40%, blanca/o 4.49%.

Los idiomas que mas sobresalen son: español, inglés, quechua.

1.6.3 ESPACIO ECONÓMICO

La ciudad se mantiene próspera gracias al Sector Terciario que supone el 70% de los empleos en la ciudad, la agroindustria y la procesación de alimentos, el sector

artesano y Secundario es ampliamente dedicado como otras ciudades imbabureñas a la moda, así mismo otro factor importante es la gastronomía, así pues el sector más próspero es el turismo, para 2010 Ibarra tenía en puesto 7 en ciudades económicas, su prosperidad se hace también importante gracias al sector financiero y bancario de Ibarra.

1.7 POSICIÓN DEL TALLER

1.7.1 LOCALIZACIÓN

El taller de modistería Rocí se encuentra ubicado en la parroquia El Sagrario, barrio Simón Bolívar, entre las calles Ramón Alarcón y José Nicolás Hidalgo.

1.7.2 LÍMITES Y PERÍMETRO

A continuación se muestra la posición actual del taller de Modistería Rocí mediante la siguiente imagen:

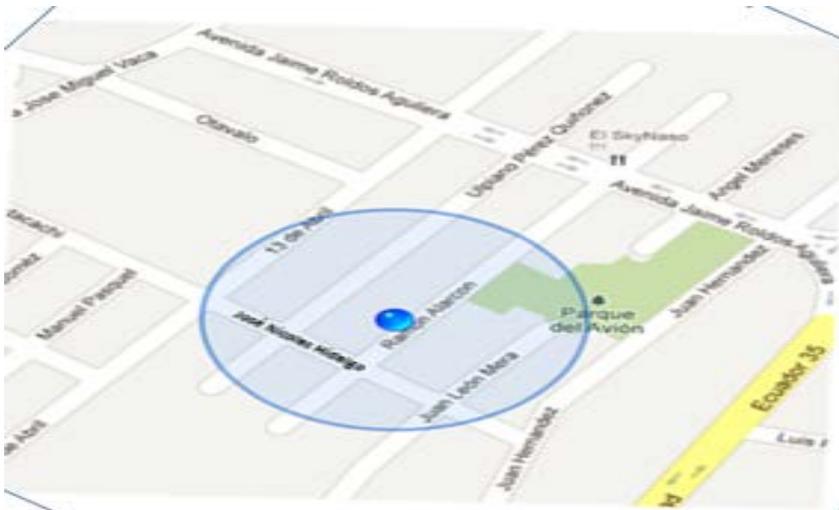


Imagen Nro. 1 Posición Física del Taller

Elaborado por: Autora

El taller limita: Al Norte Av. Jaime Roldós Aguilera, al Sur calle José Nicolás Hidalgo, al Este calle Juan León Mera, al Oeste calle Ulpiano Pérez Quiñonez.

Al mismo tiempo se encuentra dentro del perímetro del Parque del Avión, el Hotel Turismo y el Instituto Técnico Superior 17 de Julio.

1.7.3 COLINDANCIAS

El taller colinda con la Av. Jaime Roldós Aguilera, posteriormente con la calle 13 de Abril y el Instituto Técnico Superior 17 de Julio, al sur con la Calle José Nicolás Hidalgo, al Este calle Juan León Mera y posteriormente con el Hotel Turismo, al Oeste calle Ulpiano Pérez Quiñonez.

1.7.4 VIALIDAD

Las calles del Sector donde se encuentra el taller son adoquinadas y en perfecto estado, cada calle está señalizada con su respectivo nombre.

Colinda al Norte con la Av. Jaime Roldós Aguilera, esta es la principal ya que empieza desde el Cuartel de la Policía Nacional y termina una cuadra más de la 13 de Abril, en esta calle se encuentra mayor movimiento económico.

Dentro de las calles secundarias se encuentra el Parque del Avión, instituciones educativas como: colegio, guarderías.

1.7.5 ACCESOS Y CIRCULACIONES

El lugar donde está situado el taller es de fácil acceso, circulación de tránsito y personas. Debido a que esta zona es principalmente habitacional tenemos varias líneas de buses que pasan por el perímetro donde se encuentra ubicado el taller, una

de ellas es Las Palmas que pasa por la calle Ramón Alarcón, lugar donde se encuentra el taller.

1.7.6 INFRAESTRUCTURA

El barrio Simón Bolívar cuenta con todos los servicios básicos como: agua, luz, alcantarillado, teléfono, alumbrado público, recolección de basura.

Son todos los servicios considerados necesarios para el buen funcionamiento del local.

1.8 SITUACIÓN ACTUAL DEL TALLER.

1.8.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA ACTUAL

Según el libro de registros, en el año 2012 el taller contó con 183 clientes y se confeccionó 298 de prendas de vestir, hay que mencionar que los clientes también utilizan el servicio de arreglos de las prendas repetidas veces al año ; los clientes potenciales del taller son personas particulares, como: jóvenes y adultos (hombres y mujeres) del barrio Simón Bolívar que acuden al taller con necesidades puntuales (arreglos, dobladillos, prendas de hogar, etc.); algunos de ellos han sugerido que se debería tener prendas en exhibición para ellos también poder comprarlas o adquirirlas, y si en caso de que necesitara la prenda de un arreglo se les pueda ayudar en el mismo taller.

1.8.2 COMPETENCIA

Mediante una observación directa realizada dentro del perímetro del taller, se detecta que existen tres talleres de modistería; un taller, Modas “Paty” se encuentra ubicado en la Av. Jaime Roldós Aguilera, los otros dos talleres no tienen nombre y se encuentran en la Calle Ramón Alarcón misma calle donde se encuentra el taller

de modistería Rocí, en los tres talleres laboran una sola persona que conoce acerca del arte y prestan los mismos servicios como son: la confección y arreglos de prendas de vestir.

En las calles que colindan con el taller, existe una sastrería, se encuentra ubicado en la calle Juan Hernández, se dedica a la confección de uniformes de colegios, escuelas, ternos de hombre y de mujer; en la calle José Nicolás Hidalgo se encuentra un taller que se dedica a la confección de uniformes deportivos y ropa deportiva.

1.8.3 MEDIO AMBIENTE

1.8.3.1 Medio Ambiente Laboral

El personal que labora en el taller cuenta con un buen ambiente de trabajo, ya que el lugar donde labora cuenta con todo lo necesario como: iluminación natural, buena ventilación, higiene, horario flexible, buen trato, etc., para que el personal se encuentre a gusto laborando dentro del taller.

1.8.3.2 Medio Ambiente Natural

El taller trata de usar al máximo la materia prima que se utiliza para la confección y arreglos de prendas de vestir, los sobrantes de tela en las confecciones se le entrega al cliente y si este no lo desea se guarda y se ocupa de distintas formas, y en arreglos como: cortar el largo de las bastas de un pantalón se usa para otros arreglos como zurcidos, aumentos, etc.

Los demás desperdicios como sierras dañados, pedazos pequeños de tela o de pelón, desperdicios de hilos, agujas rotas, etc., van directo a la basura, y se saca los días que el recolector de basura pasa por el taller.

1.8.4 RECURSOS DE LA EMPRESA (TALENTO HUMANO, TECNOLOGÍA, KAPITAL).

1.8.4.1 Talento Humano

Con respecto al talento humano el taller cuenta con cuatro operarias, tres de ellas son profesionales que poseen el título de Maestra de Taller de Corte y Confección, avalados por Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Las cuatro operarias poseen experiencia en la rama artesanal adquiridas en otro taller y durante el transcurso de los años que han laboran en el taller de modistería Rocí, ellas son encargadas de realizar el trabajo de la mejor manera, entregando con puntualidad las prendas u obras encomendadas al cliente. Para constancia los títulos se presentan en el ANEXO 1.

1.8.4.2 Tecnología

En la actualidad el taller cuenta con cuatro máquinas; una overlock, 2 máquinas de puntada recta, una máquina de puntada recta y zig – zag las cuales son necesarias para la confección y los arreglos de las prendas de vestir. A continuación se presenta la siguiente tabla:

Tabla Nro. 10 Maquinaria Actual del Taller

Fuente: Taller de Modistería Rocí

Elaborado por: Autora

<p>Una máquina overlock marca GEMSY</p> 	<p>Esta máquina realiza una puntada de sobrehilado, evitando que los orillos se deshilachen, dando a la costura una apariencia profesional.</p>
---	---

<p>Una maquina de puntada recta y zig – zag marca REFREY</p> 	<p>Esta máquina realiza las mismas funciones que las otras dos con la diferencia que esta tiene la puntada en zig-zag y es esencial para realizar los ojales en las diferentes prendas de vestir.</p>
<p>Dos máquinas semi industriales de puntada recta marca SIRUBA, SUN ST</p> 	<p>Estas dos máquinas son esenciales para unir piezas cortadas en una puntada básica es decir para la confección de las prendas, también sirven para realizar los diferentes arreglos en las prendas de vestir.</p>

1.8.4.3 Capital

El capital que se invirtió al inicio fue de \$3000 y fueron fondos propios, luego se reemplazo la maquinaria como: una máquina de coser hogareña por una máquina semi industrial marca SUN STAR su costo fue de \$500, una máquina overlock hogareña por una máquina overlock semi industrial marca GEMSY su costo fue de \$800, una máquina recta semi industrial marca SIRUBA su costo fue de \$ 500 las tres máquinas fueron compradas a crédito en MAINCO, otros \$200; en la actualidad se tiene un capital invertido de \$5000.

1.9 MATRIZ FODA.

FORTALEZAS

- Personal calificado con el que cuenta el taller, ya que a través de su experiencia y conocimientos se puede realizar el trabajo de una manera activa e innovadora.
- Debido a la maquinaria con la que cuenta el taller, permite que se tenga buenos acabados en confección y arreglos de las prendas, y esto ha hecho que los clientes regresen al taller, por lo que quiere decir que existe calidad en el producto terminado.
- El taller se encuentra en un sitio de fácil acceso, circulación, con una excelente vialidad, que permite que los clientes lleguen de forma cómoda y rápida hacia el local.
- La infraestructura con la que cuenta el taller permite que la atención a los clientes sea de calidad y personalizada.
- Entrega oportuna y en casos inmediata del los productos, esto hace que los clientes tengan confianza en el taller.

DEBILIDADES

- El taller se encuentra localizado en una calle secundaria, por lo que hace que algunas personas no sepan de la existencia del taller.
- Para la contabilidad solo se registra los ingresos y egresos que existen en el taller es decir existe una Administración contable empírica.

- El taller no cuenta con un local propio, lo significa que se debe pagar un arriendo.
- Los clientes que acuden al taller recomiendan a otras personas que vayan al local, por lo que no se ha hecho inversión en estrategias publicitarias.

OPORTUNIDADES

- El taller se encuentra en un buen sector lo que permite que tenga fácil acceso a la materia prima.
- El taller al tener 250 clientes estables se puede decir que cuenta con un portafolio de clientes y estos responden a nuevas ideas.
- Existe apoyo a la pequeña industria por parte del estado.
- La competencia no tienen experiencia en la rama artesanal por lo que las personas recurren al taller para solicitar los servicios de arreglo y confección de prendas de vestir.
- La población destina una parte de su sueldo o remuneración mensual para gastos de vestido.
- El mercado desea nuevos diseños

AMENAZAS

- Existencia de talleres de modistería dentro los límites y perímetro del lugar donde se encuentra ubicado el taller de modistería Rocí.

- Variabilidad de los precios en la materia prima necesaria para realizar los diferentes trabajos en el taller.
- El sector artesano en el cantón Ibarra es altamente dedicado a la moda.
- Políticas Laborales.
- Restricciones de Importación.
- El contrabando.

1.9 ESTRATEGIAS FA, FO, DO, DA

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES (FO)

- Perfeccionar la confección de las prendas para fortalecer el portafolio de clientes.
- Aprovechar la creatividad del recurso humano para diversificar los servicios ofertados por el taller.
- Utilizar materia prima de calidad y crear nuevos diseños para que el cliente se encuentre satisfecho con el producto elaborado.
- Aprovechar la tecnología con la que cuenta el taller para mejorar el producto terminado y lograr que el taller sea un sitio preferencial para los clientes.

FORTALEZAS Y AMENAZAS (FA)

- Mejorar continuamente procesos de control de calidad de los productos, para que esta no se vea afectado por la competencia.

- Lograr buenas negociaciones con los proveedores de materia prima y así poder contar siempre con un stock de materia prima.
- Aprovechar la infraestructura que posee el taller para lograr una excelente atención al cliente.

DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES (DO)

- Buscar un local con mayor circulación para mejorar la cartera de clientes.
- Crear una estructura administrativa ya que de este consiste el éxito del taller y así poder afrontar los diferentes cambios en el ambiente.
- Aplicar estrategias publicitarias como: volantes, internet, radio para que el público conozca acerca del taller.

DEBILIDADES Y AMENAZAS (DA)

- Tener un adecuado manejo contable para ver la situación del taller y establecer un stock de materia prima.
- Establecer un plan de contingencia para mitigar posibles riesgos.
- Lograr que el taller sea un sitio preferencial a la hora de vestir, con relación a la competencia.

1.10 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DEL DIAGNÓSTICO

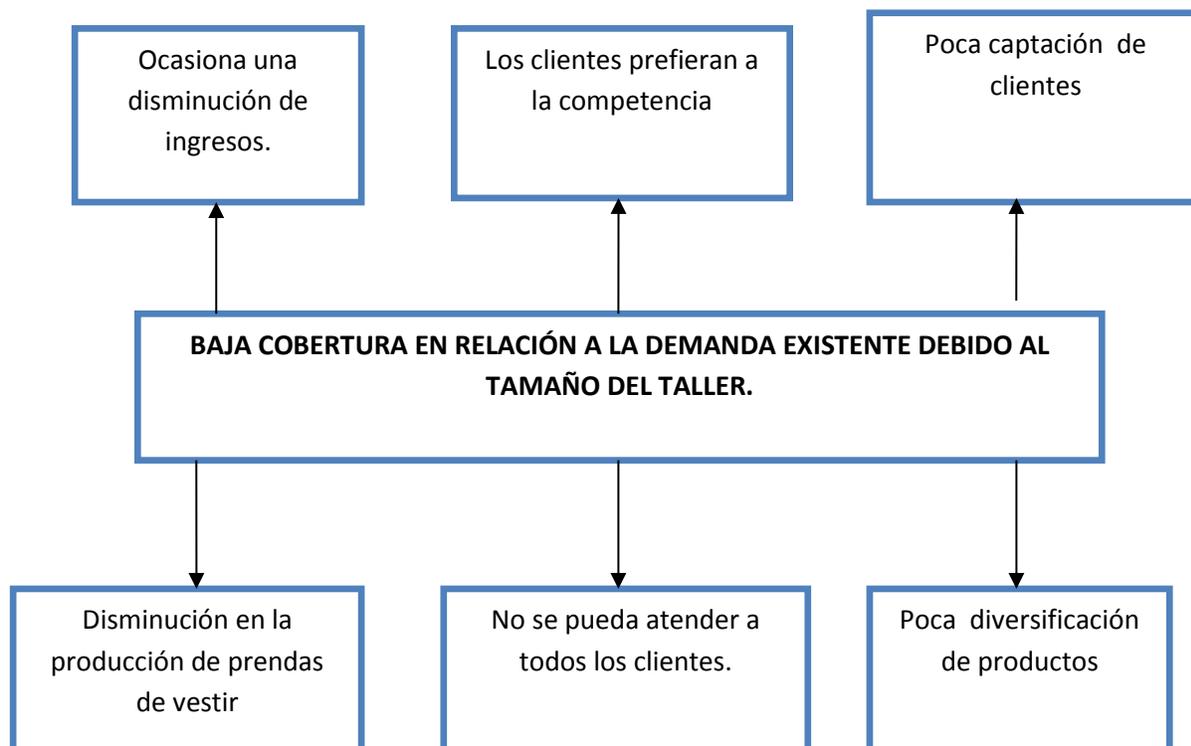


Gráfico 1 Determinación del Problema Diagnóstico

Elaborado por: Autora

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

2.1 EMPRESA

2.1.1. DEFINICIÓN DE EMPRESA

LEXUS Editores, (2010), en el "Manual de Contabilidad" dice: *“Empresa es un organismo privado, público o mixto, que está constituido por personas o materiales, reunidos con el propósito de realizar operaciones comerciales o producir bienes o servicios a través de un proceso que le permita obtener una utilidad o ganancia”*.

Se puede concluir que toda empresa es la combinación de varios factores económicos disponibles, que mediante un proceso se obtiene un bien o producto terminado para ofrecerse al servicio de la comunidad y satisfacer las necesidades del demandante y el oferente, permitiendo obtener una utilidad o ganancia.

2.1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Dentro de la clasificación de empresas se debe tomar en cuenta varios factores como:

- El sector económico en que operan. (Comerciales, industriales, agropecuarias, extractoras, servicios.)
- La naturaleza de actividades. (Importadora, exportadora, distribuidora)
- El volumen de sus operaciones. (Grande, mediana, pequeña o micro empresa)

- Su régimen de participación.(Públicas, privadas, mixtas, de propiedad social, cooperativas)
- El número de propietarios. (Individuales, mercantiles)

2.2. MICROEMPRESA

2.2.1. DEFINICIÓN DE MICROEMPRESA

LEXUS Editores, (2010), en el “Manual de Contabilidad” expresa: *“Microempresa es aquella que con una fuerza laboral no mayor a 20 trabajadores vende productos o servicios directamente al público. Entre ellas están los restaurantes, las bodegas, los talleres, las panaderías, etc.”*

En conclusión una microempresa es una organización de un grupo pequeño de personas emprendedoras, con el fin de cumplir un objetivo sin tener que hacer grandes inversiones de capital y obtener así una utilidad o ganancia.

2.2.2. IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESA EN EL ECUADOR

Ecuador, al igual que el resto de los países de América Latina, ha demostrado el potencial de las microempresas para generar empleos y mejorar las condiciones de vida de amplios grupos de población en los países en desarrollo, especialmente en las últimas décadas, donde debido a una constante inestabilidad así como los problemas socioeconómicos, las tasas de subempleo, desocupación y pobreza se han incrementado enormemente. Como respuesta a eso se comprueba una acelerada expansión de las actividades económicas informales en las que ha encontrado cabida un importante contingente de la población activa del país.

2.2.3. CARACTERÍSTICAS DE MICROEMPRESA

- Un número considerable de microempresas se han mantenido en el mismo lugar donde comenzaron.
- La microempresa no cuenta con el apoyo significativo de recursos privados, por este motivo tienen que autofinanciarse.
- La microempresa se encuentra constituida por la aportación de capital de un solo socio, que viene a ser el propietario.
- Requiere mayor asistencia administrativa, ya que se presentan un mayor número de dificultades al momento de administrar el negocio.
- No cuenta con un número mayor de empleados, no supera los quince, que realizan labores administrativas y operativas.
- El gerente de la microempresa por lo general es el mismo dueño, en el que se concentra el control y la dirección de la misma.
- Tienen un número limitado de clientes.
- Predomina la técnica inicial, rara vez se realizan estudios de diseño y calidad.

2.2.4. ADMINISTRACIÓN MICROEMPRESARIAL.

2.2.4.1. Definición.

Stephen R. y Coulter M. (2005, p. 7), en el libro “Administración”, Octava edición PEARSON cita: *“La administración consiste en coordinar las actividades de trabajo de manera que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas”.*

Es el proceso de gestionar eficientemente los recursos disponibles que existen en una empresa con el fin del alcanzar los objetivos deseados y lograr una rentabilidad.

2.2.4.2. Planificación

Stephen R. y Coulter M. (2005, p. 9), en el libro “Administración”, Octava edición PEARSON expresa: *“La planificación define las metas, fijan las estrategias para alcanzarlas y trazan planes para integrar y coordinar las actividades.”*

Es decir que es el punto de partida del proceso administrativo, incluye el establecimiento de objetivos y metas, y el diseño de estrategias para alcanzarlos. Los resultados de esta operación marcan el rumbo de la organización: en esa dirección se encaminan los esfuerzos de sus miembros.

2.2.4.3. Organización

Stephen R. y Coulter M. (2005, p. 9), en el libro “Administración”, Octava edición PEARSON expone: *“Organización es la función de la administración que consiste en determinar qué tareas hay que hacer, quién las hace, cómo las agrupan, quién rinde cuentas a quién y donde toman las decisiones.”*

Es la función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, físicos, de información y otros que se necesitan para alcanzar las metas.

2.2.4.4. Dirección

Stephen R. y Coulter M. (2005, p. 9), en el libro “Administración”, Octava edición PEARSON indica: *“Dirección es la función de la administración que consiste en motivar a los subordinados, influir en los individuos y los equipos mientras hacen su trabajo, elegir el mejor canal de comunicación y ocuparse de cualquier otra manera del comportamiento de los empleados.”*

Es la influencia que tiene un líder sobre sus empleados para la consecución de los objetivos fijados; basado esto en la toma de decisiones.

2.2.4.5. Control.

Según Stephen R. y Coulter M. (2005, p. 9), en el libro “Administración”, Octava edición PEARSON expresa: *“Control es la función de la administración que consiste en vigilar el desempeño actual, compararlo con una norma y emprender las acciones que hicieren falta”*.

La función de control busca asegurar que los resultados obtenidos en un determinado momento se ajusten a las exigencias de los planes.

2.3. INDUSTRIA TEXTIL.

Según AITE (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador 2012). *“Industria textil es el nombre que se da al sector de la economía dedicado a la producción de ropa, tela, hilo, fibra y productos relacionados.”*

Es decir la industria textil es aquella que se dedica a la producción o fabricación de bienes, y luego ser ofertados dentro de un mercado para satisfacer las necesidades del consumidor.

2.3.1. RAMA: CONFECCIONES DE PRENDAS DE VESTIR

Por lo general, la acción de confeccionar aparece vinculada al corte, ya que son actividades imprescindibles para la creación de prendas de vestir. Las costureras, las modistas y los sastres son algunos de los especialistas que se dedican a la confección.

Según el INEC (Encuesta de Manufactura y Minería 2010.), La participación del sexo femenino en la industria dedicada a la fabricación de prendas de vestir es del 74,76%.

2.3.2. TALLER DE TRABAJO

Según la experiencia de las maestras de taller en corte y confección, la sala que se designe para el taller de trabajo se reunirá en lo posible las siguientes características: Amplitud, claridad, ventilación. El mobiliario será de acuerdo a la labor que se realice, mesas de regular tamaño y extensión, asientos relativos a la estatura de la persona, según el trabajo que ejecute con el objeto de conservar una posición normal para evitar deformidades en el cuerpo y cansancio durante el transcurso de las tareas.

El taller de trabajo es el lugar, infraestructura, debidamente adecuado en donde se realiza las actividades o proceso de confección de las prendas de vestir.

2.3.3 LEY DE FOMENTO ARTESANAL

La Ley de Fomento Artesanal ampara a los artesanos que trabajan en forma individual o asociada. Establece los parámetros para gozar de los beneficios de la ley y las categorías para los artesanos y sus organizaciones. En esta ley se establece también el Seguro Social del artesano.

REQUISITOS:

- Solicitud y formulario

- Fotocopia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada
- Carné ocupacional, otorgado por el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, copia de pasaporte y Visa de Residente (10-9), para personas de otra nacionalidad
- Carné de agremiación para artesanos de organizaciones artesanales
- Artesano de servicios, que no posee taller presentar una declaración juramentada

La ley de fomento artesanal ampara a los artesanos que ejerzan una actividad económica, permitiendo a los artesanos gocen de varios beneficios de ley, previa entrega de la respectiva documentación.

2.3.4. MODISTERÍA

2.3.4.1. Concepto

Según Documento Propio “Álbum de Corte y Confección”. Modistería es la sección que encierra los vestidos más fantásticos y variables dentro de la indumentaria femenina, cuyo éxito depende del arte de la persona encargada llamada modista.

