



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

Tema:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBIJAS DE ALPACA EN LA CIUDAD DE IBARRA.”

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

AUTORA: AMAGUAÑA P, Cyntia E.

DIRECTOR: ING. GUERRA, VINICIO.

Ibarra, julio 2011

RESUMEN EJECUTIVO

Se efectuó el presente estudio con el objetivo principal de identificar si existe factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de cobijas de Alpaca en la ciudad de Ibarra. Para cumplir con este propósito se empleó métodos, técnicas e instrumentos de investigación combinados con los conocimientos y criterios técnicos. En la realización de los capítulos que lo integran: se desarrolló el Diagnóstico Situacional del sector textil en la ciudad, que permitió detectar los escenarios actuales del entorno en el que operará la microempresa, mediante la identificación de aliados, oportunidades, limitaciones y amenazas. Para proporcionar sustento científico se estructuró un marco teórico, el cual fundamenta el presente estudio. Mediante el Estudio de Mercado se determina la demanda insatisfecha, y la posibilidad de acceder al mercado, además de establecer las principales características del producto, el comportamiento del consumidor así como la oferta y demanda existentes. Con el Estudio Técnico se definió la ingeniería, localización, tamaño e inversiones del proyecto, requeridas para la instalación y operación de la microempresa. Se realiza también el análisis financiero para estructurar, cuantificar la inversión del proyecto y proyectar ingresos y egresos con los respectivos estados proforma. En la Evaluación Económica se utilizaron evaluadores que arrojan resultados positivos y permiten avizorar la factibilidad de la unidad productiva. Se define la estructura organizativa y funcional que adoptará la microempresa para su óptima operatividad. Finalmente se analiza los impactos que generará la ejecución del proyecto en las áreas: social, económico, empresarial, comercial, ecológica y educativo– ético.

EXECUTIVE SUMMARY

This present study was carried out with the principal objective to identify if there is the feasibility of the creation of a producing and trading microenterprise of blankets made of alpaca in Ibarra city. For carrying out this purpose I used methods, techniques and research instruments combined with knowledge and technical criteria. In the realization of chapters about it: I developed the situational diagnostic from the textile sector in the city. That permitted to detect the actual scenery wherein the microenterprise will operate, through the identification of allies, opportunities, limits and threats. I structured a theoretical base which is founded in this study; the market study permitted to determine the unsatisfactory demand and the possibility of access to market. Also I can set up the principal characteristics of product, the consumer behavior so the offer and demand. With technical study defined the engineering, localization, size and inversion of project, necessities for the installation and operation of the microenterprise. I realized the financial analysis to quantify the inversion's project, to show expenditures and income with the respective pro forma invoice. In economical evaluation I used evaluators that give positive results and permit to see the feasibility of productive unit. I defined the organizational and functional structure that the microenterprise will adopt for its optimal operation. Finally I analyzed the impacts that generate the execution of project in social, economical, managerial, commercial, ecological an educational-ethical areas.

AUTORÍA

Yo, Cytia Elizabeth Amaguaña Paredes, portadora de cédula de ciudadanía 100286703-2, declaro bajo juramento que el trabajo “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICOREMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE COBIJAS DE ALPACA EN LA CIUDAD DE IBARRA” es de mi autoría; y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación que se incluye en este documento son de mi responsabilidad.

Firma

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la, Srta. Cyntia Elizabeth Amaguaña Paredes, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA. cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBIJAS DE ALPACA EN LA CIUDAD IBARRA” considero que el presente trabajo reúne 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 25 días del mes de julio del 2011.

ING. VINICIO GUERRA

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

Yo, CYNTIA ELIZABETH AMAGUAÑA PAREDES, con cédula de ciudadanía Nro. 100286703-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE COBIJAS DE ALPACA EN LA CIUDAD DE IBARRA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

.....

CYNTIA ELIZABETH AMAGUAÑA PAREDES

Cédula: 100286703-2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100286703-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Amaguaña Paredes Cyntia Elizabeth.		
DIRECCIÓN:	Ibarra, calles Sucre entre Río Morona y Río Cenepa.		
EMAIL:	Cyntia-amg@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2650-480	TELÉFONO MÓVIL:	092013896

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Estudio de Factibilidad Para la Creación de una Microempresa Productora y Comercializadora de Cobijas de Alpaca en la Ciudad de Ibarra.”
AUTORA:	Amaguaña Paredes Cyntia Elizabeth.
FECHA:	2012-25-07

TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Vinicio Guerra

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Amaguaña Paredes Cyntia Elizabeth, con cédula de ciudadanía Nro.100286703-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 25 días del mes de julio de 2011.

LA AUTORA:

.....

Amaguaña Paredes Cyntia Elizabeth.

C.C.: 100286703-2

ACEPTACIÓN:

.....

Lic. Ximena Vallejos

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

Con todo mi cariño dedico este trabajo a mis padres: Galo y Pilar, a mis hermanos Stalin, Faby, y Naty; ustedes son el sol de mis días y la mayor inspiración de mis esfuerzos.

Cyntia.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todos quienes contribuyeron de una u otra manera para que mis anhelos se realizaran:

A Dios, por bendecirme, por ser la luz que guía mi vida y me provee de todo aquello que necesito para enfrentar la vida con esperanza y convicción.

A mis padres por ser mis ángeles que con su existencia confortan mis días y han forjado mi carácter con amor, ejemplo, enseñanzas y amistad, a mis hermanos: por su comprensión, su cariño y compañía son muy especiales en mi vida.

A mis amigos que he adquirido durante mi vida por compartir lo mejor de sí.

A todos mis profesores, por todo lo que he aprendido de ellos.

A mi asesor, por permitir que este trabajo se hiciera posible.

Mil gracias.

Cyntia.

PRESENTACIÓN

Se pretende diversificar el sector industrial de tejidos, de esta manera se incursionará en el mercado ofertando un producto de indumentaria para cama muy diferenciado, a fin de satisfacer los requerimientos tanto del consumidor como de los implicados en el proyecto; a través del aprovechamiento adecuado la fibra de alpaca. Esta es el principal elemento del tejido de las cobijas, es relevante destacar que es un material de origen natural de calidad superior, altamente resistente, proporciona suavidad al tacto. Además es de carácter térmico pero al mismo tiempo son muy frescas.

Esto hace que las cobijas aporten confort al usuario al ser útiles, prácticas y elegantes por lo que son utilizados en los hogares en su descanso cotidiano con la finalidad de protegerse del frío y conservar la salud.

Con la finalidad de establecer el grado factibilidad que se presente en los aspectos operativos, técnicos y económicos se efectúa el presente estudio, para lo cual se diseñó los siguientes capítulos:

Capítulo I: se efectuó un Diagnóstico situacional en la ciudad de Ibarra, aplicando técnicas e instrumentos de investigación a fuentes de información primaria y secundaria, habiéndose identificado aliados que fomentan e incentivan la producción textil en la localidad aprovechando la oportunidades existentes, frente a esto los riesgos y oponentes no afectan significativamente al proyecto.

Capítulo II: se estructuró las bases teóricas y científicas para lo que se tomó fuentes bibliográficas y lincográficas referentes al tema de interés,

con el objetivo de recopilar información propicia que sustenta el presente estudio.

Capítulo III: se llevó a cabo el Estudio de Mercado analizando el comportamiento de la oferta, demanda, precios y sistema de comercialización empleados; con lo que se conoce que existe un nicho de mercado en la ciudad de Ibarra. Determinando demanda insatisfecha, toda vez que en la localidad no se ha explotado la producción de tejidos (Cobijas) y la limitada oferta no abastece los requerimientos de este mercado.

Capítulo IV: Se desarrolló el Estudio Técnico que permitió identificar la adecuada localización del proyecto, se definió de igual manera los aspectos técnicos e ingeniería del proyecto en base de la opinión de técnicos y expertos en la parte operativa del proyecto, finalmente se identificó el importe de inversión necesario para el capital de trabajo e inversión inicial necesarios para la operación de la microempresa.

Capítulo V: Se efectuó la evaluación económica y financiera del proyecto, Se realizó proyecciones de ingresos y gastos que conjuntamente al resultado de los evaluadores económicos como: VAN, TIR, Beneficio Costo, Punto de Equilibrio determinan que el proyecto es rentable.

Capítulo VI: Se definió la propuesta de la estructura Orgánica y Funcional que empleará la microempresa para el logro de los objetivos, se definió los aspectos legales, el organigrama estructural, también los niveles jerárquicos y el manual de funciones de la microempresa.

Capítulo VII: Se efectuó el análisis de la incidencia que se generará con la ejecución del proyecto en los factores: social, social, económico, empresarial, comercial, ecológica y educativo– ético. El resultado de este análisis señala que en promedio producirá un efecto positivo.

ÌNDICE GENERAL

Contenido	Pág.
Resumen ejecutivo	II
Executive summarize	III
Autoría	IV
Certificación	V
Cesión de derechos de autor	VI
Autorización de uso y publicación	VII
Dedicatoria	IX
Agradecimiento	X
Presentación	XI
Índice general	XIII
Índice de cuadros	XX
Índice de gráficos	XXIII
Introducción	24

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	30
Antecedentes	30
Objetivos	30
General	33
Específicos	33
Variables diagnósticas	34
Indicadores	34
Matriz de relación diagnóstico	36
Identificación de la población	38
Cálculo de la muestra	39
Fórmula de cálculo	40
Diseño de instrumentos	41
Evaluación de la investigación	42
Entrevistas GPI	42

Entrevistas CCI	45
Entrevistas PRO IMBABURA	48
Análisis de las entrevistas	50
Entrevista Productor de Cobijas en Ibarra	52
Entrevistas a comerciantes de cobijas en Ibarra	58
Análisis entrevistas al productor y comerciantes de cobijas	63
Resultados de las encuestas aplicadas	66
Resultados de la observación realizada	79
Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	80
Cruces estratégicos	81
Problema diagnóstico	82

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO	84
MICROEMPRESA	84
Definición	84
Base legal	85
Funciones de la microempresa	85
Tipos de microempresas	86
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	86
Administración	87
Principios generales de administración	88
Organización Estructural	91
ASPECTOS FINANCIEROS Y CONTABLES	92
Las finanzas en la microempresa	92
Actividades financieras	93
Herramientas Financieras	93
Sistema contable	93
Contabilidad de costos	96
Tipo de costo	98
Precio de venta en base costos	99
PRODUCCIÓN	100

Materias primas	100
Definición y clasificación de los tejidos	102
Hilatura	102
Urdido	102
Trama	103
Tejido	103
Cobijas	104
COMERCIALIZACIÓN	105
Sistema comercial	105
Administración de ventas	106
Estrategias de distribución comercial	107
Canal de Marketing	107
Plan de marketing	108
Producto	109
Precio	110
Plaza	111
Publicidad	111
Promoción	111

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO	113
PRESENTACIÓN	113
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	114
Características cuantitativas	115
Características cualitativas	123
MERCADO META	123
Segmentación del Mercado	123
Variables Geográficas	124
Variables Demográficas	124
Variables Psicográficas	124
IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	126
Proyección de la demanda	128

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	129
Características de los competidores	130
Determinación de la oferta	131
Proyección de la oferta	132
BALANCE OFERTA DEMANDA	133
Identificación de Proveedores	134
Proyección de precios	136
ESTRATEGIA COMERCIAL	137
Producto	137
Precio	139
Plaza	139
Publicidad	140
Promoción	142
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	142

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO	145
MACROLOCALIZACIÓN	145
MICROLOCALIZACIÓN	147
Matriz de factores	148
UBICACIÓN DE LA PLANTA	151
DISEÑO DE INSTALACIONES	152
Diseño del área productiva	153
Diseño de las oficinas	158
Distribución de la planta	158
Distribución de las oficinas	160
PROCESO PRODUCTIVO	161
Proceso de elaboración de la cobija	163
Flujograma operativo	165
Tamaño del proyecto	167
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	168

INVERSIÓN FIJA	168
Terreno	168
Instalaciones	169
Maquinaria	169
Equipo de Computación	173
Muebles y Enseres	171
Vehículo	172
INVERSIÓN VARIABLE	172
Materia Prima	172
Personal Requerido	174
Costos Indirectos de Fabricación	177
Gastos de Administración y Venta	178
Resumen del Capital de Trabajo	179
Inversión diferida	180
CAPACIDAD INSTALADA	180

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	183
INVERSIÓN INICIAL	183
Cálculo del costo de oportunidad	184
Tasa de rendimiento medio	184
Financiamiento	185
PROYECCIONES	186
PROYECCIONES DE INGRESOS	186
Proyección del volumen de ventas	186
Proyección del precio de venta unitario	187
Proyección de ventas totales	189
PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	190
Proyección de costos de materia prima	191
Proyección de costos de mano de obra	192
Proyección de costos indirectos de fabricación	192
Proyección del costo de producción total	194

PROYECCIÓN DE GASTOS	195
Proyección gastos de administración	195
Proyección gastos de venta	197
Depreciación del activo fijo	198
Amortización de los gastos de constitución	200
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	201
PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS	202
FLUJO DE CAJA	204
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	204
Valor actual neto	204
Tasa interna de retorno	206
Costo beneficio	207
Punto de equilibrio	208
Tiempo de recuperación de la inversión	211

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA	212
DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA	212
Nombre o Razón Social	212
Objeto Social	212
Domicilio y duración	213
Slogan	213
ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y ESTRATÉGICOS	213
Visión	213
Misión	216
Objetivos	214
Valores	214
Base legal	215
De la forma de la escritura	216
TRÁMITE PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA	217
Requisitos para obtener el ruc	218
Requisitos para obtener la patente municipal	219

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	219
Niveles administrativos	220
ORGÁNICO FUNCIONAL	222
Manual de funciones	222

CAPÍTULO VII

IMPACTOS DEL PROYECTO	247
Impacto social	248
Impacto económico	249
Impacto empresarial	250
Impacto comercial	251
Impacto ecológico	252
Impacto educativo y ético	253
Impacto general	254
CONCLUSIONES	255
RECOMENDACIONES	257
BIBLIOGRAFÍA	259
ANEXOS	263

ÍNDICE DE CUADROS

Número	Contenido	Pág.
1	Población del Cantón Ibarra al 2011	39
2	Frecuencia de compra	66
3	Tipo de Cobijas	67
4	Preferencia en el tamaño de cobijas	69
5	Determinantes de compra	70
6	Atributos buscados en el producto	71
7	Lugares de compra	72
8	Precio de la cobija de alpaca	74
9	Creación microempresa de cobijas de Alpaca en Ibarra	75
10	Sexo de los encuestados	76
11	Ocupación de los encuestados	77
12	Edad de los encuestados	78
13	Tipo y dimensión de cobijas	117
14	Peso de las cobijas	118
15	Colores de las cobijas	119
16	Propiedades de las cobijas	120
17	Composición de las cobijas	121
18	Indicaciones para conservar el tejido	122
19	Segmentación de la clase social	125
20	Demanda de cobijas por familia al año 2011	127
21	Demanda por tipo de cobija al año 2011	128
22	Proyección de la demanda al año 2012 – 2016	129
23	Oferta de cobijas en la ciudad de Ibarra al año 2011	131
24	Oferta proyectada	133
25	Balance oferta demanda	133
26	Listado de Proveedores	134
27	Precio de cobijas en la ciudad de Ibarra al 2011	136
28	Proyección de precios de cobijas al año 2013-2016	137
29	Identificación de parámetros de evaluación	149
30	Matriz de evaluación de factores	149

31	Matriz de ponderación	150
32	Características de las instalaciones	152
33	Dimensiones recomendadas para el diseño del puesto de trabajo	155
34	Simbología del Flujograma de procesos	165
35	Tiempos de procesos	165
36	Área de construcción	168
37	Costos del Terreno	169
38	Costo de las instalaciones	169
39	Costo de la Maquinaria	170
40	Costo del Equipo de Computación	170
41	Costo de los muebles de oficina y enseres	171
42	Costo del vehículo	172
43	Producción por telar	173
44	Determinación de unidades producidas	173
45	Materia prima para un ciclo de producción	174
46	Tasa de crecimiento salarial	175
47	Personal requerido	175
48	Costos indirectos de fabricación	177
49	Gastos de Administración y Ventas	178
50	Resumen del Capital de Trabajo	180
51	Inversión diferida	180
52	Proyección del volumen	181
53	Cobertura de la demanda insatisfecha	181
54	Inversión inicial	183
55	Costo de oportunidad	184
56	Tabla de amortización de la deuda	185
57	Proyección del Volumen de producción	187
58	Proyección de costos fijos totales	188
59	Proyección costos variable unitario	188
60	Proyección de ingresos	189
61	Resumen de la proyección de Ingresos	190
62	Proyección del costo unitario de materia prima por modelo	191
63	Proyección del costo anual de la materia prima	192

64	Proyección del costo de la mano de obra directa	192
65	Proyección de los costos indirectos de fabricación	193
66	Proyección del costo de producción Total	194
67	Resumen de los costos de producción	195
68	Proyección del sueldo personal de administración	196
69	Proyección de suministros y servicios básicos	196
70	Proyección sueldos personal de ventas	197
71	Proyección publicidad y combustible	197
72	Depreciación de Activos fijos	198
73	Prorrato de depreciación	199
74	Resumen del prorrato de la depreciación	200
75	Amortización gastos de constitución	201
76	Resumen de Gastos	201
77	Estado de Situación Inicial	202
78	Estado de Resultados	203
79	Estado de Flujo del Efectivo	204
80	Flujos de caja actualizados	205
81	Flujos de caja actualizados tasa inferior y superior	206
82	Ingresos y Egresos actualizados	207
83	Resumen de costos fijos y variables	208
84	Determinación del punto de equilibrio	209
85	Gráfico del Punto de Equilibrio	210
86	Recuperación de la inversión	211
87	Aportaciones de los socios	216
88	Escala de valoración	247
89	Matriz de Impacto Social	248
90	Matriz de impacto económico	249
91	Matriz de impacto empresarial	250
92	Matriz de impacto comercial	251
93	Matriz de impacto ecológico	252
94	Matriz de impacto educativo y ético	253
95	Matriz de impacto general	254

ÌNDICE DE GRÁFICOS

Número	Contenido	Pág.
1	Frecuencia de Compra	67
2	Tipo de Cobijas	68
3	Preferencia en el tamaño de cobijas	69
4	Determinantes de compra	70
5	Atributos buscados en el producto	71
6	Lugares de compra	73
7	Precio de la cobija de Alpaca	74
8	Creación microempresa de cobijas de alpaca en Ibarra	75
9	Sexo de los encuestados	76
10	Ocupación de los encuestados	77
11	Edad de los encuestados	78
12	Proceso de la administración	89
13	Proceso contable	94
14	Fibra natural de origen natural	100
15	Oferta y demanda	134
16	Mapa de la provincia de Imbabura	146
17	Cantón Ibarra	146
18	Punto geográfico de ubicación del proyecto	147
19	Croquis de ubicación	148
20	Instalaciones del proyecto	153
21	Diseño de estanterías y anaquel	157
22	Distribución de la planta de producción	159
23	Distribución convencional de las oficinas	160
24	Distribución del espacio físico para la oficinas	161
25	Urdidora	162
26	Telares	163
27	Implantación general	167
28	Punto de Equilibrio	210
29	Organigrama estructural de COBTEX	220

INTRODUCCIÓN

La fabricación de tejidos es una de las áreas industriales más antiguas y tradicionales en el Ecuador. A mediados del siglo XX la industria se consolidó en el país. En la actualidad este sector textil tiene gran importancia por su incidencia en el ámbito productivo y económico, emplea intensamente mano de obra y según cifras del Banco Central del Ecuador, tuvo un aporte al PIB Manufacturero del 13% y el aporte al PIB Total fue del 2.3%.

Sin embargo, de que la economía se ha incrementado, persiste aún en el medio local problemas de orden social como: el desempleo o en el mejor de los casos la percepción de ingresos económicos mínimos por actividades laborales en condiciones precarias; situación que se ve reflejada en las parroquias más vulnerables. La falta de empleo origina a su vez el efecto migratorio a nivel de provincia y nacional, siendo las capitales las que acogen el mayor flujo migratorio del campo a la ciudad.

A fin de mitigar estos efectos y como una búsqueda de alternativas para mejorar esta situación, determinados sectores hoy ejecutan actividades de producción de alpacas como una medida de sustento diario y de preservación de los páramos; pero no tienen acceso al procesamiento de la fibra por lo cual se mantiene en acopio o es comercializada a precios sumamente bajos.

Es así como nace la iniciativa de introducir una fábrica de cobijas de alpaca que permita no solo para beneficiar a los socios y colaboradores, sino para generar otros empleos adicionales a los productores de esta fibra, mejorando la situación familiar de la zona. Por lo tanto es importante promover la industria textil en la ciudad como una oportunidad necesaria de desarrollo económico y productivo sostenible.

La presente propuesta es rentable por la aceptación que tendrá el producto por sus atributos que lo diferencian, por la posibilidad de acceder al mercado aprovechando la existencia de demanda insatisfecha, y por los resultados positivos que demuestran los evaluadores del proyecto determinadas utilidades para cada año que lo hace viable.

JUSTIFICACIÓN

En el Ecuador el crecimiento poblacional, el elevado costo de vida, las reducidas plazas de trabajo y los índices de analfabetismo son factores que se reflejan en la incidencia de pobreza, situaciones que al mismo tiempo originan la migración tanto interna como externa según INEC, afectando a cientos de familias del sector urbano y de las comunidades rurales. Todo esto impide el desarrollo productivo de nuestra región, por lo que es urgente trabajar en una propuesta conjunta que permita unir esfuerzos para mitigar el desempleo que acarrea otros problemas sociales.

Frente a esto es importante explorar nuevos horizontes de emprendimiento con trabajo y apoyo colectivo. Es así que existe la integración de comunidades en los sectores rurales que buscan alternativas sustentables para mejorar las condiciones socio-económicas especialmente de mujeres campesinas y amas de casa que no poseen ingresos económicos; la crianza y la producción de fibra de alpacas es una actividad muy importante dentro de estas asociaciones, sin embargo uno de los problemas que enfrenta este sector es que comercializan su producción sin procesar, los acopiadores pagan precios irrisorios por el kilo de lana de alpaca; estos acopiadores venden la producción a los intermediarios, quienes a su vez la llevan a las hilanderas. Esto hace del negocio de hilado de alpaca un monopolio, y perjudica enormemente a miles de mujeres que trabajan la fibra y obtienen el sustento diario como

complemento a las labores agrícolas; repercute en la economía, ecología y sociedad de estos pueblos andinos. Fuente (revistalideres.ec)

Ante ello, surge la necesidad de crear una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cobijas de alpaca en la ciudad de Ibarra siendo esta una ciudad eminentemente comercial que capta gran afluencia de consumidores; no solo con la finalidad de beneficiar a los implicados directos: socios y colaboradores del proyecto, sino que también se creará oportunidades de trabajo para la población local y a la vez que contribuye a la generación de fuentes ocupacionales de campesinos productores de lana de alpaca con quienes se mantendrá un sistema de comercio más justo y beneficioso con la valoración adecuada de esta fibra por sus grandes atributos, de manera que permita contrarrestar el desempleo y así fomentar el desarrollo socioeconómico y el progreso de la zona de influencia.

Se pretende utilizar en la producción fibras naturales de origen animal, toda vez que estas proporcionan excelentes resultados de industrialización; por cuanto otro fin es diversificar el mercado de la ciudad de Ibarra con producción textil que conjuga la creatividad, innovación estratégica y esfuerzo. Los productos hechos con lana de alpaca son más suaves, brillosos, finos y durables.

También se explorará a mediano plazo accesos hacia mercados internacionales para productos procesados de alpaca manteniendo altos estándares de calidad, haciendo uso de la tecnología y de técnicas de mercadeo para mantenerse a la vanguardia de la competitividad y poder satisfacer múltiples exigencias y requerimientos. Más cuando organismos como la Agencia de Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), dan apertura a programas que fomentan el Bio-Comercio con el propósito de mostrar y ofertar al mundo la producción de los países andinos.

Es acertado entonces, aprovechar ventajas tales como: el talento y mano de obra calificada, disponibilidad de materia prima, la viabilidad y el apoyo que brinda al sector microempresarial las entidades públicas y privadas; de manera que permita explotar el área textil y cubrir la demanda insatisfecha de este producto en la ciudad de Ibarra, lo cual avizora la factibilidad del proyecto conjuntamente con los resultados positivos de rentabilidad demostrado en la evaluación económica y financiera, considerando que las cobijas de alpaca son un complemento necesario en todo hogar, puesto que brinda abrigo térmico protegiendo la salud del cuerpo de dañinas corrientes de frío, además proporciona confort sobre todo al momento del descanso nocturno. Para no depender solo de la compra y venta de productos importados en unos casos, sino incorporar además nuestro valor agregado con perspectiva de exportación.

OBJETIVOS

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cobijas de alpaca en la ciudad de Ibarra.

Objetivos Específicos

- ❖ Efectuar un diagnóstico situacional que permita determinar con precisión los escenarios actuales del entorno de la ciudad de Ibarra.
- ❖ Estructurar una base teórica que proporcione sustento científico, el cual sirva de fundamento y directriz del presente estudio.

- ❖ Realizar un estudio de mercado para identificar la oferta, la demanda, las características de los consumidores, los precios y atributos del producto, los principales canales de comercialización y conocer también los principales proveedores de materia prima e insumos.
- ❖ Elaborar un estudio técnico e ingeniería del proyecto que permita definir aspectos de operación e instalación.
- ❖ Realizar un análisis económico y financiero para determinar la factibilidad y viabilidad del proyecto.
- ❖ Diseñar la estructura administrativa y funcional de la microempresa.
- ❖ Describir y analizar los impactos que generará la ejecución del proyecto en las áreas: social, económico, empresarial, comercial, ecológica y educativo– ético.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación presente tiene un enfoque multimodal es decir, será de carácter cualitativo y cuantitativo toda vez que ambos enfoques utilizados en conjunto enriquecen los resultados buscados. El enfoque cualitativo se utilizó para descubrir y refinar preguntas de investigación basado en descripciones y observaciones. En el enfoque cuantitativo se empleó la recolección y análisis de datos valiéndose de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de la población en estudio.

Se empleó la deducción, y la síntesis para conocer aspectos relacionados al proyecto encontrados en diversas fuentes de información tanto primaria como secundaria, permitieron construir el marco teórico y deducir resultados. Se utilizó el método inductivo y sintético para conocer resultados específicos de los instrumentos de investigación como

encuestas, entrevistas aplicados a la muestra, ayudándome de la estadística para llegar a conclusiones.

El método analítico se empleó en el capítulo del Diagnóstico Situacional, Estudio de Mercado para analizar los resultados obtenidos, en el Estudio técnico para considerar los factores operativos y funcionales del proyecto de la misma manera fue útil en la evaluación económica y financiera para analizar la rentabilidad y factibilidad del estudio.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

Ibarra, la Ciudad Blanca, es la capital de la Provincia de Imbabura. Está ubicada en la zona norte de Ecuador, a 115 Km. al noreste de Quito y 125 km. Al sur de Tulcán, con una altitud de 2.225 metros sobre el nivel del mar; posee un clima templado seco y con una agradable temperatura de 18° C (IMI). Constituye el centro urbano que desarrolla grandes actividades de comercio, siendo este el principal factor dinamizador de la economía local con más 9 mil 828 locales de comercialización. Por lo que capta gran afluencia de clientes (INEC).

La actividad textil constituye una importante fuente generadora de empleo, demanda mano de obra y es además una industria integrada que requiere insumos de otros sectores como el agrícola, ganadero, industria de plásticos, industria química y otras. La industria textil contribuye al crecimiento del sector manufacturero con un valioso aporte, las exportaciones de artículos relacionados con esta industria han presentado en los últimos años un crecimiento significativo, sin embargo se enfrenta al reto de competir dentro y fuera del país (INEC).

Según (BCE) es fundamental la contribución del sector textil al progreso de la nación en cuanto a productividad y rentabilidad. Las industrias que registran mayores niveles de ventas tanto en el mercado local como en el exterior, son las de fabricación de hilados y tejidos con un promedio de 23.619,74 toneladas exportadas anualmente (AITE 2010). De la misma manera el sector textil genera varias plazas de empleo directo en el país,

llegando a ser el segundo sector manufacturero que más mano de obra emplea, Según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE), al rededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente; mejorando las condiciones de vida de los involucrados.

Actualmente las industrias especializadas en fibras naturales de origen animal y vegetal, son cada vez más competitivas logrando estabilidad en los grandes mercados y cumpliendo fines importantes como el de favorecer a los ingresos y a la seguridad alimentaria de los agricultores y trabajadores campesinos de estas industrias. Fuente: Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO); las fibras naturales provenientes de animales como la alpaca también contribuyen favorablemente a que nuestro planeta sea más ecológico pues estos animales evitan la erosión, según La EPA (Agencia de Protección del Medio Ambiente).

La fibra de Alpaca es de gran importancia industrial, por su excelente calidad, resistencia y por su estructura celular que produce un tacto suave inigualado por otras fibras especializadas; esta materia prima es ideal para el procesamiento textil y es aprovechada por un gran porcentaje de productores. Según (Revista Líderes mayo 2010).

En los páramos de Ecuador, se incursiona la producción de alpacas con la finalidad de conservar el ecosistema y mejorar la calidad de vida de las comunidades que manejan los hatos de alpacas en centros como: Parque Nacional Cotopaxi, Reserva de Fauna Chimborazo, Huasillama en Cotopaxi, Unidad de Camélidos del Dr. Stuart White en Cañar, Estación Experimental en Chimborazo, Fundación de las Organizaciones Campesinas de Salinas FUNORSAL en Bolívar y la Unidad de manejo de Alpacas Ancholag en Pichincha,

En la provincia de Imbabura con la participación activa de las comunidades de: La Florida-Pimampiro, Eugenio Espejo-Otavalo,

Morochos-Cotacachi, Asociación Galo Plaza Lasso de Zuleta-Ibarra; son quienes han visto en el manejo comunitario de alpacas una alternativa de conservación ambiental productiva. La organización y colaboración de las familias beneficiarias sumado al apoyo económico y técnico del Gobierno Provincial de Imbabura han permitido la implementación de éstos proyectos (GPI). Pero sin embargo, enfrentan múltiples problemas entre los cuales están: precios de comercialización de la fibra sumamente bajos, sistema de crianza y esquila poco sofisticados, desconocimiento de procesos de industrialización de esta fibra, entre otros que limitan su crecimiento socioeconómico.

Es así que se pretende realizar un estudio que determine la factibilidad de incursionar en la ciudad de Ibarra una microempresa dedicada a la producción y comercialización de cobijas de aplaca, como un mecanismo viable para trabajar con fibras naturales que ofertan las comunidades, mismas que brindan diversos beneficios al consumidor; con la finalidad de cumplir los requerimientos de la demanda insatisfecha, diversificar el mercado ofertando un producto innovador, contrarrestar el desempleo, aprovechar la oportunidad de comercialización directa entre productor-consumidor y preservar el entorno natural y cultural. Contribuyendo al desarrollo económico - productivo de nuestras comunidades.

Más cuando instituciones como el Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio de coordinación de la producción, empleo y competitividad, CFN, CMI y AITE, han establecido planes y programas, con el propósito de fomentar el emprendimiento microempresarial.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. GENERAL

Efectuar un Diagnóstico Situacional del sector textil en la ciudad de Ibarra; para identificar los escenarios actuales del entorno en el que operará la microempresa, mediante la determinación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

1.2.2. ESPECÍFICOS

1.2.2.1 Determinar las formas de producción utilizados por las microempresas textiles y conocer la oferta existente en la ciudad de Ibarra.

1.2.2.2 Analizar la demanda, estudiando su comportamiento en el mercado.

1.2.2.3 Conocer los sistemas de comercialización empleados por las microempresas textiles.

1.2.2.4 Determinar el manejo financiero – contable de las microempresas del sector a investigar.

1.2.2.5 Evaluar la disponibilidad actual de los recursos humanos, económicos y tecnológicos necesarios para la producción textil.

1.2.2.6 Identificar las actividades gubernamentales existentes para fomentar el desarrollo microempresarial en la ciudad de Ibarra.

1.2.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

En la presente investigación se emplearán las siguientes variables diagnósticas:

- 1.2.3.1** Producción
- 1.2.3.2** Comportamiento de la demanda
- 1.2.3.3** Comercialización
- 1.2.3.4** Control Contable y Financiero
- 1.2.3.5** Recursos disponibles
- 1.2.3.6** Actividades gubernamentales.

1.3. INDICADORES

1.3.1. Producción

- 1.3.1.1** Proceso productivo
- 1.3.1.2** Producto
- 1.3.1.3** Volumen de producción
- 1.3.1.4** Materia prima e insumos
- 1.3.1.5** Mano de Obra
- 1.3.1.6** Oferta
- 1.3.1.7** Cantidad de Venta
- 1.3.1.8** Meses de mayor oferta
- 1.3.1.9** Competencia

1.3.2. Comportamiento de la Demanda

- 1.3.2.1** Preferencia de compra
- 1.3.2.2** Atributos buscados
- 1.3.2.3** Frecuencia de compra
- 1.3.2.4** Cantidad de compra
- 1.3.2.5** Períodos de mayor demanda
- 1.3.2.6** Lugar de compra

1.3.3. Comercialización

1.3.3.1 Mercado meta

1.3.3.2 Canales de comercialización

1.3.3.3 Investigación

1.3.3.4 Estrategias de marketing

1.3.4. Control contable y financiero

1.3.4.1 Sistemas de información contable

1.3.4.2 Control de costos

1.3.4.3 Margen de utilidad

1.3.4.4 Precio de venta

1.3.5. Recursos Disponibles

1.3.5.1 Experiencia de la mano de obra

1.3.5.2 Educación de la mano de obra

1.3.5.3 Inversión

1.3.5.4 Tecnología

1.3.6. Actividades Gubernamentales

1.3.6.1 Financiamiento

1.3.6.2 Asistencia técnica

1.3.6.3 Capacitación

1.3.6.4 Asociatividad

1.3.6.5 Leyes

1.3.6.6 Convenios consensos

1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICO

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE INFORMACIÓN
Determinar las formas de producción utilizados por las microempresas textiles a través de la oferta existente en la ciudad de Ibarra.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso productivo • Producto • Volumen de producción • Materia prima e insumos • Mano de Obra • Oferta • Cantidad de Venta • Meses de mayor oferta • Competencia 	Entrevista observación. Entrevista, Encuesta Entrevista Entrevista, observación Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista Observación	Productor Productor-comercializadores Productor-comercializadores Productor y Proveedores. Productor comercializadores Productor-comercializadores Productor-comercializadores Productor-comercializadores Productor-comercializadores
Analizar la demanda, estudiando su comportamiento en el mercado.	Comportamiento de la demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia de compra • Atributos buscados • Frecuencia de compra • Cantidad de compra • Períodos de mayor demanda • Lugar de compra 	Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta Encuesta	Consumidores Consumidores Consumidores Consumidores Consumidores Consumidores Consumidores
Conocer los sistemas de comercialización empleados por las microempresas textiles.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Mercado meta • Canales de comercialización • Investigación • Estrategias de marketing 	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Productor-comercializadores Productor-comercializadores Productor-comercializadores Productor-comercializadores

Determinar el manejo financiero – contable de las microempresas del sector investigar.	Control contable-financiero	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de información contable • Control de costos • Margen de utilidad • Precio de venta 	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Productor-comercializadores Productor-comercializadores Productor-comercializadores Productor-comercializadores
Evaluar la disponibilidad actual de los recursos humanos, económicos y tecnológicos necesarios para la producción textil.	Recursos disponibles	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de la mano de obra • Educación de la mano de obra • Inversión • Tecnología 	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Productor Productor Productor-comercializadores Productor
Identificar las actividades gubernamentales existentes para fomentar el desarrollo microempresarial en la ciudad de Ibarra.	Actividades Gubernamentales	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento • Asistencia técnica • Capacitación • Asociatividad • Leyes • Convenios consensos 	Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista Entrevista	Representante CCI, PROIMBABURA, GPI Representante CCI, PROIMBABURA, GPI Representante CCI, PROIMBABURA, GPI Representante CCI, PROIMBABURA, GPI

1.5. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población a la que está enfocada la presente investigación, se define en base de una selección a fuentes de información primaria para determinar si califican de forma directa por su idoneidad para el presente estudio; así se considera a las familias consumidoras del Cantón Ibarra como población, se utilizó información secundaria tomada del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC para determinar el número de habitantes de Ibarra. Además en base del Catastro Comercial del IMI se realizará un censo a los comerciantes que únicamente comercializan cobijas. La población entonces se integra de la siguiente manera:

- 1.5.1.** Funcionario de la Cámara de Comercio de Ibarra, Representante Del Gobierno Provincial de Imbabura (Sectores Productivos) y Funcionario de PROIMBABURA.
- 1.5.2.** Productor microempresarial de cobijas en la ciudad de Ibarra (Fábrica de cobijas Doménica y Camila), comercializadores de cobijas de la zona de influencia: Distribuidora, Bodega almacén y representante de los comerciantes de cobijas del mercado Amazonas.
- 1.5.3.** Población consumidora de cobijas del sector urbano y rural del cantón Ibarra con 192386 habitantes al 2011, definida por familias de cuatro personas siendo 48097 familias consideradas para el estudio, según datos del INEC.

Cuadro N° 1
Población del Cantón Ibarra al año 2011

CANTÓN IBARRA						
AÑO	TOTAL	AREA URBANA	AREA RURAL	TOTAL FAMILIAS	Nº FAMILIAS A. URBANA	Nº FAMILIAS A. RURAL
2001	153.256	108.535	44.721	38314	27134	11180
2002	156.781	111.314	45.466	39195	27829	11367
2003	160.387	113.875	46.512	40097	28469	11628
2004	164.076	116.494	47.582	41019	29123	11895
2005	167.849	119.173	48.676	41962	29793	12169
2006	171.710	121.914	49.796	42928	30479	12449
2007	175.659	124.718	50.941	43915	31180	12735
2008	179.700	127.587	52.113	44925	31897	13028
2009	183.833	130.521	53.311	45958	32630	13328
2010	188.061	133.523	54.538	47015	33381	13634
2011	192.386	136.594	55.792	48097	34149	13948

Elaboración: La Autora

Fuente: INEC-2001

ACLARACIÓN: Se consideró los datos del censo realizado al año 2001 por cuanto los datos presentados por el INEC del Censo de 2010, a la fecha enero 2011 no son aún oficiales.

1.6. CÁLCULO DE LA MUESTRA

La población de estudio está constituida por familias consideradas de todos los estratos sociales, quienes son consumidores de cobijas y califican para el estudio, permitiendo obtener información objetiva sobre la demanda de cobijas en el mercado.

Se consideró 192.386 habitantes de los sectores urbano-rural del cantón Ibarra y para definir la investigación se realizó una segmentación de familias compuestas por cuatro miembros así se obtiene lo siguiente:

PT=	Población Cantón Ibarra
	Personas por Familia

$$PT = \frac{192386}{4}$$

$$PT = 48097$$

La población de estudio es de 48097 familias del sector urbano y rural de la ciudad de Ibarra. Para determinar el tamaño de la muestra se considera que siendo la población mayor a 50 se utilizará una fórmula estadística y la distribución de proporciones en base al siguiente análisis:

1.7. FÓRMULA DE CÁLCULO

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

Siendo:

Tamaño de la muestra = n

Población de estudio N = 48097

Nivel de confianza del 95% Z = 1.96

Error muestral del 5 % e = 0.05

Varianza $\delta^2 = 0.25$

$$n = \frac{(1,96)^2 (48097) (0,5)^2}{(0,05)^2 (48097 - 1) + (1,96)^2 (0,5)^2}$$

$$n = \frac{46192}{121}$$

n= 381 familias

Luego del cálculo se obtuvo que el tamaño de la muestra es de 381 familias del cantón Ibarra, a las cuales se les aplica una encuesta.

1.8. DISEÑO DE INSTRUMENTOS

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron instrumentos, los mismos que fueron aplicados a fuentes de información primaria del área de influencia, estos son los siguientes:

1.8.1 Entrevista dirigida a un funcionario de la Cámara de Comercio de la ciudad de Ibarra. Funcionario del Gobierno Provincial de Imbabura y un representante de PROIMBABURA. (Anexo A)

1.8.2 Entrevista aplicada al representante productor microempresarial Doménica – Camila, al representante de la Distribuidora, al propietario de una bodega de comercialización de cobijas y al representante de los comerciantes de cobijas del Mercado Amazonas en la ciudad de Ibarra. (Anexo B)

1.8.3 Encuesta aplicada a los consumidores de cobijas de la ciudad de Ibarra. (Anexo C)

1.8.4 Ficha de observación, aplicada en el hato productor de alpacas Asociación Galo Plaza Laso en Zuleta y Productores de Cobijas (Anexo D)

1.9. EVALUACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.9.1. ENTREVISTA DIRIGIDA AL GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA.

Nombre del Funcionario: Dr. Patricio Donoso

Cargo: Gestor de proyectos.

¿Actualmente existen alternativas de gobierno para fomentar el emprendimiento en nuestra localidad?

Luego de sintetizar la información obtenida de los entrevistados se obtiene que en la actualidad existen alternativas de apoyo como son: el programa gubernamental emprendecuator, innovaconocimiento, proyectos del Consejo Nacional de Desarrollo Económico y Territorial con fines productivos entre otros; como lo permite la constitución de forma obligada una vez que el Estado se compromete mediante sus organismos a canalizar con más efectividad los recursos con la priorización de cadenas productivas para destinar financiamiento, y de esta manera fomentar actividades de emprendimiento.

¿Existen planes de financiamiento que contribuyan al desarrollo microempresarial?

Hoy en día se habilita la apertura de líneas de crédito directo destinado para inversión de activo fijo y capital de trabajo, ya que si existe financiamiento habrá más dinamismo en la producción. Entidades como Corporación Financiera Nacional y Banco Nacional de Fomento mantienen disponible créditos con a una tasa de interés razonable para financiamiento; y en algunos casos el GPI por ejemplo gestiona fondos con organismos de apoyo internacionales para consolidar iniciativas privadas que generan desarrollo económico y que están dirigidas a generar fuentes de empleo.

¿Se establecen programas de capacitación y asistencia técnica por las industrias textiles?

Actualmente el GPI no ha establecido planes de capacitación para las Industrias de forma particular del sector textil de Ibarra, pero a nivel de provincia son los microempresarios que en función de sus necesidades, requerimientos y expectativas planifican cursos de capacitación para el personal que labora para ellos.

¿Se brinda apoyo para investigación y desarrollo de las microempresas textiles?

Por parte del Ministerio de Coordinación de la Producción que conjuntamente con gremios o asociaciones de productores textiles colaboran coordinadamente para fomentar el fortalecimiento y crecimiento de éste sector en la provincia de Imbabura.

¿De que manera contribuyen las entidades gubernamentales para realizar inversión tecnológica en las microempresas?

Cabe señalar que la tecnología en la microempresa representa productividad, es por esto que es fundamental realizar inversión que a futuro incremente la rentabilidad de la misma considerando siempre aspectos como costos y planificación. Principalmente las Entidades Gubernamentales intervienen en la articulación de instituciones que financian y gestionan recursos para proyectos estratégicos en cuanto a la adquisición de maquinaria y paquetes informáticos.

¿El marco legal y jurídico existente en el país de que manera incide en el sector productivo?

No existe seguridad jurídica, sin embargo hoy se pretende a través de la implementación de reformas y nuevas normas como el Código de Producción Inversión y Competitividad que tienen un enfoque de fortalecimiento a las PYMES, nuevas emprendimientos y en general a la

producción nacional con el fin de atraer la inversión extranjera y evitar que haya migración extranjera de inversionistas locales a otros países.

¿Cuáles son las principales falencias que tienen las microempresas de producción?

De acuerdo al criterio del entrevistado las microempresas de producción poseen debilidades internas como: organización deficiente, y limitada cultura microempresarial, poca creatividad en diseño, poca innovación tecnológica; y las externas que entre las principales se encuentran: elevados costos de materia prima y deficientes alianzas estratégicas entre los actores privados y públicos.

¿Qué deben hacer las microempresas para adquirir sostenibilidad en el tiempo?

El principal factor que se consideró es que, a más de fortalecer la estructura organizacional se mantenga altos estándares de calidad en la producción como un atractivo fuerte para los mercados potenciales. También las entidades gubernamentales deben vigorizar vínculos que contribuya al progreso del sector microempresarial de tal forma que se permita actuar comprometidamente en conjunto concentrando esfuerzos y a su vez las microempresas deben buscar involucrarse más en la política económica pública para conseguir políticas de producción más definidas.

¿Qué necesitan las microempresas para expandir su mercado y lograr alta rentabilidad?

La investigación es fundamental para el crecimiento. Estratégicamente las pequeñas y medianas empresas deben identificar nichos de mercado conociendo sus requerimientos y estableciendo un plan de acción claro, aprovechando las ventajas comparativas que posee la localidad como por ejemplo tiempos, certificación manual, área geográfica.

1.9.2. ENTREVISTA DIRIGIDA A LA CÁMARA DE COMERCIO DE IBARRA.

Nombre del Funcionario: Dr. Ronny Criollo.

Cargo: Secretario General

¿Actualmente existen alternativas de gobierno para fomentar el emprendimiento en nuestra localidad?

El gobierno ha emprendido programas que incentiva nuevas propuestas de producción para que se vean traducidas en desarrollo socioeconómico como es innovaecuador, investEcuador y otros que están bajo la dirección del Ministerio de coordinación de la producción, empleo y competitividad, Por otro parte es necesario que el sector privado sea más proponente con iniciativas innovadoras, así manejar una visión compartida de desarrollo más sostenible.

¿Existen planes de financiamiento que contribuyan al desarrollo microempresarial?

Las entidades bancarias e instituciones financieras actualmente ofrecen productos crediticios para financiar necesidades de micro, pequeñas y medianas empresas, que otorgan beneficios de acuerdo a las condiciones establecidas por las partes como: ausencia de encajes y movimiento de cuentas previas, montos, valor de las cuotas, plazos y períodos de gracia en relación al flujo de ingresos de las microempresas.

¿Se establecen programas de capacitación y asistencia técnica para las industrias textiles?

Últimamente no se ha programado planes de capacitación respecto de actividades textiles en particular; pero sí se efectúan contactos entre gremios y asociaciones de la producción textil y profesionales especialistas para que se ejecuten cursos de preparación en temas específicos según los requerimientos de éstas microempresas. Por otra parte también la Cámara de Comercio de Ibarra conjuntamente con otras

entidades llevan a cabo el desarrollo de diferentes temarios de interés común por ejemplo en el área de tributación que conjuntamente con el Servicios de Rentas Internas programan cursillos con determinada duración y que son dirigidos a microempresarios y otro público.

¿Se brinda apoyo para investigación y desarrollo de las microempresas textiles?

Según lo que establece la Cámara de Comercio de Ibarra no existe un gran representativo de la producción textil dentro de la ciudad, sin embargo existen pequeños y medianos talleres de confección que se encuentran en vías de crecimiento, por ello requieren apoyo del sector público, que se puede evidenciar que se brinda en asesoría, orientación en gestión y financiamiento, aunque resta por hacer más; y también privado debe fortalecer relaciones entre sí.

¿De que manera contribuyen las entidades gubernamentales para realizar inversión tecnológica en las microempresas?

Las entidades gubernamentales cuyas misiones están enfocadas al desarrollo económico del país y bajo lo cual tienen a cargo fomentar el emprendimiento productivo mantienen nexos con otras entidades del sector privado, quienes brindan facilidades para que los microempresarios realicen inversiones en la adquisición de tecnología nueva o la renovación de sus activos productivos.

¿El marco legal y jurídico existente en el país de que manera incide en el sector productivo?

Toda actividad económica y productiva que se desarrolla en el país está regulada por las leyes vigentes, en este marco existen medidas que pretenden fortalecer el aparato productivo son medidas arancelarias y de exoneraciones tributarias coherentes en relación a la reducción de aranceles en materias primas y por otro lado el incremento de aranceles

en los bienes de consumo que pueden producirse en el país, reducción de costos financieros. Por otro lado coexiste la restricción de importación de cierto tipo de materias primas. Que redefinen la capacidad del aparato productivo.

¿Cuáles son las principales falencias que tienen las microempresas de producción?

Las principales falencias que tienen son un capital escaso, también se proyectan a mercados pequeños y muchas veces saturados, otro factor de incidencia es la falta de innovación en tecnología y procesos productivos que está acompañado de poca innovación en los diseños del producto. En la parte administrativa existe falta de comunicación en las líneas de mando y poco enfoque en el cliente.

¿Qué deben hacer las microempresas para adquirir sostenibilidad en el tiempo?

Se debe lanzar al mercado un producto que realmente esté demandando el mercado, el mismo que debe reunir altos estándares de calidad, y empleando un sostenible sistema de marketing para lograr fidelización en el cliente, acompañado de una estructura organizacional estable que mejorar la competitividad.

¿Qué necesitan las microempresas para expandir su mercado y lograr alta rentabilidad?

Además se debe adoptar nuevas tendencias en lo administrativo, tecnológico y productivo para adquirir no solo eficiencia, sino competitividad tanto nacional como internacional, deben invertir en investigación, capacitación del talento humano y tecnología para obtener producción de calidad con lo que se mantendrá un sistema de precios interesante con lo cual se incrementarán las ventas.

1.9.3. ENTREVISTA DIRIGIDA A PROIMBABURA IMBABURA.

Nombre del Funcionario: Lic. Johana Gonzalón.

Cargo: Comunicadora Social.

¿Actualmente existen alternativas de gobierno para fomentar el emprendimiento en nuestra localidad?

En términos generales a través de Ministerio Coordinador de la Política Económica, el Ministerio de Industrias y productividad, el Ministerio coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad se han creado medidas que pretenden fortalecer a la pequeña industria y a fin de reactivar la producción se han planteado planes de apoyo a nuevos emprendimientos que ya están funcionando. PROIMBABURA que también impulsa emprendimientos en coordinación con la Cámara de Comercio de Ibarra y GPI.

¿Existen planes de financiamiento que contribuyan al desarrollo microempresarial?

Encontramos nuevos productos en la banca pública ejemplo la CFN y BNF donde hay líneas de crédito adaptables a las necesidades de cada negocio para operaciones directas con el microempresario y créditos asociativos con costos más bajos que permiten diversificar el mercado.

¿Se establecen programas de capacitación y asistencia técnica para las industrias textiles?

Se arman cursos de capacitación en coordinación con los implicados de los diferentes proyectos, PROIMBABURA realiza un seguimiento en los procesos de emprendimiento, brindando asistencia técnica en este lapso de acuerdo a los requerimientos de las microempresas y la planificación de esta entidad.

¿Se brinda apoyo para investigación y desarrollo de las microempresas textiles?

Como se mencionó anteriormente, los microempresarios según sus demandas internas recurren al mercado financiero si su urgencia es capital para llevar a cabo investigaciones en cuanto a mejoras e innovaciones, al tiempo que también se establecen nexos con empresas de otros países más expertos en ciertas líneas de producción para especializar mano de obra por ejemplo.

¿De que manera contribuyen las entidades gubernamentales para realizar inversión tecnológica en las microempresas?

Con el fondo de innovadores de la CFN y cooperativas que son estructuras financieras alternativas a la banca formal donde regularmente los pequeños y medianos productores se han topado con puertas cerradas.

¿El marco legal y jurídico existente en el país de que manera incide en el sector productivo?

La constitución y demás leyes valoran la economía solidaria con enfoque dirigido a un cambio de las condiciones del aparato productivo grande y pequeño del país; sin embargo creo que de acuerdo a las condiciones de muchas pequeñas microempresas ciertas medias demandan prudencia. Además los pequeños y medianos productores o nuevos emprendedores deber estar seguros de que con el aporte y el esfuerzo de todos pueden salir a delante.

¿Cuáles son las principales falencias que tienen las microempresas de producción?

Entre las más principales considero que están: falta de una identidad empresaria claramente definida, pocas expectativas de crecimiento, limitados recursos que no le permiten desarrollarse.

¿Qué deben hacer las microempresas para adquirir sostenibilidad en el tiempo?

Deben básicamente reforzar temas como: capital de trabajo optimizar el manejo de inventarios, evitar gastos innecesarios y sobre todo ofertar estrictamente lo que el mercado demande siempre enfocado al valor agregado y emplear redes sociales en su marketing.

¿Qué necesitan las microempresas para expandir su mercado y lograr alta rentabilidad?

Controlar los costos de producción y gastos para mantener un precio más atractivo en el mercado, pero optimizando y superando la calidad del producto frente a la competencia; así se estará en capacidad de explorar nuevos mercados y captar nuevas carteras de clientes.

1.9.4. ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS EN GPI, CÁMARA DE COMERCIO DE IBARRA Y PRO IMBABURA.

Luego de haber levantado la información pertinente, es posible destacar los aspectos más relevantes. Es necesario fortalecer condiciones para reducir la pobreza a través de un crecimiento económico de amplia base, de tal forma que produzca el trabajo en red, para lo cual se debe articular las relaciones público – privadas. Sin embargo existe mínima intervención privada en la gestión económica pública de un sector público con políticas débiles para la generación de redes productivas en donde se evidencia la falta de mecanismos eficientes entre actores públicos y privados. Entonces se requiere la adaptación e implementación de política pública que promueva el mejoramiento del entorno microempresarial y que incentive los esfuerzos de innovación productiva, procesos de benchmarking para la industria, encadenamientos nacionales e internacionales, promoción de comercio e inversiones, para generar crecimiento productivo como fruto de colaboración conjunta.

Es importante destacar que en la ciudad no existen encadenamientos de producción textil predominantes, sin embargo actualmente el Estado fomenta la generación de proyectos productivos y da apoyo a la generación de iniciativas de desarrollo económico bajo programas y organismos estatales y otros como: emprendecuador, innovaecuador, innovaconocimiento, investecuador, Comité Ecuatoriano de Desarrollo Económico y Territorial, Ministerio de Industrias y Productividad, Ministerio Coordinador de la Producción Empleo y Competitividad a fin de coadyuvar el fortalecimiento de la economía solidaria, toda vez que la constitución lo establece y al amparo del Decreto Ejecutivo del 26 de Noviembre de 2010 que reglamenta el artículo 104 del código orgánico de planificación y finanzas públicas del Ecuador. Se genera nuevas “reglas de juego” en materia de ejecución de la política económica; estas permiten canalizar los recursos públicos existentes a personas naturales o jurídicas de derecho privado.

Por otro lado, siendo los recursos dispersos o escasos y el acceso a crédito bancario se vuelve difícil en algunos casos por el aval de garantía, sin embargo se otorga financiamiento mediante líneas de crédito abierto a plazos y tasas razonables para una iniciativas de negocio en el mercado en instituciones como Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento, MIPRO, FUDEN, así como PROIMBABURA, GPI quienes realizan seguimiento de proyectos para gestionar recursos de cooperación internacional, el CEDET mantiene proyectos como la creación de centros cantonales de atención integral al emprendedor. En la ciudad de Ibarra se establecen insuficientes programas de capacitación y asistencia técnica a las microempresas pero a nivel de gremio y asociaciones se brinda asesoría para mejorar el desempeño de las pequeñas empresas y negocios, a fin de incrementar sus niveles de competitividad y al mismo tiempo se forma mano de obra especializada.

No solo el apoyo del sector público es fundamental para la microempresa, sino que además de ello deben fortalecer la estructura organizacional,

manejar altos niveles de calidad, mejorar la comunicación, mantener identidad y cultura microempresarial, creatividad en diseño, innovación tecnológica, al mismo tiempo estos factores son sus principales falencias. Para que se mantengan en el tiempo la investigación es indispensable, permite identificar nichos de mercado conociendo sus requerimientos y estableciendo un plan de acción claro, aprovechando las ventajas comparativas de la zona de intervención.

La inseguridad jurídica es un factor que incide en la fomentación productiva, al atractivo de inversiones extranjeras y la fuga de capitales, esto implica fortalecimiento de normas, marcos jurídicos con clara estructuración jurídica y práctica público – privada.

1.9.5. ENTREVISTA EFECTUADA AL PRODUCTOR DE COBIJAS EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Nombre de la Microempresa: Fábrica de Cobijas Doménica y Camila.

Representante: Paulina Sánchez.

¿Cuáles son los criterios empleados para la producción de cobijas?

La producción de cobijas se realiza bajo el sistema de producción continua y unipersonal, para lo cual necesariamente se siguen parámetros internos sobre producción como: cantidades planificadas bajo pedidos por entregar, tiempos de elaboración, stock de materia prima e insumos y otros.

¿Qué tipo de Materia Prima Utiliza?

Se utilizan materias primas que cumplen con estándares de calidad y riguroso control. Entre las principales se encuentran: lana pura y mezclada, tela de tipo polar de diferentes diseños y medidas como la

llana, estampadas con distintos modelos y colores, además los insumos requeridos son hilos de coser, etiquetas y fundas para el empaqueo final.

¿Indique de qué lugar proviene la materia prima e insumos?

En nuestra localidad existen disponibles cierto tipo de materia prima e insumos también en Otavalo y Atuntaqui, pero otras que son más específicas se consiguen en otras ciudades como Quito, Guayaquil, Ambato en el caso de que sean importadas provienen de Chile, Perú, Colombia y otros países.

¿Considera usted que existe en la localidad mano de obra calificada en cuanto a experiencia y conocimiento?

En la ciudad de Ibarra existe personal calificado para las áreas administrativas sean estas de: administración, contabilidad, marketing y otros especializados en áreas como producción textil, diseño en moda, agroindustrias que tienen estudios de tercer nivel y cuarto en otros casos; que tienen acceso a estudiar una carrera en los centros educativos de la urbe, sin embargo, el personal que está encargado de la maquinaria y de la producción debe tener conocimiento específico de procesos de elaboración, funcionamiento y manejo de máquinas que en la ciudad existen en minoría pero se incorporan de otras ciudades aledañas. Son quienes tienen experiencia en este tipo de actividades textiles, es allí donde se realiza la inducción y capacitación de los empleados.

¿Cuenta usted con tecnología para los procesos productivos?

La tecnología es muy necesaria en el medio competitivo más cuando se trata de innovación y reducción tiempos que en definitiva incrementará la efectividad productiva, con esto se ofertará más volumen de producción con más calidad; con la finalidad de satisfacer óptimamente los requerimientos de la demanda, por otra parte adquirir maquinaria representa gran salida de efectivo que en muchos casos no poseen las microempresas por eso se debe realizar estudios y planificaciones

minuciosas para adquirirla considerándola como una inversión de capital. En esta microempresa si contamos con maquinaria industrial y equipos informáticos como Activos.

¿Cree usted que existe disponibilidad de maquinaria y equipos para la producción?

En los últimos tiempos paulatinamente se ha ido incrementando las industrias a nivel de país, este sector demanda cierto tipo de equipos y maquinarias mismos que se comercializan en el mercado nacional. Mientras que otras dependen de las especificaciones, características y el uso al que va estar destinada la maquinaria, pero muchas son importadas del exterior.

¿Cuál es el volumen de producción semanal?

Se toma en cuenta la planificación y proyecciones mensuales que son predeterminadas por el personal designado utilizando información sobre la tendencia de consumo de la demanda y los programas bajo pedido de la microempresa. Es así que semanalmente se produce un promedio de 250 unidades.

¿Cuál es el proceso de elaboración de las cobijas?

El primer paso es adquirir la materia prima e insumos y mantenerlos en perfectas condiciones, ésta se destina a diferentes áreas de producción, en las cuales es procesada de forma automatizada con ayuda de maquinas o manual en ciertos procesos. Etas áreas son: área de tejido, área de corte y cosido, revisión de acabados del producto, posteriormente pasa a la bodega de productos terminados.

¿Su capital de trabajo es propio o de terceros?

En toda actividad económica se requiere de inyección de capital debido a que los recursos económicos son insuficientes, su cuantificación depende del producto que se va a producir y comercializar, este capital de trabajo

debe ser siempre fortalecido en miras de conseguir desarrollo, estabilidad y expansión de mercado, en esta pequeña empresa el capital está constituido por inversión propia y parte financiado por crédito bancario.

¿Mantienen usted un registro contable y de costos?

La propietaria de la microempresa entrevistada manifestó que si emplea registros contables, porque les permite conocer la situación económica para mejorar la toma de decisiones y la administración de la misma. Además, el control de los recursos económicos fomenta mantener una cultura organizacional definida que está acompañada de buena gestión administrativa.

¿En base de qué determina el precio de venta de sus productos?

La fijación del precio es importante calculando el impacto que generara en el consumidor y considerando los resultados microempresariales deseados. Para determinar el precio de venta se considera el costo del producto más un porcentaje de utilidad fijado por la microempresa.

¿A qué precios comercializa sus productos?

El precio de los productos varia entre de un producto a otro; esto depende del tipo, dimensiones diseños, que van desde 15 a 40 dólares por unitario y se ha establecidos planes de descuento a caso de que la venta es al por mayor.

¿Existe rentabilidad en la producción y comercialización de cobijas?

La rentabilidad converge criterios de trabajo en equipo, el grado de organización que exista, la gestión y capacidad del personal el manejo de limitaciones, inversiones y la mitigación de factores externos. En las actividades productivas. La persona entrevistada explicó que si existe rentabilidad en producción cobijas.