Modistería es la sección donde se produce y se crea prendas de vestir de acuerdo a las medidas y gusto del cliente cuyo éxito depende de la modista.

2.3.4.2. Característica.

Las prendas de modistería se caracterizan por su confección sencilla su armado lo alcanza directamente del corte.

2.3.5. PARTES QUE CONFORMAN EL ARTE DEL VESTIDO

2.3.5.1. Corte

Es el trabajo que se efectúa por medio de las tijeras en las líneas de conformación, constituidas científicamente aplicando valores proporcionales y medidas.

2.3.5.2. Confección

Es la forma de armar un vestido mediante la unión de piezas de hilvanes provisionales, para luego reemplazarlos por costuras apropiadas para cada caso, las que son sometidas a la plancha para alcanzar la perfección en el acabado de la obra.

2.3.5.3. Moda

Es la constante innovación en el estudio del vestido con variantes y, recortes por las líneas, y adornos, con la idea de cambiar la presentación de la silueta humana.

En resumen corte y confección es el arte de cortar y confeccionar vestidos por medio de sistemas al gusto más exigente de las personas de acuerdo a la moda.

2.3.6. CLASIFICACIÓN DE VESTIDOS COMPRENDIDOS EN MODISTERÍA

La modistería clasifica sus vestidos en grupos diferenciándolos por su condición:

PARA INVIERNO.- Se eligen modelos de cuellos cerrados, manga larga para proporcionar mayor abrigo, se confecciona en lanillas, gabardinas, de lana, casimires y paños delgados.

PARA VERANO.- Los modelos son de cortes sencillos frescos, realizables y en telas lavables.

PARA LA MAÑANA.- Es más elegante usar colores claros, telas estampadas y modelos sencillos.

PARA LA TARDE.- Se acostumbra telas de colores oscuros los modelos pueden ser más caprichosos.

PARA LA NOCHE.- Revisten mayor etiqueta y varían según el acto social. Los diseños son muy elegantes, descotes y mangas están sujetas a la edad de la persona y al carácter de la ceremonia.

VESTIDOS DEL DIARIO.- Son generalmente de telas de algodón, su estilo es sencillo, colores claros de acuerdo a la edad de la persona.

TRAJES DE VESTIR.- Es el que sin que sea de gala o ceremonia sirve para fiestas.

TRAJE DE GALA.- Es que se reserva para determinadas fiestas o ceremonias.

TRAJES DE LUCES.- Son aquellos que usan determinadas personas como artistas y toreros. Como su nombre lo indica da luz y resplandece por la cantidad de brillos y adornos que lleva.

TRAJES DE CALLE.- Se clasifican según la estación y la hora en que se los use. Las diferentes clases de vestidos que comprenden el estudio de la modistería son confeccionados en el taller siempre en función de la moda y los gustos del cliente.

2.3.7. SISTEMAS QUE SE EMPLEAN

2.3.7.1 Sistema Proporcional

Es de suma importancia para la vida industrial comercial, presta gran utilidad en el trabajo en serie o en tallas, se aplica en lencería o en ropa de infantil.

Este sistema es útil para realizar un trabajo en tallas como: S – M – L- XL, este no se basa en la toma de medidas del cliente.

2.3.7.2 Sistema Directo

El sistema directo se basa en la toma de medidas a las personas. El estudio anatómico se hará con mayor prolijidad para distinguir con exactitud las anomalías si las hubiere. Es empleado generalmente en el hogar, sastrerías y modisterías.

El taller usa este tipo de sistema ya que debido a la anatomía de los clientes es necesario tomar medidas para corregir cualquier anomalía.

2.3.7.3 Sistema Mixto

Es la combinación de tantos proporcionales y medidas que se emplean para cuerpos de regular conformación ya que no en todos los casos se encuentra perfecta relación entre grosor y la estatura. Da mayor facilidad en el trazo ya que ofrece mayor garantía de precisión y es a la vez sumamente práctico.

Para la confección de las diferentes prendas de vestir es necesario este tipo de sistema ya que nos facilita el trazo debido a que no todos los clientes tienen el mismo grosor y estatura, dándonos mayor precisión para que la prenda se ajuste al cuerpo de la persona.

2.4 CATÁLOGOS

2.4.1 CONCEPTO

Extraído en el 2011 de cataloguedesingnservices.com. *El catálogo es una publicación empresarial cuyo fin es la promoción de productos o servicios que una compañía ofrece. En éste una compañía encuentra la manera más ordenada de exponer sus productos o servicios al público consumidor y generalmente está compuesto por varias imágenes que presentan visualmente los productos o los servicios que en él se ofrecen. El catálogo es principalmente visual.*

El catálogo es una forma de promocionar un producto o servicio hacia el consumidor mediante imágenes ordenadas en donde el cliente puede observar el producto que se está ofertando.

2.4.2 CLASIFICACIÓN Y DISEÑO

2.4.2.1 Catálogo de Producto

1. Fotografías de los productos: el catálogo dedica la mayor parte de su espacio a las fotografías de los productos que ofrece la compañía. El catálogo, es principalmente visual, y la incorporación de fotografía es indispensable.

2. Fichas técnica de los productos: debajo de cada foto de los productos expuestos en su catálogo podrá figurar una breve ficha técnica de cada producto. En esta ficha se explicarán las características físicas, técnicas y todo lo que concierna a la explicación básica del producto que se está ofertando.

3. Plano o esquema: para productos muy complejos se puede utilizar un plano o esquema explicativo que le acercará al lector una idea más acabada de lo que el

producto es y acerca de lo que puede hacer. Este esquema, se utiliza para aquellos productos para los cuales una fotografía resulte insuficiente para su intelección.

4. Fotografías de accesorios: productos que llevan accesorios, pueden ser fotografiados en conjunto o por separado. Si los accesorios, son complejos o importantes para el funcionamiento del producto, es conveniente que se los fotografíe por separado para una mayor claridad.

5. Precio: la gran mayoría de los catálogos contienen, el precio de los productos que en él se ofertan. Es cierto que en ciertos casos, siguiendo una estrategia de ventas, se omite el precio de los productos para obligar al potencial cliente a ponerse en contacto con la compañía para averiguarlo.

6. Código de producto: muchos catálogos de productos, que ofrecen la compra telefónica colocan un código de identificación a cada producto para evitar confusiones en el pedido.

En caso de tratarse de productos industriales, el catálogo deberá hacer referencia al modo de instalación, composición del producto, asistencia técnica post-venta y garantía.

2.4.2.2 Catálogo de Servicio

1. Imagen Representativa.- Como no es posible fotografiar un servicio, se puede incluir una imagen representativa simbólica, una imagen que haga referencia al producto, ésta pueda ser un logo de servicio, algún símbolo o una fotografía de una persona beneficiaria del servicio.

2. Descripción Técnica.- Se describirán los usos y beneficios técnicos, del servicio que su compañía ofrece, los requerimientos técnicos para su instalación, los gastos de instalación, gasto de utilización del servicio (no la tarifa sino un gasto

complementario como puede ser el consumo eléctrico) y las restricciones técnicas que presente el servicio en cada caso.

3. Atenciones Incluidas en la Tarifa.- Se deberá especificar en el catálogo cuáles son las atenciones que su compañía le brindará a quien contrate su servicio. Si tendrá un soporte técnico o no, si hacen reparaciones y, si las hacen, si se cobran o no se cobran, etc.

4. Plazo.- En el catálogo se deberá aclarar si el servicio se contrata contrato de por medio o si no se requiere la firma de contrato alguno. También, se deberá colocar en el catálogo por qué plazo mínimo se puede contratar el servicio y si se puede cancelar en caso de disconformidad.

5. Tarifa.- El catálogo debe presentar un detalle de la tarifa. Debe decir el precio por mes, por semestre, por año o por cómo se cobre y aclararse de qué manera se paga por el servicio. El pago puede ser mensual, anual, todo el plazo del servicio por anticipado, etc.

6. Código de Identificación del Servicio.- Al igual que los catálogos de producto, los catálogos de servicio pueden tener un código junto con la presentación del servicio para facilitar su identificación a la hora de hacer una compra a distancia.

2.5 ESTUDIO DE MERCADO

Patrick F. (2010, p.59), en el libro "Marketing", Primera edición, Ediecuatorial expresa: *"Estudio de mercado es el análisis sistemático de problemas, la construcción de modelos y la investigación de los hechos con el propósito de mejorar la toma de decisiones y el control en el marketing de bienes y servicios"*.

El estudio de mercado es una herramienta que nos permite determinar la aceptación de un producto en el mercado mediante la utilización de instrumentos estadísticos.

2.5.1 DEFINICIÓN DE MERCADO

Ortega A. (2006, p. 96), en el libro “Proyectos de Inversión”, Primera Edición expresa: *“Mercado es el área geográfica a la cual concurren vendedores y compradores de mercancías y servicios con el objeto de realizar transacciones de tipo comercial, de tal manera que él o los precios de las mercancías y servicios tienden a unificarse.”*

El mercado es el lugar en donde se va a ofertar el producto para que sea comprado por los consumidores.

2.5.2 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Ortega A. (2006, p. 97), en el libro “Proyectos de Inversión”, Primera Edición expresa: *“Segmentación de mercado es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos”.*

En un proyecto es importante segmentar el mercado ya que no tienen todas las personas tienen las mismas características o gustos.

2.5.3 PRODUCTO

Rodríguez I. (2006, P.70), en el libro “Principios y Estrategias de Marketing” señala: *“Producto es el medio del que dispone la empresa o cualquier organización humana, para satisfacer las necesidades de los consumidores”.*

El producto nace de la imaginación de una persona y este se puede ofrecer en el mercado para satisfacer una necesidad.

2.5.4 DEMANDA

Ortega A. (2006, p. 98), en el libro “Proyectos de Inversión”, Primera Edición señala: *“La demanda es la cantidad de mercancías o servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores.”*

Son los productos o servicios que adquieren los consumidores con el fin de satisfacer una necesidad.

2.5.4.1 Clasificación de la demanda

- En la relación con las necesidades que cubre (demanda de bienes socialmente básicos)
- En relación con su temporalidad (demanda continua, demanda cíclica)
- De acuerdo con su destino (demanda final, demanda intermedia, demanda por exportación)
- De acuerdo con la estructura del mercado (sustitución de importaciones, demanda insatisfecha, mercado cautivo o integrado).

2.5.5 OFERTA

Ortega A. (2006, p. 99), en el libro “Proyectos de Inversión”, Primera Edición expresa: *“Es el volumen del bien o servicio que los productores colocan en el mercado para ser vendida”.*

Son los productos o servicios que son elaborados por las distintas empresas y luego son ofertados en el mercado.

2.5.5.1 Clasificación de la oferta

- Oferta monopólica
- Oferta oligopólica
- Oferta competitiva

2.5.6 PRECIO

Ortega A. (2006, p. 103), en el libro “Proyectos de Inversión”, Primera Edición expresa: *“Es el coeficiente de cambio de las cosas, expresado en términos de un valor monetario”*.

Es el valor cuantitativo que se da a un bien o servicio tomando en cuenta los costos que se han incurrido para dicha fabricación.

2.5.7 COMERCIALIZACIÓN

Greco O. (2006, p.132) en el “Diccionario de Economía”. Comercialización expresa: *“Es el proceso social que permite anticipar, o ampliar y satisfacer la estructura de la demanda artículos y servicios económicos mediante su concepción, promoción, intercambio y distribución física.”*

La comercialización es la forma de cómo se hace llegar el productor los bienes o servicios al consumidor.

2.5.8 DISTRIBUCIÓN

Peris S. (2006, P.53) en el libro “Distribución Comercial” señala: *“El canal de distribución está constituido por la trayectoria que ha de seguir un bien o servicio desde el punto de origen o producción hasta su consumo, y además por el conjunto*

de personas y/o entidades que permiten la realización de las tareas correspondientes a lo largo de dicha trayectoria.”

Es la forma de distribuir el producto tomando en cuenta los diferentes canales de distribución hasta que llegue al consumidor final.

2.5.9 PUBLICIDAD

Patrick F. (2010, p.155) en el libro “Marketing”, Primera edición, Ediecuatorial expresa: *“Publicidad es toda forma de comunicación no personal dirigida a los públicos objetivo a través de varios medios de comunicación, con el fin de presentar y promover productos, servicios e ideas.”*

Es la forma de hacer conocer el producto servicio al público a través de distintos medios de comunicación.

2.7 ESTUDIO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

2.7.1 CONCEPTO

Fernández S., (2007, p.42), en el libro “Los Proyectos de Inversión”, Primera Edición indica: *“Es el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto, también se define el tamaño del proyecto, los costos relacionados con la producción, operación, y el monto de inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación.”*

Permite el proceso de fabricación del producto mediante el uso de varias herramientas técnicas y poder determinar si el proyecto es factible o no.

2.7.2 INFRAESTRUCTURA

Extraído en el año 2011 de <http://www.atlas.catamarca.gov.ar>. *“Infraestructura es el conjunto de edificios instalaciones y espacios abiertos, dónde una comunidad desarrolla sus actividades básicas y económicas conforman el equipamiento. Son espacios construidos para la satisfacción de bienes y servicios y para el bienestar social.”*

Es el lugar físico donde se va a instalar la empresa, con su respectiva adecuación tomando en cuenta la actividad económica que se va a ejercer.

2.7.3 TECNOLOGÍA

Extraído en el año 2011 de www.alegsa.com.ar *“La tecnología abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas”.*

Es la adecuación de la maquinaria necesaria para elaborar el producto, y disminuir costos.

2.7.4 MAQUINARIA Y EQUIPO

BELLO, Carlos el el “Manual de Producción aplicado a las PYME”. (2006, p.142) expresa: *“Son todas las maquinarias de transformación o producción”.*

Es la maquinaria y equipo necesario para la fabricación del producto.

2.7.5 INVERSIÓN

Fullana B. y Paredes J. (2008, p.45) en el “Manual de Contabilidad de Costes” expresa: *“Inversión son aquellas adquisiciones de activo inmovilizado que realiza la empresa para establecer la estructura económica que permita sus actividades de explotación”.*

Es el acto de adquirir bienes con el objeto de tener rentabilidad a corto o largo plazo.

2.7.6 COSTO

Sarmiento Rubén (2010, p.17) en el libro “Contabilidad de Costos”. Segunda Edición expone: *“Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable e inventariable.”*

Es una inversión que se realiza en el momento de elaborar el producto y que después de su venta será recuperable.

2.7.7 CONSUMIDOR

Freire M. y Blanco F. (2006, p. 25) en el libro “Práctica y conceptos Básicos de Microeconomía” expresa: *“Consumidor o consumidores son aquellas personas, que quieren obtener un bien o servicio de otras personas para satisfacer sus deseos, a cambio de otros bienes que poseen, o de servicios que están en disposición de prestar, a cambio de un dinero denominado renta. Al realizar la actividad de consumo, los agentes buscan obtener la máxima satisfacción posible.”*

Son las personas que compran los productos fabricados, satisfaciendo así sus necesidades.

2.7.8 COMPETENCIA

Hernández Gustavo (2006, p.73) en el “Diccionario de Economía” expresa: *“Competencia son las empresas que producen o comercializan el mismo bien o producto”*.

Son empresas que ofrecen el mismo bien o servicio y estas tienen libertad de ofrecer en el mercado.

2.8 ESTUDIO FINANCIERO

2.8.1 DEFINICIÓN

Ortega A. (2006, p. 302) en el libro “Proyectos de Inversión”, Primera Edición señala: *“El estudio financiero permite proceder a evaluar el proyecto, en donde se tienen que reconocer e identificar los aspectos clave que impactan los resultados de evaluación de dichos elementos.”*

El estudio financiero nos permite identificar los aspectos que impactan a los resultados después de una evaluación o análisis.

2.8.2 CAPITAL DE TRABAJO

Besley S. Brigham E. (2009, p.48) en el libro “Fundamentos de Administración Financiera”, 14ª. Edición expresa: *“Tiene que ver con las decisiones acerca de los pasivos y activos circulantes de una compañía, su composición, su uso y particularmente como su combinación influye en las características de riesgo y rendimiento de la compañía.”*

Es la capacidad que tiene una empresa para poder desarrollar sus actividades continuamente.

2.8.3 FINANCIAMIENTO

Granados M. (2007, p.204) en libro “Liderazgo Emprendedor” señala: *“Consiste en proporcionar los recursos financieros necesarios para la puesta en marcha, desarrollo, gestión de todo proyecto o actividad económica. Los recursos económicos obtenidos por esta vía deben ser recuperados durante un plazo y retribuido a un tipo de interés fijo o variable previamente establecido. Cabe mencionar que los recursos propios de la empresa constituyen otra fuente de financiamiento.”*

Es la forma de obtener recursos monetarios para ejecutar un proyecto.

2.8.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Extraído en el año 2011 www.gestiopolis.com. *“Presupuesto de ingresos es el computo anticipado de los ingresos, es el primer paso en la implantación de todo programa presupuestal en los organismos privados, ya que este renglón proporciona medios para llevar a cabo operaciones de la negociación.”*

Nos permite proyectar los futuros ingresos que tendrá la empresa en un periodo de tiempo.

2.8.5 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Según la Ley Orgánica del Presupuesto (2011), *“El presupuesto de egresos es aquel que contendrá todos aquellos gastos que se estima se devengarán en el período, se traduzcan o no en salidas de dinero o efectivo de caja.”*

Nos permite proyectar todos los gastos que incurrirá a futuro la empresa en un periodo de tiempo.

2.8.6 ESTADOS FINANCIEROS

Romero C. (2005, p.50) en libro “Aplicación de las Normas Internacionales de Contabilidad” expone: *“Los estados financieros suministran la información de útil para la toma de decisiones de un amplio elenco de usuarios. La información estará referida a la situación financiera, desempeño y cambios en la posición financiera de la empresa.”*

Los estados financieros nos permiten detectar la situación financiera de la empresa.

2.8.6.1 Clases de estados financieros

Entre las principales clases de estados financieros tenemos:

Balance general.- Muestra la situación financiera de una empresa a una fecha dada en términos activo, pasivo y capital contable.

Estado de resultados.- Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado.

Estado de Flujos.- Muestra en forma anticipada, las salidas y entradas en efectivo que se darán en una empresa durante un periodo determinado. Tal periodo normalmente se divide en trimestres, meses o semanas, para detectar el monto y duración de los faltantes o sobrantes de efectivo.

Los tipos de estados financieros nos permiten tener un correcto manejo de todos los recursos disponibles dentro de la institución.

2.8.7 FLUJO DE CAJA

Ortega A. (2006, p. 162), en libro *“Proyectos de Inversión”, Primera Edición* expone: *“Es dinero disponible en efectivo, que una empresa en sus cajas o en cuenta de cheques, para el desarrollo normal de operaciones.”*

El flujo de caja es el dinero disponible que tiene la empresa para poder cubrir una pequeña eventualidad.

2.8.9 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Ortega A. (2006, p. 305), en el libro *“Proyectos de Inversión”, Primera Edición* señala: *“La TIR refleja el rendimiento de los fondos invertidos, constituye la tasa a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto a través de su vida económica para que estos se igualen a la inversión.”*

Es un indicador que refleja el rendimiento de la inversión, se expresa en términos porcentuales.

2.8.10 VAN (Valor presente neto)

Ortega A. (2006, p. 307) en el libro *“Proyectos de Inversión”, Primera Edición* indica: *“El VAN es la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto. Es la diferencia entre el valor presente de los flujos y el valor de la inversión.”*

Es la cantidad hasta un inversionista estaría dispuesto a asumir.

2.8.11 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

Ortega A. (2006, p. 309) en el libro "Proyectos de Inversión", Primera Edición expresa: *"El período de recuperación determina el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada en él, es decir los días, meses, años que habrán que transcurrir para la erogación realizada se rembolsen."*

Es el tiempo que se tarda un proyecto en generar rentabilidad para recuperar la inversión.

2.8.12 COSTO DE OPORTUNIDAD

Parkin M., Esquivel G., Avalos M. (2006, p.33) en el libro "Microeconomía versión para Latinoamérica" expresa: *"Costo oportunidad es la alternativa de más alto valor a la que renunciamos cuando se toma una decisión."*

Es tomar una decisión entre dos alternativas y el costo que tendrá al dejar una de ellas.

2.8.13 PUNTO DE EQUILIBRIO

Charles T. (2007, p.65) en el libro "Contabilidad de Costos un enfoque Gerencial" señala: *"Punto de Equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de los costos; es decir, la utilidad operativa es cero."*

Se obtiene un punto de equilibrio cuando los ingresos son iguales que los egresos, para así poder cubrir los costos fijos y variables.

2.9 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

2.9.1 DEFINICIÓN

Stanford N. (2010, p.12) en el libro “Diseño de Organización” expresa: *“Se denomina estructura organizacional al resultado de conformar y alinear todos los componentes de una empresa para el logro de misión acordada”.*

Es la forma de coordinar actividades de la empresa entre jefes y trabajadores para alcanzar las metas.

2.9.2 TALENTO HUMANO

Según la real academia española de la lengua, refiere a la personas inteligentes o aptas para determinada ocupación; inteligente, en el sentido que entiende y comprende, tiene la capacidad de resolver problemas dado que tiene las habilidades, destrezas y experiencia necesario para ello, apta en el sentido que puede operar competentemente en una actividad debido a su capacidad y disposición para el buen desempeño de la ocupación.

Son las personas que con sus conocimientos y habilidades se concreta objetivos perseguidos por institución, son la base primordial de toda organización.

2.9.3 ORGANIGRAMA

Extraído en el año 2011 de www.elprisma.com *“El organigrama se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de la institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación.”*

Es una herramienta importante de la empresa ya que mediante el organigrama se puede asignar las diferentes actividades dentro de la institución y no se centre en pocas instancias.

2.9.3.1 Tipos de organigramas

Los tipos de organigramas son:

Tipo lineal.- Donde la autoridad y la responsabilidad viajan en forma directa, con poca nivelación entre los elementos integrantes.

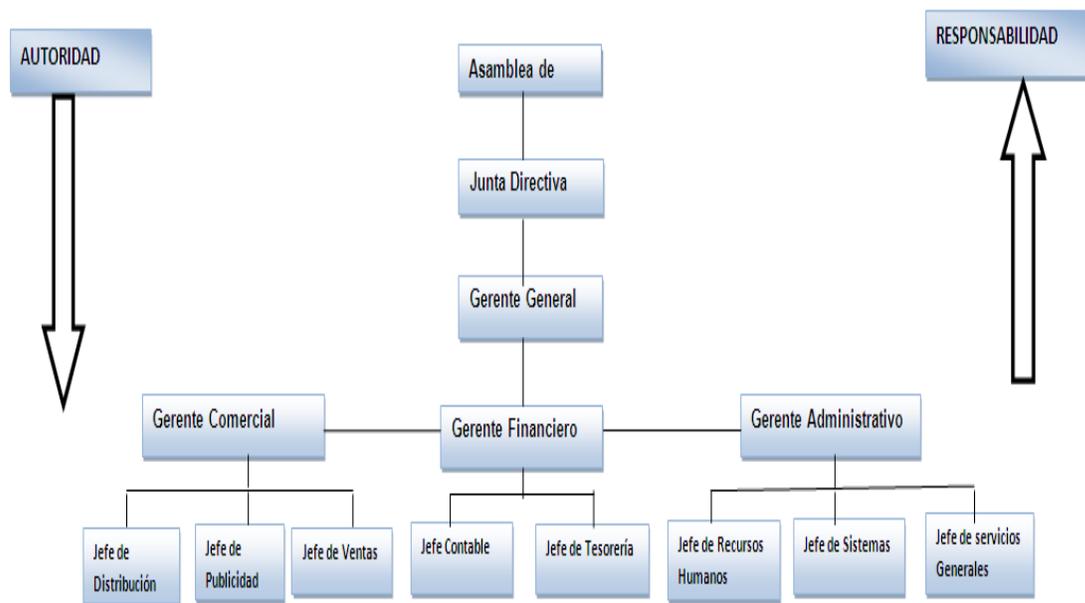


Gráfico 2 Organigrama Tipo Lineal

Elaborado por: Autora

Tipo lineal – Asesor.- Con participación de expertos, carentes de autoridad directa sobre las unidades operativas de la organización.