¿Qué factores contribuyen a la rentabilidad de su microempresa?

La rentabilidad es el resultado de trabajo que emplea el mejoramiento continuo y conjuga básicamente factores de: reducción de costos, tiempos empleados para la producción y estrategias de marketing para mantener la demanda existente investigación y capacitación; con el objetivo de lograr estabilidad en el mercado, fomentar la eficiencia productiva y satisfacer la demanda.

¿Cuáles son los períodos de mayor demanda?

La demanda de cobijas es constante todo el año, pero aumenta considerablemente en los meses de abril, mayo, septiembre y diciembre que tienen que ver con fechas festivas en el país; como día del maestro, día de la madre, navidad y cuando inicia períodos escolares en donde los consumidores mantienen la tendencia de adquirir este producto ya sea para uso personal a para obsequiar.

¿Cuál es el mercado objetivo al que se dirige su producción?

Es importante tener una clara definición del mercado al cual se pretende llegar con nuestro producto, pero también se debe analizar gustos, necesidades y expectativas para elaborar un plan eficiente y cubrir su demanda. La producción está dirigida a personas hombres y mujeres en general que necesitan este producto.

¿Quiénes son sus principales clientes?

La microempresa cuenta con una cartera de clientes consistente que son: hombres y mujeres de edad adulta, con responsabilidades de familia, pero en su mayoría son amas de casa y también instituciones ocasionalmente.

¿Cuál es la forma que usted emplea para comercializar sus productos?

Se pretende aprovechar al máximo la forma de comercialización que mantenemos, la cual es efectiva para la venta. Se utiliza la venta directa

es decir de productor a consumidor, lo cual es bien aceptado por el cliente, y también se emplea la distribución del producto a otros puntos de venta.

¿Cuántas cobijas vende semanalmente?

Las ventas no son estables tienen fluctuaciones de un mes a otro, según los ingresos del consumidor; que en promedio estimado es de 250 unidades entre ventas directas y distribuciones a otras ciudades.

¿Invierte en investigación y desarrollo para su microempresa?

La investigación es fundamental para el crecimiento de la microempresa. Se realiza inversiones en desarrollo y entrenamiento de personal que realiza la elaboración del producto, en cuanto a capacitación de nuevas técnicas de producción para innovar diseños y procesos; que se traduce en calidad del producto, fidelización del cliente y expansión del mercado.

¿Existe Asociatividad y alianzas estratégicas con la competencia?

En la ciudad de Ibarra no existe una red de productores textiles de manera que permita formar asociaciones o gremios por afinidad productiva, al ser así, no se ha establecido alianzas, toda vez que en nuestra localidad no hay competencia.

¿Cuáles son las estrategias de marketing que usted emplea?

Las estrategias de marketing son fundamentales, a través de un plan bien establecido se puede mantener fidelización de clientes y lo que es más importante atraer nuevos consumidores, a la vez permite satisfacer las expectativas internas explorando el mercado. Se emplea la publicidad radial, promociones y descuentos en determinadas temporadas lo cual impulsa el crecimiento del nivel de ventas.

¿Ha recibido apoyo y apertura en campo financiero y técnico de entidades gubernamentales o privadas?

Se ha tenido acceso a líneas de crédito financiero, pero de forma escasa se han organizado capacitaciones a los productores de la ciudad de Ibarra es un tema que se debe mejorar, entonces es de cuenta de los microempresarios que se organiza o se gestiona contactos para tener acceso a capacitaciones del personal, seguimiento o monitoreo técnico.

1.9.6. ENTREVISTA EFECTUADA A LA DISTRIBUIDORA DE COBIJAS EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Nombre de la Microempresa: Bodega de Cobijas.

Representante: Sra. Clemencia Córdova.

¿Su capital de trabajo es propio o de terceros?

Para iniciar nuestras actividades acudimos a entidades bancarias para poder financiar nuestro capital, es así que se integró mediante un aporte propio y con crédito.

¿Mantiene usted un registro contable?

Sí se mantiene un sistema de control de ingresos y gastos que no es automatizado pero nos permite conocer el estado y marcha de nuestro negocio, además con esta información podemos determinar resultados de las operaciones diarias que se realizan para cumplir a tiempo con las obligaciones que ello implica.

¿En base de qué determina el precio de venta de sus productos?

La forma en que se determina el precio de venta es el costo de adquisición más el margen de utilidad que aspiramos obtener con la venta de la mercadería.

¿A qué precios comercializa sus productos?

Los precios fijados están de acuerdo a la procedencia, dimensiones y materiales de las cobijas, estos van de 15 dólares a 30 dólares por unidad.

¿Existe rentabilidad en la comercialización de cobijas?

Por la característica de ser únicamente comercializadores con el empleo de otros intermediarios hace que la rentabilidad que se pueda obtener en las ventas del producto sea mínima.

¿Qué factores contribuyen a la rentabilidad de su microempresa?

Mantener precios competitivos para el cliente, brindando una adecuada atención al público, también se ofrece una correcta presentación de los locales comerciales y del producto.

¿Cuáles son los períodos de mayor demanda?

Los períodos donde presenta la tendencia de incrementar las ventas son: diciembre, abril, mayo y septiembre.

¿Cuál es el mercado objetivo al que se dirige su producción?

Nuestro mercado objetivo son las amas de casa y se debe también mencionar que ocasionalmente se realiza pedidos por parte de instituciones.

¿Quiénes son sus principales clientes?

Los principales clientes son: amas de casa, instituciones y algunos pequeños hoteles de la localidad.

¿Cuál es la forma que usted emplea para comercializar sus productos?

La forma de comercialización que nosotros empleamos es directa al cliente.

¿Cuántas cobijas vende semanalmente?

El volumen de venta promedio semanal es de 80 unidades entre cobijas de dos plazas y media, dos plazas, una plaza y media y una plaza.

¿Invierte en investigación y desarrollo para su microempresa?

Realizamos inversiones destinadas al abastecimiento de inventario de mercadería, lo que representa crecimiento del negocio. Por otra parte invertimos en publicidad para dar conocer al público de todos los productos que disponemos y tratamos de que capacitar ocasionalmente a nuestras vendedoras en cuanto atención al cliente.

¿Existe Asociatividad y alianzas estratégicas con la competencia?

No existe Asociatividad entre la competencia, pero ocasionalmente realizamos acuerdos entre las partes para surtir de mercadería al negocio, es decir obtener variedad de productos, pero sería elemental que se colaborara conjunta y participativamente con el fin de buscar alternativas de desarrollo del sector.

¿Cuáles son las estrategias de marketing que usted emplea?

Mantenemos un contrato de publicidad radial y además según las temporadas se establecen ofertas y promociones para atraer al cliente.

¿Ha recibido apoyo y apertura en el campo financiero y técnico de entidades gubernamentales o privadas?

Accedimos a un crédito con una entidad bancaria privada, lo cual nos permitió fortalecer nuestro capital de trabajo, pero muchas veces resulta difícil ser aprobado como beneficiarios por la parte de garantías que requieren los bancos, lo que produce que pequeños locales comerciales resulten no calificados para los créditos.

1.9.7. ENTREVISTA EFECTUADA AL REPRESENTANTE DE LOS COMERCIANTE DE COBIJAS DEL MERCADO AMAZONAS DE LA CIUDAD DE IBARRA, BODEGA DE COBIJAS M & M.

Nombre de la Microempresa: Bodega de Cobijas M & M.

Representante: Sr. Eduardo López.

¿Su capital de trabajo es propio o de terceros?

El capital con que trabajamos es propio, es decir del aporte de los propietarios.

¿Mantiene usted un registro contable?

Si llevamos un registro contable diario de los movimientos que se efectúan en el negocio, para conocer los resultados del mismo.

¿En base de qué determina el precio de venta de sus productos?

El precio de venta lo determinamos con el costo de adquisición del producto más el porcentaje de ganancia que consideramos necesario y adecuado para nuestro negocio.

¿A qué precios comercializa sus productos?

Los precios están definidos de acuerdo al tipo de cobija así: vicuña de dos plazas y media \$28,00, vicuña de dos plazas \$25,00 y vicuña de una plaza y media \$15, satex de dos plazas \$15,00, colibrí de dos plazas \$14,00 y colibrí de una plaza y media \$12,00 y finalmente la Boliviana de dos plazas y media \$17,00.

¿Existe rentabilidad en comercialización de cobijas?

Considero que si existe rentabilidad en la compra y venta de cobijas en la ciudad.

¿Qué factores contribuyen a la rentabilidad de su microempresa?

Nos enfocamos en mantener un nivel de ventas estabilizado por lo cual nos centramos en lograr una adecuada atención al cliente con precios del producto atractivos acompañado de una correcta presentación de nuestro local de ventas y se realiza control de gastos para no incurrir en los no necesarios y también mantenemos un stok de mercadería disponible para el cliente.

¿Cuáles son los períodos de mayor demanda?

Las temporadas de mayor demanda son feriados, fines de semana y en los meses de diciembre, mayo y septiembre.

¿Cuál es el mercado objetivo al que se dirige su producción? La venta de cobijas se dirige no solo a mujeres o amas de casa sino también son hombres que adquieren el producto para los hogares o para obsequiar.

¿Quiénes son sus principales clientes?

Son mujeres y hombres quienes adquieren las cobijas y también son clientes instituciones educativas quienes compran el producto en los meses de abril o mayo.

¿Cuál es la forma que usted emplea para comercializar sus productos?

La comercialización que realizamos es directa al cliente.

¿Cuántas cobijas vende semanalmente?

Semanalmente se vende 250 unidades aproximadamente.

¿Invierte en investigación y desarrollo para su microempresa?

No realizamos investigaciones en nuestro negocio, pero si buscamos nuevos contactos para establecer relaciones comerciales con nuevos proveedores.

¿Existe Asociatividad y alianzas estratégicas con la competencia?

Ocasionalmente realizamos acuerdos en la provisión de cierto tipo de mercadería para cumplir con pedidos.

¿Cuáles son las estrategias de marketing que usted emplea?

Utilizamos la publicidad para que las personas conozcan de nuestras ofertas, porque considero que esto es importante para mantener las ventas.

¿Ha recibido apoyo y apertura en el campo financiero y técnico de entidades gubernamentales o privadas?

En particular no hemos tenido la necesidad de recurrir a las instituciones financieras, trabajamos con capital propio.

1.9.8. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA EFECTUADA AL PRODUCTOR Y COMERCIALIZADORES DE COBIJAS EN LA CIUDAD DE IBARRA.

Es necesario destacar los aspectos más relevantes de la entrevista efectuada señalando lo siguiente:

Es relevante señalar que en toda actividad económica se requiere de inyección de capital para lograr estabilidad y expansión de mercado, el capital de trabajo está constituido por inversión propia y debido a que los recursos económicos son insuficientes parte es financiado por crédito bancario. Se debe manifestar que del apoyo de las entidades u organismos gubernamentales y privados han tenido acceso a líneas de crédito financiero, pero de forma escasa se han organizado capacitaciones y asesoría técnica a los productores de la ciudad de Ibarra.

Es posible destacar que: la producción de cobijas se realiza bajo el sistema de producción continua y unipersonal, siguiendo parámetros de producción, cantidades planificadas bajo pedidos por entregar, tiempos de elaboración, stock de materia prima e insumos y otros.

El proceso para la elaboración de cobijas consiste básicamente en adquirir suficiente materia prima e insumos, ésta es destinada a diferentes áreas de producción en las cuales es procesada con ayuda de máquinas o manual estas son: área de tejido, área de corte y cosido, revisión de acabados del producto y posteriormente pasa a la bodega de productos terminados. Se emplean materias primas que cumplen con estándares de calidad y riguroso control. Entre las principales se encuentran lana de origen animal como de oveja y vegetal como algodón, tela de tipo polar de diferentes medidas y diseños como la llana o estampada, además los insumos requeridos son hilos de coser, etiquetas; en nuestra localidad existen disponibles cierto tipo de materia prima e insumos, pero otras más específicas se consiguen en otras ciudades en el caso de que sean importadas.

En cuanto a mano de obra en la ciudad de Ibarra existe personal calificado con acceso a educación de tercer nivel en las áreas administrativas y otros especializados en áreas como producción textil, diseño en moda, sin embargo el personal de producción tiene poca experiencia en manejo de máquinas y en procesos de elaboración.

Semanalmente se produce un promedio de 250 unidades, tomando en cuenta la planificación y proyecciones mensuales que son predeterminadas por el personal designado utilizando información sobre la tendencia de consumo de la demanda y los programas bajo pedido de la microempresa.

La producción está dirigida a personas hombres y mujeres de edad adulta con responsabilidades de familia, pero en su mayoría son amas de casa y

también instituciones ocasionalmente en general que necesitan este producto, es importante tener una clara definición del mercado al cual se pretende llegar con nuestro producto, pero también se debe analizar gustos, necesidades y expectativas para elaborar un plan eficiente y cubrir su demanda. La demanda de cobijas es constante todo el año, pero aumenta considerablemente en los meses de abril, mayo, septiembre y diciembre que tienen que ver con fechas festivas en el país.

Las ventas varían de un mes a otro pero en promedio los comerciantes venden 250 unidades semanalmente. La forma de comercialización del producto es la venta directa es decir de productor a consumidor, lo cual es bien aceptado por el cliente, y también se emplea la distribución del producto a otros puntos de venta.

Cabe indicar que la tecnología es muy necesaria en el medio competitivo, más cuando se trata de innovación y reducción tiempos, que en definitiva incrementará la efectividad productiva; con la finalidad de satisfacer óptimamente los requerimientos de la demanda, por otra parte adquirir maquinaria representa gran salida de efectivo por lo que es necesario realizar estudios y planificaciones minucias. El crecimiento industrial a nivel de país demanda cierto tipo de equipos y maquinarias que se comercializan en el mercado nacional, mientras que otros de características específicas son importados del exterior.

La investigación también es fundamental para el crecimiento de la microempresa, se realiza inversiones en desarrollo y entrenamiento de personal en cuanto a capacitación de nuevas técnicas de producción para innovar diseños y procesos que se traduce en calidad del producto y fidelización del cliente y expansión del mercado. Un plan de marketing bien establecido permite satisfacer las expectativas internas explorando el mercado, mantener fidelización de clientes y atraer nuevos consumidores. Las microempresas entrevistadas emplean publicidad radial, promociones y descuentos en determinadas temporadas lo cual impulsa el crecimiento del nivel de ventas.

Por otro lado los registros contables forman parte de una cultura organizacional definida, estos les permite conocer la situación económica, controlar eficientemente los recursos económicos, mejorar la toma de decisiones. Para determinar el precio de venta se considera el costo de producto más un porcentaje de utilidad fijado por la microempresa. Esta determinación es importante considerando el impacto que generara en el consumidor y los resultados microempresariales deseados; varía de un producto a otro que van desde 15 a 40 dólares por unitario.

Además es necesario indicar que existe rentabilidad en la producción de cobijas como fruto de trabajo en equipo, grado de organización interna, la gestión financiera y capacidad del personal, el manejo de limitaciones, inversiones y la mitigación de factores externos.

1.9.9. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES DE COBIJAS DE LA CIUDAD DE IBARRA.

¿Con qué frecuencia adquiere usted una cobija?

**Cuadro Nº 2
Frecuencia de Compra**

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Trimestral	92	24,15
Semestral	168	44,09
Anual	121	31,76
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011.

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 1



a) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Siendo las cobijas un producto de uso cotidiano y necesario en el hogar, forma parte del atuendo de cama, tiene propiedades con características que la hacen únicas proporcionando múltiples beneficios al consumidor, ajustándose a requerimientos en cuanto a gustos calidad y diseño. Por su estructura esta proporciona: abrigo al cuerpo, absorbe la humedad y permite que la piel respire haciéndola sentir fresca en el verano y ayudándola a conservar el calor durante el invierno. Es así que la mayoría de las personas consideradas en el presente estudio mantiene una tendencia por realizar la compra de una cobija de forma semestral, mientras que otra parte significativa decide adquirir su cobija de forma anual y el resto minoritario señaló que las adquieren de forma trimestral.

¿Señale qué tipo de cobijas prefiere?

Cuadro N°3
Tipo de Cobijas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De fibras naturales	199	52,23
De fibras sintéticas	84	22,05
Mixtas	75	19,69
Otras	23	6,04
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011.

Elaboración: La Autora

Gráfico N°2



b) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Es necesario destacar que las prendas hechas con fibra natural son más suaves, brillosas, finas y durables, su estructura celular proporciona grandes capacidades térmicas, aparte de su importancia para el consumidor y de sus diversos usos industriales, las fibras naturales son una fuente importante de ingresos para los agricultores que las producen.

Actualmente, son importantes las actividades de producción y comercio que de alguna forma contribuyen a la conservación ecológica, los productos con enfoque natural son los más preferidos al momento de consumo, es así que las cobijas elaboradas con fibras naturales tienen propiedades características únicas, como es evidente el 52% de las personas opta por obtener cobijas elaboradas con fibras naturales, por otro lado el 20% del estudio muestra que prefieren cobijas de fibras mixtas es decir de fibra natural y sintéticas.

¿Cuáles son las dimensiones que usted elige al Comprar cobijas?

Cuadro N° 4

Preferencia en el Tamaño de Cobijas

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos plazas y media	69	18,11
Dos plazas	172	45,14
Una plaza y media	102	26,77
Una plaza	38	9,97
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011.

Elaboración: La Autora

Gráfico N°3



c) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Es relevante mencionar que hoy existe gran variedad en cuanto a diseños sofisticados y vanguardistas de moda referente a atuendos de habitaciones personales o dormitorio, que considerando tamaños y formas siempre buscan el confort de los consumidores, por eso al momento del descanso es necesario tomar en cuenta características como la dimensión de la cama para lograr más comodidad. Así los resultados demuestran que la mayor parte de las personas encuestadas con el 45% manifiestan que eligen cobijas de Dos plazas, con el 27% prefieren cobijas de una plaza y media, esto también depende de las

características personales como la estatura y edad de los miembros integrantes de la familia consumidora. Mientras que el 18% prefiere cobijas de dos plazas y media y solo 10% las compra de una plaza.

¿Cuáles son los factores que determinan su decisión de compra?

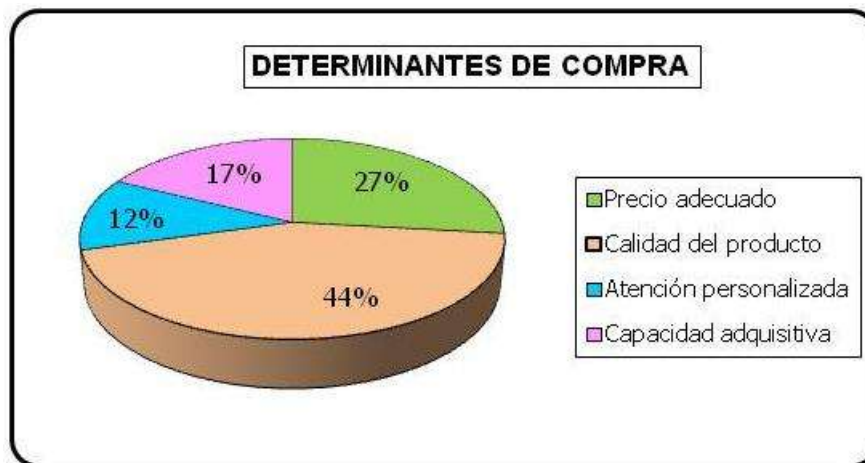
Cuadro N° 5
Determinantes de Compra

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio adecuado	102	26,77
Calidad del producto	167	43,83
Atención personalizada	45	11,81
Capacidad adquisitiva	67	17,59
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011

Elaboración: La Autora

Gráfico N°4



d) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al momento de efectuar una compra existen factores importantes que determinan tomar esta decisión. Los resultados indican que de manera sobresaliente la mayoría de personas a las cuales se les aplicó las encuestas consideran la calidad de las cobijas como condición requerida, puesto que ello garantizará la durabilidad del producto a través del

tiempo. Seguidamente, el precio es otro factor importante el mismo que debe ser adecuado y que justifique la calidad; la capacidad adquisitiva está en función de los ingresos y recursos económicos con los que cuentan los consumidores que básicamente está relacionado con la ocupación que desempeñan y las condiciones laborales. Mientras que la cultura de compra de los consumidores en nuestro medio no consideran a la atención de calidad como un determinante importante, por lo que muchos puntos de venta no se enfocan en fortalecer la atención personalizada como un a estrategia de venta.

¿Indique cuáles son los beneficios que usted busca en las cobijas?

Cuadro N° 6

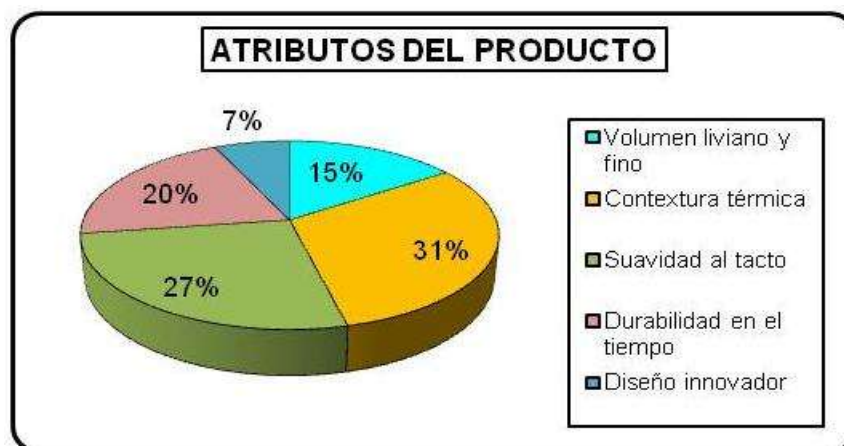
Atributos Buscados en el Producto

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Volumen liviano y fino	59	15,49
Contextura térmica	117	30,71
Suavidad al tacto	101	26,51
Durabilidad en el tiempo	78	20,47
Diseño innovador	26	6,82
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011.

Elaboración: La Autora

Gráfico N°5



e) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Tomando en cuenta las condiciones climáticas que se manifiestan en la ciudad de Ibarra, las personas buscan como atributo principal de las cobijas la contextura térmica, que al contacto con el cuerpo emanan ondas de calor requeridas para la protección de dañinas corrientes de frío y conserva la temperatura corporal adecuada. Los consumidores prefieren cobijas que satisfagan sus gustos y requerimientos, relevantemente los resultados señalan que el producto debe ser suave y delicado al tacto acompañado de que sean también de peso ligero y finas para que brinden el confort deseado; por otro lado el 20% indica que buscan en las cobijas resistencia para que perdure en el tiempo y minoritariamente consideran los diseños innovadores como un atributo de mayor peso.

¿En qué lugares efectúa la adquisición de cobijas?

Cuadro N° 7
Lugares de Compra

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fábricas	130	34,12
Almacenes	136	35,70
Mercado	67	17,59
Ferías	30	7,87
Otros	18	4,72
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011.

Elaboración: La Autora

Gráfico N°6



f) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría de consumidores encuestados indican que compran las cobijas en almacenes, siendo este un lugar que cubre las expectativas de los clientes en cuanto a la correcta presentación de los productos, la organización del personal, la debida atención lo cual es un atractivo para el comprador; es necesario indicar que de forma significativa los encuestados se dirigen a las fábricas de otras localidades para realizar sus compras argumentando que allí consiguen variedad de precios accesibles y calidad evitando demás costos y la manipulación de las cobijas, el gráfico evidencia también que realizan la compra de cobijas en los mercados manifestando que en nuestro medio es allí donde pueden adquirir el producto debido a la cercanía, a los oferentes y a la ubicación. Mientras que un reducido porcentaje de consumidores expresa que acuden a ferias y bajo otras modalidades.

¿Qué cantidad estaría dispuesto a pagar por una cobija de alpaca?

Cuadro N°8

Precio de la Cobija de Alpaca

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De \$15 a \$20	84	22,05
De \$21 a \$25	134	35,17
De \$26 a \$30	126	33,07
De \$35 a \$40	27	7,09
Más de \$40	10	2,62
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011.

Elaboración: La Autora

Gráfico N°7



g) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las personas a las cuales se les aplicó la encuesta mencionaron que la cobija de alpaca es un producto novedoso en nuestro medio, que utiliza materia prima de origen natural, lo cual permite crear diseños de calidad con características diferenciadas; por estas razones están la mayor parte de acuerdo en pagar de entre 21 a 25 dólares, pero esto varía de un comprador y otro depende del nivel económico y las necesidades de los mismos. Para el 33% de los consumidores que atribuyen a la calidad del producto como justificativo del precio pagarían de 26 a 30 dólares y el

22% señala que las actuales condiciones económicas no permiten precios elevados por lo que estarán dispuestos a pagar de 15 a 20 dólares y sólo el 3% acepta un precio de más de 40 dólares.

¿Está de acuerdo en que se cree en la ciudad de Ibarra una microempresa productora y comercializadora de cobija de alpaca en la ciudad de Ibarra?

Cuadro N°9

Creación de la Microempresa productora y comercializadora de cobijas de Alpaca en Ibarra.

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	381	100,00
No	0	
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011

Elaboración: La Autora

Gráfico N°8



h) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Es alentador conocer que la totalidad de personas consideradas para el presente estudio expresaron que es muy positivo que se incorpore en la ciudad de Ibarra una fábrica productora y comercializadora de cobijas,

porque se ofertaría permanentemente el producto que satisfaga la demanda existente en nuestra localidad; además es necesario que se aproveche materias primas innovadoras como la alpaca proporcionando un producto mejorado con valor agregado, es importante también por la vinculación de mano de obra y la generación de empleo, es decir consideran que contribuye al desarrollo textil de ciudad.

Datos Técnicos.

a) Sexo

Cuadro N°10

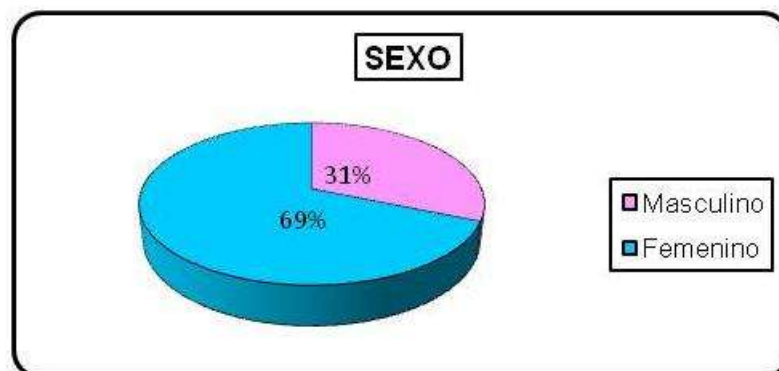
Sexo de los Encuestados

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	118	30,97
Femenino	263	69,03
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011.

Elaboración: La Autora

Gráfico N°9



i) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Es importante la dinámica de crecimiento de la población femenina en nuestro país según datos de INEC, esta tendencia también se mantiene en la zona urbana de la ciudad de Ibarra considerada para el estudio, la

misma que está conformada mayoritariamente por mujeres, es así que del total de encuestados el 69% fueron mujeres quienes son jefes de familia y tienen la bajo su responsabilidad conocer y satisfacer los requerimientos en cuanto a productos para el hogar, en tanto que el 31% de encuestados fueron hombres quienes también efectúan la adquisición de cobijas ya que este producto no hace distinciones de esta índole.

b) Ocupación

Cuadro N°11

Ocupación de los Encuestados

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado público	99	25,98
Empleado privado	111	29,13
Ama de casa	163	42,78
Estudiante	8	2,10
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011.

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 10



j) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Cabe mencionar que en la zona urbana del presente estudio la mayoría de personas trabajan en relación de dependencia o son propietarios de negocios en algunos casos, bajo lo cual perciben un ingreso mensual casi

seguro; mientras que el 26% desempeña algún cargo en diferentes instituciones del sector público, también significativamente con el 29% son señoras amas de casa que fueron encuestadas y que adquieren cobijas para sus familias siempre preocupadas por el bienestar del hogar y solo el 2% fueron estudiantes.

c) Edad

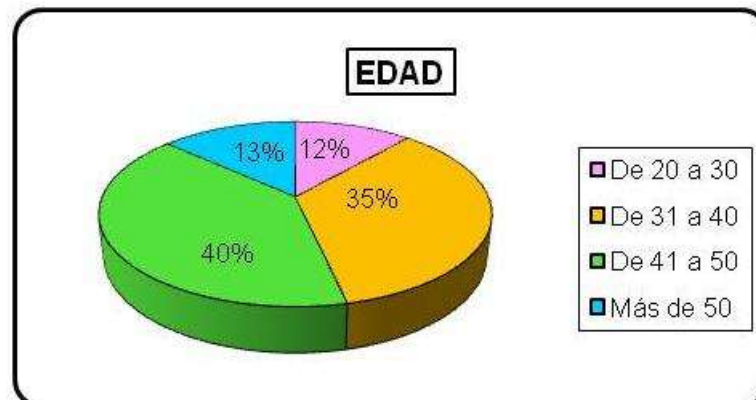
Cuadro N°12
Edad de los Encuestados

AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 20 a 30	44	11,55
De 31 a 40	133	34,91
De 41 a 50	153	40,16
Más de 50	51	13,39
TOTAL	381	100,00

Fuente: Encuesta aplicada a los consumidores. Febrero, 2011.

Elaboración: La Autora

Gráfico N°11



k) ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo al gráfico se puede observar que predomina las personas de entre 41 y 50 años de edad son quienes adquieren las cobijas con más frecuencia porque se encuentran en plena capacidad productiva, generan

sus ingresos y asumen responsabilidades económico – familiar. Seguidamente se encuentran aquellas personas de 31 a 40 años como principales consumidores de este producto en la ciudad de Ibarra mientras que con 12 % se encuentran las personas encuestadas mayores de 50 años y minoritariamente consumidores de entre 20 y 30 años.

1.9.10. RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN EFECTUADA

Observé el proceso de elaboración del tejido a través de telares mecánicos, acudiendo hacia fuentes de información primaria que son expertos en el área textil, pude obtener información y datos específicos y técnicos sobre el proceso de elaboración de las cobijas, tiempos, maquinaria, insumos requeridos, precios y costos; que se aplican en el capítulo IV Estudio Técnico.

Por otro lado, también se empleó la observación en la Asociación Galo Plaza Lasso de Zuleta – Ibarra donde pude evidenciar y conocer detalles del proceso productivo de las alpacas. Aquí llevan a cabo el proyecto de crianza de alpacas, con la participación de varias comunidades como una alternativa de conservación ambiental productiva.

Estos animales requieren de control y también de cuidado para esto se dispone de: cercas, son de 6 a 12 m² por alpaca además cuentan con un Galpón de 3m² por alpaca con sus respectivos abrevaderos y saleros.