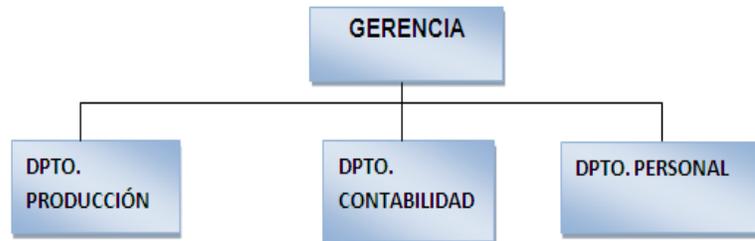


Gráfico 3 Organigrama Lineal – Asesor

Elaborado por: Autora

Tipo matricial.- La matriz se compone de las áreas operativas y las que brindan apoyo común en una interrelación lineal- asesor, que permite la expansión, contratación y optimización de recursos.

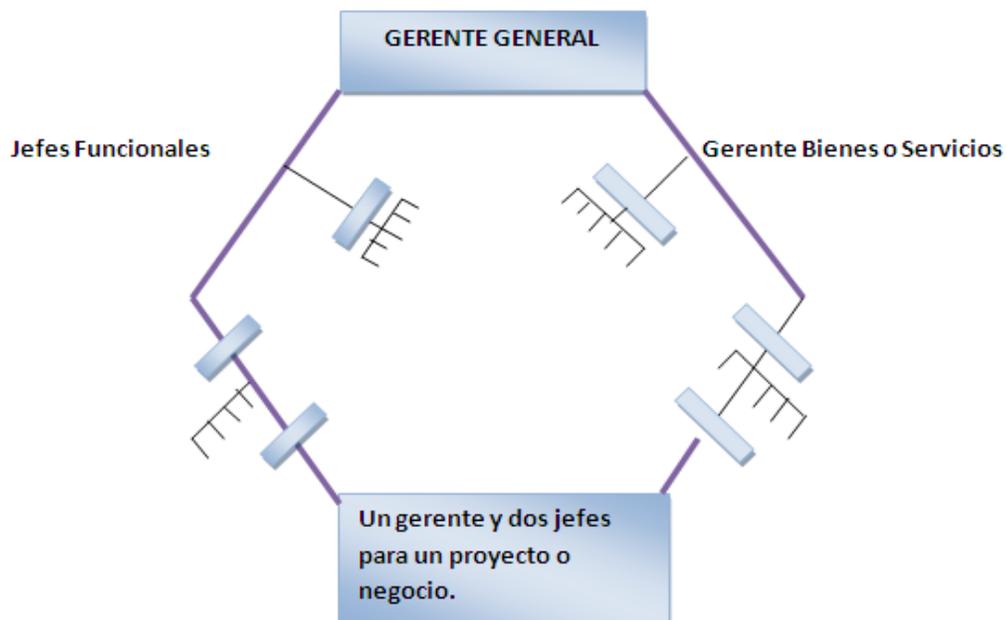


Gráfico 4 Organigrama Tipo Matricial

Elaborado por: Autora

2.10 IMPACTO

2.10.1 DEFINICIÓN

Extraído en el año 2011 www.buenastareas.com (2011). *“El impacto se define como un resultado de los efectos de un proyecto, y la determinación de este exige el establecimiento de objetivos operacionales que permita vincular el proyecto con los efectos resultantes de su implementación.”*

Son todos los logros que se han generado mediante la implementación del proyecto.

2.10.2 TIPOS DE IMPACTOS

Impacto ambiental.- Es el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos.

Impacto social y empresarial.- Se refiere al cambio efectuado en la sociedad debido al producto de las investigaciones

Impacto educativo.- Es el proceso sistemático que permite la medición de resultados a posteriori a través de indicadores, a fin de constatar el grado en que se han alcanzado los objetivos propuestos en un período de tiempo determinado.

Impacto económico.- Los impactos económicos también están definidos con cierta precisión. Se dispone de indicadores normalizados para considerar la balanza de pagos de tecnología, el comercio de bienes de alta tecnología y, principalmente, la innovación tecnológica.

Este se da por los recursos gastados en la investigación, o también por los recursos que se generaran después de realizar la investigación.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio busca determinar si existe o no una demanda insatisfecha en el cantón Ibarra, para determinar si se puede ampliar el taller de Modistería Rocí, ya que procura integrarse al desarrollo textil en Ibarra ampliando la gama de productos que el taller ofrece.

Como parte de la ampliación del taller el punto más importante es lanzar un catálogo sobre medidas, este estudio de mercado nos ayuda a identificar el producto que se piensa poner a disposición del los habitantes de la ciudad de Ibarra.

Para ello se establece el mercado, la demanda con sus respectivas proyecciones, para lo cual se ha utilizado técnicas de información como la recopilación de datos de libros de registros del taller de modistería Rocí de clientes y prendas de vestir confeccionadas durante los últimos cinco años.

El catálogo sobre medidas es un producto nuevo, pero se puede mencionar que tiene competencia debido a que existen productos sustitutivos como son la venta o comercialización de toda clase de prendas de vestir en locales comerciales y por catálogo.

Para la introducción de este producto es necesario aplicar estrategias de comercialización como: publicidad en radio, prensa, internet, etc.

3.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

3.2.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

El presente estudio se realizó en el cantón Ibarra, integrada por 181.175 habitantes de los cuales 49.319 son de la zona rural y 131.856 son de la zona urbana.

Tabla Nro. 11 Población Urbana y Rural del Cantón Ibarra

Fuente: INEC (Censo 2010)

Elaborado por: Autora

CANTÓN	PARROQUIA	URBANO	RURAL	Total
IBARRA	AMBUQUI		5.477	5.477
IBARRA	ANGOCHAGUA		3.263	3.263
IBARRA	CAROLINA		2.739	2.739
IBARRA	IBARRA	131.856	7.865	139.721
IBARRA	LA ESPERANZA		7.363	7.363
IBARRA	LITA		3.349	3.349
IBARRA	SALINAS		1.741	1.741
IBARRA	SAN ANTONIO		17.522	17.522
IBARRA	Total	131.856	49.319	181.175

Para el presente proyecto se tomará como población objetivo a la población económicamente activa e inactiva de la zona urbana del cantón Ibarra, la cual está conformada por 113.497 habitantes, y esta servirá como base para la determinación de la muestra.

Tabla Nro. 12 PEA y PEI de la Zona Urbana del Cantón Ibarra

Fuente: INEC (Censo 2010)

Elaborado por: Autora

IBARRA URBANA		PEA	PEI	Total
	Hombre	35.910	17.923	53.833
	Mujer	27.960	31.704	59.664
	Total	63.870	49.627	113.497

➤ **CÁLCULO DE LA MUESTRA**

La muestra se determina mediante la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot d^2 \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot d^2}; \text{ de donde:}$$

Z^2 = Nivel de confiabilidad 95% 1.96

N = Universo o población

d^2 = Varianza de la población 0.25

n = Tamaño de la muestra E = Límite aceptable de error de muestra 5%

$$n = \frac{(1,96)^2(0,25)(113.497)}{(0,05)^2(113.497 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$

$n = 382,87$

$n = 383$ encuestas.

3.3 ANÁLISIS Y TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS DIRIGIDAS A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN IBARRA.

A continuación tenemos la siguiente información:

3.3.1 EDAD

Tabla Nro. 13 Edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

EDAD	Frecuencia
5 - 15	0
16 - 26	124
27 - 37	103
38 - 48	86
49 - 59	61
+ 60	9
TOTAL	383

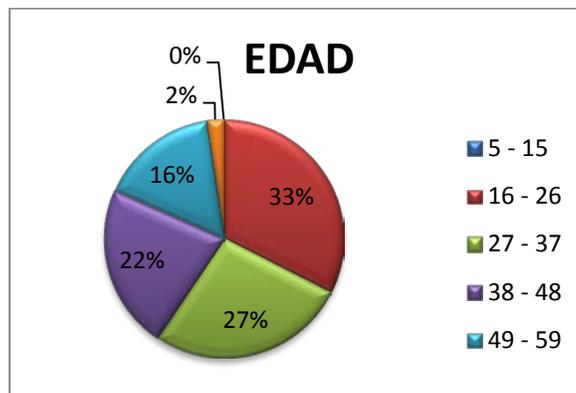


Gráfico 5 Edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

a) Análisis e interpretación.

Gran parte de las personas encuestadas tienen una edad de 16 a 48 años, esta edad es importante para el proyecto ya que se puede enfocar los modelos del catálogo en su mayoría dirigidas a este bloque de edad, también es una edad en donde les gusta estar siempre pendiente al cambio de la moda y verse bien.

3.3.2 SEXO.

Tabla Nro. 14 Sexo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

SEXO	Frecuencia	%
Masculino	127	33%
Femenino	256	67%
TOTAL	383	100%

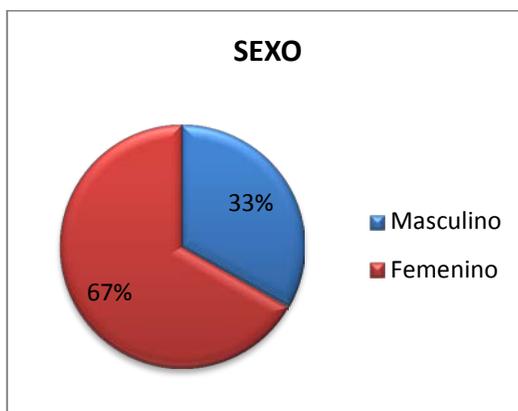


Gráfico 6 Sexo

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

b) Análisis e interpretación.

La mayoría de las personas encuestadas son mujeres, esto nos ayuda a determinar que la mayoría de los modelos de ropa del catálogo serán dirigidos hacia el género femenino, ya que también las mujeres son las que más consumen al momento de vestirse.

3.3.3 ¿A qué se dedica usted actualmente?

Tabla Nro. 15 Ocupación

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

OCUPACIÓN	Frecuencia	%
Comercio	34	9%
Estudiante	26	7%
Empleadas domésticas	15	4%
Amas de casa	15	4%
Empleado privado	129	34%
Chofer	21	5%
Empleado público	88	23%
Negocio propio	19	5%
Profesor/a	36	9%
TOTAL	383	100%

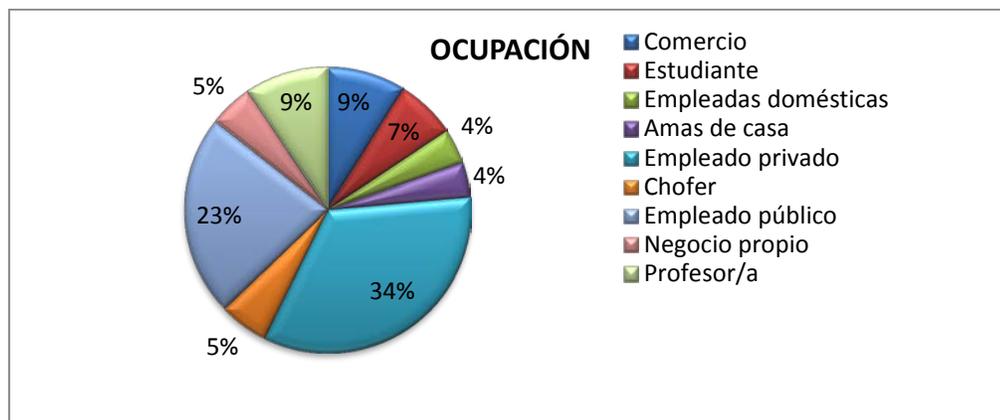


Gráfico 7 Ocupación

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

c) Análisis e interpretación.

Las personas encuestadas tienen distintas ocupaciones, encontrándose que la mayoría de los empleados son del sector público y privado, esto nos ayuda a determinar que confeccionar ropa casual es importante ya que estas instituciones en su mayoría los días viernes acostumbran ir sin uniforme y como parte de su vestimenta usan ropa casual para estar elegantes en su trabajo.

3.3.4 ¿Cuál es su ingreso económico mensual?

Tabla Nro. 16 Ingresos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

INGRESO	Frecuencia	%
Menos de 150	38	10%
151-251	14	4%
252-352	89	23%
353-453	98	26%
454- 554	79	21%
555- más	65	17%
TOTAL	383	100%

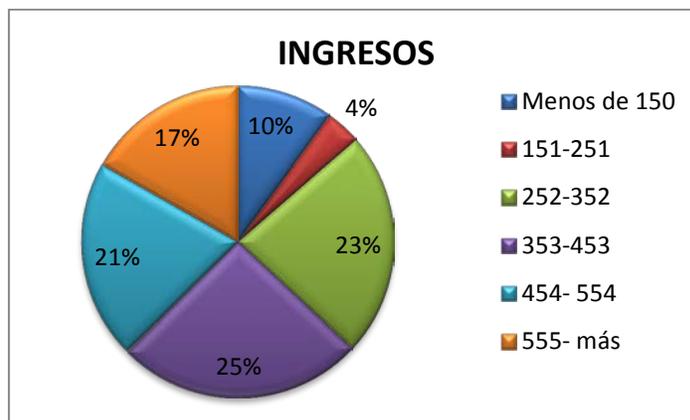


Gráfico 8 Ingresos

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

d) Análisis e interpretación.

La mayoría de los encuestados tienen ingresos superiores a \$250, se podría decir que si podrían adquirir por lo menos una prenda una prenda del catálogo, los ingresos menores de \$250 son de estudiantes, las cuales supieron manifestar que algunas trabajan y que otras hacen uso de sus ahorros para adquirir algún producto que les gusta.

3.3.5 ¿Usted ha tenido la oportunidad de visitar un taller de modistería?

Tabla Nro. 17 Visita a un Taller

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

	Frecuencia	%
SI	299	78%
NO	84	22%
TOTAL	383	100%



Gráfico 9 Visita a un Taller

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

e) Análisis e interpretación.

Gran parte de las personas encuestadas determina, si haber visitado un taller de modistería, esto nos indica que estas personas han tenido la necesidad de recurrir a un taller de modistería.

3.3.5.1 Si su respuesta es SI, ¿Qué tipo de servicio usó?

Tabla Nro. 18 Tipos de Servicios

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

DESCRIPCIÓN	Frecuencia	%
Confección de prendas de vestir	96	25%
Arreglos de prendas de vestir	103	27%
Confección y arreglos de prendas de vestir	84	22%
Otros	16	4%
No ha visitado un taller de modistería	84	22%
TOTAL	383	100%

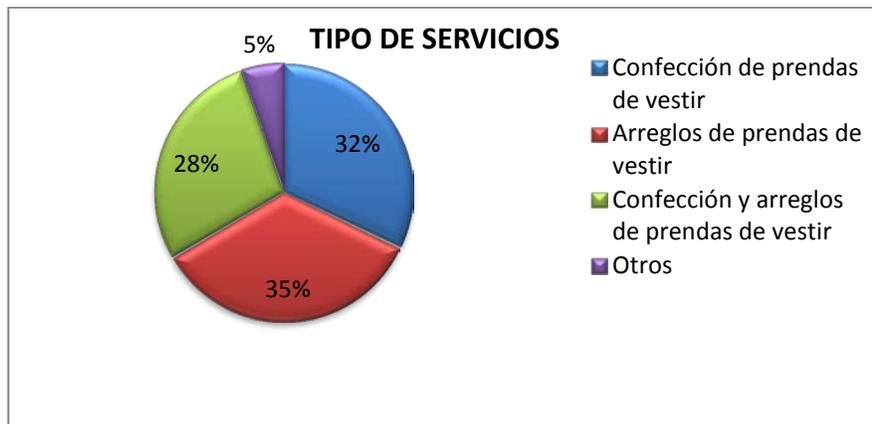


Gráfico 10 Tipos de Servicios

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

f) Análisis e interpretación.

Las personas que acudieron a un taller de modistería fue para utilizar los servicios como: confección y arreglos de prendas de vestir, lo cual nos ayuda a determinar que ofertan los mismos servicios que actualmente brinda el taller de modistería Rocí el cual quiere diferenciarse al momento de su ampliación.

3.3.6 ¿Cuán a menudo utiliza usted los servicios de un taller de modistería?

Tabla Nro. 19 Utilización de los Servicios de un Taller

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Descripción	Frecuencia	%
Cada semana	23	6%
Cada mes	132	34%
Cada año	21	5%
Otro	123	32%
Nunca	84	22%
TOTAL	383	100%

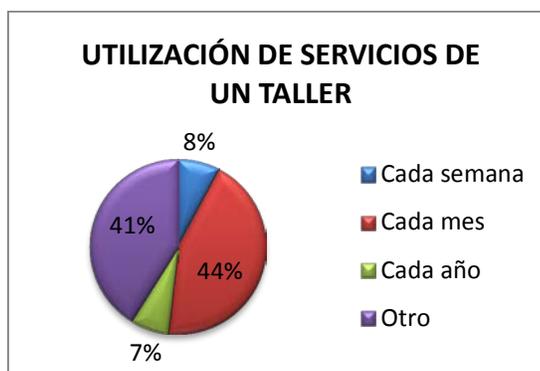


Gráfico 11 Utilización de los Servicios de un Taller

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

g) Análisis e interpretación.

Los encuestados en su mayoría supieron manifestar que asisten a un taller de modistería cada mes, u otro. No se puede determinar exactamente debido a que ellos van a un taller cuando necesitan, si hablamos de un taller, los clientes llegan alternadamente, es por eso que se puede decir que el taller siempre se encuentra en movimiento.

3.3.7 ¿De qué forma el taller de modistería capta y entrega las prendas de vestir?

Tabla Nro. 20 Forma de Captación de las Prendas de Vestir

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Descripción	Frecuencia	%
Usted acude al local	299	78%
Otra	0	0%
No ha visitado un taller de modistería	84	22%
TOTAL	383	100%

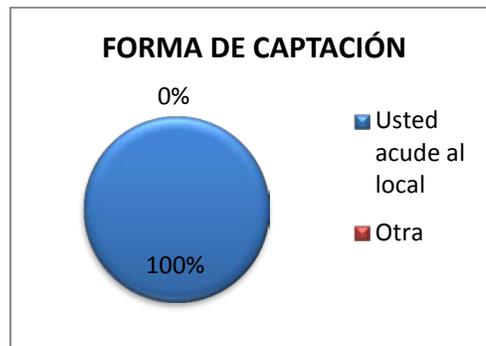


Gráfico 12 Forma de Captación de las Prendas de Vestir

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

h) Análisis e interpretación.

Todas las personas que han visitado un taller de modistería, siempre han acudido a las instalaciones del taller para utilizar los servicios que este brinda, por lo que se puede determinar que ningún taller tiene implementado un servicio a domicilio.

3.3.8 ¿Qué le pareció el servicio que el taller de modistería le prestó?

Tabla Nro. 21 Opinión del Servicio Prestado por el Taller

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

	Frecuencia	%
Muy bueno	178	46%
Bueno	96	25%
Malo	25	7%
No ha visitado un taller de modistería	84	22%
TOTAL	383	100%

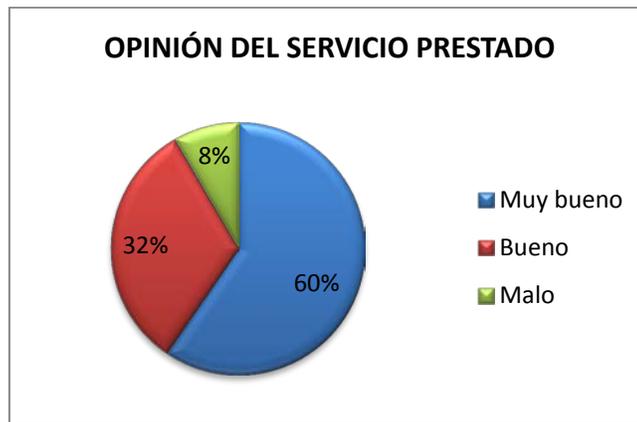


Gráfico 13 Opinión del Servicio Prestado por el Taller

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

i) Análisis e interpretación.

La mayoría de las personas encuestadas están satisfechas con el servicio que les prestó el taller de modistería que visitaron, este cuadro nos ayuda a determinar que al momento de confeccionarse o arreglar sus prendas de vestir tienen acogida los talleres de modistería.

3.3.8.1 ¿Por qué?

Tabla Nro. 22 ¿Por Qué de su Opinión?

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

PORQUÉ?	Frecuencia	%
Calidad del servicio prestado	118	31%
La atención es mala	34	9%
Puntualidad y buena atención	122	32%
No ha visitado un taller de modistería	84	22%
Falta de experiencia	17	4%
No entregó a tiempo	8	2%
TOTAL	383	100%

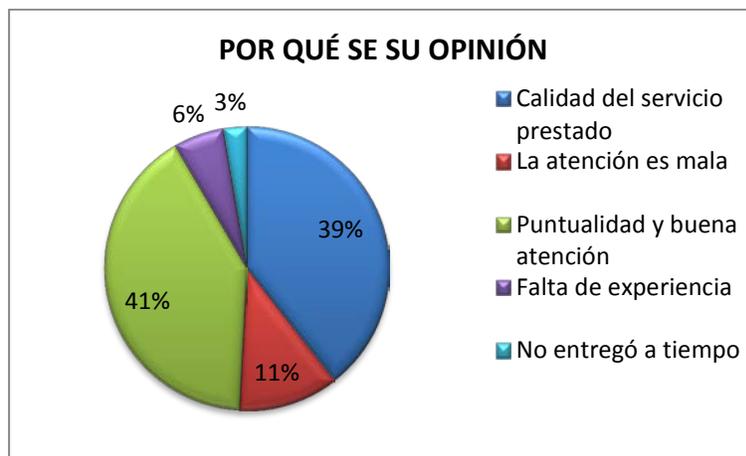


Gráfico 14 ¿Por Qué de su Opinión?

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

j) Análisis e interpretación.

Los encuestados en su mayoría supieron manifestar que hubo puntualidad y buena atención en el taller de modistería que visitaron , este cuadro nos ayuda a identificar que es lo que más le gusta y no les gusta al cliente, para corregir y fortalecer al momento de la ampliación del taller de modistería Rocí.

3.3.9 Si se implementara un servicio a domicilio y un catálogo sobre medidas en un taller de modistería. ¿Usted estaría dispuesto(a) consumir?

Tabla Nro. 23 Disposición de Consumo de los Servicios a Implementarse

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

SERVICIO A DOMICILIO	Frecuencia	%
SI	353	92%
NO	30	8%
TOTAL	383	100%

Catálogo Sobre Medidas	Frecuencia	%
SI	357	93%
NO	26	7%
TOTAL	383	100%



Gráfico 15 Servicio a Domicilio

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

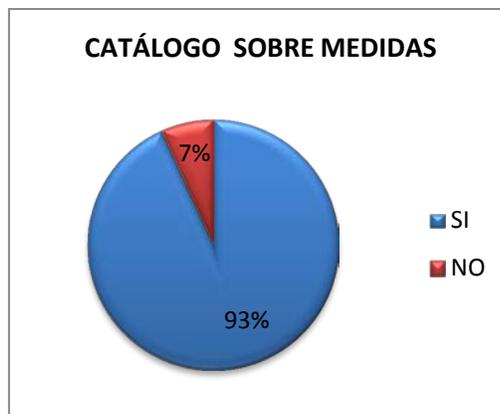


Gráfico 16 Catálogo Sobre Medidas

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

k) Análisis e interpretación.

Servicio s domicilio:

Gran parte de los encuestados manifestaron que si estarían dispuestos a consumir el servicio a domicilio por el tiempo que implica ir a un taller de modistería, y otra por la comodidad que se le daría al cliente. Este cuadro nos ayuda a determinar que sí debería implementarse este servicio dentro del taller de modistería Rocí ya que tiene gran acogida.

Catálogo sobre medidas:

La mayoría de los encuestados sí estarían dispuestas a consumir las prendas que salgan en el catálogo, este cuadro nos ayuda a determinar la acogida que tendrá el catálogo al momento de implementarse.

9.3.10 ¿Qué precio estaría dispuesto(a) a pagar por el servicio a domicilio?

Tabla Nro. 24 Precio Servicio a Domicilio

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

PRECIO (dólares)	Frecuencia	%
1,00	88	23%
2,00	110	29%
3,00	83	22%
Más de 3,00	72	19%
Respuesta NO	30	8%
TOTAL	382	100%

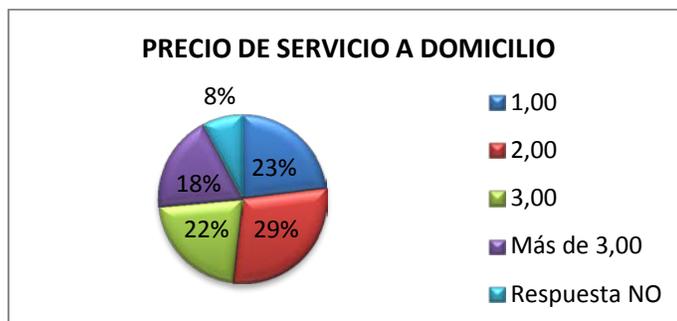


Gráfico 17 Precio Servicio a Domicilio

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

I) Análisis e interpretación.

La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a pagar por el servicio a domicilio de \$2, hay que recalcar que ellos supieron manifestar que el precio variaría según la distancia del taller al domicilio.

1.3.11 Enumere en orden de importancia del 1 al 8 los aspectos que Ud. Prefiere al adquirir sus prendas de vestir.

Tabla Nro. 25 Orden de Importancia al Adquirir Prendas de Vestir

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

ASPECTOS	1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL
Precio	58	58	48	53	68	47	49	2	383
Textura	47	62	66	52	68	64	22	2	383
Surtido en tallas	7	77	88	85	64	40	22	0	383
Puntualidad en entrega	9	9	48	24	68	109	116	0	383
Calidad	145	92	57	56	27	3	3	0	383
Marca	6	9	34	28	46	108	151	1	383
Diversidad en estilos	111	76	42	84	41	11	18	0	383
Otros	0	0	0	1	1	1	2	378	383
TOTAL	383								

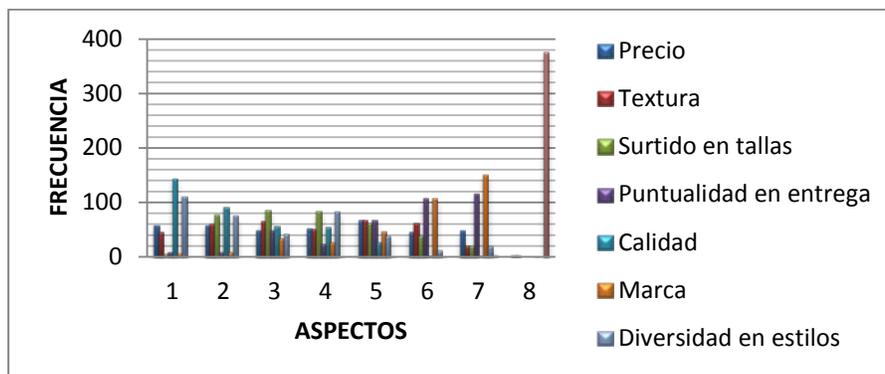


Gráfico 18 Orden de Importancia al Adquirir Prendas de Vestir

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

Tabla Nro. 26 Porcentaje de la Tabla Nro. 25

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

	1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL
ASPECTOS	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Precio	15%	15%	13%	14%	18%	12%	13%	1%	100%
Textura	12%	16%	17%	14%	18%	17%	6%	1%	100%
Surtido en tallas	2%	20%	23%	22%	17%	10%	6%	0%	100%
Puntualidad en entrega	2%	2%	13%	6%	18%	28%	30%	0%	100%
Calidad	38%	24%	15%	15%	7%	1%	1%	0%	100%
Marca	2%	2%	9%	7%	12%	28%	40%	0%	100%
Diversidad en estilos	29%	20%	11%	22%	10%	3%	5%	0%	100%
Otros	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	99%	100%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

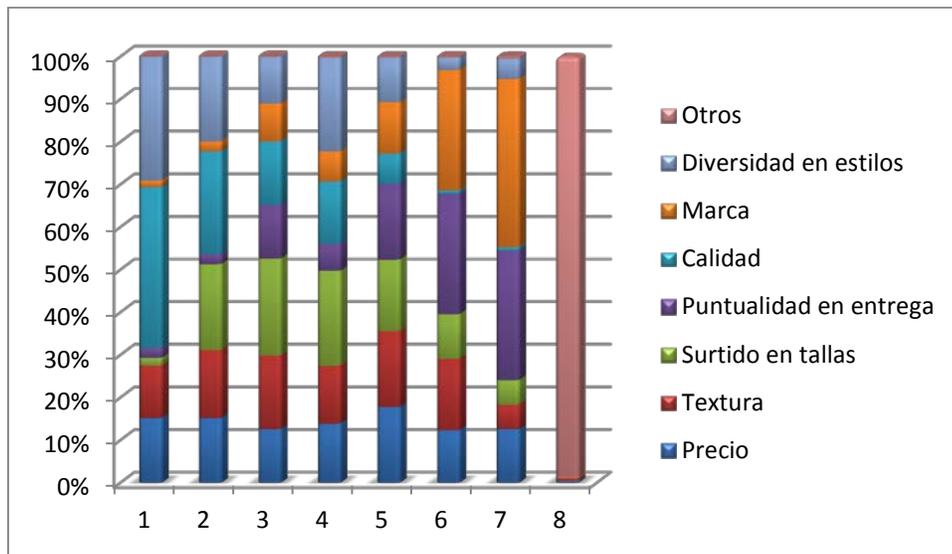


Gráfico 19 Porcentaje de la Tabla Nro. 25

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

Tabla Nro. 27 Resumen Orden de Importancia al Adquirir Prendas de Vestir

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

Precio	5
Textura	4
Surtido en tallas	3
Puntualidad en entrega	7
Calidad	1
Marca	6
Diversidad en estilos	2
Otros	8

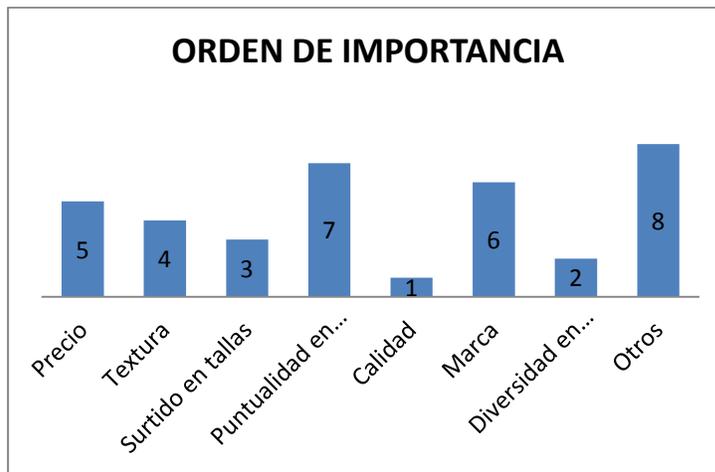


Gráfico 20 Resumen Orden de Importancia al Adquirir Prendas de Vestir

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

II) Análisis e interpretación.

Se presenta las dos tablas la primera de número de encuestados y segunda con el porcentaje de los encuestados, y se puede determinar que las personas al adquirir sus prendas de vestir lo primero que ven es calidad, segundo la diversidad en estilos, tercero surtido en tallas, cuarto textura, quinto precio, sexto marca, séptimo puntualidad en entrega, octavo otros. Esto nos sirve como base al momento de seleccionar la materia prima para la confección de las prendas de vestir del catálogo.

1.3.12 ¿Cuáles son los defectos más comunes en las prendas de vestir cuando usted compra?

Tabla Nro. 28 Defectos más Comunes en las Prendas de Vestir

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

DEFECTOS	Frecuencia	%
Botones mal cosidos	137	26%
Costuras flojas	109	21%
Cortes mal hechos	67	13%
Fallas en las telas	93	18%
Otras	113	22%
TOTAL	519	100%

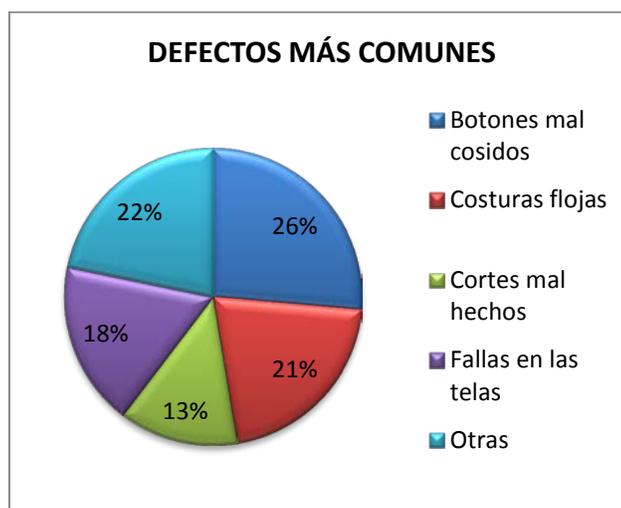


Gráfico 21 Defectos más Comunes en las Prendas de Vestir

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

m) Análisis e interpretación.

Este cuadro nos ayuda a identificar los defectos que frecuentemente las personas encuentran después de comprar su ropa y nos ayuda como base para que al momento de confeccionar las prendas de vestir del catálogo se minimice estos defectos.

1.3.13 ¿Qué precio estaría dispuesto(a) a pagar por cada prenda del catálogo sobre medidas? Todas las prendas incluyen tela.

Tabla Nro. 29 Precio de Camisa de Hombre

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

CAMISA (Precio en dólares)	Frecuencia	%
15-20	173	45%
21-26	129	34%
27-32	60	15%
Más	21	5%
TOTAL	383	100%

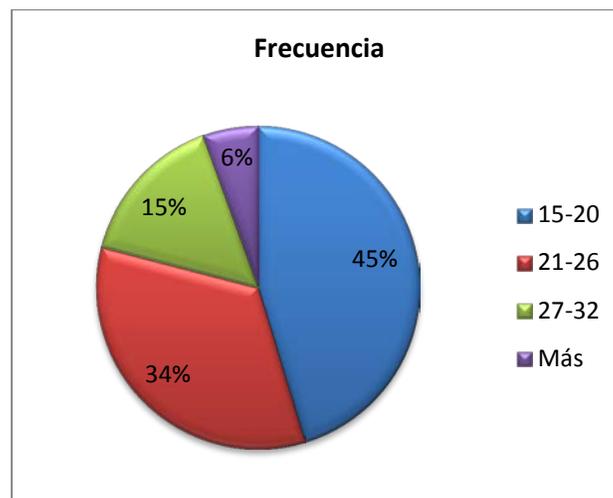


Gráfico 22 Precio de Camisa de Hombre

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

n) Análisis e interpretación.

Las personas están dispuestas a pagar por una camisa de catálogo de \$15 a \$32 por una camisa de hombre del catálogo.

Tabla Nro. 30 Precio de Pantalón de Hombre

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

PANTALÓN DE HOMBRE (Precio en dólares)	Frecuencia	%
20-25	114	30%
26-31	119	31%
32-37	87	23%
Más	63	16%
TOTAL	383	100%

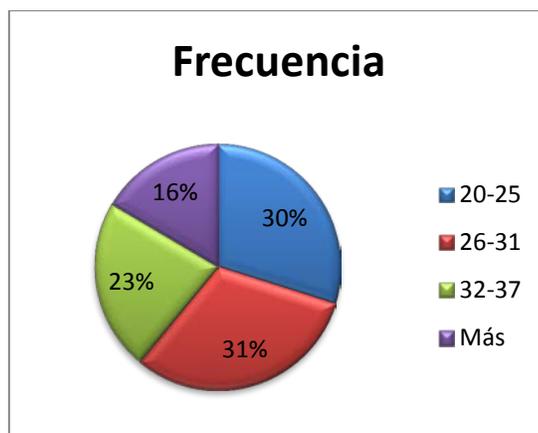


Gráfico 23 Precio de Pantalón de Hombre

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

o) Análisis e interpretación.

La mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a pagar de \$20 a \$37 por un pantalón de hombre del catálogo.

Tabla Nro. 31 Precio Pantalón de Mujer

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

PANTALÓN DE MUJER (Precio en dólares)	Frecuencia	%
20-25	104	27%
26-31	117	31%
32-37	90	23%
Más	72	19%
TOTAL	383	100%

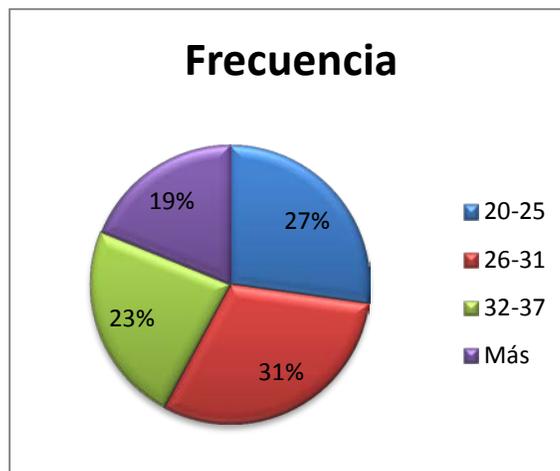


Gráfico 24 Precio Pantalón de Mujer

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

p) Análisis e interpretación.

Gran parte de los encuestados están dispuestas a pagar por un pantalón de mujer del catálogo de \$20 a \$37.

Tabla Nro. 32 Precio Chaqueta de Mujer

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

CHAQUETA (Precio en dólares)	Frecuencia
20-25	98
26-31	139
32-37	137
Más	9
TOTAL	383

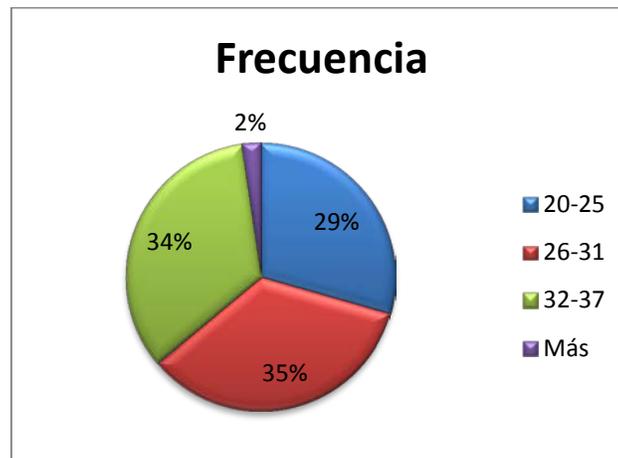


Gráfico 25 Precio Chaqueta de Mujer

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

q) Análisis e interpretación.

La mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a pagar por una chaqueta del catálogo de \$26 a \$37.

Tabla Nro. 33 Precio de Vestido

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

VESTIDO (Precio en dólares)	Frecuencia	%
25-30	100	26%
31-36	109	29%
37- 42	100	26%
Más	74	19%
TOTAL	383	100%

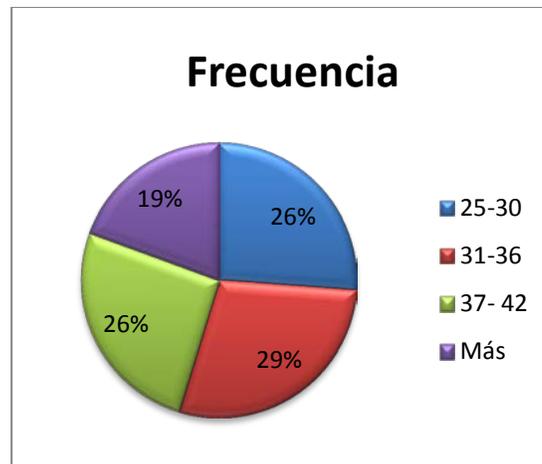


Gráfico 26 Precio de Vestido

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

r) Análisis e interpretación.

Las personas encuestadas están dispuestas a pagar por un vestido del catálogo de \$25 a \$42.

Tabla Nro. 34 Precio de Blusas

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

BLUSA (Precio en dólares)	Frecuencia	%
15-20	145	38%
21-26	108	28%
27-32	69	18%
Más	61	16%
TOTAL	383	100%

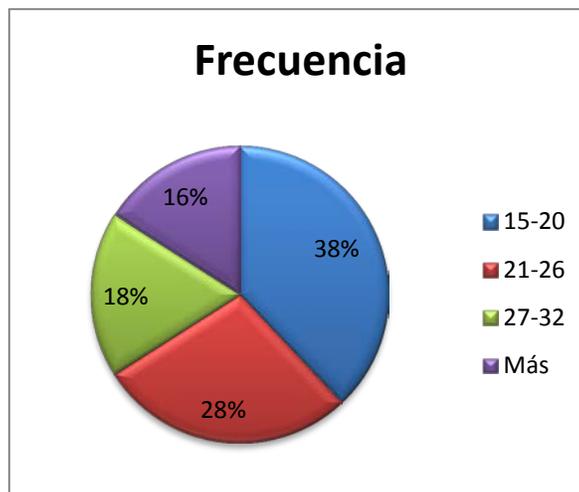


Gráfico 27 Precio de Blusas

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

s) Análisis e interpretación.

Gran parte de los encuestados están dispuestos a pagar por una blusa del catálogo de \$15 a \$ 26.

Tabla Nro. 35 Precio Falda

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

FALDA (Precio en dólares)	Frecuencia	%
15-20	160	42%
21-26	123	32%
27-32	79	21%
Más	21	5%
TOTAL	383	100%

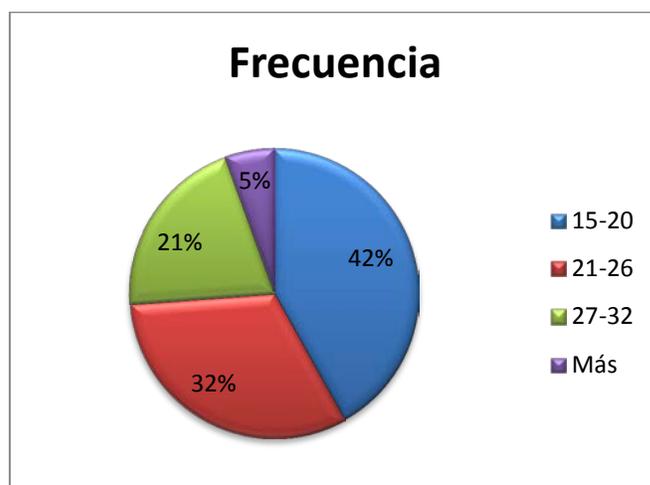


Gráfico 28 Precio Falda

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora

t) Análisis e interpretación.

La mayoría de las personas encuestadas pagarían por una falda del catálogo de \$15 a \$26.

u) Análisis e interpretación total de precios

Esta información nos sirve de cómo base para determinar qué tipo de materia se va usar, como calidad de la tela, accesorios, etc. El precio varía de acuerdo al modelo y accesorios que lleven en el terminado.

3.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.

El producto que se va a ofrecer a los clientes son prendas de vestir que están enfocadas en la moda casual y moda formal para hombre, mujer y niños.

La moda casual es aquella ropa que nos hace sentir más cómodo en cualquier ocasión, se destacan telas 100% algodón, telas ligeras por mencionar algunos detalles.

Dentro de la moda casual tenemos camisas, pantalones, vestidos cortos, etc.

La moda formal se lleva la mayoría de las veces para cumplir con los requisitos, y depende mucho del lugar, el tiempo y la ocasión. Se caracterizan por ser vestidos de una pieza o sastres falda y blusa, elaborados en telas suaves, frescas y confortables.

Este tipo de prendas de vestir serán diseñadas y fabricadas dentro del taller de modistería Rocí, luego plasmadas en el catálogo, para ofertarse en el mercado.

El diseño de las prendas de vestir que se van a confeccionar en el taller, comprende en plasmar en un papel la idea y el estilo del diseñador o diseñadora de modas.

Las operarias son las encargadas del corte y la confección de las prendas que dibuja el diseñador, dándole el mejor terminado a la prenda.

Tabla Nro. 36 Diseño y Producto Terminado

Elaborado por: Autora

DISEÑO	PRODUCTO TERMINADO
	

3.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.5.1 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Para identificar la demanda existente se procedió a revisar el libro de registros del taller de modistería Rocí, de los cuales en el año 2012 el taller cuenta con 183 clientes y se confeccionó 298 prendas de vestir.

3.5.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda futura se utilizó como base la información histórica recopilada de los libros del taller de modistería Rocí de 5 años anteriores, los cuales nos indican la conducta que ha tenido en la confección de prendas de vestir y los clientes que ha tenido el taller , arrojando la siguiente información.

Tabla Nro. 37 Demanda Histórica y Tasa de Crecimiento "Clientes"

*Fuente: Taller de Modistería Rocí
Elaborado por: Autora*

AÑOS	DEMANDA HISTÓRICA	TASA DE CRECIMIENTO
2008	144	
2009	152	0.05
2010	161	0.06
2011	169	0.05
2012	183	0.08
TOTAL		$0.24/4=0.06$

La tasa de crecimiento de los clientes que ha tenido el taller de modistería Rocí del período 2008 al 2012 es del 6%, lo que significa que existió un crecimiento moderado de clientes en el transcurso de cinco años.

Tabla Nro. 38 Demanda Histórica y Tasa de Crecimiento “Confección de Prendas de Vestir”

Fuente: Taller de Modistería Rocí

Elaborado por: Autora

AÑOS	DEMANDA HISTÓRICA	TASA DE CRECIMIENTO
2008	238	
2009	244	0,03
2010	254	0,04
2011	261	0,02
2012	298	0,14
TOTAL		0,23/4 = 0.06

La tasa de crecimiento de la demanda de confección de prendas de vestir del período 2008 al 2012 es del 6%, lo que significa que hubo un crecimiento moderado en la confección de prendas de vestir en el transcurso de cinco años.

- Para determinar la tasa de crecimiento se aplica la siguiente fórmula:

Tasa de crecimiento = (valor presente/valor pasado) -1

Para transformar a porcentaje la respuesta multiplicamos por 100.

Tomando como base la demanda potencial determinada de las encuestas aplicadas y la tasa de crecimiento se hará las proyecciones para los próximos cinco años.

Para proyectar la demanda futura se considera en base al modelo exponencial aplicando la siguiente fórmula:

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

Donde:

Q_n = Consumo Futuro

Q_0 = Consumo Inicial

i = Tasa de crecimiento anual promedio

N = Año Proyectado.

Tabla Nro. 39 Proyección de la Demanda "Clientes" y "Prendas de Vestir". (1 operaria)

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

CLIENTES		PRENDAS DE VESTIR	
AÑO	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_0(1 + i)^n$	AÑO	CONSUMO FUTURO $Q_n = Q_0(1 + i)^n$
2013	194	2013	316
2014	206	2014	335
2015	218	2015	355
2016	231	2016	376
2017	245	2017	399

La demanda proyectada aproximadamente según la tasa de crecimiento promedio del 6% será para el 2017 será de 245 clientes y 399 prendas de vestir.