El período de gestación es de 11 meses ,las hembras paren en entre los meses de diciembre y marzo. Para la esquila las alpacas son seleccionadas de acuerdo al color, raza y edad. Hacen un corte de la fibra a 2 cm de la piel desde el pecho hacia la espalda finalmente esta fibra pasa a ser clasificada según su finura que se mide en micras mediante el tacto y se mide también su longitud.

1.10. DETERMINACIÓN DE: ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y Amenazas.

ALIADOS	OPONENTES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adecuadas formas de producción. 2. Eficaz manejo financiero y contable. 3. Inyección de capital. 4. Sistema de comercialización directo productor-consumidor con enfoque en el cliente. 5. Nivel de educación del personal y desarrollo del mismo basado en el mejoramiento continuo. 6. Mercado potencial 7. Infraestructura vial y servicios básicos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limitada oferta de materia prima en la ciudad. 2. Recursos económicos insuficientes. 3. Falta de programas de capacitación. 4. Débil estructura organizacional. 5. Poca experiencia en el personal. 6. Escasa investigación. 7. Deficiente gestión tecnológica. 8. No existe Asociatividad ni alianzas estratégicas.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Afluencia de consumidores. 2. Demanda insatisfecha. 3. Innovación tecnológica. 4. Escasa oferta de cobijas en la ciudad. 5. Comercio electrónico. 6. Recursos de apoyo a nuevos emprendimientos. 7. Expansión de mercado. 8. Financiamiento crediticio 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad jurídica. 2. Fenómenos económicos y sociales. 3. Poca intervención del sector privado en política económica. 4. Fuerte competencia en ciudades aledañas. 5. Mercados competitivos.

1.11. CRUCES ESTRATÉGICOS

	OPORTUNIDADES	RIESGOS
Externo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Afluencia de consumidores. 2. Demanda insatisfecha. 3. Innovación tecnológica 4. Escasa oferta de cobijas en la ciudad. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inestabilidad jurídica. 2. Fenómenos económicos y sociales. 3. Poca intervención del sector privado en política económica. 4. Fuerte competencia en ciudades aledañas.
Externo	<ol style="list-style-type: none"> 5. Comercio electrónico. 6. Recursos de apoyo a nuevos emprendimientos. 7. Expansión de mercado 8. Financiamiento crediticio 	<ol style="list-style-type: none"> 5. Mercados competitivos.
ALIADOS	A-O	A-R
<ol style="list-style-type: none"> 1. Adecuadas formas de producción. 2. Eficaz manejo financiero y contable. 3. Inyección de capital. 4. Sistema de comercialización directo productor-consumidor con enfoque en el cliente. 5. Nivel de educación del personal y desarrollo del mismo basado en el mejoramiento continuo. 6. Mercado potencial 7. Infraestructura vial y servicios básicos. 	<p>A1-O2: Implantar un adecuado sistema de control de calidad en los procesos productivos para satisfacer las expectativas de la demanda.</p> <p>A2-O6: Optimizar la administración financiera aprovechando planes de financiamiento que constan como recursos de apoyo a nuevos emprendimientos.</p> <p>A3-O3: Realizar estudios de apalancamiento de capital destinado a la inversión en maquinaria y equipos con tecnología de punta para mejorar la productividad.</p> <p>A3-O8: Acceder a líneas crédito para fortalecer el capital a través de financiamiento.</p> <p>A4-O1: Efectuar estrategias de venta, promociones, descuentos mediante la comercialización directa de productor a consumidor, aprovechando la afluencia de consumidores.</p> <p>A1-O7: Buscar nuevos nichos de mercados a nivel nacional e internacional para colocar la producción de calidad.</p> <p>A5-O5: Optimizar las capacidades del personal haciendo uso de la tecnología informática para gestionar ventas y compras.</p>	<p>A1-R5: Fomentar la innovación incorporando nuevos procesos productivos a través de investigación, equipamiento y competencias idóneas para ser más competitivos en el mercado.</p> <p>A3-R4: Realizar inyecciones de capital para explotar e incrementar la producción textil en nuestro medio satisfaciendo la demanda existente en nuestra ciudad.</p> <p>A5-R2: Realizar inversión en desarrollo del personal para mejorar el desempeño práctico de resolver conflictos y hacer frente a cambios de los factores económicos y sociales.</p> <p>A6-R1: Adoptar mecanismos adecuados para mejorar las relaciones del sector privado y público en el ámbito político y económico</p>

OPONENTES	Op-O	Op-R
<p>1. Limitada oferta de materia prima en la ciudad.</p> <p>2. Recursos económicos insuficientes.</p> <p>3. Falta de programas de capacitación.</p> <p>4. Débil estructura organizacional.</p> <p>5. Poca experiencia en el personal.</p> <p>6. Escasa investigación.</p> <p>7. Deficiente gestión tecnológica.</p> <p>8. No existe Asociatividad ni alianzas estratégicas.</p>	<p>Op4-O7: Mejorar y definir claramente la cultura organizacional para expandir el mercado.</p> <p>Op2-O4: Realizar acuerdos y negociaciones con proveedores y la banca a fin de fortalecer el capital para incrementar la producción y ofertarla en el mercado.</p> <p>Op6-O2: Fomentar la investigación de nuevos procesos y métodos de producción para satisfacer la demanda existente con eficiencia y calidad.</p> <p>Op7-O3: Coordinar con instituciones privadas y públicas para localizar, financiar e incorporar tecnología innovadora.</p> <p>Op3-O6: Realizar convenios sobre planes de capacitación y asesoría con entidades encargadas de incentivar las actividades productivas.</p>	<p>Op8-A5: Establecer alianzas estratégicas con la competencia para fortalecer vínculos comerciales.</p> <p>Op2-O4: Gestionar fondos con organismos de apoyo para consolidar iniciativas privadas que generan desarrollo económico.</p> <p>Op4-A6: Delinear claramente los objetivos y metas microempresariales adoptando técnicas de knowhow y conocer cómo lograrlos a través de capacitación para hacer frente a la competitividad.</p> <p>Op6-A2: Realizar estudios para conocer los cambios del entorno económico - social de manera que permita tomar decisiones en pos de minimizar el impacto en la microempresa.</p>

1.12. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

Una vez concluido el Diagnóstico Situacional es posible identificar que: la ciudad de Ibarra tiene la característica relevante de contar con actividades de comercio potencial, estas pequeñas empresas emplean adecuadas formas de producción y comercialización que se refleja en la calidad del producto y en la fidelización del cliente.

Sin embargo, requieren de inyección de capital toda vez que los recursos económicos son insuficientes y el capital de trabajo debe ser fortalecido en miras de conseguir desarrollo y expansión de mercado, además se identificó que en nuestro medio hay limitada oferta de materia prima, de igual forma existen escasos programas de capacitación y asistencia técnica por parte de entidades de apoyo; por otra parte la deficiente gestión tecnológica, la falta de investigación que juntamente con una

cultura organizacional poco definida interfieren en la productividad de las microempresas.

A fin de hacer frente y mitigar efectos de los factores antes mencionados, es necesario introducir una microempresa de fabricación y comercialización de cobijas de alpaca; como una propuesta que incorpore eficientes procesos de gestión, administración de recursos, con inversión en capacitación y desarrollo. Para ofertar un producto innovador y de alta calidad, de tal forma que permita aprovechar las oportunidades existentes en el mercado y a la vez generar otros empleos adicionales, contribuyendo así al progreso de la zona de influencia.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. MICROEMPRESA

2.1.1. DEFINICIÓN

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2011) señala: *“La Microempresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría” (Art. 53).*

Microempresas e incubadoras [http: arveylozano.blogspot.com](http://arveylozano.blogspot.com) (2011) afirma: *“La microempresa es una empresa de tamaño pequeño de tipo mercantil, industrial o de servicios, cuenta con un número reducido de empleados y una facturación acotada. Se trata de compañías que no tienen incidencia significativa en el mercado, pero en ellas predomina la mano de obra; por lo que son de gran importancia en la vida económica de un país, en especial para los sectores más vulnerables desde el punto de vista económico”.*

Es primordial definir concisamente el concepto de microempresa, lo cual se fundamenta en citas diferentes, así Microempresas e incubadoras [http: arveylozano.blogspot.com](http://arveylozano.blogspot.com) enfatiza y coincide con el Código Orgánico de la Producción , Comercio e Inversiones en que la microempresa es una empresa de tamaño pequeño de tipo mercantil, industrial o de servicios, cuenta con un número reducido de empleados y una facturación acotada;

de organización formal o informal que combina factores de la producción para producir bienes y servicios para satisfacer necesidades de la sociedad.

2.1.2. BASE LEGAL

La microempresa opera bajo la regulación del marco legal que se encuentra vigente en el país dentro de la jurisdicción de: Ley de Compañías, Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, Código de Comercio, Ley orgánica de Régimen Tributario Interno y demás leyes conexas que reglamentan la operatividad funcional de las microempresas en el Ecuador.

2.1.3. FUNCIONES DE LA MICROEMPRESA

Según Idalberto Chiavenato Pág. 64, las funciones básicas de la microempresa son:

Funciones técnicas: relacionadas con la producción de bienes y servicios.

Funciones comerciales: relacionadas con la compra, venta e intercambio.

Funciones financieras: relacionadas con la búsqueda y la administración de capitales.

Funciones de seguridad: relacionadas principalmente con la protección y preservación de los bienes y de las personas.

Funciones contables: relacionadas con los inventarios, registros, balances, costos y estadísticas.

Funciones administrativas: Que tienen que ver con la integración de la cúpula de las otras cinco funciones. Las funciones administrativas coordinan y sincronizan las demás funciones de la empresa y se ubican siempre por encima de ellas.

2.1.4. TIPOS DE MICROEMPRESAS

Cantos Enriqueta en Pág. 28, clasifica a las microempresas en:

2.1.4.1 PRODUCCIÓN:

Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados. Las microempresas de producción son las más importantes ya que son las que generan empleo productivo.

2.1.4.2 COMERCIO:

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

2.1.4.3 SERVICIOS:

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

2.1.5. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Monteros Edgar en Pág. 20, determina lo siguiente:

2.1.5.1 VISIÓN

La microempresa tendrá la permanente búsqueda de elementos adicionales para satisfacer al cliente con calidad, con eficiencia, pero también logrando rentabilidad y posicionamiento en los mercados activos de la sociedad. Realizará una verdadera revolución social y productiva encaminada a la satisfacción real de las necesidades de su entorno.

2.1.5.2 MISIÓN

La microempresa tiene como misión producir, comercializar o intermediar bienes y servicios para la satisfacción de necesidades de la colectividad, con calidad y eficiencia y con accesibilidad a todos los sectores sociales, en la pretensión de convertirse en el eje de desarrollo económico del país.

2.1.5.3 OBJETIVOS

Los objetivos son enunciados generales de una situación determinada que la microempresa espera alcanzar en forma de meta en el marco de su finalidad y mediante el cumplimiento de sus funciones.

2.1.5.4 ADMINISTRACIÓN

Es necesario definir a la administración acogiendo conceptualizaciones de los siguientes autores:

CHIAVENATO, Idalberto (2006) manifiesta: *“La administración es el conjunto de procesos interrelacionados y unificados, define el acto de administrar como: prever, organizar, dirigir, coordinar y controlar” (Pàg.64).*

BATEMAN, Snell (2006) señala: *“La administración es el proceso de trabajar con las personas y con los recursos para alcanzar las metas de la organización” (Pág. 14).*

CHIAVENATO, Idalberto determina que la administración es el conjunto de procesos relacionados, BATEMAN, Snell concuerda diciendo que la administración es un proceso, pero al mismo tiempo enfatiza que el trabajo adecuado de las personas, con el uso eficiente de los recursos conduce al logro de las metas de la organización.

2.1.5.5 PRINCIPIOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

Chiavenato Idalberto en Pág. 66, señala los siguientes principios generales de Administración:

- a) **División de trabajo:** que consiste en la especialización de las tareas y de las personas para aumentar la eficiencia.

- b) **Autoridad y responsabilidad:** autoridad es el derecho a dar órdenes y el poder de esperar obediencia. La responsabilidad es una consecuencia natural de la autoridad e implica el deber de dar cuentas, ambas deben equilibrarse entre sí.

- c) **Disciplina:** depende de la obediencia, aplicación de energía, comportamiento y respeto a los acuerdos hechos.

- d) **Unidad de mando:** cada empleado debe obedecer las órdenes de un solo superior. Es el principio de la autoridad única.

- e) **Unidad de dirección:** una cabeza y un plan para cada conjunto de actividades que tengan el mismo objetivo.

- f) **Subordinación de los intereses individuales a los generales.** Los intereses generales de la empresa deben sobreponerse a los particulares.

- g) **Remuneración del personal:** debe haber una justa y garantizada satisfacción de los empleados y de la organización en términos de retribución.

- h) **Centralización:** se refiere a la concentración de la autoridad en la cúpula jerárquica de la organización.

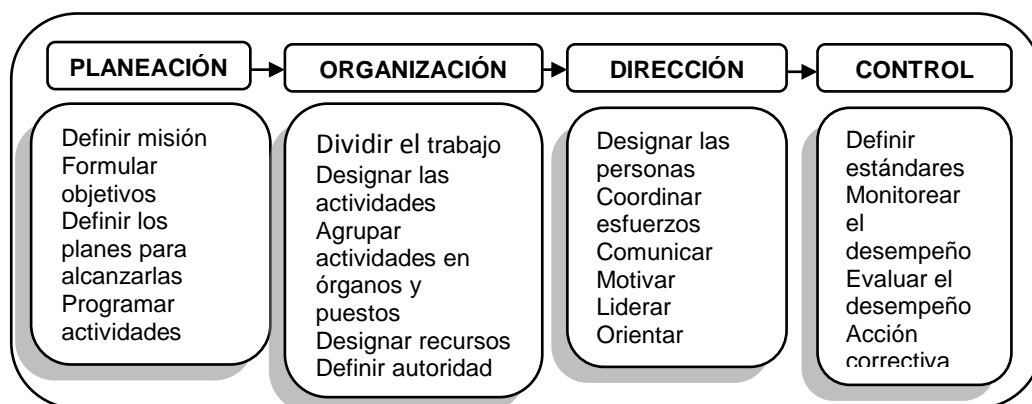
- i) **Jerarquía:** es la línea de autoridad que va del escalón más alto al más bajo, en función del principio de mando.
- j) **Orden:** Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar. Es el orden material y humano.
- k) **Equidad:** amabilidad y justicia para alcanzar la lealtad del personal.
- l) **Iniciativa:** la capacidad de visualizar un plan y asegurar personalmente su éxito.
- m) **Unión del personal:** la armonía y la unión entre las personas son grandes fuerzas para la organización.

2.1.5.6 PROCESO DE LA ADMINISTRACIÓN

El proceso de Administración según Idalberto Chiavenato Pág. 137-147, es el siguiente:

Gráfico N° 12

Proceso de la Administración



FUENTE: Chiavenato Idalberto, Introducción a Teoría General de Administración.

a) PLANEACIÓN:

Entre las actividades de planeación se encuentran el análisis de situaciones actuales, la anticipación del futuro, la determinación de objetivos, decisión de los tipos de actividades en las que la compañía participará, la elección de estrategias corporativas y de negocios y la determinación de recursos necesarios para alcanzar las metas de la organización. La planeación puede ser: Estratégica, Táctica y operacional.

b) ORGANIZACIÓN:

Consiste en ensamblar y coordinar los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, para lograr metas. Entre las actividades que implican se puede señalar: Distribuir recursos y crear condiciones para que las personas y las cosas funcionen juntas para alcanzar el mismo éxito. Los principios básicos de la organización formal son: división de trabajo, especialización y jerarquía.

c) DIRECCIÓN:

Se trata de dirigir y motivar a los empleados, de comunicarse con ellos, en forma individual o en grupos, contribuye a orientarlos e inspirarlos hacia el logro de las metas del equipo. La dirección se puede presentar en tres niveles distintos como son dirección global, departamental y operacional.

d) CONTROL

Es un sistema diseñado para apoyar a los administradores en la evaluación del avance de la organización, respecto de su estrategia y para corregir desviaciones cuando éstas se presentan. Entonces se puede decir que la esencia del control, es guiar la actividad ejercida hacia un fin determinado.

2.1.5.7 LA ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL

Se concibe a la organización como una estructura, consiste en un conjunto de posiciones funcionales y jerárquicas orientadas a lograr el objetivo económico de producir bienes o servicios. A cuya prescripción deben atenerse todos sus miembros.

2.1.5.8 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional se da como una cadena de mando, es decir una línea de autoridad que interrelaciona las posiciones de la organización y define quién se subordina a quién. Cada organización tiene una estructura organizacional en función de sus objetivos, de su tamaño, de la coyuntura que atraviesa y de la naturaleza de los productos que fabrica o de los servicios que presta.

2.1.5.9 TIPOS DE ORGANIZACIÓN

Chiavenato Idalberto en Pág. 154-160, establece los siguientes tipos de organización:

a) ORGANIZACIÓN LINEAL

Constituye la forma estructural más simple y antigua, tiene entre superior y subordinado, líneas directas y únicas de autoridad y responsabilidad; por ello presenta una forma primordial. Cada gerente recibe y transmite todo lo que pasa en su área de competencia, pues las líneas de comunicación son rígidas. Es una forma de organización típica de las empresas pequeñas o en etapas iniciales.

b) ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

La organización funcional es el tipo de estructura que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones. Este principio separa, distingue y especializa.

c) ORGANIZACIÓN DE LÍNEA-STAFF

La organización de línea staff es el resultado de la combinación de los dos tipos de organización lineal y funcional. En ella coexisten órganos de línea o ejecución y de asesoría especializada de apoyo o consultoría que contienen relaciones entre sí.

2.1.5.10 DEPARTAMENTALIZACIÓN

La departamentalización consiste en elegir modalidades para homogeneizar actividades, al agrupar los componentes de la organización en departamentos o divisiones.

2.1.6. ASPECTOS FINANCIEROS Y CONTABLES

En www.cobachsonora.edu.mx (Marzo 2011), Aspectos Financieros de la Pequeña y mediana Empresa establece lo siguiente:

2.1.6.1 LAS FINANZAS EN LA MICROEMPRESA

Una de las actividades operativas de mayor importancia es la función de Finanzas, ya que toda organización económica ocupa de dinero para cubrir sus distintas necesidades operativas; por lo que es necesario contar con diversas herramientas financieras para hacer frente a estos requerimientos esenciales.

Las funciones Administrativas de Finanzas se pueden definir como aquellas actividades de planeación, organización, integración y control que se deben desarrollar para la obtención de recursos financieros y su adecuado manejo; logrando así que nuestras empresas tengan finanzas sanas, con el propósito de alcanzar una expansión sistematizada y mantenerse en el mercado a largo plazo.

2.1.6.2 ACTIVIDADES FINANCIERAS

El administrador financiero tiene que operar dentro del marco legal y económico que prevalecen en el medio, es por eso que deben desarrollar las siguientes actividades:

- a)** Cubrir las necesidades de efectivo e inversiones de cada departamento.
- b)** Mantener los niveles de liquidez y solvencia adecuados.
- c)** Elaborar los diferentes presupuestos que ocupa la empresa.
- d)** Buscar las mejores inversiones de recursos en sus Activos.
- e)** Implementar el uso de las mejores fuentes de financiamiento.
- f)** Analizar los distintos documentos contables para la toma de decisiones.
- g)** Administrar el crédito y la cobranza.

2.1.6.3 HERRAMIENTAS FINANCIERAS

a) SISTEMA CONTABLE

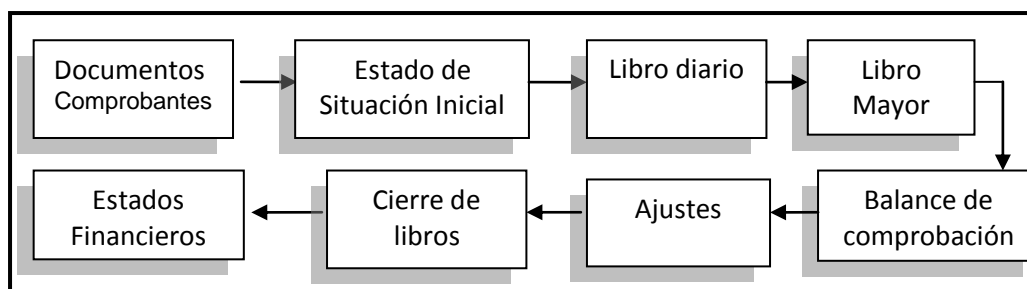
Es el conjunto de formas o normas creado para el registro y procesamiento de las operaciones financieras de una empresa, negocio o institución a través libros, documentos o módulos automatizados.

El objetivo fundamental de un sistema de contabilidad es información útil. El objetivo de un sistema de control interno, es mantener a la empresa operando de acuerdo con los planes o políticas de la gerencia. El sistema de contabilidad depende de los procedimientos del control interno para asegurar la confiabilidad de los datos contables.

b) PROCESO CONTABLE

Bravo Mercedes en Pág. 25-26, determina el siguiente proceso contable:

Gráfico N° 13
Proceso Contable



FUENTE: Bravo Mercedes, Contabilidad General

c) CLASIFICACIÓN DE LAS CUENTAS

Según Bravo Mercedes, Pág. 197-198 se efectúa la siguiente clasificación:

❖ ACTIVO

Son todos los valores, bienes y derechos de propiedad de la empresa. Las cuentas de activo se divide en:

Activo circulante: Son todos aquellos bienes, propiedades y derechos de la empresa que están en constante movimiento y rotación, tienen la característica de convertirse fácilmente en efectivo.

Activos fijos: Son todos aquellos bienes y propiedades de una empresa que se adquieren para usarse en el desempeño diario de las actividades de la empresa y son de carácter permanente.

Activos diferidos: Son todos aquellos bienes y propiedades de la empresa que se pagan por adelantado y se agotan a medida que transcurre el tiempo, se van considerando como gastos.

❖ PASIVO

Todas las obligaciones o deudas de la empresa con terceras personas o los derechos de terceras personas sobre la propiedad o activo de la empresa. Las cuentas de Pasivo se divide en:

A corto plazo: Son todas aquellas deudas y obligaciones que tiene la empresa, con vencimiento menor de un año a partir de la fecha del balance, llamado también pasivo circulante o flotante.

A largo plazo: Se consideran todas las deudas y obligaciones con vencimiento mayor a un año a partir de la fecha del balance, llamado también pasivo fijo o consolidado.

Pasivo o créditos diferidos: Este grupo lo forman todos los cobros que la empresa realiza por adelantado y se agotarán a medida que transcurra el tiempo.

❖ PATRIMONIO

Es el derecho del propietario sobre el Activo de la empresa, el capital también se puede obtener por la diferencia aritmética entre el activo y el pasivo. Las cuentas de Patrimonio se divide en:

Capital social: Son las aportaciones de los socios o dueños a la empresa.

Utilidad o pérdida: Las que arroja un ejercicio fiscal.

❖ INGRESOS

Las ganancias son el fruto de la actividad económica de la empresa. Se denominan también Rentas y procura el desarrollo de la empresa, incrementan el patrimonio y permiten que se cumpla el objetivo de inversión. Los ingresos se clasifican en: Ingresos operacionales incluyen todos los ingresos obtenidos por la venta de un producto o servicio y los

no operacionales son aquellos que no se relacionan en forma directa con las principales actividades del negocio.

❖ **COSTOS**

El costo constituye una inversión, es recuperable y lo más importante trae consigo ganancia, es un concepto que tiene vigencia en las empresas industriales. Esta cuenta se divide en: Costo de Materia Prima, Costo de Mano de Obra y Costos Indirectos de Fabricación.

❖ **GASTOS**

Constituyen los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa y no son recuperables. Los gastos se clasifican en: gastos operacionales son aquellos en los que incurre la empresa para cumplir con la actividad principal y los gastos no operacionales son egresos que no se relacionan en forma directa con la actividad de la empresa.

d) CONTABILIDAD DE COSTOS

❖ **DEFINICIÓN**

GOMEZ, Oscar (2008) señala: *“La contabilidad de costos de producción puede definirse como todo sistema o procedimiento contable que tiene por objeto conocer, en la forma más exacta posible, lo que cuesta producir un artículo cualquiera”* (Pág. 2).

BRAVO, Mercedes (2007) señala: *“La Contabilidad de Costo es una rama de la Contabilidad General, permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de los costos utilizados en la empresa; por lo tanto, determina el costo de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que intervienen para la elaboración de un producto o la prestación de un servicio”* (Pág. 1).

Para el autor GOMEZ, Oscar la contabilidad de costos es un sistema contable que tiene por objeto conocer lo que cuesta producir un artículo; por otra parte BRAVO, Mercedes contribuye diciendo que es una rama de la Contabilidad General, que determina el costo de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación de un producto o servicio.

e) ELEMENTOS DEL COSTO

Según Mercedes Bravo, Pág. 19 y Polimeni Ralphs Pág. 12-13. Los elementos que forman parte del costo de un producto son:

Los elementos de costo de un producto o sus componentes son: los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación, esta clasificación suministra la información necesaria para la medición del ingreso y la fijación del precio del producto.

❖ MATERIALES

Son los principales recursos que se usan en la producción; estos se transforman en bienes terminados. Los materiales pueden ser: directos son todos aquellos que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto; indirectos son los que están involucrados en la elaboración de un producto, pero tienen una relevancia relativa frente a los directos.

❖ MANO DE OBRA

Es el esfuerzo físico o mental empleados para la elaboración de un producto. La mano de obra puede ser: directa que está involucrada en la fabricación de un producto determinado con gran incidencia; e indirecto que no tiene un costo significativo en el momento de la producción y no se relaciona directamente en la elaboración.

❖ **COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto terminado no son fácilmente identificables de forma directa con el mismo.

f) TIPO DE COSTO

Bravo Mercedes en Pág. 15, determina la siguiente clasificación:

❖ **POR LA PRODUCCIÓN.**

Están íntimamente relacionados con los elementos del costo de un producto y con los principales objetivos de la planeación y el control. Estos son: **Costos primos** formados por todos los materiales directos y la mano de obra directa de la producción y los **Costos de conversión** que son los relacionados con la transformación de los materiales directos en productos terminados, o sea la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

❖ **POR EL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN.**

Los costos varían de acuerdo con los cambios en el volumen de producción, estos se clasifican en: **Costos variables** son aquellos en los que el costo variable total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, en tanto que el costo unitario permanece constante, **Costos fijos** son aquellos en los que el costo fijo total permanece constante mientras que el costo fijo unitario varía con la producción y los **Costos mixtos** tienen la característica de ser fijos y variables, existen dos tipos: **Semivariantes** y **Escalonados**.

❖ **POR LA NATURALEZA DE LAS OPERACIONES.**

Los costos según las operaciones pueden ser: Por **órdenes de producción** son utilizadas por las empresas de producción interrumpida

y diversa, que elaboran sus productos mediante pedidos de clientes y **costos por procesos que** Son aquellas utilizadas por las empresas de producción masiva y continua de artículos similares u homogéneos. **Costos Directos** son aquellos que se identifican o cuantifican en forma directa con el producto terminado. **Costos Indirectos** son aquellos que no se pueden identificar o cuantificar fácilmente con el producto terminado.

g) PRECIO DE VENTA EN BASE A COSTOS

En base a lo establecido en www.cobachsonora.edu.mx (Marzo 2011), Aspectos Financieros de la Pequeña y mediana Empresa, sobre el precio de venta en función del costo se cita lo siguiente:

En relación a los aspectos financieros, el factor a considerar son los costos, considerando los costos totales más la utilidad que se pretenda obtener, podemos determinar el precio de venta final de los productos. En empresas comerciales, que se dediquen a la reventa, el costo más importante es el costo de adquisición.

❖ FÓRMULA PARA DETERMINAR EL PRECIO DE VENTA.

Materia prima
+ Mano de obra
= Costo primo
+ Gastos indirectos de fabricación
= Costo de fabricación
+ Costo (Gasto) de venta
+ Costo (Gasto) de Administración
+ Costo (Gasto) Financieros
= Costo total de Fabricación
+ Margen de utilidad
= PRECIO DE VENTA FINAL

2.2. PRODUCCIÓN

2.2.1. MATERIAS PRIMAS

Durante 4000 o 5000 años las fibras se han utilizado para fabricar telas. Las fibras que se emplearon en primer lugar en la historia del textil fueron las que la propia naturaleza ofrecía de plantas y animales hasta 1885 cuando se produjo en forma comercial la primera fibra artificial. Las más empleadas en los procesos textiles fueron: lana, lino, algodón y seda; pero no todas son aprovechables para convertirlos en tejidos. En el sector textil se emplean materias primas de diversas índoles entre las cuales se encuentran las fibras y es relevante definir lo que es:

HOLLEN, Norma (2002) en su libro *Introducción a los textiles* manifiesta que una fibra es: “un filamento plegable parecido a un cabello, cuyo diámetro es muy pequeño en relación a su longitud” (Pág. 14).

www.edym.com (2011) señala: “Fibra es cada uno de los filamentos que, dispuestos en haces, entran en la composición de los hilos y tejidos, ya sean minerales, artificiales, vegetales o animales. Fibra textil es la unidad de materia de todo textil”.

Gráfico N° 14

Fibra Natural de Origen Animal



FUENTE: www.edym.com Fuente: www.alpaca-export.com

Los autores hacen referencia a la importancia que tienen las fibras en la materia textil, puesto que son las unidades fundamentales que se utilizan en la fabricación de hilos textiles y telas. Estas fibras contribuyen a la funcionalidad, a la resistencia, al tacto, textura y aspecto de las telas.

2.2.1.1 FIBRAS NATURALES

Hollen Norma Pág. 14, señala que: las fibras naturales son todas aquellas fibras que, como tales se encuentran en estado natural y que no exigen más que una ligera adecuación para ser hiladas y utilizadas como materia textil. Estas pueden ser de origen vegetal o animal.

2.2.1.2 FIBRAS ESPECIALES DE PELO ANIMAL

De acuerdo a lo que establece Hollen Norma Pág. 38, la mayoría de las lanas especiales se obtienen de las familias de las cabras y camellos. Las lanas especiales son de dos tipos: el pelo largo y grueso del exterior y el vellón suave - fino interno. Las fibras gruesas se utilizan para revestimientos y las fibras muy finas se emplean en telas de lujo.

2.2.1.3 ALPACA

La alpaca (*Lama pacos*) proviene de la domesticación de la vicuña, y habita en la zona alto andina. La alpaca es un animal de fina estampa, armoniosa en su caminar, de cuerpo esbelto cubierto de fibra que en su conjunto se denomina vellón. Presenta almohadillas plantares, característica que le otorga la condición de animal ecológico al no dañar el pasto, ni provocar erosión. Según www.naturalsfibras2009.org.