Según la tabla Nro. 23 en el diagnóstico se puede observar que existe una gran acogida por el catálogo sobre medidas, en donde se puede determinar que la demanda de clientes crecerá y por ende la confección de prendas de vestir, por lo que el taller de modistería Rocí tomando en cuenta su capacidad instalada decide incrementar 4 veces o 400% su producción.

Se procede a realizar una relación en donde una operaria en un año (2012) confecciona 298 prendas de vestir, 4 operarias confeccionaran en un mes las 316 prendas proyectadas en el 2013 pudiendo cubrir en el año (2013) 3.792 prendas de vestir, entonces se procede a utilizar la información de la demanda proyectada de la confección de prendas de vestir de la tabla Nro. 39 y se multiplica por 12 meses; se obtiene la siguiente proyección de la demanda en la confección de prendas de vestir.

Tabla Nro. 40 Demanda Proyectada (4 Operarias)

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

AÑO	DEMANDA PROYECTADA (4 Operarias)
2013	3.792
2014	4.020
2015	4.260
2016	4.512
2017	4.788

Esta demanda se usará como base para realizar las siguientes etapas del proyecto.

3.5 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS.

Evidentemente existen topes al precio máximo para la comercialización de las prendas de vestir del catálogo. Para determinar los precios de cada prenda del catálogo se realizó una pregunta en la encuesta, lo cual nos ayuda a verificar el precio promedio de cada prenda de vestir en el mercado.

El siguiente cuadro nos da a conocer los precios promedios que la mayoría de las personas estarían dispuestas a pagar por cada prenda del catálogo.

Tabla Nro. 41 Precio Promedio de cada Prenda Vestir del Catálogo

*Fuente: Encuesta
Elaborado por: Autora*

PRENDAS	PRECIO (dólares)
CAMISA DE HOMBRE	20,50
PANTALÓN DE HOMBRE	25,50
PANTALÓN DE MUJER	25,50
CHAQUETA DE MUJER	31,50
VESTIDO	33,50
BLUSA	20,50
FALDA	20,50

3.6 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En el cantón Ibarra existen alrededor de 10 fábricas que mantienen diversificada su producción ropa casual para niños, jóvenes, y adultos, estas empresas no han logrado satisfacer el mercado local, lo que ha logrado cubrir esa demanda con ropa tejida hechas por las fábricas de Atuntaqui.

Uno de los talleres más reconocidos en la confección de ropa casual es confecciones Génesis ubicado en la calle Sánchez y Cifuentes entre calles Zenón Villacis y Obispo Mosquera, este taller se dedica a la confección y venta de prendas de vestir como: blusas, pantalones de mujer, faldas, chaquetas, vestidos para fiesta y quinceañeras, etc., ropa exclusivamente para mujeres.

3.7 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO.

3.7.1 COMERCIALIZACIÓN

Generalmente la forma de competir entre microempresas del mismo producto se hace a través de estrategias de comercialización como: diferenciación en el producto y precio.

Una estrategia de diferenciación será en base de la calidad en la confección de las prendas de vestir, a través del cumplimiento de normas de calidad, garantizando los mejores acabados en el producto terminado.

3.7.2 DISTRIBUCIÓN

Para la distribución de las prendas de vestir se hará uso de canales de distribución como es venta directa, en donde se venderá los productos directamente al consumidor sin intermediarios.

La forma de venta de la ropa casual se hará mediante un catálogo mismo que contendrá las fotos impresas de las prendas con sus respectivos precios.

Los productos serán vendidos en el taller de modistería Rocí y a través de internet.

3.7.3 PUBLICIDAD

La publicidad se hará mediante tarjetas de presentación, internet, y medios de comunicación, para dar a conocer la existencia del taller de modistería Rocí y los servicios que presta, con el fin de captar la atención de la población.

3.8 DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

En el presente proyecto no se determina la oferta por las siguientes razones:

- El taller de modistería Rocí cuenta con una cartera de clientes, es decir cuenta con clientes fidelizados.

- El taller de modistería se dedica a la confección de prendas de vestir y se determina que las prendas elaboradas y los clientes son la demanda que este tiene.

- Los talleres de modistería que existen dentro de la ciudad son pequeños por lo que en su mayoría no se encuentran registrados en la Cámara de Comercio, Municipio, y Gremio.

- El taller de modistería Rocí no pudo cubrir con la demanda que este tiene y se decide ampliar introduciendo un nuevo servicio que ningún otro taller ofrece, lo haría que se diferencien de los demás talleres.

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para establecer el tamaño de proyecto se tomó en cuenta la demanda de prendas de vestir calcula en la tabla Nro. 40, en donde cuatro operarias lograrían confeccionar 3792 prendas de vestir en el año 2013.

El tamaño de este proyecto se relaciona con la capacidad de producción del taller durante un período de tiempo de funcionamiento, que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto que se trata.

Dentro del tamaño del proyecto se puede mencionar que el taller tiene una economía en escala, es decir que a medida que aumenta producción sus costes por unidad producida se reducen, es decir a medida que más confección de prendas de vestir haya se compraría materiales a gran escala por lo que disminuiría los costos de los mismos, por lo que se puede concluir que al tener una economía a escala nos permite tener una ventaja al momento de la ampliación.

4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

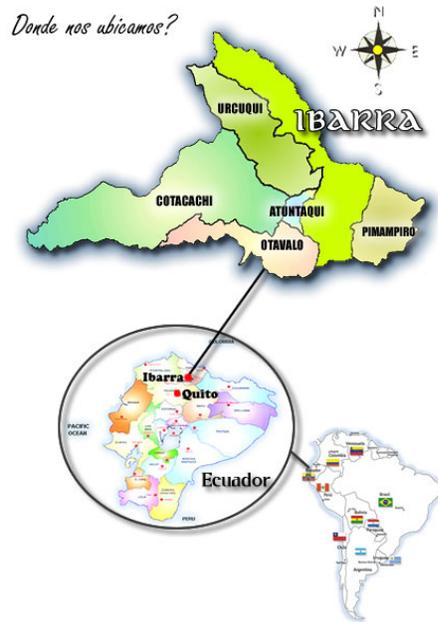


Imagen Nro. 2 Macrolocalización

4.2.2 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

➤ **Mapa de ubicación**

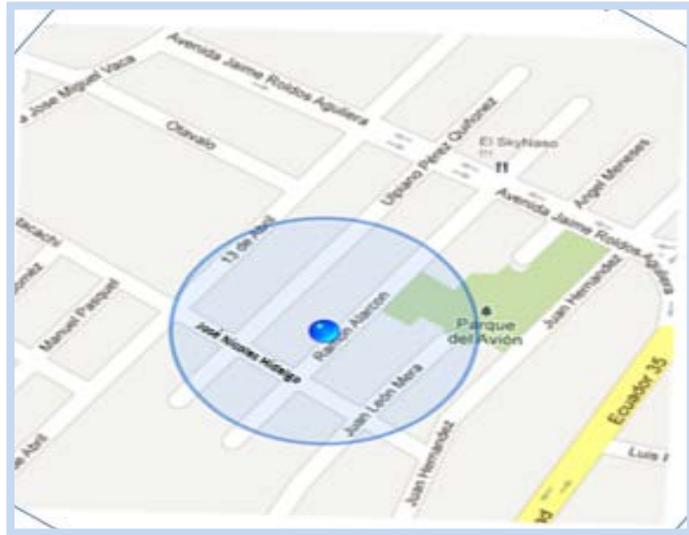


Imagen Nro. 3 Mapa de Ubicación del Taller de Modistería Rocí

Elaborado por: Autora

El presente proyecto se desarrollará en la ciudad de Ibarra, parroquia El Sagrario, barrio Simón Bolívar, lugar donde se encuentra localizado actualmente el taller de modistería Rocí, tomando en cuenta las siguientes factores:

- Espacio natural
- Espacio Social
- Espacio Económico
- Límites y perímetro
- Colindancias
- Vialidad
- Accesos y circulaciones
- Infraestructura
- Competencia

Es de fácil acceso esto permitirá al cliente acceder al taller sin inconvenientes, a demás facilitará la llegada y salida de materia prima.

Por la ubicación geográfica del taller los beneficios se tornan positivos.

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Para cubrir la ingeniería del proyecto se toma en cuenta los siguientes aspectos:

4.3.1 INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Por el momento el taller no cuenta con local propio, lo cual implica un alquiler del local, en la actualidad se encuentra distribuido de la siguiente forma:

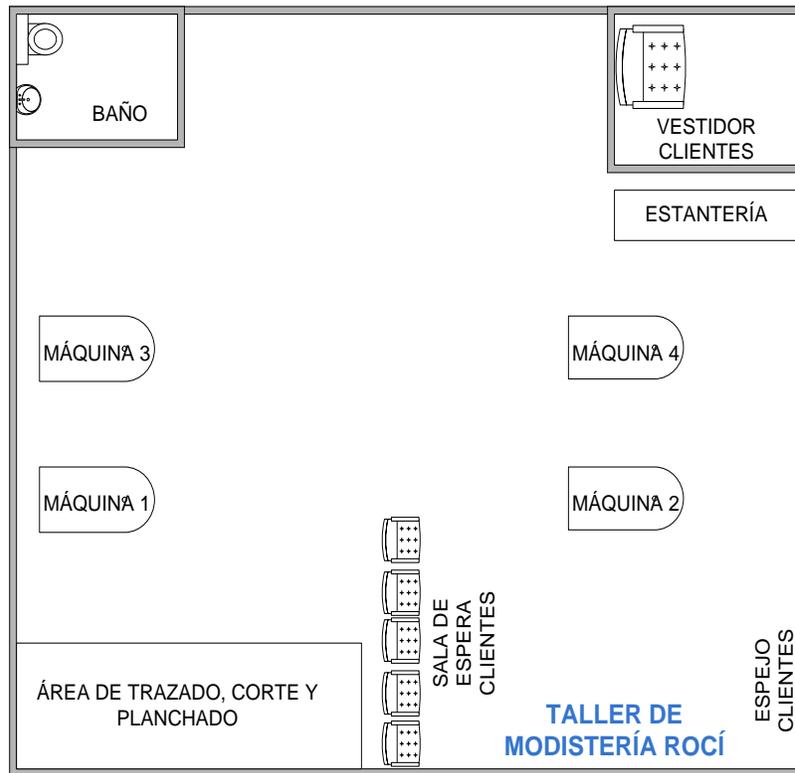


Imagen Nro. 4 Distribución de la Infraestructura Actual del Local

Elaborado por: Autora

4.3.1.2 Distribución de la infraestructura puesto en marcha el proyecto.

Para la ampliación se procederá a arrendar un local que se encuentra junto al taller el cual se utilizará como bodega de la materia prima a usarse, y el local donde se encuentra en la actualidad del taller se realizará adecuaciones para poner en marcha el proyecto. Los locales se distribuirán de la siguiente forma:

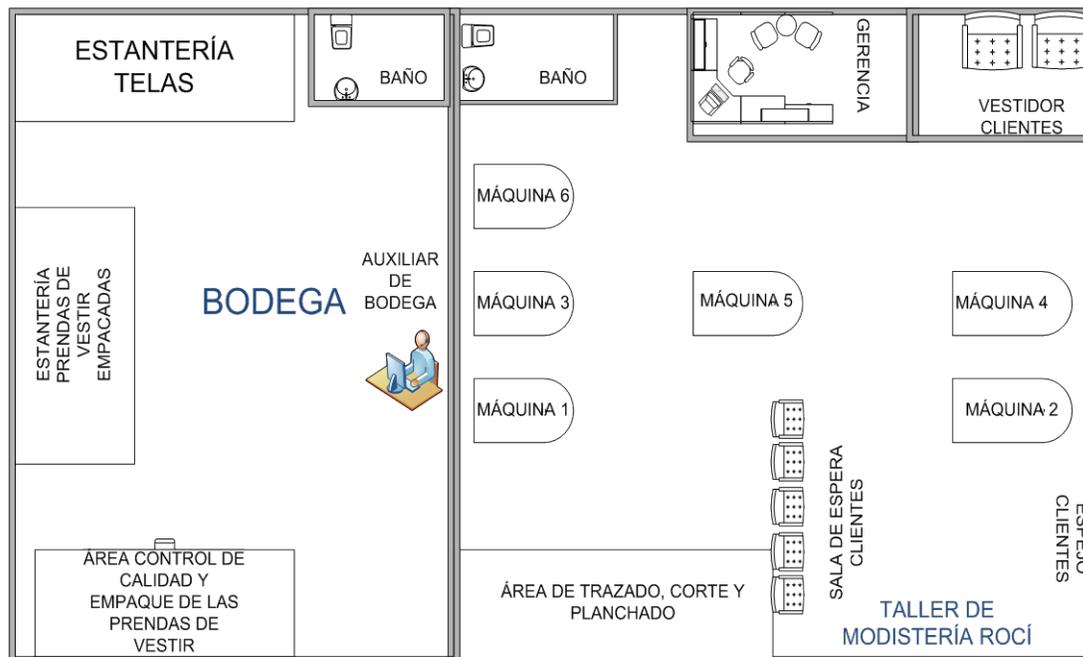


Imagen Nro. 5 Distribución de la Infraestructura Puesto en Marcha el Proyecto.

Elaborado por: Autora

El local tiene características como: claridad, ventilación, y espacio físico para comodidad del cliente y el personal que labora en el taller.

4.3.2 PROCESOS PRODUCTIVOS.

Los procesos de producción que se requieren para la confección de las prendas de vestir del catálogo están en función de los diagramas y planes determinados en el presente proyecto, con la finalidad de que la producción cubra en términos económicos y financieros los costos de operación y la inversión inicial del proyecto.

Para tener un enfoque sistemático del proceso de producción se realizó un resumen de las actividades a realizarse, mediante el cual se puede interpretar los procesos de producción para la confección de las prendas de vestir.

- Adquisición de Materia Prima.
- Almacenaje de Materia Prima.
- Selección de Modelo y toma de medidas.
- Trazo
- Corte
- Prueba de la prenda con el cliente.
- Confección
- Etiquetada
- Empaque
- Bodega o punto de venta

4.3.2.1 Descripción sistemática del proceso de producción

➤ Adquisición de materia prima

En esta etapa serán considerados criterios fundamentales con respecto a la calidad de los mismos como: textura de las telas, color, y resistencia.

En caso de los hilos se determinará: textura y durabilidad al momento que se unan las piezas de las prendas de vestir.

Con relación a sierras se determinará: calidad y durabilidad.

➤ **Almacenaje de materia prima**

Para el almacenamiento de las telas, hilos, sierras, botones y demás accesorios a usarse en la confección de las prendas de vestir, será necesario aplicar técnicas de almacenamiento, para tener un almacenamiento eficaz se abrirá hojas kárdex y llevar un proceso contable – administrativo, tener un stock de insumos de acuerdo a la capacidad económica y operativa de la empresa. Cada insumo almacenado será debidamente codificado.

➤ **Selección de modelos y toma de medidas**

Esto se dará cuando el cliente seleccione el modelo del catálogo e inmediatamente las operarias procederán a la toma de medidas.

➤ **Trazo**

El trazado de la se realizará de acuerdo a las medidas proporcionales de los clientes, y del modelo que seleccionaron. En el trazado se extenderán las telas en la mesa de trabajo, y se procederá a dibujar los distintos elementos que forman parte del trazado de las prendas, mediante la utilización de las distintas herramientas de trabajo empleadas en el trazo de una prenda de vestir tales como: reglas, cinta métrica, tiza.

➤ **Corte**

Una vez hecho el trazo, se procederá a cortar por las líneas dibujadas en la tela mediante el uso de tijeras o de cortadora eléctrica.

➤ **Prueba de la prenda con el cliente**

Para la prueba de la prenda con el cliente se procederá a hilvanar las piezas de la prenda que se cortó, luego se tomará la prueba al cliente y se hará las debidas correcciones para que la prenda quede a la silueta y al gusto del cliente.

➤ **Confección**

Comprende la unión de piezas de tela previamente cortadas, mediante el uso de la maquinaria apropiada para cada prenda, para que esta tenga éxito en el acabado y el cliente quede satisfecho.

➤ **Etiquetada**

Esta se da cuando una vez confeccionada la prenda de vestir las operarias procederán a colocar la etiqueta en la prenda, la etiqueta contendrá: la razón social, domicilio, Ruc, composición del artículo.

➤ **Empaque**

El empaque se realizará una vez terminada la prenda, y realizado su respectivo control de calidad, para que no exista fallas en las prendas de vestir. Se empacará con fundas impresas el logo de la empresa.

➤ **Bodega**

Una vez pasado todo el proceso de confección hasta el empaque se procederá a almacenar en bodega las prendas o el producto terminado, para luego ser entregado al cliente.

4.3.2.2 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

Para representar los flujogramas de procesos se utilizará la siguiente simbología.

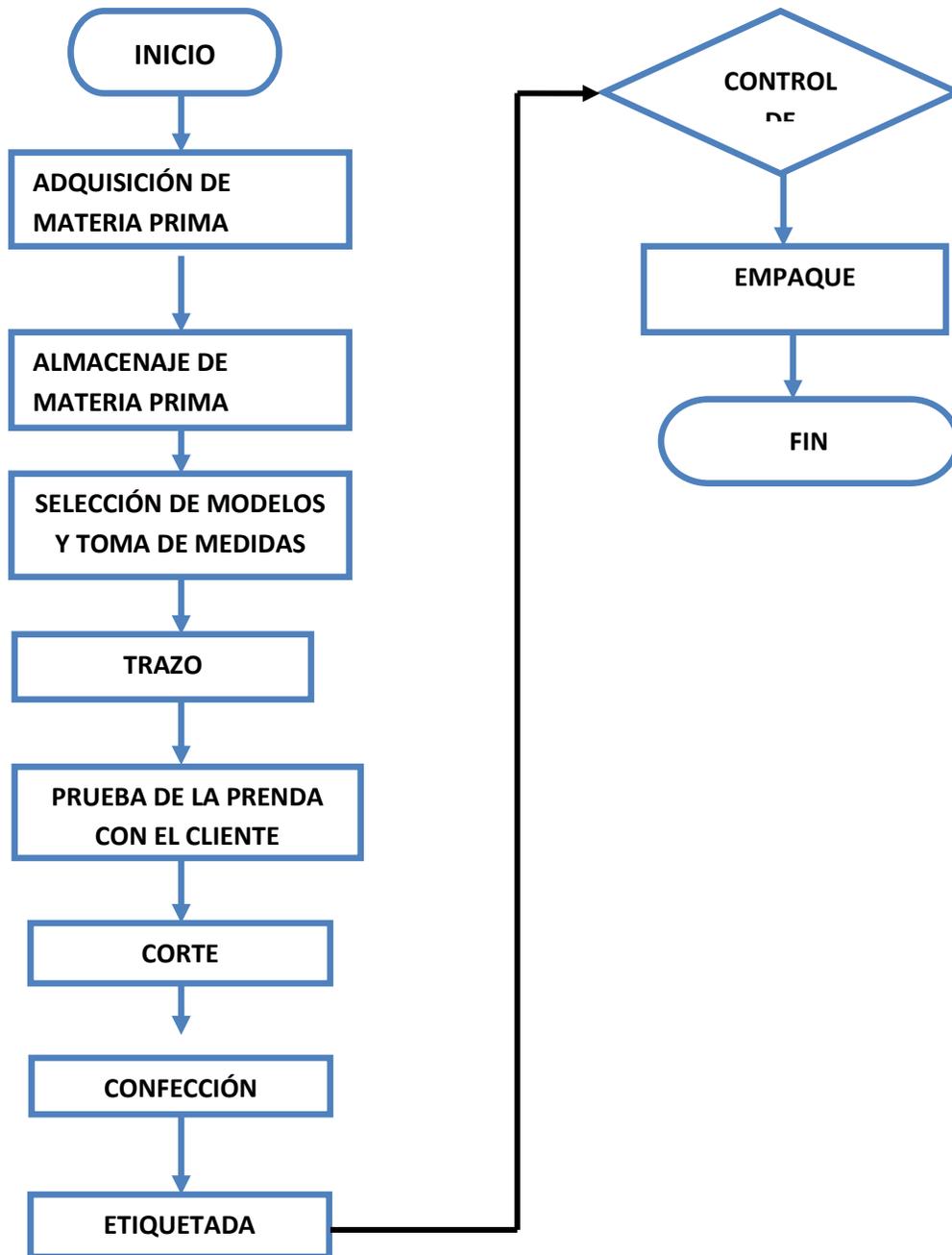
Tabla Nro. 42 Flujoograma de Procesos

Elaborado por: Autora

SIMBOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
	Inicio o Finalización
	Alternativa de decisión
	Documento o archivo
	Procedimientos
	Conector dentro de página
	Verificación
	Conexión de procesos

Gráfico 29 Flujograma del Proceso Productivo

Elaborado por: Autora



4.3.2.3 PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

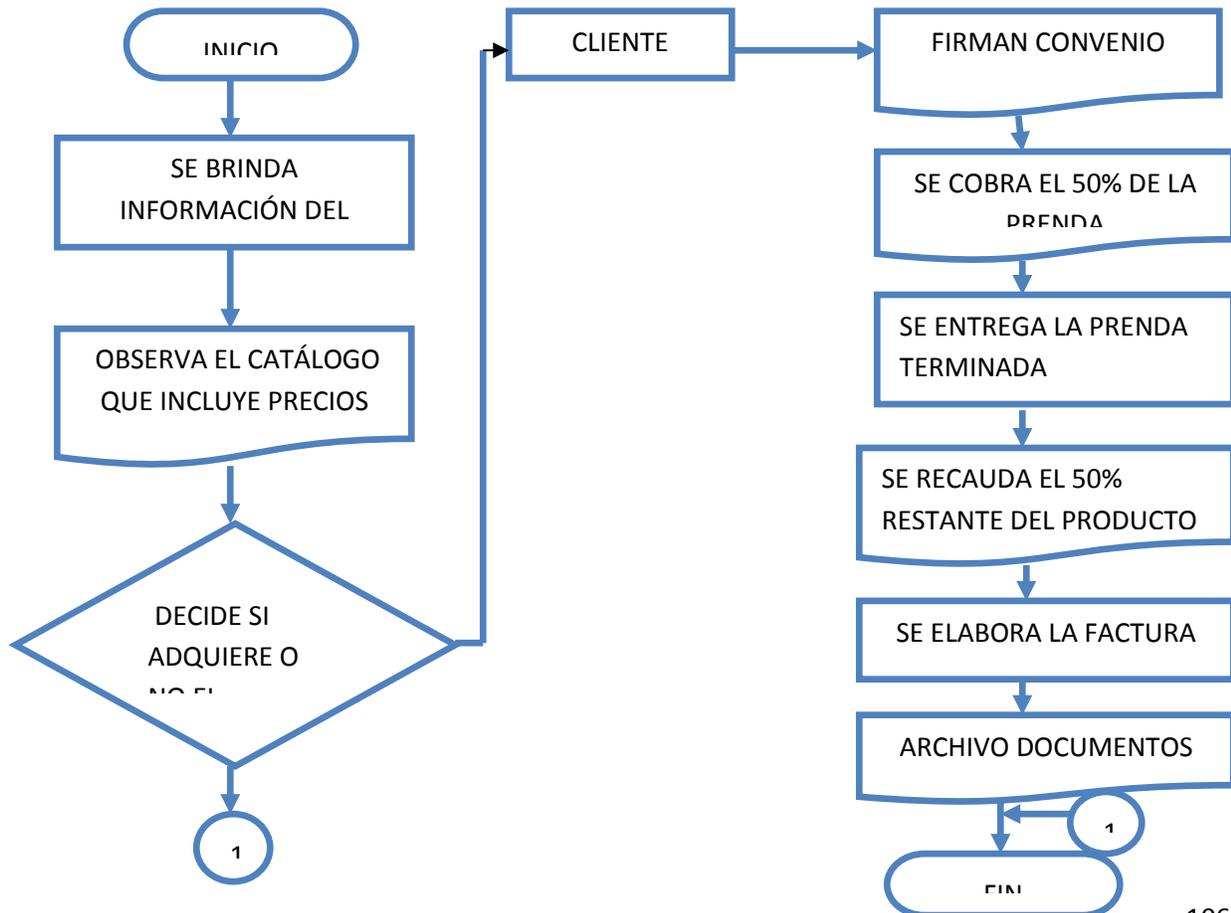
El cliente es la razón de ser de una microempresa por lo tanto debe recibir una atención eficiente, mostrando la mayor cordialidad, para así captar su atención y por

ende la adquisición del producto. Los pasos para brindarle una buena atención al cliente son:

- El cliente solicita información.
- A continuación se le indica el catálogo que a su vez contiene precios.
- El usuario decide si adquiere o no el producto.
- El cliente realiza su pedido
- Se firma un convenio de requerimiento del producto.
- Se cobra el 50% de la prenda a confeccionarse.
- Cuando se entregue la prenda terminada se recaudará el 50% restante y se procederá realizar la correspondiente facturación.

Gráfico 30 Flujoograma del Proceso de Atención Al Cliente

Elaborado por: Autora



4.3.3 REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS

Los equipos que se requieren en el taller de modistería Rocí son los siguientes:

Tabla Nro. 43 Requerimientos De Equipos De Producción

Fuente: MAINCO

Elaborado por: Autora

CONCEPTO	CANT.	DESCRIPCIÓN TÉCNICA	COSTO
Máquina Recubridora Industrial	1	Máquina Industrial Recubridora marca Singer modelo plano motor servo	\$1390,00
Máquina Recta y zigzag Industrial	1	Máquina zigzag marca Singer modelo 20U93 motor servo.	\$790,00
Tijeras	6		\$30,00
		PRECIOS INCLUYEN IVA	
		TOTAL	\$ 2210,00

Tabla Nro. 44 Requerimiento de Equipos, Muebles y Enseres

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

EQUIPO DE OFICINA	CANT.	COSTO USD.
Computadora de escritorio Core I3	2	970,00
Impresora, fax	1	200
Software Contable	1	140,00
Sumadora Casio Dr120	1	65,00
Teléfonos	2	40,00
MUEBLES Y ENSERES		
Escritorio	3	468,00
Sillas giratorias	3	186,00
Archivador (3 gavetas)	1	267,00
Útiles de oficina		100,00
basureros	9	36,00
Modulares Divisiones	2	160,00

4.3.4 REQUERIMIENTO TALENTO HUMANO

El taller de modistería Rocí requiere de mano de obra directa e indirecta para sus diferentes áreas. A continuación se detalla el personal requerido dentro del taller:

Tabla Nro. 45 Requerimiento Mano de Obra Directa e Indirecta

Elaborado por: Autora

ÁREA	PERSONAL	Nro.	REMUNERACIÓN USD.
ADMINISTRATIVA (Mano de obra Indirecta)	Gerente	1	\$400,00
	Contador(a)	1	\$300,00
	Auxiliar de Bodega	1	\$318,00
OPERATIVA (Mano de obra directa)	Operarias	4	\$350,00
	Vendedora	1	\$318,00
	Diseñadora	1	\$500,00
	TOTAL	8	

La remuneración para la contadora será en base a factura por honorarios profesionales y acudirá a las instalaciones una vez a la semana, la remuneraciones para las operarias será de \$4,00 por prenda confeccionada.

El gerente, auxiliar de bodega, operarias y vendedora estarán bajo la modalidad de relación dependencia.

4.4 INVERSIONES

Las inversiones efectuadas antes de puesta marcha el proyecto se dividen en tres grupos: activos fijos, gastos diferidos y capital de trabajo.

4.4.1 INVERSIONES FIJAS

El presente proyecto contará con una inversión fija de \$4942, misma que está integrado por activos fijos y bienes de capital.

A continuación se detalla el valor de activos requeridos para la ampliación, corresponde a las inversiones de equipo de producción, equipos, muebles y enseres.

Tabla Nro. 46 Inversiones Fijas del Proyecto

*Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Autora*

CONCEPTO	VALOR
Maquinaria	2210,00
Equipos de computación	1415,00
Equipos de oficina	100,00
Muebles y enseres	1217,00
TOTAL	4942,00

4.4.2 INVERSIÓN VARIABLE DEL PROYECTO

El capital de trabajo es el monto de efectivo con el que hay que contar para empezar antes de recibir los ingresos. Para el presente proyecto se ha considerado contar con un capital de trabajo de \$14681, que estarán destinados a cubrir los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación para un período de tres meses, tiempo considerado suficiente hasta que la empresa obtenga sus ingresos por las ventas realizadas.

Tabla Nro. 47 Capital de Trabajo

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

RUBRO	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	TRIMESTRAL
MATERIA PRIMA E INSUMOS			
Tela	20 rollos	2600,00	2600,00
Pelón	2 rollos	120,00	120,00
Hilos	50 hilos	100,00	100,00
Botones	1000 botones	6,00	6,00
Sierres	200	30,00	30,00
CIF			
Servicios Básicos	3 meses	40,00	120,00
Mantenimiento	3 meses	30,00	90,00
Arriendo	3 meses	140,00	420,00
Etiquetas y Empaque		150,00	150,00
Agujas		10,00	10,00
Tizas de trazado	2 cajas	6,00	6,00
Aceite para las máquinas	3 galones	15,00	15,00
repuestos máquinas		30,00	30,00
GASTOS MANO DE OBRA			
Gerente	1	400,00	1200,00
Contador (a)	1	300,00	900,00
Auxiliar de bodega	1	318,00	954,00
Operaria	4	350,00	4200,00
Vendedora	1	318,00	900,00
Diseñadora	1		500,00
GASTO DE VENTAS			
Publicidad	3 meses	50,00	150,00
Catálogo			2000,00
CAPITAL DE TRABAJO			14501,00

4.4.3 RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO

Tabla Nro. 48 Resumen Capital de Trabajo

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO	
Materia Prima Directa	2856
Materia Prima Indirecta	841
Mano de Obra Directa	3054
Mano de Obra Indirecta	7750
TOTAL	14501

4.4.4 INVERSIÓN DIFERIDA

Se estima los rubros de los estudios del proyecto de ampliación del taller de modistería Rocí, los gastos que se realicen en el estudio e imprevistos que pueden suscitarse en la expansión del negocio. La inversión diferida será de \$1250.

Tabla Nro. 49 Gastos Diferidos

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

CONCEPTO	VALOR EN USD
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	50
Patente Municipal incluye permiso de Bomberos	50
GASTOS PARA LA AMPLIACIÓN	500
IMPREVISTOS	700
TOTAL	1250

4.5 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

A continuación se presenta un resumen de la administración de las inversiones, mismo que sirven para conocer el valor del financiamiento que requerirá el taller de modistería Rocí para su ampliación.

Tabla Nro. 50 Estructura de la Inversión

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

DESCRIPCIÓN	MONTO	INVERSIÓN	
		FINANCIADA	PROPIA
Activos Fijos	4942	4942	
Capital de Trabajo	14501	4501	10000
Gastos Diferidos	1250	1250	
TOTAL	20693	10693	10000

4.6 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

A continuación se presenta la estructura del financiamiento en donde el 51,67% se financiará con crédito y el 48,33% será con aporte propio del inversionista.

Tabla Nro. 51 Estructura del Financiamiento

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversión Propia	10000
Inversión Financada	10693
Inversión Total	20693

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO FINANCIERO

5.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

En el presupuesto de ingresos consta de la venta de 3.792 prendas de vestir entre ellas faldas, pantalones de hombre y de mujer, chaquetas de mujer, blusas, vestidos y otros. El crecimiento de los precios se calcula con la tasa promedio de inflación de nuestro país que es del 5,21%.

Tabla Nro. 52 Tasa Promedio de Inflación

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

AÑO	INFLACIÓN ANUAL
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
TOTAL	$26,04/5=0,0521$

Las cantidades se calculan con la tasa de crecimiento calcula en el ANEXO 4.

A continuación se detalla el cuadro con los valores de las proyecciones de ingresos por ventas de las prendas de vestir.

Para establecer los precios del año 2013 se toma los precios promedios que los clientes estarían dispuestos a pagar por cada prenda del catálogo.

Tabla Nro. 53 Precios Promedios

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

PRENDAS	PRECIO (dólares)
CAMISA DE HOMBRE	20,50
PANTALÓN DE HOMBRE	25,50
PANTALÓN DE MUJER	25,50
CHAQUETA DE MUJER	31,50
VESTIDO	33,50
BLUSA	20,50
FALDA	20,50

5.1.1 INGRESOS PRENDAS DE VESTIR

Tabla Nro. 54 Ingresos Prendas de Vestir

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
RUBROS					
BLUSAS	1036	1186	1453	1905	2672
Precio	20,5	22,69	26,42	32,38	41,74
Valor	21238	26910,34	38388,26	61683,9	111529,28
FALDAS	620	660	684	720	744
Precio	20,5	22,69	26,42	32,38	41,74
Valor	12710	14975,4	18071,28	23313,6	31054,56
PANTALÓN DE HOMBRE	168	168	180	180	192
Precio	25,5	28,23	32,87	40,27	51,91
Valor	4284	4742,64	5916,6	7248,6	9966,72
PANTALÓN DE MUJER	624	672	732	780	852
Precio	25,5	28,23	32,87	40,27	51,91
Valor	15912	18970,56	24060,84	31410,6	44227,32

CHAQUETA DE MUJER	552	600	648	708	756
Precio	31,5	34,87	40,61	49,75	64,13
Valor	17388	20922	26315,28	35223	48482,28
CAMISA DE HOMBRE	72	84	84	84	96
Precio	20,5	22,69	26,42	32,38	41,74
Valor	1476	1905,96	2219,28	2719,92	4007,04
VESTIDOS	204	264	324	396	492
Precio	33,5	37,08	43,18	52,91	68,21
Valor	6834	9789,12	13990,32	20952,36	33559,32
OTROS	516	540	576	600	624
Precio	12	13,28	15,47	18,95	24,43
Valor	6192	7171,2	8910,72	11370	15244,32
TOTAL	86.034,00	105.387,22	137.872,58	193.921,98	298.070,84

5.2.2 PRESUPUESTOS DE COSTOS Y GASTOS

Se detalla principalmente los costos de producción que se requerirá para la confección de 3.792 prendas de vestir.

Se necesitará materia prima directa, mano de obra directa e indirecta, costos indirectos de fabricación, y demás gastos que se requerirán para su producción. El crecimiento de los precios se calcula con la tasa de inflación promedio que es del 5% y las cantidades se calculan con la tasa de crecimiento.

A continuación se detalla la siguiente información, tomando en cuenta que cada rollo tiene 60m.de tela y el rollo tiene un costo de \$140; entonces $\$140/60m=\2.33 lo que quiere decir que cada metro de tela tiene un costo de \$2,33.

Tabla Nro. 55 Costo de la tela en cada Prenda de Vestir

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

RUBROS	METROS X PRENDA	COSTO DE TELA X PRENDA
Blusas	1.5m	3,50
Faldas	1m	2,33
Pantalón de Hombre	1.15m	2,68
Pantalón de Mujer	1.15m	2,68
Chaqueta de Mujer	1.5m	3,50
Camisa de Hombre	1.5m	3,50
Vestidos	2m	4,66
Otros	1m	2,33

5.2.1 PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA

Tabla Nro. 56 Proyección Materia Prima

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

AÑOS	2013	2014	2015	2016	2017
RUBROS					
MATERIA PRIMA (Tela)					
Blusas	1036	1128	1200	1284	1380
Precio	3,5	3,87	4,51	5,53	7,13
Valor	3626	4365,36	5412	7100,52	9839,4
Faldas	620	660	684	720	744
Precio	2,33	2,58	3	3,68	4,74
Valor	1444,6	1702,8	2052	2649,6	3526,56
Pantalón de Hombre	168	168	180	180	192
Precio	2,68	2,97	3,46	4,24	5,47

Valor	450,24	498,96	622,8	763,2	1050,24
Pantalón de Mujer	624	672	732	780	852
Precio	2,68	2,97	3,46	4,24	5,47
Valor	1672,32	1995,84	2532,72	3307,2	4660,44
Chaqueta de mujer	552	600	648	708	756
Precio	3,5	3,87	4,51	5,53	7,13
Valor	1932	2322	2922,48	3915,24	5390,28
Camisa de Hombre	72	84	84	84	96
Precio	3,5	3,87	4,51	5,53	7,13
Valor	252	325,08	378,84	464,52	684,48
Vestidos	204	264	324	396	492
Precio	4,66	5,16	6	7,35	9,47
Valor	950,64	1362,24	1944	2910,6	4659,24
Otros	516	540	576	600	624
Precio	2,33	2,58	3	3,68	4,74
Valor	1202,28	1393,2	1728	2208	2957,76
TOTAL por m DE TELA	11530,08	13965,48	17592,84	23318,88	32768,4
TELA FORRO					
Precio	240	249,98	260,38	271,21	282,49
PELÓN					
Precio	240	249,98	260,38	271,21	282,49
OTROS					
Sierres para pantalón y falda	591	625	665	700	745
Precio	0,2	0,22	0,26	0,32	0,41
TOTAL	118,2	137,5	172,9	224	305,45
Sierres para vestidos	83	110	135	165	205
Precio	0,4	0,44	0,51	0,62	0,8

TOTAL	33,2	48,4	68,85	102,3	164
Botones Camisas y Blusas	3276	3535	3745	3990	4305
Precio	0,08	0,09	0,1	0,12	0,15
TOTAL	262,08	318,15	374,5	478,8	645,75
Botones para pant. Mujer y falda	7756	8484	8988	9576	10332
Precio	0,05	0,06	0,07	0,09	0,12
TOTAL	387,8	509,04	629,16	861,84	1239,84
Ganchos para pant. de hombre	168	168	180	180	192
Precio	0,15	0,17	0,2	0,25	0,32
TOTAL	25,2	28,56	36	45	61,44
Hilos	150	160	170	180	190
Precio	3	3,32	3,87	4,74	6,11
TOTAL	450	531,2	657,9	853,2	1160,9
Etiquetas	3792	4020	4260	4512	4788
Precio	0,05	0,06	0,07	0,09	0,12
TOTAL	189,6	241,2	298,2	406,08	574,56
TOTAL OTROS	1.466,08	1.814,05	2.237,51	2.971,22	4.151,94
TOTAL MATERIAL	13.476,16	16.279,49	20.351,11	26.832,52	37.485,32
IMPREVISTOS 5%	673,81	813,97	1.017,56	1.341,63	1.874,27
TOTAL	14.149,97	17.093,46	21.368,67	28.174,15	39.359,59

5.2.2 PROYECCIÓN GASTOS

5.2.2.1 Gastos del personal

El sueldo de las operarias será por obra y se les pagará \$4,50 por cada prenda confeccionada, la vendedora y auxiliar de bodega percibirán el salario básico vigente 2013 que es de \$318.

El crecimiento de las remuneraciones está determinado por el porcentaje de crecimiento del salario unificado de los últimos 5 años, es decir el 9,92%.

Tabla Nro. 57 Salario Básico (2008 – 2012)

Fuente: Ministerio de relaciones Laborales

Elaborado por: Autora

NRO	AÑO	SMVG
1	2008	200,00
2	2009	218,00
3	2010	240,00
4	2011	264,00
5	2012	292,00
6	2013	318,00

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

$$318 = 200(1 + i)^{n-1}$$

$$\frac{318}{200} = (1 + i)^5$$

$$\sqrt[5]{1,59} = (1 + i)$$

$$1,097184 = 1 + i$$

$$i = 0,097184$$

i = 9,72% Tasa de Crecimiento del Salario

➤ SUELDOS PROYECTADOS

A continuación se presenta las tablas con los sueldos proyectados con la tasa de crecimiento del salario del 9,72%.

Tabla Nro. 58 Sueldos Proyectados Año 2013

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

AÑO 2013			
CARGO	R.M.V	CANTIDAD	C.T. ANUAL
Operaria	350,00	4	16800,00
Vendedora	318,00	1	3816,00
Diseñador(a)	500,00	1	2000,00
Gerente	400,00	1	4800,00
Contador(a)	300,00	1	3600,00
Auxiliar de bodega	318,00	1	3816,00

Tabla Nro. 59 Sueldos Proyectados Año 2014

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

AÑO 2014			
CARGO	R.M.V	CANTIDAD	C.T. ANUAL
Operaria	421,35	4	20.224,80
Vendedora	382,82	1	4.593,84
Diseñador(a)	601,92	1	2.407,68
Gerente	481,54	1	5.778,48
Contador(a)	361,15	1	4.333,80
Auxiliar de bodega	382,82	1	4.593,84

Tabla Nro. 60 Sueldos Proyectados Año 2015

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

AÑO 2015			
CARGO	R.M.V	CANTIDAD	C.T. ANUAL
Operaria	556,55	4	26.714,17
Vendedora	505,65	1	6.067,83
Diseñador(a)	795,05	1	3.180,21
Gerente	636,05	1	7.632,57
Contador(a)	477,03	1	5.724,35
Auxiliar de bodega	505,65	1	6.067,83

Tabla Nro. 61 Sueldos Proyectados Año 2016

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

AÑO 2016			
CARGO	R.M.V	CANTIDAD	C.T. ANUAL
Operaria	806,57	4	38.715,50
Vendedora	732,82	1	8.793,80
Diseñador(a)	1.152,23	1	4.608,92
Gerente	921,79	1	11.061,50
Contador(a)	691,33	1	8.296,01
Auxiliar de bodega	732,82	1	8.793,80

Tabla Nro. 62 Sueldos Proyectados Año 2017

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Autora

AÑO 2017			
CARGO	R.M.V	CANTIDAD	C.T. ANUAL
Operaria	1.282,54	4	61.562,16
Vendedora	1.165,26	1	13.983,16
Diseñador(a)	1.832,18	1	7.328,72
Gerente	1.217,56	1	14.610,69
Contador(a)	1.099,30	1	13.191,63
Auxiliar de bodega	1.165,26	1	13.983,16

Tabla Nro. 63 Beneficios Operarias Proyectados

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Autora

CARGO	SUELDO MÁS BENEFICIOS	2013	2014	2015	2016	2017
	Sueldo	16.800,00	20.224,80	26.714,17	38.715,50	61.562,16
	13 Sueldo	1.400,00	1.685,40	2.226,18	3.226,29	5.130,18
OPERARIAS	14 Sueldo	1.272,00	1.531,29	1.843,45	2.219,23	2.671,61
	Aporte IESS (9,35%)	1.873,20	2.255,07	2.978,63	4.316,78	6.864,18
	Fondo de Reserva (8,33%)	-	1.684,73	1.684,73	2.225,29	3.225,00
	Vacaciones		842,70	1.113,09	1.613,15	2.565,09
	TOTAL	23.358,20	28.223,99	36.560,24	52.316,23	82.018,22

Tabla Nro. 64 Beneficios Vendedora Proyectados

*Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Autora*

CARGO	SUELDO MÁS BENEFICIOS	2013	2014	2015	2016	2017
	Sueldo	3816,00	4.593,84	6.067,83	8.793,80	13.983,16
	13 Sueldo	318,00	382,82	505,65	732,82	1.165,26
VENDEDORA	14 Sueldo	318,00	382,82	505,65	732,82	1.165,26
	Aporte IESS (9,35%)	425,48	512,21	676,56	980,51	1.559,12
	Fondo de Reserva (8,33%)		382,67	505,45	732,52	1.164,80
	Vacaciones		191,41	252,83	366,41	582,63
	TOTAL	4877,48	6.445,77	8.513,97	12.338,88	19.620,23

Tabla Nro. 65 Beneficios Gerente Proyectados

*Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Autora*

	SUELDO MÁS BENEFICIOS	2013	2014	2015	2016	2017
	Sueldo	4.800,00	5.778,48	7.632,57	11.061,50	17.589,08
	13 Sueldo	400,00	481,54	636,05	921,79	1.465,76
GERENTE	14 Sueldo	318,00	382,82	505,65	732,82	1.165,26
	Aporte IESS (9,35%)	535,20	644,30	851,03	1.233,36	1.961,18
	Fondo de Reserva (8,33%)	-	481,35	635,79	921,42	1.465,17
	Vacaciones		240,77	318,02	460,90	732,88
	TOTAL	6.053,20	8.009,26	10.579,12	15.331,79	24.379,33

Tabla Nro. 66 Beneficios Auxiliar de Bodega Proyectados

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

CARGO	SUELDO MÁS BENEFICIOS	2013	2014	2015	2016	2017
	Sueldo	3816,00	4.593,84	6.067,83	8.793,80	13.983,16
	13 Sueldo	318,00	382,82	505,65	732,82	1.165,26
AUXILIAR DE BODEGA	14 Sueldo	318,00	382,82	505,65	732,82	1.165,26
	Aporte IESS (9,35%)	425,48	512,21	676,56	980,51	1.559,12
	Fondo de Reserva (8,33%)		382,67	505,45	732,52	1.164,80
	Vacaciones		240,77	318,02	460,90	732,88
	TOTAL	4877,48	6.495,13	8.579,17	12.433,36	19.770,48

Tabla Nro. 67 Beneficios Contador(a) Proyectados

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

CARGO	SUELDO MÁS BENEFICIOS	2013	2014	2015	2016	2017
	Sueldo	3.600,00	4.333,80	5.724,35	8.296,01	13.191,63
	13 Sueldo	300,00	361,15	477,03	691,33	1.099,30
CONTADOR(A)	14 Sueldo	318,00	382,82	505,65	732,82	1.165,26
	Aporte IESS (9,35%)	401,40	483,22	638,27	925,01	1.470,87
	Fondo de Reserva (8,33%)		361,01	476,84	691,06	1.098,86
	Vacaciones		180,58	238,51	345,67	549,65
	TOTAL	4619,40	6.102,57	8.060,65	11.681,89	18.575,57

5.2.2.2 Proyección Mano de Obra y CIF

Tabla Nro. 68 Proyección Mano de Obra y CIF

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

MANO DE OBRA	2013	2014	2015	2016	2017
Operarias	23.358,20	28.223,99	36.560,24	52.316,23	82.018,22
Vendedora	4.877,48	6.445,77	8.513,97	12.338,88	19.620,23
Diseñadora	2.000,00	2.407,68	3.180,21	4.608,92	7.328,72
Gerente	6.053,20	8.009,26	10.579,12	15.331,79	24.379,33
Contador/a	4.619,40	6.102,57	8.060,65	11.681,89	18.575,57
Auxiliar de bodega	4.877,48	6.495,13	8.579,17	12.433,36	19.770,48
TOTAL	45.785,77	57.684,39	75.473,36	108.711,08	171.692,56
CIF					
Servicios Básicos	480,00	577,85	763,26	1.106,15	1.758,91
Aceite de máquinas	180,00	216,69	286,22	414,81	659,59
Agujas	40,00	48,15	63,60	92,18	146,58
Tizas de trazo	24,00	28,89	38,16	55,31	87,95
Fundas de empaque	70,00	84,27	111,31	161,31	256,51
Repuesto máquinas	120,00	144,46	190,81	276,54	439,73
Mantenimiento máq.	360,00	433,39	572,44	829,61	1.319,18
Arriendo	1.680,00	2.022,46	2.671,40	3.871,52	6.156,17
TOTAL	48.739,77	61.240,56	80.170,56	115.518,50	182.517,16

5.2.2.3 Depreciaciones

➤ Muebles y Enseres

Costo de Adquisición: \$1217

Valor de Rescate: 730,20 (60%)

Vida del Activo: 10 Años

Depreciación Anual: 10%

Tabla Nro. 69 Depreciación Muebles y Enseres

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES			
AÑO	DEP. ANUAL	DEP.ACUM.	V. EN LIBROS
2013	48,68	48,68	194,72
2014	48,68	97,36	146,04
2015	48,68	146,04	97,36
2016	48,68	194,72	48,68
2017	48,68	243,4	0

➤ **Equipo de Oficina**

Costo de Adquisición: \$400

Valor de Rescate: \$240 (60%)

Vida del Activo: 5 Años

Depreciación Anual: 5%

Tabla Nro. 70 Depreciación Equipo de Oficina

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA			
AÑO	DEP. ANUAL	DEP.ACUM.	V. EN LIBROS
2013	32	32	128
2014	32	64	96
2015	32	96	64
2016	32	128	32
2017	32	160	0

➤ **Equipo de Computación**

Costo de Adquisición: \$1415

Valor de Rescate: \$849 (60%)

Vida del Activo: 3 Años

Depreciación Anual: 33,33%

Tabla Nro. 71 Depreciación Equipo de Computación

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

DEP. EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
AÑO	DEP. ANUAL	DEP.ACUM.	V. EN LIBROS
2013	188,67	188,67	754,67
2014	188,67	377,34	566,00
2015	188,67	566,00	377,34
2016	188,67	754,67	188,67
2017	188,67	943,34	0

➤ **Maquinaria**

Costo de Adquisición: \$1210

Valor de Rescate: \$726 (60%)

Vida del Activo: 10 Años

Depreciación Anual: 10%

Tabla Nro. 72 Depreciación Maquinaria

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

DEPRECIACIÓN MAQUINARIA			
AÑO	DEP. ANUAL	DEP.ACUM.	V. EN LIBROS
2013	48,40	48,40	193,60
2014	48,40	96,80	145,20
2015	48,40	145,20	96,80
2016	48,40	193,60	48,40
2017	48,40	242,00	0

➤ CUADRO RESUMEN DE DEPRECIACIONES

Tabla Nro. 73 Cuadro Resumen de Depreciaciones

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

DESCRIPCIÓN	VALOR	V. RESCATE	AÑOS	%	DEPRECIACIÓN
Muebles y Enseres	1.217,00	730,20	10	10	48,64
Equipo de Oficina	400,00	240,00	5	5	32,00
Equipo de Computación	1.415,00	849,00	3	3,33	188,87
Maquinaria	1.210,00	726,00	10	10	48,40
TOTAL					317,91

5.2.2.4 Amortizaciones

Las amortizaciones que se efectúan en el proyecto será la amortización de activos diferidos o gastos de constitución, que según el régimen tributario Interno se podrá amortizar en cinco años en cuotas constantes, el valor a amortizarse es de \$1250 amortizado en cuotas de \$250 por cinco años.