Hilo de Alpaca



2.2.1.4 PROPIEDADES DE LA FIBRA DE ALPACA

Así es posible mencionar que las fibras de Alpaca son flexibles y suaves al tacto, poco inflamables, de bajo afeilamiento y poco alergénicas. Además, los tejidos de estas fibras son proclives a la confección de vestidos con excelentes pliegues, apariencia, caída y lustrosidad, que en su conjunto confieren la apariencia de ser nuevos no obstante el tiempo que puedan haber sido usados. Según incatex.com (marzo 2011).

2.2.2. DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN DE LOS TEJIDOS.

En la Pág.176 Hollen Norma afirma lo siguiente:

2.2.2.1 HILATURA

La hilatura es un proceso industrial en el que, a base de operaciones algo complejas con fibras textiles, ya sean naturales o artificiales, se crea un nuevo cuerpo textil fino, alargado, resistente y flexible llamado hilo. La hilatura es la manufactura básica de toda la industria textil que dan como resultados hilos diferentes.

2.2.2.2 URDIDO

Las telas tejidas se elaboran con dos o más conjuntos de hilos entrelazados perpendicularmente. Los hilos que corren en dirección longitudinal se llaman hilos de Urdidumbre. Los hilos de Urdidumbre

también se conocen como de pie, estos proporcionan a la tela mayor firmeza y rigidez. Los hilos de Urdidumbre deben resistir las elevadas tensiones del telar, de manera que éstos son más fuertes, de mejor calidad y tienen mayor torsión.

Los hilos de urdido tienen las siguientes características:

- a) El orillo siempre corre a lo largo de la tela.
- b) La mayoría de las telas se estiran menos en relación del urdido.
- c) Los hilos de Urdidumbre son más rectos en la tela debido a que están sujetos a la tensión del telar.

2.2.2.3 TRAMA

Los hilos que van en dirección transversal son los hilos de trama o de relleno. Los hilos de trama se conocen como de pasada. Los hilos de trama pueden ser más decorativos o con alguna función especial, como los hilos crepé de torsión elevada o los hilos para perchado de baja torsión.

2.2.2.4 TEJIDO

Se llama tejido al cuerpo obtenido en forma de lámina mediante el cruzamiento y enlace de dos series de hilos textiles, una longitudinal y otra transversal. Hay tejidos que se han elaborado con un solo hilo, otros están formados por una serie de hilos. El tejido más importante, está compuesto por dos series de hilos, longitudinal y transversal; la serie longitudinal se llama urdimbre y la transversal se llama trama, en la que cada una de sus unidades recibe el nombre de pasada. Los hilos de cada serie son paralelos entre sí.

2.2.2.5 TECNOLOGÍA DE TEJIDOS

Chloe Colchester Pág. 9-19 menciona:

El principio del siglo XXI fue testigo de un período excepcional de innovaciones en los campos de la ciencia, el diseño y el arte de los tejidos que dieron origen a la creación de nueva tecnología textil más compleja y más precisa sobre el perfeccionamiento de aquellas primitivas y clásicas formas de elaboración de tejidos; el resurgir de los valores modernos, de la confianza en la ciencia, la tecnología y la innovación guiada por la producción ha actualizado los materiales que hoy son inteligentes, y responden a estímulos externos calor, luz, presión a los cambios químicos, pueden también acumular energía solar transmitir datos sensoriales; estos materiales son el resultado de la combinación de la electrónica y la información. Y en los últimos años los avances de la nanotecnología es una nueva revolución que implica el rediseño de materiales a escala atómica.

2.2.3. COBIJAS

La cobija o denominada también manta es un tejido, que emplea hilos de lana o algodón, tupida, suave y flexible, de forma rectangular, que sirve para abrigarse en la cama o a la intemperie.

2.2.3.1 ORIGEN

El origen de esta prenda se remota al mismo origen de la utilización que el hombre hizo de las fibras naturales. Siendo poseedor de habilidades para su subsistencia diaria mantenía actividades de crianza de ovinos, principalmente por las retribuciones que les proporcionaba la lana de oveja. En ese origen, la primera herramienta de hilado fueron las manos de las mujeres empleadas en la fabricación de tejidos para la vestimenta diaria de la familia; éstos tejidos fueron empleados como cobertores para sus cuerpos en sus lechos, que les protegían de las corrientes de frío,

además eran utilizados por las mujeres como mantas para transportar a sus hijos pequeños sobres sus hombros, mientras en otros lugares los empleaban como parte de su atuendo diario.

2.2.3.2 CARACTERÍSTICAS

Las características propias de las cobijas están dadas en función del tejido y de las propiedades de los materiales originales con los cuáles es elaborada. Entre las más importantes se encuentran:

- a) Está compuesto por dos series de hilos, longitudinal y transversal.
- b) Son suaves y altamente resistentes a la tracción.
- c) Son un producto que por sus propiedades, son de larga duración.
- d) Con el contacto del cuerpo humano expande ondas que conservan el calor.
- e) Protege el cuerpo de corrientes de frío.

2.3. COMERCIALIZACIÓN

2.3.1. SISTEMA COMERCIAL

***DIEZ DE CASTRO, Enrique (2004)** determina: “El sistema comercial comprende el conjunto de empresas, personas y organizaciones que, actuando como intermediarios entre la oferta y la demanda, se dedican a la distribución de bienes y servicios en un ámbito geográfico determinado” (Pág.311).*

***www.elergonomista.com (2011)** indica: “El sistema comercial es el nexo de unión entre las demandas de los consumidores reflejadas en el mercado y la oferta que realizan las empresas, entre las que se produce una relación de intercambio. Para conocer*

esas necesidades, la empresa dispone de las técnicas y métodos de investigación comercial que me permitirán desarrollar un sistema de información y posteriormente fijar unos objetivos diseñando unas estrategias para alcanzarlas”.

DIEZ DE CASTRO, Enrique señala que el sistema comercial comprende del conjunto de empresas que se dedican la distribución de bienes para satisfacer la demanda en un ámbito determinado, por su parte www.elergonomista.com reitera que el sistema comercial es la unión de la oferta y la demanda reflejadas en el mercado , pero señala que se debe identificar las necesidades del mismo para lo cuál se debe determinar objetivos y aplicar técnicas para alcanzarlos.

2.3.1.1 ADMINISTRACIÓN DE VENTAS

Kotler Philip Pág. 490, define a la administración de la fuerza de ventas como el análisis, la planeación, la ejecución y el control de las actividades de la fuerza de ventas. La administración incluye el diseño de la estrategia, la estructura y el reclutamiento de la fuerza de ventas, así como la selección, capacitación, remuneración, supervisión y evaluación de los vendedores de la empresa.

2.3.1.2 MERCADO

Según Kotler Philip Pág 7, un mercado es un conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Tales compradores comparten una necesidad o un deseo en particular, el cual puede satisfacerse mediante relaciones de intercambio.

a) MERCADO META

Kotler Philip en Pág. 50, define que mercado meta es un conjunto de consumidores que tienen necesidades o características comunes, a quienes la compañía decide atender.

b) POSICIONAMIENTO DE MERCADO

En la Pág. 53 Philip Kotler afirma que: significa hacer que un producto ocupe un lugar claro, distintivo y deseable en la mente de los consumidores meta, en relación con los productos competidores, la empresa debe desarrollar posiciones únicas en el mercado para sus productos con diferencias propias que le den mayores ventajas estratégicas.

2.3.2. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

2.3.2.1 CANAL DE MARKETING

De acuerdo a lo que manifiesta Philip Kotler Pág. 366, es el conjunto de organizaciones interdependientes que participan en el proceso de poner un producto a servicio a disposición del consumidor. Estos suelen involucrar compromisos a largo plazo con otras empresas. Se recurre a éstos intermediarios porque son más eficientes en colocar los productos en el mercado meta a través de sus contactos, experiencia, especialización y escala de operaciones y ofrece a la empresa más de lo que podría lograr. Para nuestro medio, los principales intermediarios son los siguientes:

a) MAYORISTA

Es una empresa comercial que se dedica a comprar en grandes cantidades a los fabricantes de un producto o a otros mayoristas, para revender a detallistas o a clientes industriales.

b) DISTRIBUIDOR

Es un mayorista que se dedica a comercializar cierto tipo de productos que requieren selectividad o exclusividad en la distribución. A veces es sinónimo de mayorista.

c) DETALLISTA

Es un comerciante que se dedica a vender al consumidor final. Los detallistas difieren en cuanto a la cantidad y variedad de la gama de productos que ofrecen y pueden ser: almacenes especializados, supermercados, centros comerciales o tiendas populares.

2.3.2.2 FUNCIONES DEL CANAL DE MARKETING

Los miembros del canal de marketing desempeñan varias funciones importantes para la empresa según Kotler Philip Pág. 368, estas son:

- ❖ Información: reunir y distribuir información de inteligencia e investigación de marketing acerca de los actores y fuerzas del entorno de marketing.
- ❖ Promoción: desarrollar y difundir comunicaciones persuasivas acerca de una oferta.
- ❖ Contacto: encontrar y comunicarse con compradores potenciales.
- ❖ Negociación: llegar a un acuerdo sobre el precio y otros términos de la oferta, para transferir la propiedad o posesión.
- ❖ Distribución física: transportar y almacenar bienes.

2.3.3. PLAN DE MARKETING

KOTLER, Philip (2007) señala: “El programa de marketing hace propicias las relaciones con los clientes al transformar la estrategia de marketing en acciones; consiste en la mezcla de marketing de la empresa, es decir, en el conjunto de herramientas de marketing que la compañía utiliza para realizar sus estrategias de marketing” (Pág.12).

La planeación de marketing implica decidir las estrategias de marketing que la ayudarán a lograr los objetivos inicia con un análisis completo de la empresa, mercado, y entorno. Un programa de marketing eficaz combina todos los elementos de la mezcla de marketing en un programa

coordinado, diseñado para alcanzar los objetivos de marketing de la empresa al entregar valor a los consumidores.

2.3.3.1 PRODUCTO

Kotler Philip menciona en Pág. 237 que: un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos no solo son bienes tangibles incluyen: objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezclas de ellos.

a) ATRIBUTOS DEL PRODUCTO

El desarrollo de un producto o servicio implica definir los beneficios que ofrecerá. Estos beneficios se comunican y entregan a través de atributos del producto como: calidad, características, estilo y diseño. De acuerdo a lo que manifiesta Kotler Philip en Pág. 244.

- ❖ **Calidad:** es una herramienta de posicionamiento del mercado, está vinculada con el valor para el cliente y la satisfacción de este. La calidad del producto tienen dos dimensiones: nivel y consistencia.
- ❖ **Características del producto:** son una herramienta competitiva para diferenciar los productos. Una de las formas más eficaces de competir consiste en ser el primer productor en introducir una nueva característica necesaria y valorada.
- ❖ **Estilo y diseño del producto:** el estilo describe la apariencia de un producto, estos pueden ser atractivos, captar la atención y producir una estética agradable. El diseño contribuye a la utilidad del producto así como a su apariencia.

2.3.3.2 PRECIO

Es la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar para obtener el producto, en otras palabras es el valor monetario que le asignamos a nuestros productos al momento de ofrecerlos a los consumidores. El microempresario debe fijar un precio para su producto que sea atractivo y conveniente tanto para su clientela como para él. No debe pensar sólo en las ganancias, pes si se fija un precio que no es conveniente para los clientes.

a) ESTRATEGIAS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS

Las empresas buscan un conjunto de precios que maximicen las utilidades. Es difícil determinar los precios porque diversos productos tienen demandas y costos relacionados y porque enfrentan distintos grados de competencia. Según Philip Kotler Pág. 336-344, las estrategias son:

- ❖ Fijación de precios en línea de productos: se fija el precio en base en las diferencias de costo entre los productos, las evaluaciones que hacen los clientes de diferentes características y los precios de los consumidores.
- ❖ Fijación de precios de producto opcional: fijación de los precios de productos opcionales o accesorios, junto con un producto principal.
- ❖ Fijación de precios de un producto cautivo: fijar un precio para productos que deben utilizarse junto con un producto principal.
- ❖ Fijación de precios de subproductos: con el fin de hacer más competitivo el precio del producto original.
- ❖ Fijar precios de productos colectivos: mezclar varios productos y ofrecer el conjunto por un precio reducido.

2.3.3.3 PLAZA

Define Kotler Philip en la Pág. 411, la plaza o distribución consiste en la selección de los lugares o puntos de venta en donde se venderán u ofrecerán nuestros productos a los consumidores, así como en determinar la forma en que los productos serán trasladados hacia estos lugares o puntos de venta.

2.3.3.4 PUBLICIDAD

Es cualquier forma pagada de representación y promoción no personales de ideas, bienes o servicios, por un patrocinador identificado. Es una forma de comunicación masiva creada en base al objetivo de marketing. Además es una forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bien o servicio por cierto patrocinador.

a) ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Una estrategia publicitaria de acuerdo a Kotler Philip Pág. 463, consta de elementos principales: crear los mensajes publicitarios, deberá captar la atención y comunicarse bien, el otro elemento es seleccionar los medios de comunicación para seleccionar los medios de comunicación se debe decidir el alcance y la frecuencia para lograr los objetivos, así el alcance es el porcentaje de personas que están expuestas a las campañas publicitarias y la frecuencia es las veces promedio de la publicidad.

2.3.3.5 PROMOCIÓN

La promoción de ventas según Kotler Philip Pág 476-478, consiste en incentivos a corto plazo para fomentar la compra de un producto o servicio, la promoción ofrece razones para compra. La promoción incluye

una gran variedad de herramientas diseñadas para estimular una respuesta de mercado más rápida o más intensa.

a) ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Las principales herramientas de promoción para los consumidores son:

- ❖ Muestras: que son cantidades pequeñas de un producto que se ofrecen a los consumidores para que lo prueben, descuentos.
- ❖ Paquetes de precio global: es el precio reducido que el productor exhibe directamente en la tienda.
- ❖ Bonificaciones: bien que se ofrece gratuitamente a un costo bajo, como incentivo para comprar un producto,
- ❖ Recompensas por ser cliente habitual: es efectivo u otro premio otorgado por el uso regular de los productos de la empresa.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

Se realiza el presente estudio de mercado en la ciudad de Ibarra con el propósito de identificar: la posibilidad de que la nueva microempresa acceda al mercado mediante la determinación de la demanda insatisfecha, el nivel de aceptación del producto objeto del presente proyecto, las características del mercado meta, así como el volumen requerido por la población de estudio en proporción a la oferta existente.

En la investigación se utilizaron métodos de inducción, deducción, análisis y síntesis para realizar el estudio de campo. Asimismo se utilizaron técnicas e instrumentos de investigación como encuestas y entrevistas aplicadas a fuentes de información primaria que son: consumidores y comercializadores de cobijas. Las mismas que se tomaron del capítulo I Diagnóstico Situacional.

Para el procesamiento de la información recopilada se empleó métodos de estadística. Además, se utilizó fuentes de investigación secundaria que consistió en la obtención de datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), AITE, BCE y MPEC.

La demanda de cobijas se identificó tomando como referencia el número de familias del cantón Ibarra según el INEC, segmentadas por clases sociales y que están en capacidad de adquirir el producto. Además se consideró información de las encuestas como: la cantidad en unidades

que adquieren las familias al año, la preferencia en tamaños y especificaciones del producto.

Se determinó la oferta y precios actuales de cobijas tomando información obtenida en las entrevistas, lo que permitió conocer las características de los principales oferentes, la ubicación, precios de venta al público, estrategias comerciales y el volumen ofertado de forma anual en la ciudad.

La proyección tanto de la demanda como de la oferta se efectuó a través del método de crecimiento exponencial haciendo uso de la tasa anual de crecimiento poblacional y la tasa anual de crecimiento de la producción de manufacturas para el hogar, estimaciones que son para los cinco años de horizonte del proyecto. La proyección de precios se realiza en base de precios actuales del producto en el mercado y se proyectaron en función de la tasa de inflación anual.

Finalmente se realizó un balance al contrastar la oferta existente frente a la demanda actual, de esta manera se determinó que existe demanda insatisfecha, bajo este enfoque es posible enunciar que existe factibilidad para el proyecto.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

El lugar de sosiego preferido es la habitación o estancia, es allí donde pasamos más tiempo; siendo el mueble principal la cama, esta además de cómoda debe ser muy acogedora y placentera; por tanto en ella se centra la implementación de productos que brinden abrigo y frescura, que se traduce en confort para el usuario.

Los productos objeto del presente proyecto son prendas indumentarias de cama, cobijas útiles, prácticas y elegantes elaboradas con hilo de alpaca,

es decir; a base de fibras naturales durables y de calidad que han demostrado ser una de las más térmicas y antialérgicas.

Son usadas por personas sin distinción de sexo, ni edad con el propósito de protegerse del frío donde sea necesario y no solo en el hogar; y que por sus características y usos ha tenido largo trayecto en el mercado, y ha prevalecido frente a cambios en aspectos sociales, culturales, económicos, y ambientales. Satisfaciendo las preferencias y requerimientos de los consumidores que buscan productos que dotan de comodidad y bienestar para sus hogares.

Las cobijas tienen las siguientes especificaciones:

3.2.1. CARACTERÍSTICAS CUANTITATIVAS

Las cobijas de alpaca que ofertará la microempresa poseerán diversos atributos que lo hacen un producto especial, principalmente presentarán características que resaltan el encanto de esta fibra natural como: calidad, durabilidad en el tiempo, suavidad al tacto, volumen liviano, contextura térmica y fina acompañadas de un diseño innovador y precio justo. En referencia al cuadro N° 6 Capítulo I, encuesta realizada a los consumidores de cobijas.

3.2.1.1 TEJIDO

Las cobijas serán elaboradas con la utilización de tejido plano, que es el más idóneo para éste tipo de producto, este es formado por una serie de hilos longitudinales entrecruzados con otra serie de hilos transversales. Es decir, tejido construido a base de urdimbre y trama.

3.2.1.2 DISEÑOS

a) Diseños Clásicos

Este tipo de diseño se basa en la utilización de modelos suntuosos con enfoques conservadores y tradicionales que a lo largo del tiempo se mantienen debido a los rasgos del cliente, al implementar en la habitación este tipo de diseño se proporcionará calor y comodidad. Entre el colorido destaca el verde, azul intenso, rojo y los motivos de cuadros o líneas que admiten una variada combinación.

b) Diseños románticos

Bajo este diseño se destaca un estilo delicado de tipo apacible y relajante que aportan elegancia y distinción, básicamente son de colores claros y neutros que además aumenta la luminosidad y agrada visualmente el espacio.

c) Diseños actuales

Son diseños con toques básicos y muy elementales con detalles simples pero sofisticados a la vez bajo una combinación de tonos intensos y claros que crean ambientes relajados pero con destellos de alegría, que permiten crear ambientes modernos y des complicados. Esta va en función de las actuales tendencias del consumidor.

3.2.1.2 DIMENSIONES

La mayoría de familias consumidoras de cobijas en el cantón Ibarra tienen el siguiente orden de preferencia en cuanto a dimensiones del producto: la gran mayoría opta por adquirir cobijas de dos plazas, seguidamente se inclinan por las cobijas de una plaza y media, en menos proporción adquieren de dos plazas y media y minoritariamente eligen el producto de

una plaza. Según resultados de la encuesta aplicada en el Capítulo I, cuadro N° 4.

El tamaño de las cobijas se determina en función de los tipos y modelos, estos son:

Cuadro N° 13

Tipo y Dimensión de las Cobijas

Modelo	Tamaño	Medidas		
		Horizontal	Vertical	M2
Matrimonial	Dos plazas y media a tres plazas	1,85 m	2,15 m	3,98m ²
Individual	Dos plazas	1,70 m	2,00 m	3,40 m ²
Tradicional	Una plaza y media	1,55 m	1,90 m	2,95 m ²
Niños	Una plaza	1.00 m	1,50 m	1,50 m ²

Elaboración: La Autora

a) MATRIMONIAL

Las cobijas de estas especificaciones son ideales para camas matrimoniales, este es un modelo que se ajusta especialmente para un espacio físico de dos personas, es multifuncional y puede ser utilizada en cualquier lugar que sea necesario, cuyos tamaños tienen más extensión que otras, son básicamente de dos plazas y media a tres plazas equivalente a 1,85m. por 2,15 m. respectivamente.

b) INDIVIDUAL

Este tipo de cobijas son prácticas, excelentes para, estar en cama, sofá o cualquier otro sitio de relax, mirar el televisor, así como también para salir de viaje, estas contarán con novedosos diseños ya sea para adultos o niños. La dimensión de este tipo es establecido conforme al tamaño general que usualmente requiere nuestro medio, van desde plaza y media a dos plazas, equivalente a 1,70 m a 2,00 m.

c) TRADICIONAL Y NIÑOS

Este tipo de cobija es perfecto para cubrir y proteger del frío, indicadas para revestir camas pequeñas o de niños, por sus dimensiones son fácilmente manejables y cómodas, sus medidas son de plaza y media a dos plazas con es decir de 1,55 m a 1,90 m y de 1,00 a 1,5 m.

3.2.1.3 PESO

El peso es una característica importante en nuestro producto, mismo que es considerado al momento de ser adquirido por los consumidores. Las cobijas serán de volumen delgado y peso liviano, al ser elaboradas con fibra de alpaca, razón por la que son fácilmente manejables por el usuario.

Así el peso de las cobijas está en relación del modelo, dimensiones y por estos, de la cantidad de materia prima utilizada.

Cuadro N°14

Peso de las cobijas

Modelo	Peso en Kilogramos
Matrimonial	2,4aprx.
Individual	2,05aprx.
Tradicional	1,78 aprx.
Niños	0,90aprx

Elaboración: La Autora

3.2.1.4 COLORES

Se debe crear un ambiente placentero en las habitaciones para ello los colores que primen en ella es importante, así los colores claros y neutros crean un estilo de decoración limpia, los blancos multiplican la luz y proporcionan ambientes relajados; los colores que están bajo el mismo

esquema cromático combinan bien entre sí, pero al conjugar colores intensos se obtendrá un toque de más vivacidad en la misma. Es decir entonces que el producto presentará una selecta elección de colores que se ajusten a los diferentes estilos y personalidades del cliente.

Para añadir el encanto de la alpaca como fibra natural que es nuestro material primario, estas cuentan con una impresionante gama de más de veinte colores naturales que incluyen todas las escalas desde el blanco al negro, marengo y también distintos grises, beige, marfil y marrones o cafés. El color blanco permite que sea sometido a procesos de tinturación con lo cual se obtiene una variedad de matices entre tonos claros y oscuros.

Para nuestras cobijas se utilizarán la siguiente escala de colores de acuerdo al modelo:

Cuadro Nº 15
Colores de las cobijas

Colores Naturales		Colores Procesados
Blanco	Gris	Amarillo
Beige	Gris Blak	Naranja
Castaño	Negro	Rosa
Arena	Cuadros finos	Coral
Ciruela		Verde manzana
Marrón terosa	Cuados grandes	Verde oliva
Marrón		Verde hoja
Camel	Franjas	Agua marina
Berenjena		Azul índigo

Elaboración: la Autora

3.2.1.5 CONTEXTURA

Las características técnicas están especialmente estudiadas para que el tejido sea altamente resistente a diferentes condiciones externas. Las cobijas son elaboradas con fibras especiales de origen animal, estas poseen particularidades exclusivas que enriquecen el tejido y a la vez proporcionan confort al usuario.

Las cobijas tendrán las especificaciones que se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 16

Propiedades de las Cobijas

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
Suavidad	Son flexibles y suaves al tacto.
Temperatura	De estructura térmica. Las fibras tienen bolsillos microscópicos de aire en la médula que posibilitan que el tejido de alpaca puedan ser usados en un amplio rango de climas
Durabilidad	De 3 a 8 años aproximadamente.
Inflamabilidad	Son poco inflamables
Afieltramiento	Son de bajo afieltramiento
Tracción	Mantienen alta resistencia a la tracción con valores mayores a 40 N/ktex
Higroscópica	Baja capacidad de absorción de humedad ambiental de máximo de 10 a 15%.
Alergénicas	Estos productos no son alergénicas
Brillo	Desprende brillo y apariencia únicos a pesar del tiempo de uso.

Elaboración: La Autora

3.2.1.6 COMPOSICIÓN

Los hogares del cantón demandan significativamente cobijas que son elaboradas con fibras naturales, según cuadro N° 3, resultados de la encuesta efectuada a los consumidores, Capítulo I. Es así que las

cobijas que producirá la microempresa emplearán como materia prima hilo de alpaca, fibra natural de origen animal.

La fibra de alpaca es de carácter térmico pero al mismo tiempo son muy frescas puesto que tienen una especie de bolsillos microscópicos de aire en la medula que permite que el tejido mantenga una temperatura adecuada y proporcionen calidez única. La finura de la fibra de alpaca es crucial, la finura óptima de la fibra debe ser menos de +, – de 17 micrones: a mayor finura, mejor precio, esta fibra es de 8 a 12 pulgadas es decir de 10 a 15 centímetros de longitud. El peso de vellón y la finura dependen también del sexo y de la edad del animal.

Cuadro Nº 17

Composición de las Cobijas

TIPOS DE COBIJAS	MATERIALES
Matrimonial	Tejido 100% hilo de Alpaca, con efecto de urdido y trama.
Individual	Tejido 100% hilo de Alpaca, con efecto de urdido y trama.
Tradicional	Tejido 100% hilo de Alpaca, con efecto de urdido y trama.
Niños	Tejido 100% hilo de Alpaca, con efecto de urdido y trama.

Elaboración: La Autora

3.2.1.7 EMPAQUE





Las cobijas contarán con empaque de material reciclable, de diseño novedoso, que permita la adecuada presentación, transportación y conservación del producto, la misma que podrá ser reutilizada por el cliente.

3.2.1.8 INDICACIONES DE USO

Para que las cobijas conserven sus características originales de color, textura y mantengan su vitalidad y más duración, es necesario que se sigan cuidadosos y delicados procedimientos de lavado como se señala en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 18

Indicaciones Para la Conservación del Tejido

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
	Separa los colores claros de oscuros.
	Lavar en máquina o a mano de forma que la cobija se mueva libremente y no salga motas.
	Lavar el producto con agua fría y en ciclo delicado.
	No utilizar blanqueadores.
	Utilizar jabones líquidos no tan fuertes
	Utilizar cantidades moderadas de jabón.
	Tratar de secar los productos al aire libre o a temperatura fría a ciclo delicado.
	Planchar a temperatura media 1500 c o baja.
	Secar en plano horizontal
	Evitar estirar la prenda

Elaboración: La Autora

3.2.2. CARACTERÍSTICAS CUALITATIVAS

3.2.2.1 UTILIDADES

Este producto es utilizado diariamente en los hogares por las familias integradas por adultos, jóvenes y niños que las emplean en su descanso cotidiano con la finalidad de protegerse del frío y conservar su salud gracias a las características térmicas y de suavidad de las cobijas de alpaca que proporcionan relax agradable, además es utilizado vestido y decoración de la cama.

Las cobijas son usadas en los viajes porque son prácticas, de fácil manejo y transportación, ocupan espacios pequeños y forman parte de la maleta viajera.

Este producto también es utilizado por el sector de servicios hoteleros con el fin de brindar una estancia y hospedaje acogedores a todos los clientes.

3.3. MERCADO META

El mercado al que está dirigida la producción de la nueva microempresa de cobijas de alpaca son familias del Cantón Ibarra como principales consumidores, en las áreas urbanas y rurales del mismo; sin embargo se pretende a mediano plazo expandir el mercado a nivel regional y nacional.

3.4. SEGMENTO DE MERCADO

La segmentación de acuerdo se realiza de acuerdo a las siguientes variables consideradas para el efecto, son:

3.4.1. VARIABLE GEOGRÁFICA

El segmento de mercado para el presente proyecto son familias consumidores del Cantón Ibarra, de sus parroquias urbanas, rurales.

3.4.2. VARIABLES DEMOGRÁFICAS

3.4.2.1 SEXO

Las cobijas de alpaca son un producto que no tienen características que se inclinen hacia la distinción de algún sexo en particular, siendo consumidores tanto hombres como mujeres. Sin embargo los compradores potenciales de este producto son del sexo femenino; quienes toman bajo su responsabilidad satisfacer los requerimientos de la familia en cuanto a productos para el hogar como es el caso de las cobijas, cabe señalar que también son hombres quienes las compran.

3.4.2.2 OCUPACIÓN E INGRESOS

Para generar ingresos económicos en los hogares, los representantes de las familias hombres y/o mujeres, desempeñan algún tipo de actividad o cargo laboral en relación de dependencia o independientemente en los sectores públicos y privados; lo que les permite contar con ingresos mensuales de forma casi segura y pueden satisfacer sus necesidades de consumo.

3.4.3. VARIABLES PSICOGRÁFICAS

3.4.3.1 CLASE SOCIAL

Se considera a las familias consumidoras que pertenecen a la clase baja por sobre la pobreza extrema, clase media y alta; considerando que las cobijas de alpaca por sus atributos especiales son un producto necesario en los hogares.

Cuadro N°19
Segmentación de Familias por Clase Social

Año	Familias	Clase Baja		Clase Media	Clase Alta	Familias segmentadas
		Extrema pobreza	SobreExtrema pobreza			
2011	48097	6584	10297	27896	3319	41512

Fuente: INEC

El 35,1% de los hogares pertenecen a la clase baja en el Cantón Ibarra, de los cuales el 13,69% se mantienen en condiciones de extrema pobreza siendo el sector rural donde se concentra mayoritariamente, mientras que el 21,42% de la clase baja se halla por sobre la pobreza extrema; por otra parte la mayoría de familias con el 58% se sitúan en la clase media y el 6,9% corresponde a la clase alta. Según información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC.

Las familias segmentadas bajo este criterio, para efectos del presente estudio al 2011 son de 41512, las mismas que estarán en condiciones de demandar el producto.

3.4.3.2 FRECUENCIA DE COMPRA

Los consumidores mantienen una frecuencia de compra de dos veces al año o una cada seis meses, de acuerdo a los factores que determinan la decisión de compra. En base a la información de la encuesta realizada Cuadro N°2, Capítulo I.

3.4.3.3. LUGARES DE COMPRA

Las familias del cantón Ibarra preferentemente optan por adquirir las cobijas en almacenes y fábricas, donde es posible satisfacer exigencias en cuanto a: calidad, presentación, atención y precio. Según resultados de la encuesta aplicada en el Capítulo I cuadro N° 7.

3.4.3.4 DECISIÓN DE COMPRA

Los factores más importantes que determinan la decisión de compra en el consumidor son: atributos buscados en el producto, precio adecuado y justo, la capacidad adquisitiva en función de los ingresos del hogar y atención recibida. Según el cuadro N° 5, Capítulo I.