5.2.2.5 Gastos Financieros

El financiamiento para cubrir el 51,67% de la inversión se obtendrá de recursos del Banco Promerica a una tasa activa del 15,19% a un plazo de 5 años. La amortización de la deuda es de 10693, con pagos mensuales.

A continuación la siguiente tabla:

Capital	10693
Tasa de Interés	15,19%
Tiempo	5 Años
Cuota	\$255,45

Tabla Nro. 74 Tabla de Amortización

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
1	255,45	135,36	120,10	10.572,90
2	255,45	133,84	121,62	10.451,28
3	255,45	132,30	123,16	10.328,13
4	255,45	130,74	124,72	10.203,41
5	255,45	129,16	126,30	10.077,11
6	255,45	127,56	127,89	9.949,22
7	255,45	125,94	129,51	9.819,71
8	255,45	124,30	131,15	9.688,56
9	255,45	122,64	132,81	9.555,74
10	255,45	120,96	134,49	9.421,25
11	255,45	119,26	136,20	9.285,05
12	255,45	117,53	137,92	9.147,13
13	255,45	115,79	139,67	9.007,47
14	255,45	114,02	141,43	8.866,03
15	255,45	112,23	143,22	8.722,81
16	255,45	110,42	145,04	8.577,77
17	255,45	108,58	146,87	8.430,90
18	255,45	106,72	148,73	8.282,17
19	255,45	104,84	150,61	8.131,55
20	255,45	102,93	152,52	7.979,03
21	255,45	101,00	154,45	7.824,58
22	255,45	99,05	156,41	7.668,17
23	255,45	97,07	158,39	7.509,78
24	255,45	95,06	160,39	7.349,39
25	255,45	93,03	162,42	7.186,97
26	255,45	90,98	164,48	7.022,49
27	255,45	88,89	166,56	6.855,93
28	255,45	86,78	168,67	6.687,26
29	255,45	84,65	170,80	6.516,46
30	255,45	82,49	172,97	6.343,49
31	255,45	80,30	175,16	6.168,34
32	255,45	78,08	177,37	5.990,96

33	255,45	75,84	179,62	5.811,35
34	255,45	73,56	181,89	5.629,45
35	255,45	71,26	184,19	5.445,26
36	255,45	68,93	186,53	5.258,74
37	255,45	66,57	188,89	5.069,85
38	255,45	64,18	191,28	4.878,57
39	255,45	61,75	193,70	4.684,87
40	255,45	59,30	196,15	4.488,72
41	255,45	56,82	198,63	4.290,09
42	255,45	54,31	201,15	4.088,94
43	255,45	51,76	203,69	3.885,25
44	255,45	49,18	206,27	3.678,97
45	255,45	46,57	208,88	3.470,09
46	255,45	43,93	211,53	3.258,56
47	255,45	41,25	214,21	3.044,36
48	255,45	38,54	216,92	2.827,44
49	255,45	35,79	219,66	2.607,78
50	255,45	33,01	222,44	2.385,33
51	255,45	30,19	225,26	2.160,07
52	255,45	27,34	228,11	1.931,96
53	255,45	24,46	231,00	1.700,97
54	255,45	21,53	233,92	1.467,04
55	255,45	18,57	236,88	1.230,16
56	255,45	15,57	239,88	990,28
57	255,45	12,54	242,92	747,36
58	255,45	9,46	245,99	501,37
59	255,45	6,35	249,11	252,26
60	255,45	3,19	252,26	-
TOTAL	15.327,20	4.634,20	10.693,00	-

➤ CUADRO RESUMEN DE GASTOS

Tabla Nro. 75 Cuadro Resumen de Gastos

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

GASTOS	2013	2014	2015	2016	2017
Gastos Ventas	7.800,00	9.390,01	12.402,91	17.974,91	28.582,21
Depreciación	317,91	317,91	317,91	317,91	317,91
Amortización	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Gastos Financieros	1.519,59	1.267,71	974,79	634,16	238,00
TOTAL	9.887,50	11.225,63	13.945,61	19.176,98	29.388,12

5.3 ESTADOS FINANCIEROS

5.3.1 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Variables		Pasivos a largo plazo	
Capital de Trabajo	14.501,00	Cuentas por Pagar	10.693,00
Activos Fijos		PATRIMONIO	
Maquinaria	4.942,00	Capital	10.000,00
Equipo de Computación	2.210,00		10.000,00
Equipo de Oficina	1.415,00		
Muebles y Enseres	100,00		
	1.217,00		
Activos Diferidos	1.250,00	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVOS			
	20.693,00		20.693,00

5.3.2 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

Para el cálculo del impuesto a la renta nos basamos en la constitución legal de la empresa en donde Confecciones Rocí es constituida como persona natural.

El cálculo del Impuesto a la Renta a partir del ejercicio fiscal 2013, en caso de sociedades es del 22% y para personas naturales se aplicará a la base imponible las tarifas contenidas en la siguiente tabla de ingreso:

Tabla Nro. 76 Tabla de Impuesto a la Renta 2013

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaborado por: Autora

IMPUESTO A LA RENTA - AÑO 2013			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
0,00	10,180.00	-	0%
10,180.00	12,970.00	-	5%
12,970.00	16,220.00	140.00	10%
16,220.00	19,470.00	465.00	12%
19,470.00	38,930.00	855.00	15%
38,930.00	58,390.00	3,774.00	20%
58,390.00	77,870.00	7,666.00	25%
77,870.00	103,810.00	12,536.00	30%
103,810.00	En adelante	20,318.00	35%

Tabla Nro. 77 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Autora

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	86.034,00	105.387,22	137.872,58	193.921,98	298.070,84
Costos de Producción	62.889,74	78.334,02	101.539,23	143.692,65	221.876,75
Utilidad Bruta en Ventas	23.144,26	27.053,20	36.333,35	50.229,33	76.194,09
(-) GASTOS					
Gtos Ventas	7.800,00	9.390,01	12.402,91	17.974,91	28.582,21
Depreciación	317,91	317,91	317,91	317,91	317,91
Amortización	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Gtos Financieros	1.519,59	1.267,71	974,79	634,16	238,00
TOTAL GASTOS	9.887,50	11.225,63	13.945,61	19.176,98	29.388,12
= Utilidad Operacional	13.256,76	15.827,57	22.387,74	31.052,35	46.805,97
(-)15% Trabajadores	1.988,51	2.374,14	3.358,16	4.657,85	7.020,90
Utilidad antes de Impuestos	11.268,25	13.453,43	19.029,58	26.394,50	39.785,07

Debido a que la utilidad antes del impuesto sobrepasa la fracción básica se utiliza la tabla de impuesto a la renta para personas naturales obligadas a llevar contabilidad en donde se encuentra el impuesto de la fracción excedente del 5%. A continuación su cálculo:

(-)5% Impuesto a la Renta	54,41	109,25	295,33	515,77	912,27
Utilidad Neta Proyectada	11.213,83	13.344,18	18.734,25	25.878,73	38.872,80

5.3.3 ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla Nro. 78 Estado de Flujo de Caja Proyectado

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

DETALLE	AÑO 0	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
UTILIDAD NETA		11.213,83	13.344,18	18.734,25	25.878,73	38.872,80
(+)Depreciación		317,91	317,91	317,91	317,91	317,91
(+)Amortización		250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Inversiones						
Activos Fijos	- 4.942,00					
Activos Diferidos	- 1.250,00					
Capital de Trabajo	- 14.501,00					
Pago de deuda		-1545,87	-1797,73	-2090,66	-2431,3	-2827,43
Valor de Rescate						2.545,20
(+)Crédito	10.693,00					
(+)Aporte propio	0.000,00					
FLUJO DE CAJA NETO	-20693	10.235,87	12.114,36	17.211,50	24.015,34	39.158,48

5.4 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

5.4.1 COSTO OPORTUNIDAD

El cálculo del costo de oportunidad conocida como tasa de interés para la evaluación financiera, tasa oportunidad, tasa de descuento, tasa de rendimiento retorno mínima del proyecto, se calcula considerando ciertos factores como: Capital Propio: \$10000, Valor a Financiar: \$10693, Tasa de Interés Activa: 15,19%, Tasa de Interés Pasiva: 4,53%.

Tabla Nro. 79 Costo Oportunidad

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	10.000,00	51,67%	4,53	234,07
Inversión Financiada	10.693,00	48,33%	15,19	734,13
TOTAL INVERSIÓN	20.693,00	100%		968,2
			CK	9,68

El rendimiento mínimo del proyecto en condiciones de una economía estable es del 9,68%.

5.4.2 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

Inflación Anual BCE: 4,16%

CK: 9,68%

TRM: $[(1+CK) (1+ Inflación) - 1]$

TRM: $[(1+0,0968) (1+0,0521)] - 1$

TRM: 0,1539

TRM: 15,39%

La rentabilidad del proyecto debe superar al TRM (Tasa de Rendimiento Medio) del 15,39%.

5.4.3 DETERMINACIÓN DEL VAN (Valor Actual Neto).

El valor actual neto consiste en determinar el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, se toma en cuenta la Tasa de Rendimiento Medio que es del 15,39%.

$$\text{VAN} = (\text{Inversión Inicial}) + \frac{FCN}{(1+i)^n}$$

Inversión: 20.693

TMR: 15,39%

Tabla Nro. 80 Determinación del VAN

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

PERÍODO	VAN ACTUAL	TMR 15,39%
0	- 20.693,00	- 20.693,00
1	10.235,87	8.870,67
2	12.114,36	9.098,38
3	17.211,50	11.202,48
4	24.015,34	13.546,16
5	39.158,48	19.141,90
	VAN	41.166,59

El valor que se obtiene de VAN \$41.166,59 es positivo, por lo tanto la Inversión es rentable considerando la tasa de descuento del 15,39%.

5.4.4 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Para determinar el TIR tenemos que buscar una tasa de redescuento negativo (Subir la tasa), para que el valor presente neto de los flujos de los ingresos, con el valor presente de los egresos se iguale a cero.

Tabla Nro. 81 Tasa de Redescuento Negativo

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

PERÍODO	VAN ACTUAL	TMR 65,8%
0	- 20.693,00	- 20.693,00
1	10.235,87	6.173,62
2	12.114,36	4.406,88
3	17.211,50	3.776,29
4	24.015,34	3.177,98
5	39.158,48	3.125,38
		20.660,15
		- 32,85

Entonces tenemos VAN 41.166,59 – Inversión 20693 = -32,85 (VAN Negativo).

$$TIR = TRI + (TRS - TRI) \frac{VANi}{VANi - VANs}$$

$$TIR = 0,1539 + (0,658 - 0,1539) \frac{41.166,59}{41.166,59 - (-32,85)}$$

$$TIR = 0,1539 + (0,5041) \frac{41.166,59}{41.199,44}$$

$$TIR = 0,658$$

$$TIR = 65,8\%$$

La Tasa Interna de Retorno tiene como resultado un valor igual al 65,8%, cifra que supera la Tasa de Descuento del 15,39%. Por lo que se puede concluir que la Inversión se acepta.

5.4.5 COSTO – BENEFICIO

Tabla Nro. 82 Cuadro para determinación del Costo Beneficio

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

PERÍODO	VAN ACTUAL	TMR 15,39%
1	10.235,87	8.870,67
2	12.114,36	9.098,38
3	17.211,50	11.202,48
4	24.015,34	13.546,16
5	39.158,48	19.141,90
		61.859,59

$$\text{Costo Beneficio} = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$C/B = \frac{61.859}{20.693}$$

$$C/B = 2,99$$

Por un dólar invertido en el proyecto va a generar \$2,99, teniendo como utilidad \$1,99 (2,99 - 1,00 = 1,99).

C/B > 1 Viable

C/B = 0 Indiferente

C/B < 1 Indiferente

5.4.6 PERÍODO DE RECUPERACIÓN.

El cálculo del Período de Recuperación se realiza para determinar el tiempo estimado en que se recuperará el valor total de la Inversión.

Se calcula de la siguiente forma:

Tabla Nro. 83 Flujos Netos Actualizados y Acumulados

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

PERÍODO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
1	8.870,67	8.870,67
2	9.098,38	17.741,34
3	11.202,48	28.943,82
4	13.546,16	42.489,98
5	19,141,90	61.631,88

$$\text{Tiempo de Recuperación} = \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Inversión Media}}{\text{FNE siguiente}}$$

$$\text{TR} = \frac{20.693 - 17.741,34}{11.202,48}$$

$$\text{TR} = 0,26$$

Entonces $0,26 \times 12 \text{ meses} = 3,12$; $0,12 \times 30 = 4 \text{ días}$.

La Inversión se recuperará en 2 años 3 meses 4 días.

5.4.7 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades monetarias se toma en cuenta los costos fijos, costos variables y las ventas. A continuación el siguiente cuadro:

Tabla Nro. 84 Punto de Equilibrio Proyectado

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

	AÑO2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
COSTOS FIJOS					
Costo Administración	15.550,08	20.606,96	27.218,93	39.447,05	62.725,38
Depreciación	317,91	317,91	317,91	317,91	317,91
Costo Arriendo local	1.680,00	2.022,46	2.671,40	3.871,52	6.156,17
Amortización	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Costo financiero	1.519,59	1.267,71	974,79	634,16	238,00
TOTAL COSTOS FIJOS	19.317,58	24.465,04	31.433,03	44.520,64	69.687,46
COSTOS VARIABLES					
Costo de Ventas	7.800,00	9.390,01	12.402,91	17.974,91	28.582,21
CIF	1.274,00	1.533,70	2.025,81	2.935,90	4.668,43
Mano de Obra Directa	30.235,68	37.077,44	48.254,42	69.264,03	108.967,18
Materia Prima	14.149,97	17.093,46	21.368,67	28.174,15	39.359,59
TOTAL COSTOS VARIABLES	53.459,65	65.094,61	84.051,81	118.348,99	181.577,40
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	72777,236	89559,65372	115484,8373	162869,6258	251264,8631
VENTAS	86.034,00	105.387,22	137.872,58	193.921,98	298.070,84
PUNTO DE EQUILIBRIO INGRESOS	51.020,79	63.989,47	80.521,94	114.240,95	178.308,76
PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES	2012	2523	3175	4505	7031
PUNTO DE EQUILIBRIO %	59%	61%	58%	59%	60%

Se aplica la siguiente fórmula:

➤ **Punto de equilibrio Ingresos.**

$$\text{PE (Ingresos) 2013} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{PE (Ingresos) 2013} = \frac{19.317,58}{1 - \frac{53.459,65}{86.034}}$$

$$\text{PE (Ingresos) 2013} = \$ 51020,79$$

Para que la empresa ni gane ni pierda debe obtener al año unas ventas mínimas de \$51020,79

➤ **Punto de Equilibrio por unidades de producción (Prendas de vestir).**

$$\text{PE (unidades) 2013} = \frac{PE\$}{\text{Precio de vta.unitario}}$$

$$\text{PE (unidades) 2013} = \frac{50835,74}{25,36}$$

$$\text{PE (unidades) 2013} = 2012 \text{ Prendas de vestir}$$

Para que la empresa ni gane ni pierda se debe confeccionar 2012 prendas de vestir.

➤ **Punto de Equilibrio en porcentajes**

$$\text{PE (\%)}_{2013} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \times 100$$

$$\text{PE (\%)}_{2013} = \frac{19.317,58}{86.034 - 53.459,65} \times 100$$

$$\text{PE (\%)}_{2013} = 59\%$$

Este porcentaje nos indica que de las ventas totales el 59% de las ventas totales es empleado para pago de costos fijos y variables y el 41% restante es la utilidad neta.

5.4.8 INDICES FINANCIEROS

➤ **Rentabilidad sobre la inversión:**

$$\text{ROA} = (\text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total}) \times 100\%$$

$$= (11.213,83 / 20.693) \times 100\%$$

$$= 54,19\%$$

Con este resultado se estima que la empresa obtendrá un rendimiento del 54,19% sobre sus activos, lo cual se considera un buen nivel de rentabilidad a partir del primer año de actividad.

➤ **Rentabilidad sobre capital:**

$$\text{ROE} = (\text{Utilidad Neta} / \text{Capital Propio}) \times 100\%$$

$$= (11.213,83 / 10.000) \times 100\%$$

$$= 112,14\%$$

Este índice del 112,14%, nos indica que se tiene una buena rentabilidad con respecto al capital propio.

➤ **Rentabilidad sobre ventas:**

$$(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}) \times 100\%$$

$$(11.213,83 / 86.034) \times 100\%$$

$$13,03\%$$

El resultado de este índice es considerado rentable sobre las ventas totales y de acuerdo a la utilidad obtenida.

➤ **Índices de liquidez**

$$\text{Índice de solvencia} = \text{Activo Totales} / \text{Pasivos Totales.}$$

$$= 20.693 / 10.693$$

$$= 1,94 \text{ veces}$$

Este índice nos indica que el activo está en capacidad de cubrir 1,94 veces los activos totales.

$$\begin{aligned}\text{Índice de endeudamiento} &= \text{Activo Total} / \text{Pasivo Total} \\ &= 10,693 / 20.693 \\ &= 0,52\end{aligned}$$

Este índice nos indica que el 52% de los activos totales, es financiado con deuda bancaria.

$$\begin{aligned}\text{Índice de cobertura} &= \text{Utilidad Operacional} / \text{Cuota pago Préstamo} \\ &= 13.256,76 / 255,45 \\ &= 51,90 \\ &= 52\end{aligned}$$

En el proyecto la capacidad de pago de la obligación financiera es de 52 veces en base a la utilidad operacional.

CAPÍTULO VI

6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1 LOGOTIPO Y DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA



6.1.1 ORIGEN DEL LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA.

Para que el taller comience sus actividades productivas descritas en el proyecto es necesario disponer de un logotipo e identificación de la empresa, lo cual ayudará para su reconocimiento, el nombre de la empresa tiene su respectivo significado.

ROCÍ: Proviene del nombre Rocío que significa aquella refrescante y juvenil como el rocío.

LA ROSA: Significa el amor, magia, pasión, y delicadeza. Representará belleza y perfección al momento de vestir al cliente.

6.2 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

Se hace referencia a los valores, principios, aspiraciones y prioridades fundamentales que se emplearan en el taller, estas sirven para una orientación administrativa de la institución y tomar decisiones estratégicas para su correcto funcionamiento.

6.2.1 MISIÓN

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes entregando productos de buena calidad con exclusivos modelos y diseños confeccionados en toda variedad de tela, con un servicio siempre en función del cliente, y obtener así una amplia base de clientes satisfechos dentro y fuera de nuestro taller.

6.2.2 VISION

Dentro de 5 años ser una microempresa más competitiva y eficiente, expandiendo el alcance de nuestro producto a nivel nacional, logrando que nuestro cliente se identifique con nuestro concepto, con nuestra forma de ser, y siempre este cómodo, elegante con nuestros productos.

6.2.3 PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES

Los principios son elementos éticos que permitirán tomar decisiones dentro de la institución. Confecciones Rocí tendrá los siguientes principios:

6.2.3.1 Calidad

Cada uno de los miembros que forman parte de la microempresa debe realizar su trabajo designado eficientemente con el fin de satisfacer al cliente.

6.2.3.2 Competitividad

La microempresa tiene que tener la capacidad para generar un producto a un costo competitivo y atractivo en el mercado.

6.2.4 VALORES

Son actitudes morales que permiten laborar con responsabilidad ética y social para cumplir con las labores del establecimiento.

6.2.4.1 Compromiso

El personal que labora dentro de la institución debe estar consciente de la obligación contraída de la función que está desempeñando, no solo con la empresa si no también con la sociedad a la cual estamos prestando nuestro servicio.

6.2.4.2 Puntualidad

La puntualidad es un valor importante dentro de la institución, comenzar las actividades planificadas a la hora y fecha determinada para poder así cumplir correctamente con el trabajo y no quedar mal con nuestros clientes.

6.2.4.3 Honestidad

Fomentar la integridad del talento humano, mismo que debe actuar con ética, honestidad y transparencia en cada uno de sus actos dentro y fuera de la microempresa

6.2.5 POLÍTICAS

Las políticas son una guía para el desenvolvimiento diario de las actividades de confecciones Rocí, tenemos las siguientes:

- El cliente es la razón de ser de nuestra microempresa
- Brindar un producto de calidad.
- Realizar una planificación eficiente ya que será la base para realizar todas las actividades dentro de la institución.
- Incentivar la participación de cada uno de los de los miembros que forman parte de la microempresa.
- Brindar una buena atención al cliente, en sus solicitudes y reclamos.
- Manejar estrategias de publicidad.
- Cada integrante de la institución debe realizar su trabajo con excelencia.
- Establecer horarios de trabajo y sanciones por incumplirlos.
- Realizar evaluaciones a cada trabajador.
- Incentivar al mejor trabajador mediante capacitaciones o en términos monetarios.

6.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica de Confecciones Rocí consiste en tres grupos que sería el nivel gerencial, nivel de apoyo y el nivel operativo, ya que por contar únicamente con un reducido número de trabajadores no se puede alargar la estructura y se determinada en base a los siguientes elementos:

Nivel Directivo: Gerente

Nivel de Apoyo: Contador(a)

Nivel Operativo: Diseñador, operarias, auxiliar de bodega, vendedora.

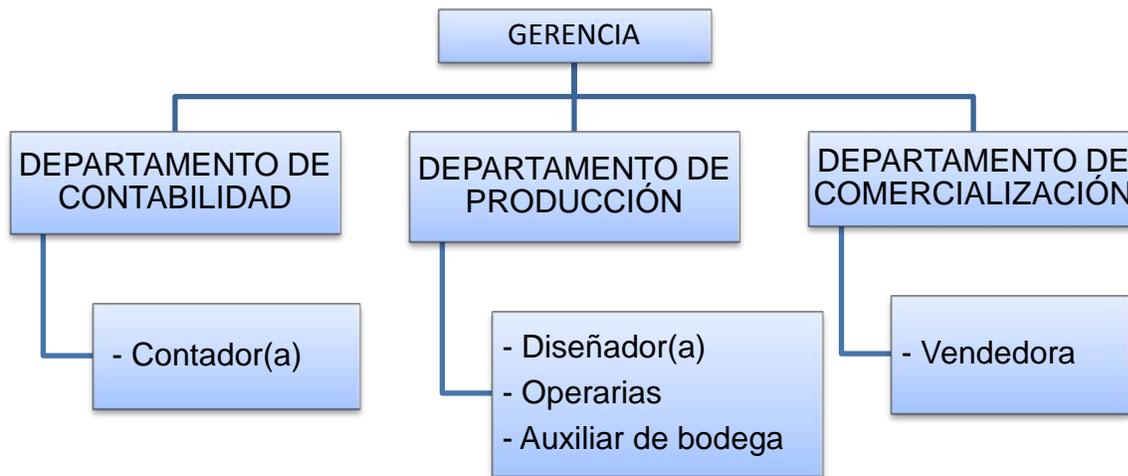


Gráfico 31 Estructura Orgánica

Elaborado por: Autora

6.4 ESTRUCTURA FUNCIONAL

6.4.1 Gerente

➤ Perfil del Gerente

- a) Estudios superiores en Contabilidad y Auditoría, Administración de Empresas o carreras a fines.
- b) Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- c) Liderazgo y capacidad para interrelacionarse.

➤ Funciones del Gerente

- a) Dirigir y representar legalmente a la institución.
- b) Planificar, organizar, direccionar, controlar y evaluar los procesos administrativos y operativos de la institución.
- c) Tomar decisiones favorables con respecto a los planes de crecimiento de la microempresa.
- d) Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo.
- e) Controlar los procesos de producción y ventas

- f) Elaborar planes estratégicos.

6.4.2 Contador(a)

➤ **Perfil del contador(a)**

- a) Estudios superiores en Contabilidad y Auditoría
- b) Experiencia laboral.
- c) Conocimiento en leyes tributarias (Actualizados).
- d) Correcto usos de los recursos de la institución.

➤ **Funciones del Contador(a)**

- a) Elaborar estados financieros.
- b) Cumplimiento puntual de las leyes tributarias
- c) Control adecuado de los costos operativos.
- d) Mantener registros actualizados
- e) Archivar todo documento e información que ingresa a la institución.

6.4.3 Diseñador(a)

➤ **Perfil del Diseñador(a)**

- a) Estudios en diseño de modas.
- b) Experiencia en diseño de modas.

➤ **Funciones del diseñador(a)**

- a) Cumplir con el número de diseños encargados.
- b) Estar siempre pendiente al cambio de la moda.
- c) Ser capaz de diseñar todo tipo de prendas de vestir para cualquier tipo de edades y géneros.

6.4.4 Operaria

➤ **Perfil de la operaria.**

- a) Estudios: Maestra de taller de corte y confección.

- b) Experiencia en corte y confección de prendas de vestir.
- c) Trabajo bajo presión.
- d) Disponibilidad para laborar tiempo completo.

➤ **Funciones de la Operaria**

- a) Elaborar y entregar productos de calidad con buenos acabados.
- b) Responsabilidad adecuada con las máquinas, equipos y herramientas de producción.
- c) Cumplir con el horario asignado.
- d) Puntualidad en la entrega de productos terminados.

6.4.5 Auxiliar de bodega

➤ **Perfil del auxiliar de bodega**

- a) Bachiller en contabilidad.
- b) Manejo de sistemas contables. (Inventario, kárdex).

➤ **Funciones del auxiliar de bodega**

- a) Llevar registros de entradas y salidas de la materia prima a utilizarse en la producción
- b) Responsable del inventario que este a su cargo.
- c) Tener conocimiento del lugar donde se encuentra cada material.

6.4.5 Vendedora

➤ **Perfil de la Vendedora**

- a) Bachiller con conocimientos en corte y confección.

➤ **Funciones de la vendedora**

- a) Atención eficiente al cliente.
- b) Se encarga de la venta de las prendas de verter del catálogo.
- c) Cumplir con las metas designadas.

6.5 REQUISITOS PARA LA LEGALIZACIÓN DE CONFECCIONES ROCÍ.

Confecciones Rocí tendrá personería unipersonal y para su funcionamiento legal tendrá que presentar registros que se encuentran vigentes dentro del Cantón Ibarra y son los siguientes:

6.5.1 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES.

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

Según el régimen tributario interno, el artesano tiene un régimen especial para ser exonerados del impuesto al valor agregado. Para obtener el Registro Único de Contribuyentes se debe presentar los siguientes requisitos:

- Copia del estatuto creación, inscripción correspondiente a la ley de creación o acuerdo Ministerial según corresponda.
- Presentar original y copia de la cédula de identidad.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Planilla de servicio de luz, agua, teléfono.

6.5.2 PATENTE MUNICIPAL PERSONAS NATURALES.

REQUISITOS:

- Copia de la declaración de Impuesto a la Renta para quienes estén obligados a declarar.
- Copia de la declaración de impuesto al IVA de hasta 3 meses anteriores para quienes sus ingresos no superan la fracción básica del pago de impuesto.
- Copia del RUC para quienes se acogen al RISE.

CAPÍTULO VII

7 IMPACTOS DEL PROYECTO

7.2 ANÁLISIS DE IMPACTOS.

En este capítulo se detallan las consecuencias que pueden presentarse cuando se implemente este proyecto. Para lo cual es importante analizar su efecto cualitativo y cuantitativo, esto nos ayudará a determinar los posibles defectos y beneficios del proyecto, para esto primero se debe establecer un rango de nivel de impacto, y se aplica la siguiente escala.

Tabla Nro. 85 Valoración Cualitativa y Cuantitativa del Impacto

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
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

Para el cálculo de la valoración de los impactos se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{Nro de Indicadores}}$$

7.2.1 IMPACTO SOCIO – ECONÓMICO

Tabla Nro. 86 Impacto Socio – Económico

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Generación de empleo					X			1
Incentivo al consumo					X			1
Rentabilidad					X			1
Mejor calidad de vida					X			1
TOTAL					4			4

Impacto Socio- Económico = $4/4 = 1$ **Impacto Bajo Positivo**

El proyecto tiene una incidencia económica mínima en la sociedad ya que generará nueve fuentes de empleo.

La generación de empleo estará dada por la necesidad de incorporar mano de obra calificada, ya que estos podrán desempeñar sus funciones correctamente.

Se elabora productos de calidad, siguiendo siempre las normas de calidad señaladas por el INEN, garantizando así el consumo.

La microempresa cumplirá con todas obligaciones tributarias aportando con una mínima parte al Estado.

7.2.2 IMPACTO EMPRESARIAL

Tabla Nro. 87 Impacto Microempresarial

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Experiencia y Capacitación					X			1
Satisfacción de necesidades					X			1
Estrategias de mercado					X			1
Enfrentar la competencia					X			1
TOTAL					4			4

Impacto Empresarial = $4/4 = 1$ **Impacto Bajo Positivo**

La microempresa para ingresar al mercado del cantón Ibarra implementará estrategias de comercialización para dar a conocer la calidad de los nuevos diseños o estilos que satisfagan las necesidades de los consumidores, para esto es necesario contar con personal que se encuentre debidamente capacitada y con experiencia.

7.2.3 IMPACTO COMERCIAL

Tabla Nro. 88 Impacto Comercial

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Proveedores					X			1
Imagen Corporativa					X			1
Promoción y Publicidad					X			1
Mercado					X			1
TOTAL					4			4

Impacto Comercial = $4/4 = 1$ **Impacto Bajo Positivo**

La microempresa debe mejorar su publicidad y su imagen corporativa para ganar conocimiento y prestigio dentro del mercado.

7.2.4 IMPACTO AMBIENTAL

Tabla Nro. 89 Impacto Ambiental

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
INDICADORES								
Manejo de desechos			X					-1
Contaminación Auditiva			X					-1
Contaminación visual			X					-1
Contaminación respiratoria			X					-1
TOTAL			-4					-4

Impacto Ambiental = $-4/-4 = -1$ **Impacto Bajo Negativo**

Las máquinas que la microempresa va utilizar por ser eléctricas emiten sonidos moderados y es tolerable para las personas que laboran dentro de la institución, y por lo tanto no tiene efecto dañino para las personas que encuentran alrededor del taller.

La contaminación visual y respiratoria será leve.

El taller enviará materiales de desecho a través del servicio de recolección de basura los días adecuados, evitando así dañar el medio ambiente.

7.2.5 MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS

Tabla Nro. 90 Matriz General de Impactos

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Autora

NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
IMPACTOS								
Impacto Socio-Económico					X			1
Impacto Empresarial					X			1
Impacto Comercial					X			1
Impacto Ambiental			X					-1
TOTAL			-1		3			2

Nivel de Impacto General = $2/4 = 0,5$ **Bajo Positivo**

El proyecto tiene un Impacto Bajo Positivo, por lo que se puede concluir que lo condiciona viable.

No se presentan riesgos fuertes al transcurso de los cinco años, pero es necesario tomar medidas preventivas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El diagnóstico situacional entregó importante información, la cual permitió determinar las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades, ayudándonos a identificar la principal problemática del taller de modistería Rocí, una de ellas es no estar constituida legalmente lo cual hace que no sea muy conocida en el cantón Ibarra y no aplica estrategias publicitarias.
- Las bases teóricas – científicas desarrolladas proporcionan información suficiente sobre el tema propuesto, lo cual permitió sustentar científicamente cada una de las etapas del proyecto, ampliando así el conocimiento.
- En el estudio de mercado se determinó la demanda a ser satisfecha con la implementación de este proyecto y se concluye que existe un porcentaje de demanda apto para que sea puesto en marcha el presente proyecto, ya que de acuerdo a los datos obtenidos en el estudio de mercado se encuentra en un nivel de aceptación del 93% que se considera óptimo para implementarse el proyecto.
- En el estudio técnico realizado se determina que existen los recursos económicos, condiciones físicas, recursos tecnológicos, talento humano capacitado y con experiencia en la rama artesanal, como para lograr una eficiente actividad de producción del proyecto, se estableció las condiciones técnicas y diagramas de proceso producción y atención al cliente.

- La inversión total para ejecutar el proyecto tiene un valor de \$20.693, del cual \$10,693 van a ser financiados por el Banco Promerica a una tasa de interés del 15,19%. En base a la evaluación financiera se determina que el proyecto es factible ejecutarse, debido a que presenta un VAN positivo de \$31.401,52, con tasa de redescuento del 14,24%, el TIR es de 37,01%, lo que se determina que el proyecto generará rentabilidad, la inversión se recuperará en 2 años 3 meses 25 días, se determina el punto de equilibrio donde nos muestra que se debe vender mínimo \$38.914,74 y confeccionar 1534 prendas como mínimo, la relación Costo/Beneficio es de \$2,52 lo que justifica la inversión. El valor considerado para el capital de trabajo es únicamente de tres meses, después las ventas irán cubriendo los respectivos gastos.

- Se estableció la estructura organizacional y funcional del taller de modistería Rocí, se plantearon perfiles y funciones de los empleados lo que permitirá que se administre de forma eficiente los recursos disponibles de la empresa para el cumplimiento de metas y objetivos. También se estableció requisitos para constituir legalmente al taller.

- En el análisis de impactos se determina que el proyecto genera impactos positivos altos de orden socio-económico, empresarial, comercial, ambiental sobre la sociedad en general.

RECOMENDACIONES

- Se debe aprovechar las instalaciones y experiencia que tiene el taller de modistería Rocí para poder ampliar su producción.

- Es recomendable la puesta marcha del proyecto, ya que los datos obtenidos en la evaluación financiera lo consideran técnicamente factible y económicamente rentable.

- Es recomendable la utilización de publicidad para ampliar el número de ventas en el transcurso de los años, se debe ahorrar al máximo la materia prima a utilizarse en la confección de prendas de vestir en especial en las telas.

- Contratar el personal adecuado para cada una de las áreas de la estructura, área administrativa, de producción y comercialización.

- Desarrollar planes de ventas que permitan la introducción de los productos y servicios en el mercado.

- Mantenerse actualizado en innovación, tecnología y a las exigencias del mercado que va a consumir el producto.

- Elaborar plan de contingencia para evitar riesgos laborales del operario.

- Contar con un stock de los modelos de prendas de vestir de diferentes calidades para que el cliente pueda seleccionar y decidirse a su compra de acuerdo a su gusto y recursos económicos.

- Capacitar al personal que se encuentre interesado y tenga gusto por la confección de prendas de vestir.

BIBLIOGRAFÍA

- BEAS Miguel, (2007), “Millonarios por Multinivel”
- BELLO, Carlos. “Manual de Producción aplicado a las PYME”.
- BESLEY Scott – BRIGHAM Eugene(2009), “Fundamentos de Administración Financiera”,14ª.Edición
- BETHAN MORRIS, (2007),” Ilustración de la moda”, Primera Edición
- BRIGHAM Joel – HOUSTON Joel, (2005), “Administración Financiera”, Décima Edición.
- CEAC Ediciones,(2001),” Corte y Confección”, Volumen 1
- Cerón G. (2005). “Introducción a la Evaluación de los Impactos”.
- Charles T. (2007). “Contabilidad de Costos un Enfoque Gerencial”.
- CÓRDOBA Marcial, (2006), “ Formulación y Evaluación de Proyectos”
- CREATIVE Publishing, (2003), “ Singer el ABC de la Costura”
- DE CID, Alma – MÉNDEZ, Rosemary – SANDOVAL, Franco (2007), “Investigación, Fundamentos y Metodología”
- DÍAZ Octavio, (2006), “Las Ventas Multinivel”, Primera Edición.
- FERNANDEZ Saúl, (2007), “Los Proyectos de Inversión”, Primera Edición.
- FREIRE M. y Jiménez B. (2006). “Práctica y Conceptos Básicos de Microeconomía”.
- FULLANA B. y PAREDES J. (2008). “Manual de Contabilidad de Costes”.
- GAVIN KENNEDY (2010).” Negociación”, Primera edición, Ediecuatorial.
- GIDO Jack – CLEMENTS James, (2006), “Administración Exitosa de Proyectos”, Tercera Edición.
- GONZÁLEZ C. y SÁNCHEZ R. (2009). “La Refundación en la Atención Primaria”.

- GRANADOS M. (2007). "Liderazgo Emprendedor".
- GRECO ORLANDO (2006). "Diccionario de Economía".
- HERNANDEZ G. (2006). "Diccionario de Economía".
- HERNÁNDEZ, Roberto – FERNÁNDEZ, Carlos – BAUTISTA, Lucio (2006), "Metodología de la Investigación", Cuarta edición, Editorial Mc Graw-Hill
- IBARRA Pablo. (2010). "Historias de la Ciudad de Ibarra"
- JIMENEZ Francisco – ESPINOZA Carlos – FONSECA Leone, (2007),"Ingeniería Económica", Primera Edición.
- JIMENEZ Francisco – ESPINOZA Carlos, (2007), "Costos Industriales", Primera Edición.
- JOHN TENNENT (2010), "Gestión Financiera", Primera edición, Ediecuatorial.
- KRUGMAN – WELLS – OLNEY,(2008),"Fundamentos de Economía"
- KRUGMAN Paúl – WELLS Robin,(2006), "Introducción a la Economía"
- LEXUS Editores, (2010), "Manual de Contabilidad".
- MANKIW Gregori, (2007), "Principios de Economía", Cuarta Edición.
- MOCHÓN Francisco, (2006), "Principios de Economía", Tercera Edición.
- Moyer R. y Mc. Guigan (2005). "Administración Financiera Contemporánea".
- NAOMI STANFORD (2010), "Diseño de organización", Primera edición, Ediecuatorial.
- ONGALLO Carlos, (2007), "El libro de la Venta Directa", Primera Edición.
- ORTEGA Alfonso, (2006), "Proyectos de Inversión", Primera Edición.
- PARKIN Michael – ESQUIVEL Gerardo – AVALOS Marcos, (2006), "Microeconomía Versión para Latinoamérica", Séptima Edición.
- PARKIN Michael, (2006), "Economía".
- PATRICK FORSYTH (2010), "Marketing", Primera edición, Ediecuatorial.

- PERIS, Salvador (2006). "Distribución Comercial".
- RODRIGUEZ IMMA (2006), "Principios y Estrategias de Marketing".
- Romero Corona E. (2005). "Aplicación de las Normas Internacionales de Contabilidad".
- SAPAG Nassir, (2006). Proyectos de Inversión, Formulación, Evaluación, Primera Edición.
- SARMIENTO Rubén, (2010), "Contabilidad de Costos", Segunda Edición
- STEPHEN y COULTER, MARY (2005), "Administración", Octava edición PEARSON.

LINKOGRAFÍA

- INEC- PUBLICACIONES (2012). Disponible en: www.inec.gob.ec

- Organigramas y estructura Organizacional. Disponible en:
http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/organigramas/

- Presupuesto de Ingresos. Disponible en:
<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/presuingresomaria.htm>

- Infraestructura, Equipamiento y Servicios. Disponible en:
http://www.atlas.catamarca.gov.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=73

- Diccionario de palabras de informática. Disponible en:
<http://www.alegsa.com.ar/>

- Impacto Proyectos de Inversión Disponible en:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Impacto-Proyectos-De-Inversion/71979.html>

- Ley orgánica de Presupuesto. Disponible:
http://dgl.policiaecuador.gob.ec/fileadmin/dglrepositorio/normativas_armas_equipos/ley-organica-administracion-financiera-control.pdf

- Industria textil en el Ecuador. Disponible en : Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), www.aite.com.ec

- Información Cantón Ibarra. Disponible en: Ilustre Municipio de Ibarra.
www.ibarra.gob.ec

- Ley orgánica de régimen municipal del Ecuador (2010). Disponible en:
www.apuntesjuridicos.com.ec

- REQUISITOS RUC (Registro Único de Contribuyentes. Disponible en:
www.sri.gob.ec

- Diccionario de la Lengua. Disponible en: La Real Academia de Lengua.
www.rae.es

- Documento Propio: Álbum de corte y confección “Centro Artesanal María Angélica Hidrobo”

- El Catálogo y su Clasificación. Disponible en:
<http://espana.cataloguedesignservices.com/Que-Es-Un-Catalogo.aspx>

ANEXOS

ANEXO 1

TÍTULOS PROFESIONALES



ANEXO 2
FORMATO ENCUESTA



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ECONOMÍA MENCIÓN- FINANZAS
ENCUESTA APLICADA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL
CANTÓN IBARRA.

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como objetivo obtener información para la implementación de los nuevos servicios que el taller de modistería Rocí desea ofrecer.

INSTRUCCIONES: Marque con una x lo que usted crea correspondiente.

CUESTIONARIO:

EDAD: 5-15 16-26 27-37 38-48 49-59 +60

SEXO: M F

1.- ¿A qué se dedica usted actualmente?

.....

2.- ¿Cuál es su ingreso económico mensual?

Menos de 150

- 151 – 251
- 252 – 352
- 353 – 453
- 454 – 554
- 555 - más

2.- Usted ha tenido la oportunidad de visitar un taller de modistería.

SI NO

3.- Si su respuesta es SI, ¿Qué tipo de servicio usó?

Confección de prendas de vestir Otros.....

Arreglos de prendas de vestir

4.- Cuan a menudo utiliza usted los servicios de un taller de modistería?

Cada semana Cada mes Cada o

Otro.....

5.- ¿De qué forma el taller de modistería capta y entrega las prendas de vestir?

Usted acude al local Otra

6.- ¿Qué le pareció el servicio que el taller de modistería le prestó?

Muy bueno

Bueno

Malo

Porqué?

.....

7.- Si se implementara un servicio a domicilio y un catálogo sobre medidas en un taller de modistería ¿Usted estaría dispuesto(a) consumir?

Servicio a domicilio SI NO

Catálogo sobre medidas SI NO

8.- ¿Qué precio estaría usted dispuesto (a) a pagar por el servicio a domicilio?

1dólar

2dólares

3dólares

Más de 3 dólares

9.- Enumere en orden de importancia del 1 al 8 los aspectos que Ud. Prefiere al adquirir sus prendas de vestir.

Precio

Textura

Surtido en tallas

Puntualidad en entrega

Calidad

Marca

Diversidad en estilos

Otros

10.- Cuáles son los defectos más comunes en las prendas de vestir cuando usted compra?

Botones mal cosidos

Costuras flojas

Cortes mal hechos

Fallas en las telas

Otras

11.- ¿Qué precio estaría usted dispuesto (a) a pagar por cada prenda del catálogo sobre medidas? Todas las prendas incluyen tela.

Camisa \$15 – 20 \$21 – 26 \$27 – 32 más.....

Pantalón de hombre \$20 – 25 \$26 – 31 \$32 - 37 más.....

Pantalón de mujer \$20 – 25 \$26 – 31 \$32 - 37 más.....

Chaqueta	\$20 – 25	<input type="checkbox"/>	\$26 – 31	<input type="checkbox"/>	\$32 - 37	<input type="checkbox"/>	más.....
Vestido	\$25 – 30	<input type="checkbox"/>	\$31 – 36	<input type="checkbox"/>	\$37 – 42	<input type="checkbox"/>	más.....
Blusa	\$15 – 20	<input type="checkbox"/>	\$21 – 26	<input type="checkbox"/>	\$27 – 32	<input type="checkbox"/>	más.....
Faldas	\$15 – 20	<input type="checkbox"/>	\$21 – 26	<input type="checkbox"/>	\$27 – 32	<input type="checkbox"/>	más.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3
PROFORMA DE MAQUINARIA A ADQUIRIR

2008	64	
2009	70	0,15
2010	76	-0,07
2011	71	0,09
2012	82	0,09
		0,26/4=0,08

2008	36	
2009	38	0,09
2010	40	0,1
2011	44	0,05
2012	48	0,06
		0,3/4=0,08

FALDAS	Q	T.Crecimien.
2008	44	
2009	46	0,04
2010	47	0,04
2011	49	0,02
2012	51	0,05
		0,15/4=0,04

CHAQUETA	Q	T.Crecimien.
2008	32	
2009	35	0,1
2010	37	0,05
2011	39	0,06
2012	43	0,09
		0,3/4=0,08

PANT. HOM	Q	T.Crecimien.
2008	14	
2009	17	0,3
2010	9	0,11
2011	10	-0,47
2012	13	0,21
		0,15/4=0,04

OTROS	Q	T.Crecimien.
2008	37	
2009	26	0,28
2010	30	0,07
2011	32	0,15
2012	41	-0,3
		0,2/4=0,05

CAMISA	Q	T.Crecimien.
2008	5	
2009	5	0
2010	6	0
2011	6	0,2
2012	6	0
		0,2/4=0,05

VESTIDO	Q	T.Crecimien.
2008	6	
2009	7	0,4
2010	9	0,11
2011	10	0,29
2012	14	0,17
		0,97/4=0,24

ANEXO 5

MODELOS DE ROPA CASUAL Y FORMAL DE HOMBRE Y DE MUJER