3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Entre los principales productos de lencería para el hogar y menaje de cama, la cobija tiene relevancia de consumo en el mercado, ya sea por: las múltiples bondades y características acertadas del producto, los hábitos tradicionales en la utilización de implementos para el descanso del ser humano y el crecimiento poblacional que con él se incrementan también las necesidades o por el factor climático que se refleja en bajas de temperatura en transcurso del día o noche donde las cobijas son necesarias. Estos parámetros inciden en el incremento en la tendencia de la demanda en el mercado.

En nuestro medio la oferta de cobijas es escasa y cubre en minoría la demanda, motivo por el cual los consumidores recurren a otras ciudades de la provincia para efectuar sus compras, ante estos requerimientos se pretende abastecer parte del mercado mediante la creación de la microempresa productora y comercializadora de cobijas de alpaca con un producto diferenciado y más atractivo.

La mayoría de consumidores del cantón con el 36% adquieren el producto en almacenes mientras que el 34% prefiere comprar la cobija en fábricas productoras. Según la encuesta efectuada en el capítulo I, cuadro N° 7.

Por otro lado, los factores que determinan la decisión de compra son la calidad y el precio de las cobijas. Mientras que los atributos buscados son: durabilidad, suavidad, diseños innovadores, livianos, finos y térmicos. Cuadro N° 5, N° 6 capítulo I.

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los consumidores de cobijas en el Cantón Ibarra al año 2011 realizada en el capítulo I, Cuadro N° 2, se obtiene que las familias de la localidad realizan la compra de una cobija de forma semestral, es decir la cantidad de dos cobijas al año.

Con esta información la demanda de cobijas al año 2011 se identificada de la siguiente manera:

Cuadro N° 20
Demanda de Cobijas por Familias al Año 2011

Año	Familias	Consumo unidades al año	Consumo Total Unidades al Año
2011	41512	2	83024

Fuente: Encuestas realizadas en el Cantón Ibarra, Febrero 2011

Elaboración: La Autora

Los resultados de la encuesta aplicada a los consumidores señalan que la mayoría compra dos unidades al año, sin embargo el 31,76% del total de la muestra adquiere una cobija al año o a una frecuencia superior al año, entonces para determinar la demanda real se procede a determinar el número de familias que no están en condiciones de adquirir el producto en la misma proporción que la mayoría, bajo la segmentación por clases sociales de la siguiente manera:

Según resultados de la encuesta sobre condiciones de vida proporcionados por (INEC), el 13,69% de las familias del Cantón Ibarra en sus sectores urbano y rural viven en condiciones de extrema pobreza; de acuerdo a los ingresos económicos que percibe el hogar, estos tienen mayor deficiencia o privaciones en la satisfacción de sus necesidades básicas que el resto de la clase baja, en particular las necesidades de consumo.

Es por esto que, para determinar la demanda no se incluye este segmento de la clase social baja, toda vez que no estarían en capacidad

de adquirir el producto dos veces en el año, considerando que el precio promedio del producto en el Cantón es de \$24,63 dólares y estos hogares destinan menos de este valor para productos de este tipo, ya que tienen otras prioridades. Sin embargo, el 21,45 % de la clase baja cuyas condiciones de vida se mantienen por sobre la línea de extrema pobreza, la clase media y alta; forman parte de la demanda, más aún cuando las cobijas por sus atributos especiales y utilidades que brindan son un producto necesario en todos los hogares.

En base al cuadro N° 3 preferencia del consumidor sobre el tipo de cobijas según las dimensiones o plazas. Se determinó la demanda existente así:

Cuadro N° 21

Demanda por Tipo de Cobijas al Año 2011

Cobijas	% Preferencia	Unidades Tipo de cobija
Dos plazas y media	18%	14944
Dos plazas	45%	37361
Una plazas y media	27%	22416
Una plaza	10%	8302
Total	100%	83024

Fuente: Encuestas realizadas en el Cantón Ibarra Febrero 2011

Elaboración: La Autora

3.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La proyección de la demanda se realiza para cinco años, es decir de 2012 hasta el 2016 que será el horizonte del proyecto, tiempo de vida útil. Para esto se empleó el método de crecimiento exponencial, considerando que es un método objetivo que tiene bases estadísticas y matemáticas; se utilizó la tasa de crecimiento poblacional del Cantón que es del 2.3% anual en base al censo realizado al año 2001, según el INEC.

Fórmula:

$$Pt = Po(1+i)^n$$

Donde:

Pt = Población proyectada

Po= Población inicial

i= Tasa de crecimiento

n= Período observado.

Cuadro N° 22

Proyección de la Demanda al Año 2012 - 2016

Año	Familias	Consumo unidades anual	Total demanda unidades
2011	41512	2	83024
2012	42467	2	84934
2013	43444	2	86887
2014	44443	2	88886
2015	45465	2	90930
2016	46511	2	93021

Fuente: Encuestas realizadas en el Cantón Ibarra, Febrero 2011, INEC

Elaboración: La Autora

Con los cuadros presentados anteriormente se determina que la demanda proyectada para los cinco años tiene un crecimiento anual del 2,3%. Determinando que para el año 2012 las familias requerirán 84934 unidades de cobijas.

3.7. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Actualmente en la ciudad de Ibarra no existe producción y comercialización de cobijas de alpaca, por lo que se analizará la oferta de productos sustitutos que son realizados con el empleo de otro tipo de materiales y que se expenden en el mercado local.

Así la oferta está constituida por el conjunto de comerciantes que existen en el mercado local según el Catastro Comercial del IMI y constituyen la competencia actual a la que debe enfrentarse el producto objeto del presente proyecto.

3.7.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES

Califican como competencia para el proyecto pequeños locales comerciales que se dedican a la compra y venta de cobijas adquiridas en otras ciudades o provincias.

Estos competidores, mantienen un stock de inventario limitado, por lo cual no tienen mayor cobertura de mercado, por la larga cadena de intermediarios sus productos se encarecen, mantienen publicidad en medios locales y promociones en determinadas temporadas como estrategias para atraer a nuevos consumidores. Su modalidad de venta está enfocada en la atención del cliente, ofreciendo productos de calidad en horarios de atención de lunes a sábado de 08 horas a 19 horas y domingo hasta las 13 horas. Los feriados y fines de semana la ciudad y en especial los sectores céntricos de la urbe, cuentan con gran afluencia de personas que acuden para efectuar sus compras, es ahí donde las ventas tienden a incrementarse. Estos locales mantienen expectativas de crecimiento. Según información obtenida en las entrevistas efectuadas en el Capítulo I.

3.7.2. PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos similares son los que cumplen funciones de uso y utilidad similares a las que cumple el producto objeto del presente proyecto y que se encuentran ofertados en el mercado de la ciudad. Estos productos son los siguientes:

- ❖ Cobijas de material sintético y acrílico.
- ❖ Cobijas de lana de oveja o algodón.
- ❖ Edredones y cobertores.

3.7.3. DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

Es importante indicar que en nuestro medio no se ha explotado la actividad textil dedicada al sector de tejidos. Sin embargo para efectos del presente estudio se consideró a comerciantes, pequeños almacenes que ofertan productos sustitutos y se mantienen ubicados en distintos sectores comerciales; siendo estos los principales competidores para la nueva microempresa, además es competencia una microempresa que produce y comercializa cobijas en nuestro medio. La oferta entonces se define de la siguiente manera:

Cuadro Nº 23

Oferta de Cobijas en la ciudad de Ibarra al Año 2011

Principales Oferentes	Ubicación	Oferta semanal	Oferta anual	Tipos de cobijas	Cantidad Unidades
Microempresa productora	Obispo Mosquera y Bolívar	250	12000	Dos plazas y media	5962
Distribuidora de Cobijas	Av. Alfredo Pérez Guerrero y Sánchez	80	3840	Dos plazas	14904
Locales comerciales	Interiores del Mercado Amazonas	250	12000	Una plaza y media	8942
Todo Hogar	Av. M. Acosta CC. La plaza	110	5280	Una plaza.	3312
Total		690	33120		33120

Fuente: Entrevistas realizadas en el Diagnóstico Situacional Comercial de Ibarra IMI
Catastro

Elaborado: La Autora

Se consideró para el estudio a los comerciantes antes señalados, porque se dedican a comercializar cobijas (productos sustitutos) de manera más significativa y constante en el mercado. Aún cuando existen pequeños locales que comercializan otro tipo de productos como prendas de vestir por ejemplo, pero que con la finalidad de surtir y rotar su inventario

incluyen la venta de cobijas de forma esporádica y únicamente por ocasiones o períodos cortos.

3.7.4. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La oferta se proyectó para cinco años de vida útil del proyecto, a través del modelo de crecimiento exponencial. En virtud de no existir información histórica o datos estadísticos, concernientes al crecimiento de la actividad textil (sector tejidos) en el Cantón Ibarra, debido a que en nuestro medio no se ha incursionado en esta rama industrial; se emplea la tasa de crecimiento de la producción de manufacturas para el hogar en la provincia de Imbabura, que incluyen tejidos y confección de: cobijas, cobertores, edredones, colchas y sábanas; considerando que estos productos que se comercializan en Ibarra, proviene de otros cantones como: Atuntaqui, Otavalo y Cotacachi donde se produce lencería de hogar.

Según información proporcionada por el Ministerio de coordinación de la producción, empleo y competitividad dirección regional 1, en base al diagnóstico y análisis comparativo del sector textil de manufacturas para el hogar la tasa de crecimiento para Imbabura corresponde al 1,9% anual.

Con la información antes presentada, se determina que la oferta de cobijas en la ciudad de Ibarra mantendrá un ritmo de crecimiento 1,9% anual.

Cuya fórmula es:

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

Donde:

Q_n = Oferta Futura

Q₀ = Oferta inicial

i = Tasa de crecimiento de la actividad comercial

n = Año proyectado.

Cuadro N° 24

Oferta Proyectada

Año	Oferta Anual	Dos plazas y media	Dos plazas	Una plaza y media	Una plaza
2012	33749	10125	13500	6750	3375
2013	34391	10317	13756	6878	3439
2014	35044	10513	14018	7009	3504
2015	35710	10713	14284	7142	3571
2016	36388	10916	14555	7278	3639
Total	175282	52585	70113	35056	17528

Fuente: MCPEC Dirección Regional 1; en basa a Diagnóstico del sector textil, manufacturas para hogar. AITE, INEC, BCE.

Elaboración: La Autora

3.8. BALANCE OFERTA- DEMANDA

Al confrontar la oferta y la demanda se determinó que existe demanda insatisfecha, puesto que el volumen de cobijas ofertado en la ciudad es menor al grado de requerimiento de la población de consumidores. Esto permite establecer que con la capacidad instalada del presente proyecto se cubrirá inicialmente en el año uno el 28,13% de esta demanda identificada y en el año cinco se estará en condiciones cubrir el 32,10% de dicha demanda, con una capacidad operativa del 100%.

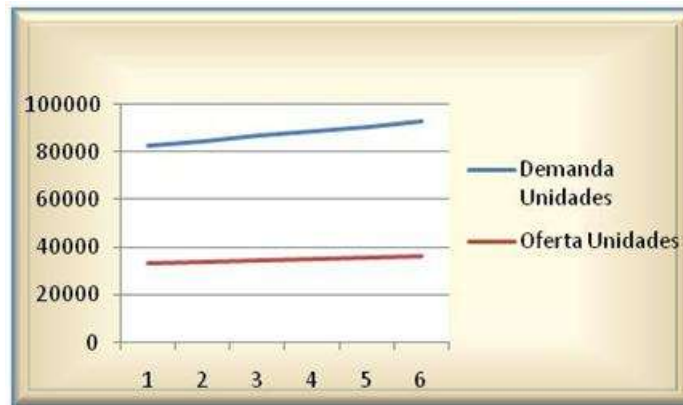
Cuadro N° 25

Balance Oferta - Demanda

AÑO	Demanda Unidades	Oferta Unidades	Demanda Insatisfecha
2011	83024	33120	49904
2012	84934	33749	51185
2013	86887	34391	52497
2014	88886	35044	53842
2015	90930	35710	55220
2016	93021	36388	56633
Total	444658	175282	327514

Elaborado: La Autora

Gráfico N° 15
Oferta – Demanda



Los requerimientos de los consumidores insatisfechos permiten determinar la factibilidad del proyecto para introducir el producto en el mercado logrando aceptación del producto.

3.9. IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES

Se identificó los posibles proveedores para la microempresa con los cuales se mantendrá acuerdos respecto a: pedidos, precios, descuentos, condiciones de pago, créditos, especificaciones de entrega y recepción entre otros. Estos son:

Cuadro N°26

Listado de Proveedores

Materia Prima	
Empresa – Organización	Localización
Productores de fibra de Alpaca	
Asociación Galo Plaza Lasso	Zuleta - Ibarra
Comunidad la Florida	La Florida - Pimampiro
Comunidad Eugenio Espejo	Eugenio Espejo - Otavalo
Comunidad Morochos	Morochos - Cotacachi
Pacocha	Pichincha
Unidad de Manejo de Alpacas Ancholag	Pichincha
Otto Seidlitz	Quito
Huasillama	Cotopaxi

Estación Experimental	Chimborazo
Fundación de las Organizaciones Campesinas de Salinas FUNORSAL	Bolívar
Parque Nacional Cotopaxi	Cotopaxi
Reserva de Fauna	Chimborazo
Unidad de Camélidos	Cañar
UNOCAMC	Cotopaxi
Proveedores de Hilo de Alpaca	
Pacocha	Pichincha
Textinel Cia Ltda.	Quito
INTERFIBRA S.A.	Quito
ECUAHILOS S.A.	Quito
DISTRIBUIDORA CONSON CIA LTDA	Quito
S.J. JERSEY ECUATORIANO C.A.	Quito
Texal	Guaranda
Hilandería Salinerito	Guaranda
Materia Prima Indirecta e Insumos	
Empresa – Organización	Localización
Enkandor S.A.	Atuntaqui, Quito
Indutexma	Atuntaqui, Otavalo
Globalcom Cia Ltda.	Atuntaqui
TexgarCia Ltda.	Atuntaqui
Hilos Pinto	Quito
Distribuidora Boston	Quito
Textiles Texa S.A.	Quito
Empresa Mercantil Delgado Hnos	Quito
Dbest	Quito
Eurotex	Quito
Melco	Quito
Dimatex	Quito
Elitrade	Quito
Pasamería S.A.	Cuenca
Maquinaria	
Empresa – Organización	Localización
MAINCO	Ibarra
MUNDIMÁQUINAS	Atuntaqui
SUMTEXA CIA LDA	Quito
SUN-SUN ECUADOR CIA LTDA	Quito, Atuntaqui
HIZIPPER CIA LTDA	Quito
Retesa	Quito
Indexcorp	Quito

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

3.10. PROYECCIÓN DE PRECIOS

Los precios unitarios de las cobijas varía de acuerdo al número de intermediarios para el expendio y al costo de distribución, así la fábrica productora mantiene un precio moderadamente bajo, la distribuidora un precio relativamente alto y los locales comerciales determinan el precio al consumidor final agregado el respectivo porcentaje de ganancia, también varía de acuerdo a las características particulares del producto. La forma básica de determinación del precio de venta por los comercializadores es el costo de adquisición más el porcentaje de utilidad, mientras que para la productora es el costo de producción más el porcentaje de utilidad. Además consideran las condiciones económicas del país, las temporadas de mayor demanda, la reacción de la competencia y el impacto en el consumidor.

Cuadro N° 27

Precios de Cobijas en la ciudad de Ibarra al 2011

Tipos de cobijas	Precio Mínimo (\$)	Precio máximo (\$)	Precio Promedio (\$)
Dos plazas y media	25	30	27,5
Dos plazas	20	25	22,5
Una plaza y media	17	19	18
Una plaza.	13	16	14,5

Fuente: Entrevista comerciantes- productor Capítulo

Elaboración: La Autora

La proyección de los precios se efectuó en base a la tasa promedio anual de inflación en base a los últimos cinco años según (INEC) que es del 3,33% anual, es necesario indicar que este precio estará sujeto a las condiciones del mercado.

Cuadro Nº 28

Proyección del precio de Cobijas al año 2012-2016

Tipo de cobija	Matrimonial	Individual	Tradicional	Niños
AÑO	Precio Proyectado(\$)	Precio Proyectado(\$)	Precio Proyectado(\$)	Precio Proyectado(\$)
2011	32,5	27	22	17
2012	33,58	27,90	22,73	17,57
2013	34,70	28,83	23,49	18,15
2014	35,86	29,79	24,27	18,76
2015	37,05	30,78	25,08	19,38
2016	38,28	31,81	25,92	20,03
Total				

Elaboración: La Autora

3.11. ESTRATEGIA COMERCIAL

La estrategia comercial del proyecto se define para lograr posicionamiento en el mercado, está basada en las cuatro decisiones referentes a: producto, precio, plaza, publicidad y promoción, que son las siguientes:

3.11.1 PRODUCTO

La producción que se realizará bajo el cumplimiento de estándares internos de calidad, con el fin de satisfacer las exigencias de los clientes.

3.11.1.1 CALIDAD

Se empleará un enfoque de mejoramiento continuo en la microempresa, esto implica incorporar en el proceso de elaboración de las cobijas, Mano de Obra altamente calificada y poseedora de conocimientos, habilidades, cualidades y experiencia.

Se empleará Materia Prima e insumos de calidad superior y fina para lo cual se realizará procesos de selección y revisión de las características y detalles que estos deben reunir para obtener óptimos resultados en el producto terminado. Para la manipulación y traslado tanto de la materia

prima como del producto final se seguirán normas de seguridad para conservar su estructura original y evitar daños.

Las cobijas son el producto del tejido adecuado del hilo de alpaca, estas fibras naturales proporcionan al producto atributos únicos en suavidad y delicadeza al contacto con la piel, permiten mantener una temperatura agradable, razón por la que son cómodas y prácticas, por su resistencia son de larga duración en el tiempo. Todas éstas características hacen de nuestras cobijas un producto diferenciado.

Se brindará un servicio de atención al cliente de buena calidad que incluye trato apropiado para satisfacer sus expectativas.

3.11.1.2 MARCA

El producto se identificará con la denominación de la microempresa COBTEX, que incluye el logotipo de acuerdo a diseños apropiados en función del producto en mención.

3.11.1.3 LOGOTIPO

El logotipo contiene el nombre de la microempresa, el eslogan y un referente gráfico que simboliza la función principal que proporcionan las cobijas, con la finalidad de mantenerlo en la mente del consumidor. Se empleó el color verde con tintes claros que transmite verdad, transparencia y concordia, el naranja esboza fortaleza, jovialidad y el amarillo que representa el espíritu de desarrollo.



3.11.1.3 DISEÑO

Las cobijas estarán diseñadas bajo tendencias modernas como los diseños Clásicos enfoques conservadores y tradicionales de acuerdo a los rasgos del cliente, diseños actuales con toques elementales y detalles simples pero sofisticados y finalmente los diseños de tipo románticos que destacan un estilo delicado de tipo apacible.

3.11.1.4 EMPAQUE

Se logrará una correcta presentación del producto mediante una acertada exposición ante el cliente, así el producto será empacado con fundas plásticas de varias dimensiones que contendrá el logotipo de la microempresa, cada cobija tendrá una etiqueta impresa con detalles y especificaciones básicos del producto.

3.11.2. PRECIO

Se mantendrá un control y gestión adecuado de costos y gastos, además se optimizará los recursos para determinar de manera precisa el precio de venta al consumidor de forma que justifique la calidad del producto, manteniendo un margen de contribución conveniente. El precio de venta de las cobijas es el precio interno de la microempresa fijado por los costos y gastos de producción más el margen de utilidad, este será relativamente menor que el precio de la competencia lo que lo hace más atractivo y competitivo en el mercado.

3.11.3. PLAZA

La microempresa estará apropiadamente ubicada e instalada en un sector comercial y urbano de la ciudad de Ibarra, esto crea beneficios al cliente en cuanto a cercanía y facilidad de acceso al producto. El punto de venta estará localizado en la zona céntrica de la ciudad de Ibarra donde existe mayor afluencia de compradores, esto con la finalidad de

fortalecer las ventas; además estará enfocada a mantener la adecuada presentación y exposición del producto elaborado, mismo que será claramente visible al cliente, adecuado con muebles, espacios para finalmente ser correctamente distribuido y almacenado.

3.11.3.1 COMERCIALIZACIÓN

La comercialización del producto básicamente será de forma directa, es decir de productor a consumidor, este canal de comercialización permite reducir los costos de distribución, el aprovisionamiento del producto se realiza en menos tiempo y sin el empleo de intermediarios.

3.11.4. PUBLICIDAD

Con la finalidad de comunicar las bondades del producto que la microempresa como tal ofrece al cliente, se empleará programas de publicidad y promoción para captar una sostenible cartera de clientes que se verán reflejas en las ventas.

- ❖ Se colocará un rótulo adecuado y ocasionalmente vallas en los exteriores de las instalaciones.
- ❖ Se realizarán programas de publicidad radial permanente en estaciones de radio más escuchas en la localidad.
- ❖ Se emplearán publicidad directa y electrónica a través de dípticos u hojas volantes para dar a conocer el producto y captar nuevos clientes.
- ❖ Se entregarán calendarios o detalles a los clientes más fieles.
- ❖ Se participará en ferias.

3.11.5. DISEÑO DEL MENSAJE PUBLICITARIO

Se empleará una imagen publicitaria como un instrumento para impactar de manera visual al consumidor, con el objetivo de convencerlos de que las cobijas elaboradas con fibras naturales de Alpaca son muy buenas y que le proporcionará mayores satisfacciones, con lo cual se incita a comprar las cobijas.

Protéjase del frío y descanse plácidamente con...

COBTEX 

Cobtex, lo mejor en cobijas para toda su familia y a los mejores precios!!



Con calidad...

“ABRIGAMOS TUS SUEÑOS”

Se utilizó la imagen de una familia en su hogar cómodo y agradable, con lo que se expresa el mensaje de que el producto tiene la importante función de proteger el cuerpo de las dañinas corrientes de frío, además de que permite el descanso y armonía de toda la familia en sus hogares, está dirigido hacia consumidores hombres y mujeres. También se incluye el eslogan de la microempresa que es “Abrigamos tus sueños”

3.11.6. PROMOCIÓN

Se aplicarán las siguientes promociones únicamente en temporadas determinadas, con el objetivo de motivar la compra a los consumidores:

- ❖ Se determinarán temporadas en las que se crearán ofertas tales como el 2 x1, o la de poder adquirir un segundo producto a mitad de precio, por la compra del primero.
- ❖ Se efectuarán rifas y sorteos con los clientes.
- ❖ Se ofrecerán descuentos por cantidad, o descuentos por temporadas.
- ❖ Se obsequiará regalos por la compra de determinados productos.
- ❖ Se dará lugar a sorteos o concursos entre nuestros clientes.

3.12. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

El producto objeto del presente proyecto son cobijas muy útiles y prácticas, que emplea elementos diferenciados como son las fibras naturales de Alpaca, éstas tienen características de calidad, suavidad, térmicas y antialérgicas; con lo cual se obtienen un producto con valor agregado y único.

- ❖ La finalidad de este producto es proporcionar protección al cuerpo de dañinas corrientes de frío, a la vez permite crear estilos tradicionales, románticos y actuales con detalles simples o sofisticados con una gran variedad de colores naturales o procesados de tonalidades

claras o intensas que van en función del gusto y características del cliente; que invitan al relax y cautiva visualmente el espacio, creando ambientes de hogar cálidos, cómodos y placenteros.

- ❖ La demanda actual de cobijas en la ciudad de Ibarra se determinó considerando el consumo de 41512 familias en el cantón Ibarra que mantienen una frecuencia de compra semestral, es decir dos cobijas al año; considerando que las cobijas son un producto necesario en los hogares, existiendo por lo tanto el requerimiento de 83024 unidades de cobijas al año 2011.
- ❖ La proyección de la demanda se realizó para cinco años de vida útil del proyecto, se empleó el modelo de crecimiento exponencial; obteniendo que al cabo de los cinco años es decir al 2016, el segmento de familias en el cantón Ibarra es de 46511, con una demanda estimada de 93021 unidades de cobijas, con un incremento del 2,3% anual.
- ❖ La ciudad de Ibarra no cuenta con productores de cobijas de alpaca, pero si existen comercializadores de productos sustitutos quienes constituyen la competencia y actualmente presentan una oferta de 33120 unidades al año 2011. La proyección de la oferta se determinó en base al modelo de crecimiento exponencial, se determinó que la oferta de cobijas se incrementará en 1,9% anual, obteniendo así que la oferta para el año 2016 es de 36388 unidades de cobijas.
- ❖ Al realizar el análisis y confrontación de la oferta con la cantidad demandada, se determinó que existe demanda insatisfecha al 2011 con 49904 unidades y al 2016 56633 unidades. Se puede avizorar con esto que el proyecto es factible debido a que la oferta del producto no alcanza a cubrir todos los requerimientos del mercado.

Ante lo cual con la implantación de este proyecto se pretende cubrir parte de dicha demanda.

- ❖ Los precios de los oferentes varían según la calidad, dimensiones de las cobijas y además depende de la cadena de intermediarios existentes hasta llegar al consumidor final. El precio de la competencia al 2011 el precio promedio es de \$24,63 dólares y al año 2016 será de \$29,01 dólares.
- ❖ Existe disponibilidad de proveedores tanto de materia prima como de insumos para la producción, a nivel local y nacional.
- ❖ Se definió estrategias respecto a: producto, precio, plaza, publicidad y promoción. Se empleará el canal de comercialización directo de productor a comercializador, además se efectuarán programas de publicidad y promoción con en fin de satisfacer las necesidades internas y externas de la microempresa.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1. MACROLOCALIZACIÓN

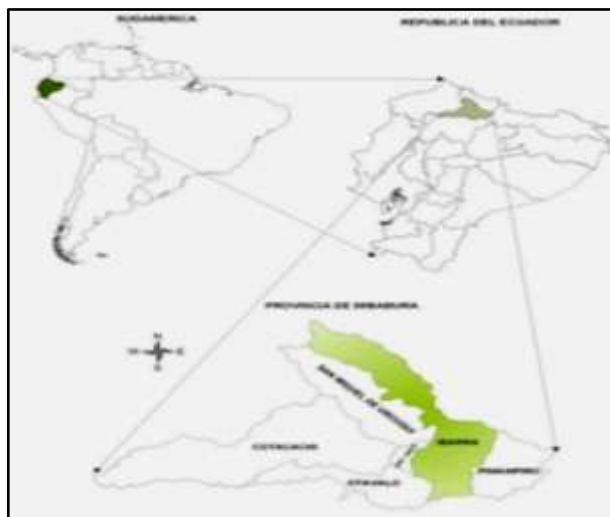
Para identificar la adecuada ubicación de la planta productora de cobijas de alpaca, se efectúa un análisis de macro localización dónde se considera aspectos como región, provincia, y cantón, es decir el área de influencia, que permite establecer con precisión el lugar geográfico donde se situará el proyecto.

Así el proyecto se establecerá en la ciudad de Ibarra que es la capital de la Provincia de Imbabura. Está ubicada en la zona norte de Ecuador, a 115 Km. al noreste de Quito y 125 km. Al sur de Tulcán, con una altitud de 2.225 metros sobre el nivel del mar; posee un clima templado seco y con una agradable temperatura de 18° C (IMI).

La ciudad de Ibarra, se constituye en el centro urbano que desarrolla grandes actividades de comercio como principal actividad económica, es así que cuenta con 9820 locales que se dedican esta actividad. Según (INEC).

Gráfico N° 16

Mapa de la Provincia de Imbabura



Fuente: www.issuu.com Plan de Ordenamiento Territorial para Ibarra

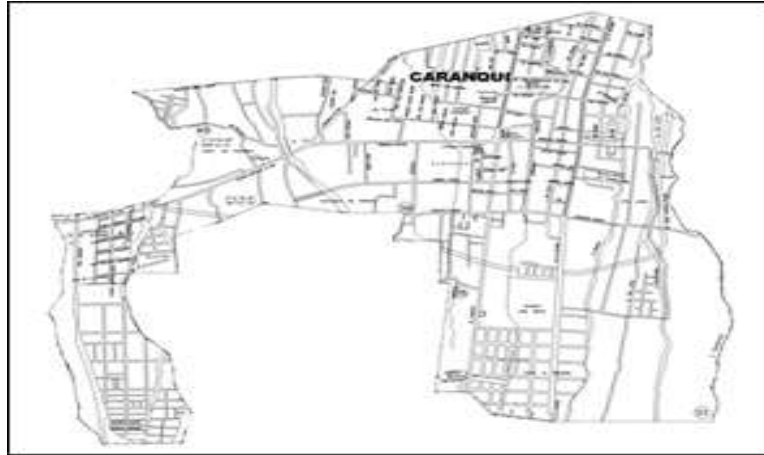
Gráfico N° 17

Cantón Ibarra



Fuente: www.issuu.com Plan de Ordenamiento Territorial para Ibarra

Gráfico N° 18
Punto Geográfico de Ubicación del
Proyecto



Fuente: Dirección de Planificación del Ilustre Municipio de Ibarra

4.2. MICROLOCALIZACIÓN

Para establecer la micro localización del proyecto se estudia las condiciones particulares o específicas como: parroquia, calles, dirección y croquis de ubicación, con lo cual se identificó el lugar donde se ejecutará el proyecto.

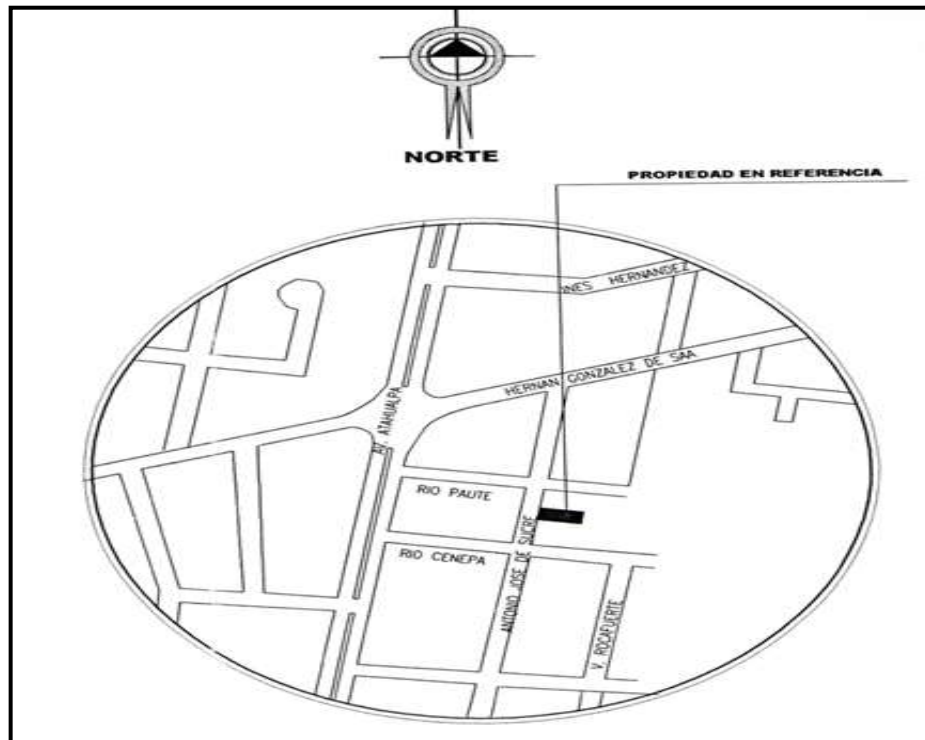
La microlocalización del proyecto se realiza bajo dos perspectivas uno considerando los factores que conlleva el proceso productivo y otro los requerimientos necesarios para la comercialización. Así: el área administrativa y la planta de producción funcionará en la parroquia urbana de Caranqui, en el barrio Cuatro Esquinas; ubicado en las calles entre Antonio José de Sucre, entre la calle Río Morona y Río Cenepa.

Los límites de la parroquia de Caranqui son al Norte con la Parroquia Urbana de San Francisco, al Sur y Este con la parroquia Rural de la Esperanza, al Oeste con la parroquia Rural de San Antonio, esta parroquia está situada a cinco minutos del centro de la ciudad se une al

resto de la Ibarra por la Avenida Atahualpa. Mientras que el punto de comercialización del producto está localizado en el sector comercial y céntrico de la ciudad de Ibarra.

Gráfico N°19

Croquis de Ubicación



Fuente: Planos Arquitectónicos de la propiedad.

4.2.1. MATRIZ DE FACTORES

Para definir la localización se tomó en cuenta el método de la matriz de factores con la finalidad de identificar el sitio más idóneo para el funcionamiento y marcha del presente proyecto.

Es preciso establecer lugares opcionales dónde posiblemente se ubique el proyecto, éstos son:

Cuadro N° 29

Identificación de Parámetros de Evaluación

Denominación	Sectores	Escala de Valoración	Puntuación
A	Sector Huertos Familiares de Azaya.	Excelente	100
B	Sector de Caranqui.	Buena	70-90
C	Sector del Parque industrial.	Muy buena	50-70
D	Sector de la Candelaria. Av. Retorno	Regular	30-50
		Pésimo	0-30

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 30

Matriz de Evaluación de Factores

Sitos	Sitio A	Sitio B	Sitio C	Sitio D
Factores:				
Geográficos				
Orografía	45	80	75	40
Espacio Físico	70	50	50	80
Subtotal	115	130	125	120
Infraestructura				
Servicios Básicos	80	90	80	50
Vías de comunicación	50	80	70	60
Forma de transporte	80	90	80	80
Seguridad	35	80	60	50
Subtotal	245	340	290	240
Comerciales				
Costo del Terreno	65	45	50	50
Afluencia de Consumidores	20	30	20	15
Canales de distribución	60	65	60	60
Subtotal	145	140	130	125
De Producción				
Disponibilidad Materia prima	60	65	65	60
Disponibilidad Mano de Obra	70	80	75	60
Subtotal	130	145	140	120
Ambientales				
Manejo de residuos	40	38	30	38
Polución	30	40	35	40
Contaminación auditiva	40	50	40	70
Afectación el paisaje	50	40	40	50
Subtotal	160	168	145	198
Legales				
Ordenanzas municipales	70	70	70	70
Permisos sanitarios	70	70	70	70
Riesgos	50	50	50	50
Subtotal	190	190	190	190
Total de la evaluación	985	1113	1020	993

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 31

Matriz de Ponderación

Sitos	Ponderación	Sitio A	Sitio B	Sitio C	Sitio D
Factores:					
Geográficos					
Orografía	15%	150,75	175,95	175,95	175,95
Espacio Físico	15%	150,75	175,95	175,95	175,95
Subtotal	30%	301,50	351,90	318,00	305,40
Infraestructura					
Servicios Básicos	7%	70,34	82,10	74,19	71,25
Vías de comunicación	10%	100,49	117,29	105,99	101,79
Forma de transporte	8%	80,41	93,85	84,81	81,45
Seguridad	5%	50,26	58,66	53,01	50,91
Subtotal	30%	301,50	351,90	318,00	305,40
Comerciales					
Costo del Terreno	5%	50,25	58,65	53,00	50,90
Afluencia de consumidores	10%	100,50	117,30	106,00	101,80
Canales de distribución	5%	50,25	58,65	53,00	50,90
Subtotal	20%	201,00	234,60	212,00	203,60
De Producción					
Disponibilidad Materia prima	5%	50,25	58,65	53,00	50,90
Disponibilidad Mano de Obra	5%	50,25	58,65	53,00	50,90
Subtotal	10%	100,50	117,30	106,00	101,80
Ambientales					
Manejo de residuos	1,50%	15,08	17,60	15,90	15,27
Polución	1,00%	10,05	11,73	10,60	10,18
Contaminación auditiva	1,90%	19,10	22,29	20,14	19,34
Afectación el paisaje	0,60%	6,03	7,04	6,36	6,11
Subtotal	5,00%	50,25	58,65	53,00	50,90
Legales					
Ordenanzas municipales	2,50%	25,13	29,33	26,50	25,45
Permisos sanitarios	1,50%	15,08	17,60	15,90	15,27
Riesgos	1%	10,05	11,73	10,60	10,18
Subtotal	5%	50,25	58,65	53,00	50,90
Total de la evaluación	100%	1005,00	1173,00	1060,00	1018,00
Total Puntos	4256,00	0,24	0,28	0,25	0,24

Elaboración: La Autora

Los resultados de la matriz demuestran que el sitio más idóneo para la instalación del proyecto es el B, que corresponde al sector de Caranquicon un resultado de 28% de mayor de incidencia sobre el total

de puntuación, equivalente a muy buena. El lugar cuenta con adecuado espacio físico para el funcionamiento, tiene fácil acceso para el transporte por la adecuación de la infraestructura vial, es apropiado al contar con todos los servicios básicos necesarios, es posible evidenciar también que existe mano de obra calificada. y es positivo el hecho de que el punto de ubicación está limitado por áreas que no afectan a los habitantes del lugar. Por todos estos factores es propicio para el sistema de producción y administración, mientras que para la comercialización no es totalmente favorable al no existir en gran concurrencia de consumidores, por ello el punto de expendio de las cobijas estará ubicado en el sector comercial de ciudad.

4.3. UBICACIÓN DE LA PLANTA

Las instalaciones de producción y administración de la microempresa productora y comercializadora de cobijas de alpaca estarán disponibles para la puesta en marcha del proyecto, están ubicadas en la parroquia urbana de Caranqui, barrio Cuatro Esquinas, al norte calle entre Río Cenepa, al sur calle Río Morona, al oeste calle Antonio José de Sucre y al este calle Jacinto Egas.

Según la Dirección de Planificación y la Dirección de Gestión Ambiental del IMI en base a: la ordenanza de Reglamentación Urbana de la ciudad de Ibarra, zonificación de la municipalidad, a los planos de usos de suelos, planos de zonificación, y planos de delimitación del centro Histórico; este sector califica dentro de la zonificación de uso de suelo residencial múltiple - comercial, es decir que corresponde a la combinación de viviendas y comercio de tipo barrial y sectorial. Sin embargo es compatible para el uso industrial de bajo impacto que corresponden a industrias o talleres pequeños de procesos mayoritariamente secos que no generan molestias ocasionadas por ruidos mayores a 60dB, malos olores contaminación movimiento excesivo de personas o vehículos.

Acatando las disposiciones de este estamento, para el funcionamiento de la producción de la microempresa se cumplirá con planes de manejo del impacto ambiental que incluyan acciones de contingencia, mitigación y monitoreo encaminadas a evitar afecciones al medio.

4.4. DISEÑO DE INSTALACIONES

Tanto el diseño de la planta de producción como las oficinas con que se cuenta actualmente está fundamentado bajo lineamientos técnicos de ingeniería civil, mediante el levantamiento de información de las especificaciones del terreno, de los croquis y planos de construcción de las instalaciones.

Cuadro N° 32

Características de las Instalaciones

Características	Descripción
Estructura	Ladrillo, Hormigón Armado
Cubierta	Hormigón armado, hierro
Piso	Hormigón armado
Longitud	15 m ²
Ancho	16,8 m ²
Altura Central	3,4 m ²
Altura Lateral	3,4 m ²
Ventilación	Flujo natural del viento
Paredes Producción	Cobertura aislante de sonido

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 20
Instalaciones del Proyecto



Fuente: Planos Arquitectónicos de la propiedad.

4.4.1 DISEÑO DEL ÁREA PRODUCTIVA

El diseño del área de producción surge del proceso mismo de elaboración de las cobijas en cada una de sus respectivas secciones, para lo cual se considera características de las máquinas tejedoras o telares, muebles, enseres y personal requerido. Las máquinas serán organizadas en una fila para facilitar el trabajo del operario y la supervisión del mismo, para la instalación de los telares se realizará procesos técnicos que fijen o aseguren estas máquinas al piso con el fin de evitar el sonido por vibración, de igual manera las paredes del área productiva son recubiertas con material especializado aislante de sonido. Esta área tendrá relativa proximidad con el área de almacenamiento de materiales y de productos terminados.

Para realizar el diseño de la planta de producción se definió cada área, según el proceso productivo.

Estas son:

Área de tejido

Área de Confección y Acabados

Área de Inspección y Control

4.4.1.1 DISPOSICIÓN DE ELEMENTOS DEL CICLO PRODUCTIVO

a) Materiales

Para la distribución y diseño de ésta área se tomó en cuenta la forma de cómo se manejarán los materiales, es decir la forma en cómo se dispondrán éstos y trasladarán a lo largo del proceso productivo. Para esto se cita algunos criterios de manipulación:

- ❖ Se dispondrá de zonas de almacenamiento identificados, esto requiere trabajo de carga y descarga del material.
- ❖ La recepción del material estará cerca del área de proceso.
- ❖ El punto de inspección estará ubicado dentro de la ruta de circulación del material a fin de evitar desviaciones.
- ❖ Transportar de forma elevada el material para no ocupar el área útil de trabajo.

b) Máquinas

Las máquinas son otro factor importante al momento de distribuir el espacio y diseñar las instalaciones de producción. Los detalles de la máquina, largo, ancho y altura son importantes incide en la ordenación. Para el diseño se considera lo siguiente:

- ❖ Las máquinas se ordenarán con vistas al máximo aprovechamiento de la luz natural.
- ❖ Se ordenará las máquinas de trabajo pesado al acceso del material.
- ❖ Las máquinas se ordenarán de forma en que exista suficiente superficie de suelo para el operario.

- ❖ Los interruptores de las máquinas estarán sin que ocasionen peligro de confusión.

c) Recursos Humanos

Es necesario plantear el espacio físico o dimensiones de los puestos de trabajo que ocupará el operario por cada máquina o proceso definido. En este proceso se considerará la temperatura a la que están expuestos, ruido, iluminación y demás condiciones ambientales.

Cuadro N° 33

Dimensiones Recomendadas para el diseño de puestos de trabajo

	Banco de trabajo, operario sentado	Banco de trabajo operario alternativa-mente de pie o sentado en taburete alto	Area de trabajo, operario de pie
<i>Area de trabajo normal</i> De las manos: radio del círculo con centro en los hombros (a 8 pulgadas de la columna vertebral)	15	15	18
<i>Area máxima de trabajo</i> Sin fatiga indebida Horizontal (S)	24	30	40
Vertical (E)	24	34	56
<i>Distancia entre centros de trabajadores</i> dispuestos a lo largo del banco de trabajo (excluida área para stock y diseminación de contenedores)	30	30-30	36
<i>Altura del banco de trabajo</i> Distancia de la cara superior al suelo (P) Para hombres	30	40-42	42
Para mujeres	28-30	36-38	38
<i>Asiento de silla</i> Altura sobre el suelo	18	28	---
<i>Pedal</i> Altura sobre el suelo	1-2	8	1-2
<i>Escabel para los pies</i> Altura sobre el suelo Para hombres	1-2	8	1-2
Para mujeres	1-2	10	1-2
<i>Nivel de los ojos</i> Altura sobre el suelo Para hombres	46	56	64
Para mujeres	44	53	60
<i>Profundidad de los estantes al nivel de la vista</i> Para hombres			26
Para mujeres			22

Fuente: UNMSM Planta Textil

S: Radio desde la parte superior del hombro (suponiendo que el hombro esté a 6 pulgadas del borde del banco).

E: Radio hacia arriba desde el codo (suponiendo que el codo esté a 6 pulgadas del borde del banco).

P: Dependiendo del altura del producto trabajado.

4.4.2. DISEÑO DE BODEGA O ALMACÉN

Para el diseño del almacén se toma en cuenta el stock de materia prima para el ciclo de producción, el peso del hilo de alpaca y demás insumos, los muebles de almacenamiento y la capacidad de los mismos. Cabe señalar que el proceso central de ésta área es de almacenar los materiales e insumos y también el producto terminado. Para esto se considera las condiciones como: objetos por acopiar, período de almacenamiento, condiciones de almacenado, unidades de carga y dimensiones de la unidad de carga y también se analiza características de los muebles o equipamiento de almacenamiento y transporte de los artículos. Para el diseño del almacén se consideró lo siguiente:

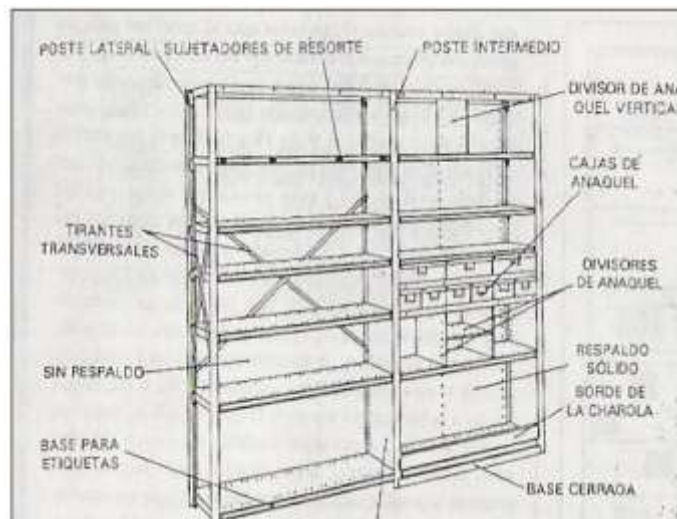
- ❖ Se aprovechará tres dimensiones: el apilado, solapado y uso de altillos.
- ❖ Se considerará el espacio de almacenamiento exterior.
- ❖ Hacer que las dimensiones y las áreas de almacenamiento sean múltiplos de la dimensiones del artículo a almacenar.
- ❖ Se colocará la dimensión longitudinal del material, estanterías o contenedores de forma que quede perpendicular a los pasillos.
- ❖ Se usará la anchura apropiada de los pasillos y se hará que los pasillos transversales den una sola dirección
- ❖ Se Situarán los materiales o productos que sean sometidos a peso cerca del equipo de medición, revisión o control.

4.4.3. MUEBLES DE ALMACENAMIENTO

La forma más eficiente de almacenar los productos es a través de la utilización de estanterías y anaqueles, toda vez que aprovechan el espacio cúbico y necesitan un pasillo por cada dos filas de almacenamiento y el tipo de montacargas determina por su lado determina el ancho del pasillo y la altura de la estantería. Usualmente los anaqueles permiten ajustar la distancia vertical, contienen cajones y se puede dividir vertical u horizontalmente con tableros de división.

Gráfico N° 21

Diseño de Estantería y Anaquel



Fuente: UNMSM Planta Textil

4.4.3.1 EQUIPO DE TRANSPORTE

Los materiales deben ser recogidos y movidos de un área a otra intermitentemente, los materiales son de peso y volumen variado, las distancias son moderadas y el tráfico interno de la planta es cruzado, el equipo para transportarlo puede ser carretillas manuales e industriales.

4.4.4. DISEÑO DE LAS OFICINAS

Para el diseño de las oficinas se considera criterios como la reducción al mínimo costo de comunicación e incremento al máximo de la productividad de los empleados en un ambiente adecuado para el clima laboral. Por lo tanto se diseñará entorno al flujo de trabajo y los patrones de comunicación entre las áreas administrativas, contables y de ventas. El diseño se realiza considerando los niveles jerárquicos de la microempresa, atendiendo a criterios de cercanía con la actividad de proceso en la que tengan mayor interrelación se dispone entonces de gerencia, área de contabilidad, ventas y de una sala para reuniones. El mobiliario permite reubicaciones y funcionalidad para el óptimo desempeño del puesto de trabajo. Las instalaciones tienen la cantidad suficiente de paredes divisorias.

4.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El plano de distribución del área productiva es la ordenación final donde se señalan los espacios requeridos para la maquinaria y el equipo, de acuerdo al patrón o flujo de procesos; ésta dependerá de las áreas adyacentes y está vinculada con ellas por lo cual para distribuir se tomó en cuenta la secuencia del flujo entre áreas productivas.

4.5.1. REQUERIMIENTO DE ESPACIO

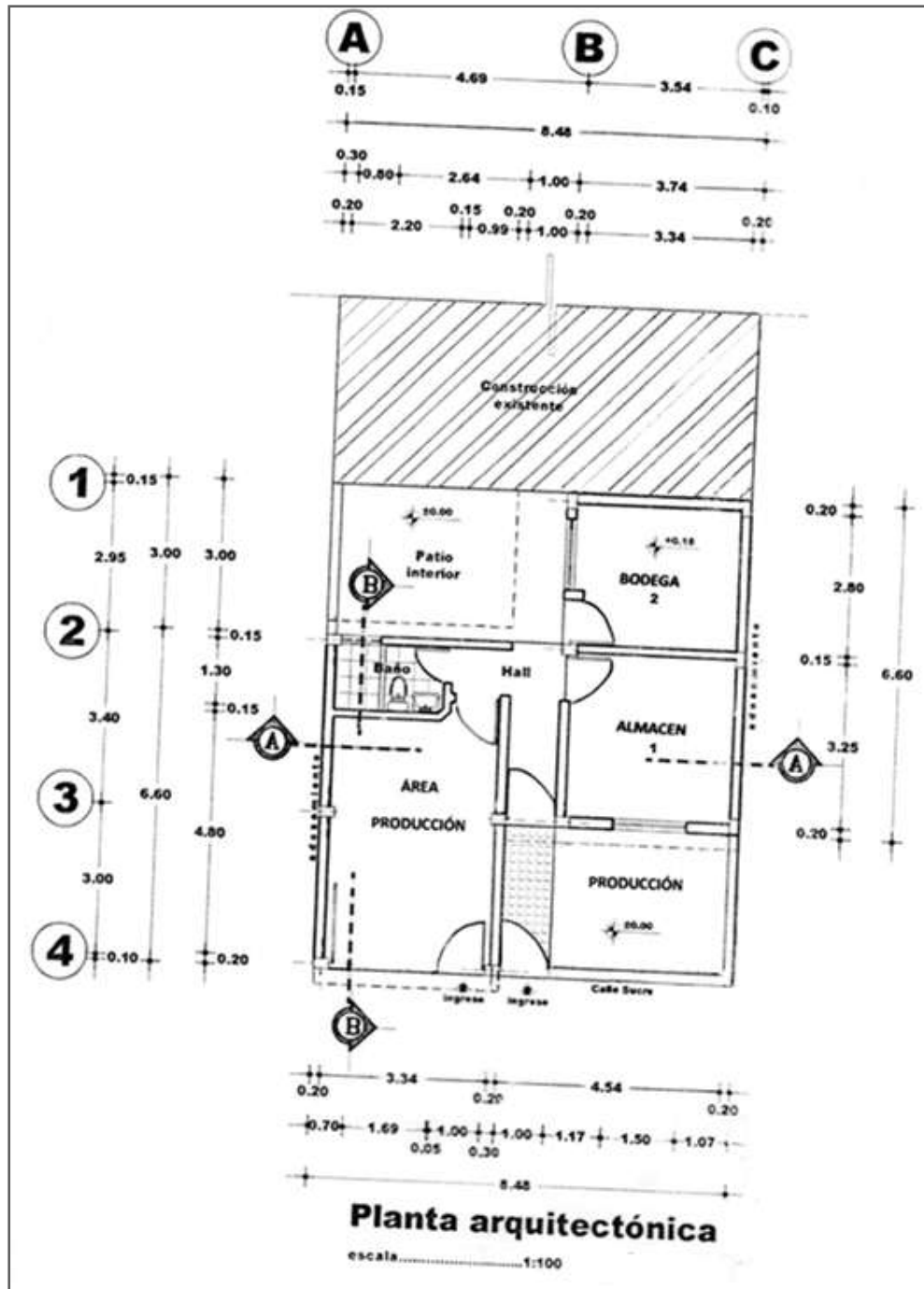
La distribución es básicamente el ordenamiento del espacio disponible. Las necesidades de espacio parten del número y tipo de máquinas requeridas que son: dos telares, una urdidora, dos máquinas rectas, dos máquinas overlock y máquina cortadora, y del espacio que demanda el personal que es un operario por cada máquina.

4.5.2. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN

La distribución de la planta de producción queda identificada de la siguiente manera:

Gráfico N°22

Distribución de la Planta de Producción



Fuente: Planos Arquitectónicos de la propiedad.

4.5.3. DISTRIBUCIÓN DE LAS OFICINAS

4.5.3.1 Factores para la distribución de las oficinas

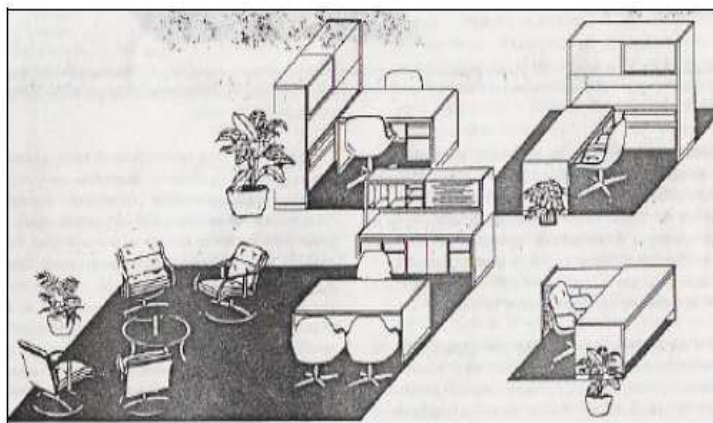
- a) Proximidad, procurar tener acceso a los supervisores y compañeros , esto fomenta la comunicación y fomenta el interés mutuo
- b) Privacidad, las perturbaciones externas y el hacinamiento pueden afectar el rendimiento.

4.5.3.2 Enfoque de distribución de las oficinas

Se empleará el enfoque de distribución convencional, que incluyen oficinas cerradas para las jerarquías superiores y abiertas par todos los demás. En este tipo de distribución cada persona tiene asignado un sitio, y su localización, tamaño y mobiliario denotan la jerarquía de esta persona en la organización.

Gráfico N° 23

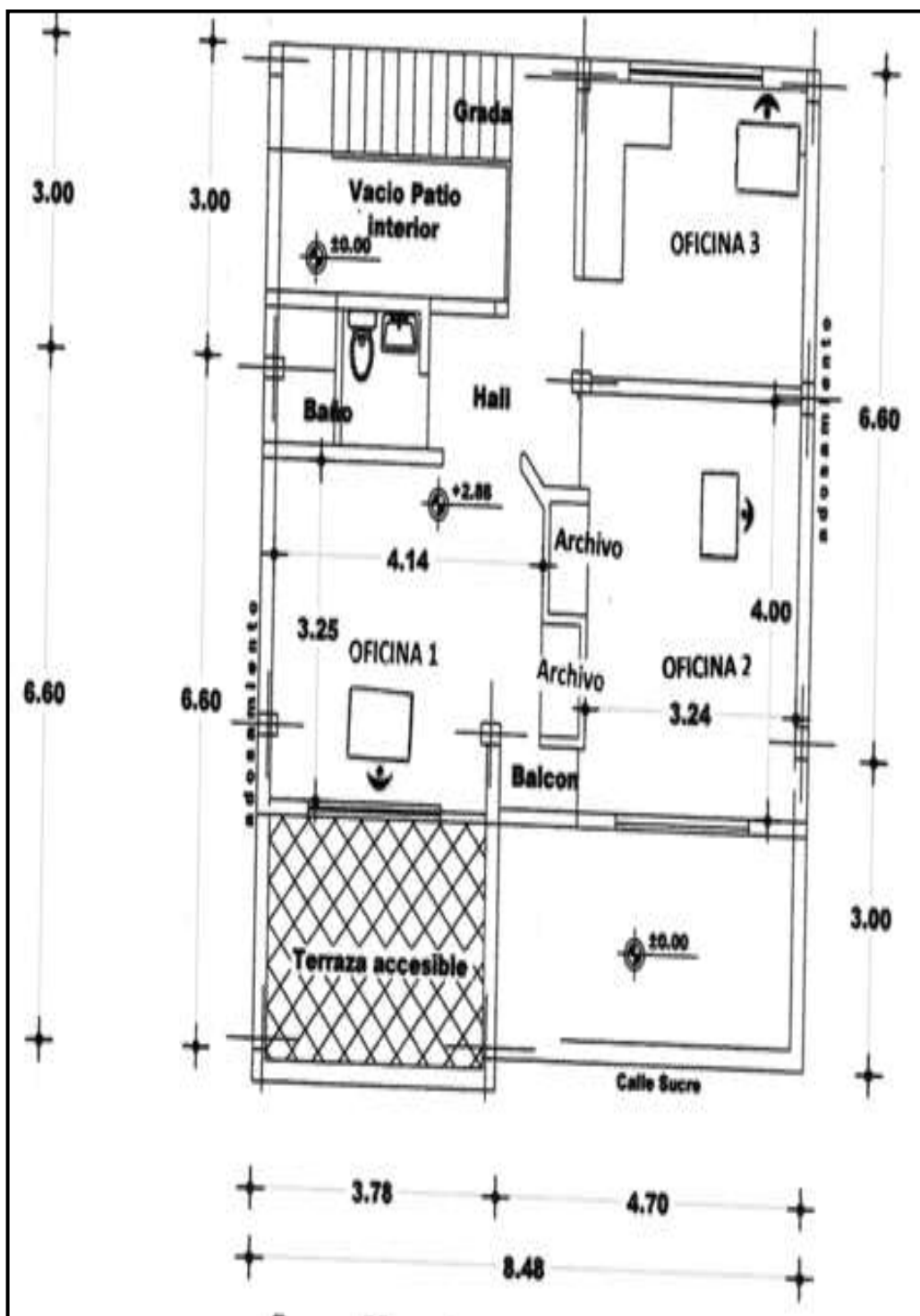
Distribución Convencional de las Oficinas



Fuente: UNMSM Planta Textil

Gráfico N° 24

Distribución del Espacio Físico para las Oficinas



Fuente: Planos Arquitectónicos de la propiedad.

4.6. PROCESO PRODUCTIVO

En base a información recopilada de expertos y técnicos en el área textil de tejidos por medio de investigación directa, entrevistas y observación se presenta la siguiente información:

La producción de la microempresa Cobtex será de tipo vertical, es decir que se adquiere la materia prima e insumos necesarios y se transformara través del proceso de tejido en producto final o terminado para el hogar.

La materia prima principal que se utilizará es hilo de alpaca que cubrirá el 95% de las necesidades de producción de la microempresa, adicionalmente se trabajará con hilo poliéster y demás insumos que representan el 5%.

4.6.1. TEJEDURÍA

Es el proceso central que se efectuará para elaborar la tela de la cobija, para esto la microempresa empleará la técnica del tejido plano a través de la utilización de hilos en dos sentidos, el urdido que son hilos en dirección longitudinal y la trama que son hilos que van dirección transversal.

Gráfico N° 25

Urdidora



Gráfico N°26

Telares



4.7. PROCESO DE ELABORACIÓN DE LA COBIJA

4.7.1. LISTADO DE OPERACIONES

La elaboración de cobijas tiene las siguientes etapas:

- ❖ El primer paso es proveerse de materia prima que es el hilo a base de fibra de alpaca.
- ❖ Verificar si se cumplen con las condiciones y detalles del pedido.
- ❖ Se preparan, se reúne y colocan el número total de hilos en la urdidora.
- ❖ Pasa al telar donde se tensan los hilos formando una superficie de hilos paralelos muy cercanos.
- ❖ Se realiza el proceso de tejido, donde varios hilos de la urdimbre se levantan para que pueda colocarse y realizar de manera correcta el pasado del hilo de trama. En un tejido simple, en el que el hilo de la trama se coloca alternadamente encima y debajo de los de la urdimbre, se levanta un hilo sí y un hilo no. El espacio que queda entre los hilos levantados y los acostados se denomina hueco. Durante el proceso de picado, un dispositivo llamado lanzadera hace pasar el hilo de la trama por el hueco.
- ❖ Posteriormente, un batiente aprieta el hilo de trama contra el de la trama anterior para formar un tejido compacto. Por último, se bajan los

hilos de la urdimbre que estaban levantados y el siguiente grupo de hilos se levanta para empezar un nuevo ciclo. Con ello se colocan los hilos de la trama en su lugar, encima de una parte de los hilos de la urdimbre y debajo de otra.









- ❖ El tejido resultante se enrolla.
- ❖ Se realiza el corte convencional del tejido con la cortadora por presión de acuerdo a las dimensiones específicas de las cobijas
- ❖ Se realiza el proceso de cardado del tejido para alinear el resto de fibras que se derivan.
- ❖ Una vez que la cobija ha sido confeccionada, pasa a las máquinas de coser overlok y recta para realizar los acabados de seguridad finales.
- ❖ Se revisa, manualmente con el fin de constatar que la prenda ha sido confeccionada de forma adecuada y no presenta ningún defecto. Al mismo tiempo se procede a su limpieza si se detecta algún tipo de manchas antes de pasar al proceso de etiquetado.
- ❖ Por último el producto es etiquetado y empacado: el empacado se realiza con empaques plásticos y el etiquetado puede realizarse manualmente o con máquinas y consiste en colocar en la superficie del tejido, mediante calor, con un cosido, a pistola, etc., unas etiquetas en las cuales deben aparecer una serie de datos identificativos de la prenda como son la talla, el fabricante, la composición, las formas de lavado, planchado, etc.
- ❖ El producto terminado es transportado a bodega o almacén.

4.7.2. SIMBOLOGÍA DEL FLUJO GRAMA DE PROCESOS

Se efectuará un flujo grama como útil herramienta para visualizar, analizar y comprender el proceso de producción de una cobija. Se detalla a continuación la simbología a emplearse:

Cuadro Nº 34

Simbología del Flujograma de Procesos

SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO
	Inicio o fin del proceso
	Decisor
	Proceso
	Verificación
	Demora
	Almacenamiento
	Transporte
	Conector

Elaboración: La Autora

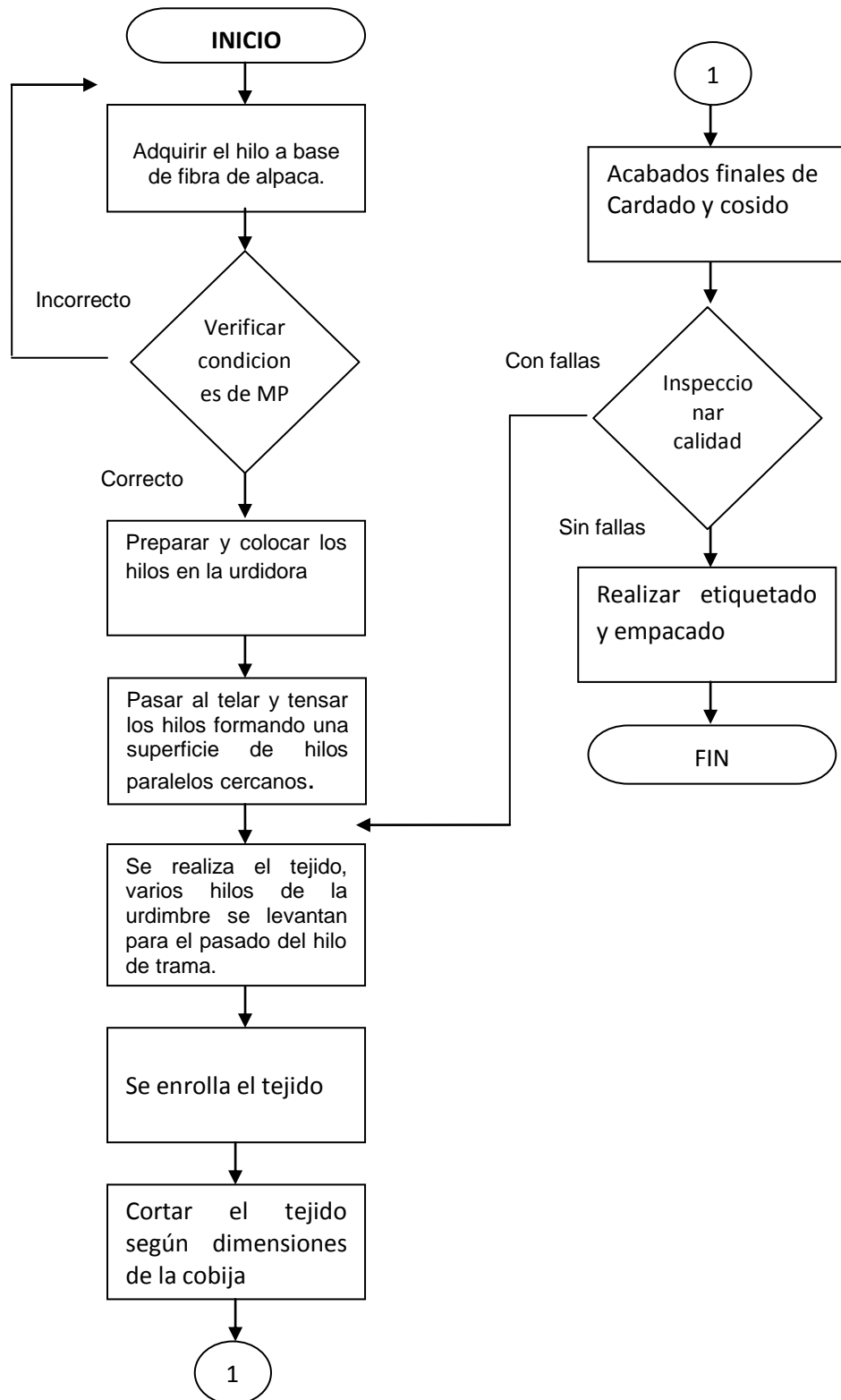
Cuadro Nº 35

Tiempos de Procesos

Actividades	Tiempo en Horas
Preparación del Urdido	0,45
Proceso de tejido	5,60
Corte del tejido por modelos	0,45
Acabado final	1,50
Total	8,00

Elaboración: La Autora

4.7.3. FLUJOGRAMA OPERATIVO



4.8. TAMAÑO DEL PROYECTO

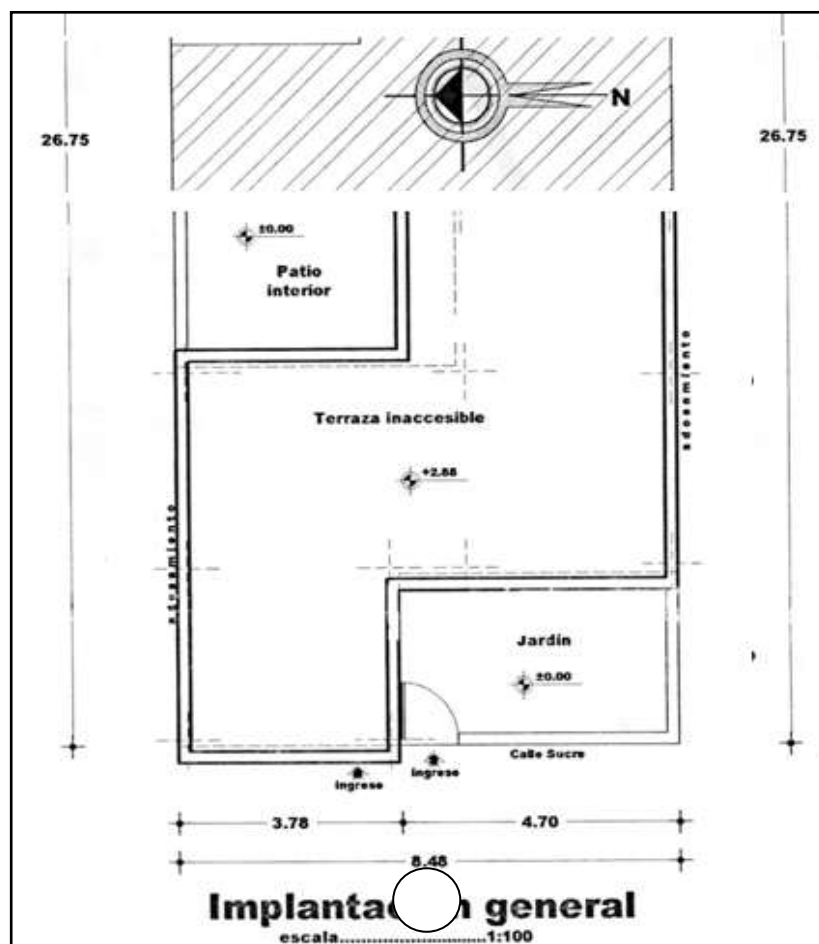
El tamaño del proyecto se determina en base a los siguientes aspectos: tamaño de la inversión y capacidad instalada del mismo.

4.8.1. CARACTERÍSTICAS DEL TERRENO

El terreno tiene las siguientes características: Predio urbano, con un área total de 142,04 m² detallado de la siguiente manera: al norte 16,75 metros, al sur 16,75 metros, al este 8,46 metros y al oeste 8,46 metros. Avaluado en 8000 dólares.

Gráfico N° 27

Implantación General



Fuente: Planos Arquitectónicos de la propiedad.

4.8.2. ÁREA DE CONSTRUCCIÓN

El área total de la construcción de las instalaciones es de 91,60m² la primera planta 56,22m² construidos y segunda planta 35,38m² como se detalla a continuación:

Cuadro N° 36
Área de Construcción

Plantas	Áreas	Distribución
Primera Planta	Tejido	22,04m ²
	Confección o acabados	10,62m ²
	Bodega y Almacén	23,56m ²
Segunda Planta	Oficina 1	12,02m ²
	Oficina 2	14,16m ²
	Oficina 3	9,20m ²
Total		91,60m²

Fuente: Plano de las instalaciones

Elaboración: La Autora

4.8. PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

A continuación se detalla las características, cantidad, costo unitario y valor total de la inversión del proyecto en cuanto a equipamiento y mobiliario necesario para la puesta en marcha de la microempresa.

4.9.1 INVERSIONES FIJAS

La inversión fija se determina en función de los Activos Fijos de la microempresa compuestos así:

4.9.1.1 TERRENO

Para la ejecución del presente proyecto se cuenta disponible el terreno cuya área total es de 142,04m², al norte 16,75 metros, al sur 16,75

metros, al este 8,46 metros y al oeste 8, 46 metros. Cuyo costo se detalla así:

Cuadro Nº 37
Costo del Terreno

CARACTERÍSTICAS	COSTO \$
Área total de 142,04m ²	8000,00

Fuente: Avalúo Catastral IMI

Elaboración: La Autora

4.9.1.2 INSTALACIONES

Las instalaciones de la microempresa cuentan con las áreas de producción y administración, las mismas que podrán ocuparse una vez que arranque el proyecto.

Cuadro Nº 38
Costo de las Instalaciones

CARACTERÍSTICAS	COSTO \$
Área de construcción 91,60 m ² estructura de hormigón armado.	10000,00

Fuente: Avalúo Catastral IMI

Elaboración: La Autora

4.9.1.3 MAQUINARIA

La maquinaria necesaria para el proceso productivo de la microempresa se detalla a continuación:

Cuadro N° 39
Costo de la Maquinaria

Rubro	Marca	Cantidad	Precio unitario	Valor
Telares	Mecánicos Motor 2hp	2	3000,00	6000,00
Urdidora	Mecánicas	1	1500,00	1500,00
Máquina recta	PFAFF	2	400,00	800,00
Máquina Overlock	PFAFF	2	1200,00	2400,00
Cortadora	Gusy 6 pulgadas	2	350,00	700,00
Subtotal				11400,00
Imprevistos 3%				342,00
Total				11742,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

4.9.1.4 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Se emplearán los siguientes Equipos de computación para el desarrollo de las actividades diarias de la microempresa:

Cuadro N° 40
Costo del Equipo de Computación

Rubro	Marca - Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor \$
Computador Completo		3	577,70	1733,10
Procesador	INTEL Celeron 2,66 GHz			
Mainboard Gigabyte	Chipset INTEL			
Memoria 2 Gb	Kingston DDR2			
Disco Duro	500 Gb			
monitor	LCD 15" LG			
Teclado , mouse, parlantes	Genius			
Impresoras	HP 1000	3	67,30	201,90
Sistema Contable	Automatizado	1	2500,00	2500,00
subtotal				4435,00
Imprevistos 3%				133,05
Total				4568,05

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

4.9.1.5 MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA

Es necesaria la dotación de mobiliario o estaciones de oficina necesarios para los puestos de trabajo como:

Cuadro N° 41

Costo de Los Muebles de Oficina y Enseres

Rubro	Características	Cantidad	Precio unitario	Valor \$
Estación ejecutiva:	Modelo Big 1,50 x 150 cm	1	284,26	284,26
en melamínico y metálicos	En L			
Cajonera triple ancha metálica				
Seguridades				
Porta teclado en riel				
Porta CPU				
Pasa cable				
Escritorio individual:	Tamaño 1,20 x 0,80	2	140,00	280
En melamínico	Rectangular			
Cajonera triple con seguridad				
Porta teclado				
Pasa cable				
Silla Ejecutiva:	PENTA 20 BLE sistema de regulación espaldar y asiento	1	68,21	68,21
Silla Secretaria	Neumática sin brazos	2	58	116,00
Archivadores 5 pisos	Tamaño 1,8 x 0,60	3	70	210,00
Mesa	2,0m x 1,60m de madera	1	30	30,00
Sillas de espera	Plásticas	6	9	54,00
Estanterías	Metálicas galvanizadas 1,5m x 0,90 y 0,40 cm de ancho	5	50	250,00
Subtotal				1292,47
Imprevistos 3%				38,77
Total				1331,24

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

4.9.1.6 VEHÍCULO

Cuadro N° 42
Costo del Vehículo

Rubro	Marca	Cantidad	Precio unitario	Valor
Camioneta	Toyota	1	9000,00	9000,00
Total				9000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

4.9.2. INVERSIÓN VARIABLE

Es necesario señalar que el ciclo de operación de la microempresa productora y comercializadora de cobijas de alpaca es mensual, por lo que la inversión variable se determina en función de la determinación de los costos de producción es decir, la cuantificación de la materia prima, mano de obra y costos indirectos e fabricación que se requieren para la producción.

La inversión variable se detalla a continuación:

4.9.2.1 MATERIA PRIMA

La materia prima para la elaboración de las cobijas es hilo realizado en base de fibra de Alpaca, multicolor, de título número dos, cuyo espesor permite obtener un tejido estándar y ganar más extensión en los metros que se va realizando; Este será adquirido a proveedores de textiles nacionales y locales que procesan e hilan la fibra de alpaca, que a su vez proveniente de hatos alpaqueros de la provincia y de otras provincias productoras. Según cuadro N° 26 Capítulo III.

Se determina la cantidad necesaria de materia prima tomando en cuenta: el número de metros cuadrados tejidos en base a la capacidad de producción efectiva instalada en la planta, tiempos empleados en los procesos y ciclo de producción, de la siguiente manera:

Cuadro N° 43

Producción por Telar

	Horas	Metros Tejidos x telar	Materia Prima x M2		
	8 horas	89,35 m2	0,6026 kg hilo alpaca		
Maquinaria	Tiempo	Capacidad Productiva	Materia Prima Kg	Operarios	
Telar 1	160 horas	1787 m2	1075,72 Kg	1	
Telar 2	160 horas	1787 m2	1075,72 Kg	1	
Total mensual	2	160 horas	3574 m2	2151,44 Kg	2

Fuente: Criterio de Expertos

Elaboración: La Autora

Se elaborarán 89,35 m2 para obtener 30 cobijas diarias por telar en las 8 horas diarias laborables, por cada metro tejido se empleará 0,6026 kilos de hilo de alpaca a un precio de 6,46 dólares incluido el 3,33% de inflación para el año uno.

Cabe indicar que en una cobija de dos plazas y media del modelo matrimonial cuyas dimensiones son de 3,98 m2 se emplea 2,4 Kilos de hilo, en una cobija de dos plazas del modelo individual se utiliza 2,05 kilos de hilo, en las cobijas del modelo tradicional de dimensiones 2,95 m2 se utiliza 1,77 kilos de hilo y en las cobijas de un plaza para niños se requiere 0,90 kilos de hilo de Alpaca.

Cuadro N°44

Determinación de Unidades Producidas

Modelo	Tamaño	m2 x modelo	89,35 m2 tejidos x telar	M x modelo	Cobijas Diarias	Producción mensual x telar
Matrimonial	Dos plazas y media	3,98	18%	16,08	4	81
Individual	Dos plazas	3,4	45%	40,21	12	237
Tradicional	Una plaza y media	2,95	27%	24,12	8	164
Niños	Una plaza	1,5	10%	8,94	6	119
TOTAL			100%	89,35	30	600

Elaboración: La Autora

La distribución de la producción para cada modelo, se establece según los resultados de las encuestas efectuadas a los consumidores de cobijas en Ibarra, sobre la preferencia en cuanto a dimensiones del producto; así el 45% opta por cobijas de dos plazas, el 27% adquiere cobijas de una plaza y media, el 18% las prefiere de dos plazas y media.

Cuadro N°45

Determinación de Materia Prima para un ciclo de producción

Modelo	Distrib.	3574 m2 Tejidos al mes	m x modelo	Cobijas al mes	kg Hilo Alpaca x cobija	KG MPD al mes	Precio KG \$6,46
Matrimonial	18%	643,32	3,98 m2	162	2,4	388,80	2511,65
Individual	45%	1608,30	3,40 m2	473	2,05	969,65	6263,94
Tradicional	27%	964,98	2,95 m2	327	1,77	578,79	3738,98
Niños	10%	357,40	1,50 m2	238	0,9	214,20	1383,73
TOTAL	100%	3574		1200		2151,44	13898,30

Fuente: Criterio de Expertos-Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Para la elaboración de 1200 unidades de cobijas al mes se requiere de 2151,44 Kg o un costo de \$13898,30 dólares.

4.9.2.2 PERSONAL REQUERIDO

Para el funcionamiento de la microempresa se incorporará personal calificado que se desempeñe en las áreas de Producción: la sección de tejido, cortado, acabados, etiquetado, empaçado y, Administración: gerente contador, secretaria y ventas para los cuales se determina los importes correspondientes al sueldo más los beneficios de Ley.

A continuación se determinará el importe que necesitará la microempresa por concepto de sueldos en el Año 1 al año 5, que se fijan considerando la tasa de incremento salarial del 8,52% anual según (BCE).

Cuadro N°46

Tasa de Crecimiento Salarial

Años	Salario Básico Unificado	Tasa crecimiento anual $i = Q_n/Q_{n-1}$
2005	150	0
2006	160	6,67%
2007	170	6,25%
2008	200	17,65%
2009	218	9,00%
2010	240	10,09%
2011	264	10,00%
Total		59,66%
$i = \sum i / n$		8,52%

Fuente: BCE

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 47

Personal Requerido

Áreas	Producción MOD	Producción MOI	Administración			Ventas	Total Anual
Cargos	Operarios	Bodeguero	Gerente	Contador	Secretaria	Vendedor	
Nº Empleados	6	1	1	1	1	1	11
Concepto							
Sueldo Básico Mensual +Año 0	264,00	264,00	850,00	780,00	264,00	264,00	44904,00
AÑO 1							
Sueldo Básico año 1	3437,91	3437,91	11069,04	10157,47	3437,91	3437,91	52167,73
+Aporte patronal 12,15 %	417,71	417,71	0,00	1234,13	417,71	417,71	6338,38
+Décimo Cuarto	286,49	286,49	0,00	286,49	286,49	286,49	3151,42
+Décimo Tercero	286,49	286,49	0,00	846,46	286,49	286,49	4347,31
Sueldo Año 1	4428,61	4428,61	11069,04	12524,55	4428,61	4428,61	66004,84
Mensual Año 1	369,05	369,05	922,42	1043,71	369,05	369,05	5500,40
AÑO 2							
Sueldo Básico año 2	3730,82	3730,82	12012,12	11022,89	3730,82	3730,82	56612,43
+Aporte patronal 12,15 %	453,30	453,30	0,00	1339,28	453,30	453,30	6878,41
+Décimo Cuarto	310,90	310,90	0,00	310,90	310,90	310,90	3419,92
+Décimo Tercero	310,90	310,90	0,00	918,57	310,90	310,90	4717,70

+ Fondos de reserva	310,90	310,90	0,00	918,57	310,90	310,90	4717,70
Sueldo Año 2	5116,	5116,82	12012,12	14510,22	5116,82	5116,82	76346,16
Sueldo Mensual Año 2	426,40	426,40	1001,01	1209,18	426,40	426,40	6362,18
AÑO 3							
Sueldo Básico año 3	4048,69	4048,69	13035,56	11962,04	4048,69	4048,69	61435,80
+Aporte patronal 12,15 %	491,92	491,92	0,00	1453,39	491,92	491,92	7464,45
+Décimo Cuarto	337,39	337,39	0,00	337,39	337,39	337,39	3711,30
+Décimo Tercero	337,39	337,39	0,00	996,84	337,39	337,39	5119,65
+ Fondos de reserva	337,39	337,39	0,00	996,84	337,39	337,39	5119,65
Sueldo Año 3	5552,78	5552,78	13035,56	15746,49	5552,78	5552,78	82850,85
Sueldo Mensual Año 3	462,73	462,73	1086,30	1312,21	462,73	462,73	6904,24
AÑO 4							
Sueldo Básico año 4	4393,64	4393,64	14146,18	12981,20	4393,64	4393,64	66670,13
+Aporte patronal 12,15 %	533,83	533,83	0,00	1577,22	533,83	533,83	8100,42
+Décimo Cuarto	366,14	366,14	0,00	366,14	366,14	366,14	4027,51
+Décimo Tercero	366,14	366,14	0,00	1081,77	366,14	366,14	5555,84
+ Fondos de reserva	366,14	366,14	0,00	1081,77	366,14	366,14	5555,84
Sueldo Año 4	6025,88	6025,88	14146,18	17088,09	6025,88	6025,88	89909,75
Sueldo Mensual Año 4	502,16	502,16	1178,85	1424,01	502,16	502,16	7492,48
AÑO 5							
Sueldo Básico año 5	4767,98	4767,98	15351,44	14087,20	4767,98	4767,98	72350,43
+Aporte patronal 12,15 %	579,31	579,31	0,00	1711,60	579,31	579,31	8790,58
+Décimo Cuarto	397,33	397,33	0,00	397,33	397,33	397,33	4370,64
+Décimo Tercero	397,33	397,33	0,00	1173,93	397,33	397,33	6029,20
+ Fondos de reserva	397,33	397,33	0,00	1173,93	397,33	397,33	6029,20
Sueldo Año 5	6539,28	6539,28	15351,44	18544,00	6539,28	6539,28	97570,05
Sueldo Mensual Año 5	544,94	544,94	1279,29	1545,33	544,94	544,94	8130,84

Elaboración: La Autora

4.9.2.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los costos indirectos de fabricación se determinan de acuerdo al costo y cantidad de los materiales e insumos que inciden indirectamente en la elaboración de las cobijas, así como de la mano de obra indirecta que se necesita.

A continuación se detallan:

Cuadro N° 48
Costos Indirectos de Fabricación

Materia Prima e insumos Indirectos				
Descripción	Cantidad	Valor \$	Total mensual año 0 \$	Total mensual año 1 \$
Hilo de coser Poliéster	55 conos	3,50	192,50	199,01
Agujas	2 cajas	5,00	10,00	10,34
Cepillos	3 unidades	5,00	15,00	15,51
Aceite para máquinas	4 galones	4,00	16,00	16,52
Químico de protección tejido	3 unidades	5,00	15,00	15,51
Etiquetas	1200	0,08	96,00	96,00
Empaques	1200	0,15	180,00	180,00
Sub Total MPI			524,50	532,89
Mano de Obra Indirecta				
Empacador-Bodeguero	Sueldo+ Beneficios		340,08	369,05
Sub Total MOI			340,08	369,05
OTROS CIF				
Agua		20	20	20,67
Luz		100	100	103,33
Teléfono		20	20	20,67
Subtotal Otros CIF			140,00	144,66
Total CIF			1004,58	1046,60

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Los costos indirectos de fabricación mensual para el año uno se determinó considerando la inflación anual al 2010 que es del 3,33%.

4.9.2.4 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTA

Además de los costos de producción es imprescindible incurrir en gastos de administración para el primer ciclo de operación que incluye: sueldos del gerente, contador y secretaria; materiales de oficina, suministros y los servicios básicos de energía, teléfono internet y agua.

Así como también se prevé gastos de ventas que incluye: el arriendo del local destinado para ventas, el sueldo del vendedor, lo correspondiente a publicidad en distintos medios de la localidad y lo concerniente al combustible del vehículo; se consideró además los intereses del período y el capital del primer mes correspondiente al crédito adquirido para financiar parte de la inversión. Como se detalla a continuación:

Cuadro Nº 49
Gastos de Administración y Ventas

Detalle	Valor Mensual AÑO 0 \$	Valor Mensual AÑO 1 \$
Sueldos	2064,98	2335,18
Gerente	850,00	922,42
Contador	874,90	1043,71
Secretaria	340,08	369,05
Materiales y Suministros	115,00	118,83
Teléfonos	40,00	41,33
Perforadores	5,00	5,17
Grapadoras	5,00	5,17
Calculadoras	15,00	15,50
Carpetas y folders	4,50	4,65
Comprobantes de venta	16,00	16,53
Esferos	3,00	3,10
Resmas de papel	8,00	8,27
Lápices	2,00	2,07
Borradores	1,50	1,55
Tinta de impresoras	15,00	15,50
Total Gastos de Administración	2179,98	2454,01
GASTOS DE VENTAS	Valor Mensual Año 0 \$	Valor Mensual Año 1 \$

Detalle		
Sueldo vendedor	340,08	369,05
Arriendo	250,00	258,33
Publicidad	100,00	103,33
Combustible	70,00	72,33
Total Gastos de Ventas	760,08	803,04
Otros Gastos de Administración y Ventas		
Servicios Básicos		
Agua	15,00	15,50
Luz	30,00	31,00
Teléfono e Internet	35,00	36,17
total Otros Gastos Administración y Venta	80,00	82,66
GASTOS FINANCIEROS		
Gasto Interés	300,00	300,00
Pago de Capital préstamo	367,33	367,33
Total Gastos Financieros	667,33	667,33
Total Gastos	3687,39	4007,05

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

El importe correspondiente a administración y ventas para el año uno se realiza en base a los costos del año 0 más la inflación del 3,33% anual y los gastos financieros corresponden al interés y capital mensual del crédito por pagar.

4.9.2.5 RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo que se necesita para la ejecución del proyecto en su arranque inicial, es decir el primer ciclo de operación hasta que empiece a generar sus propios ingresos por ventas es de \$21166,25dólares.

A continuación se resume:

Cuadro N° 50
Resumen del Capital de Trabajo

Descripción	Cantidad	Costo unitario \$	Valor \$
Materia prima directa Kg	2151,44	6,46	13898,30
Mano de obra directa	6	369,05	2214,30
Costos indirectos de Fabricación			1046,60
SUB TOTAL			17159,20
Gastos Administración y Venta			4007,05
TOTAL			21166,25

Elaboración: La Autora

4.9.3. INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida son los gastos en los cuales se incurrieron para la de constitución de la microempresa. Se detalla e siguiente cuadro:

Cuadro N° 51
Inversión diferida

Detalle	Valor \$
Estudio de pre factibilidad	800,00
Gastos de Constitución	1000,00
Total	1800,00
Elaboración: La Autora	

4.9. CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad de cobertura del proyecto para satisfacer los requerimientos del mercado con la producción, se establece en función de la capacidad de operación del proceso productivo: de la maquinaria, equipo, stock de materiales y mano de obra; es decir que el volumen de cobijas elaboradas está diseñado bajo una línea de producción según el rendimiento óptimo de los medios de producción instalados en el ciclo de operación, que para el presente proyecto es mensual, además se consideró la demanda de cobijas existente en la ciudad de Ibarra con sus respectivas proyecciones que constituyen la capacidad efectiva.

La técnica del tejido empleado en este tipo de producción textil establece la siguiente información:

Cuadro N° 52

Volumen de producción

Modelo	Distrib.	3574 m ² Tejidos al mes	Producción Mensual unidades	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Matrimonial	18%	643,32	162	1944	2061	2184	2315	2454
Individual	45%	1608,30	473	5676	6017	6378	6760	7166
Tradicional	27%	964,98	327	3924	4159	4409	4674	4954
Niños	10%	357,40	238	2856	3027	3209	3402	3606
TOTAL	100%	3574,00	1200	14400	15264	16180	17151	18180

Elaboración: La Autora

Para la proyección de la producción se estima un incremento del 6% anual hasta llegar al quinto año donde se alcanza el 100% de optimización de la capacidad instalada.

4.10.1. COBERTURA DE LA DEMANDA INSATISFECHA

A continuación se detalla la capacidad instalada del presente proyecto y la demanda insatisfecha determinada que se pretende cubrir, cabe mencionar que el comportamiento de los factores productivos en el mercado puede incidir en la fluctuación del volumen de producción de un período a otro.

Cuadro N° 53

Cobertura de la demanda Insatisfecha

Año	Volumen Unidades	Capacidad Utilizada	Demanda insatisfecha U	Cobertura demanda insatisfecha
2012	14400	80%	51185	28,13%
2013	15264	84,80%	52497	29,08%
2014	16180	89,89%	53842	30,05%
2015	17151	95,28%	55220	31,06%
2016	18180	100%	56633	32,10%

Elaboración: La Autora

Inicialmente la microempresa estará en condiciones de cubrir el 28,13% de la demanda insatisfecha con el 80% de utilización de la capacidad instalada, esto hasta estabilizar un adecuado ritmo de producción y para los años posteriores se optimizará la utilización de la planta productora al 100%; a través del incremento de la eficiencia del personal y optimizando recursos principalmente el factor tiempo reduciendo al máximo tiempos improductivos, de tal forma que cada año el volumen de unidades elaboradas crece en un 6%. Cubriendo la demanda insatisfecha en el año cinco en el 32,10%.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

5.1. INVERSIÓN INICIAL

Para la puesta en marcha del presente proyecto se requiere de inversión inicial de \$67401,54 dólares la misma que está constituida por: inversión fija 44435,29 dólares que son los bienes de capital o activos productivos de la microempresa; mientras que a inversión variable corresponde al capital de trabajo o activo circulante \$21166,25 dólares que son los recursos necesarios para ejecutar el proyecto y la inversión diferida de \$1800 dólares compuesta por los gastos de constitución y estudios de factibilidad.

A continuación se detalla la inversión inicial.

Cuadro Nº 54
Inversión Inicial

INVERSIÓN VARIABLE	VALOR \$
Capital de Trabajo	21166,25
SUBTOTAL	21166,25
INVERSIÓN FIJA	
Terreno	8000,00
Instalaciones	10000,00
Maquinaria	11742,00
Equipo de Computación	4362,05
Muebles y Enceres	1331,24
Vehículo	9000,00
SUBTOTAL	44435,29
INVERSIÓN DIFRIDA	
Gastos de Constitución	1800,00
SUBTOTAL	1800,00
INVERSIÓN TOTAL	67401,54

Elaboración: La Autora

5.2. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

La propuesta de inversión total del presente proyecto está estructurada con la estrategia 55,49% de aporte propio y el 44,51% será financiado. El costo de oportunidad permite determinar el costo del capital propio frente a la tasa de interés activa del mercado para establecer su rentabilidad.

Cuadro N° 55

Costo de Oportunidad

Descripción	Valor	Porcentaje	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Inversión financiera	30000,00	44,51	12	534,12
Inversión propia	37614,36	55,49	8	443,92
INVERSION TOTAL	67614,36	100,00		978,04
Fuente: Cuadro N° 54 Elaboración: La autora				9,78

Se puede determinar que el costo de oportunidad del proyecto es del 9,78%.

5.2.1. TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

La Tasa de Rendimiento Medio o de Redescuento se calcula con base de la tasa de interés activa que es del 12%, mientras que la tasa pasiva es del 8,0% según (BNF). Con estos datos se realiza el siguiente análisis:

Forma de Cálculo:

Tasa de Redescuento o TRM= Costo de oportunidad + Tasa de Inflación-1

$$TRM = (1 + CK)(1 + IF) - 1$$

Costo del Capital	9,78%
Tasa de Inflación	3,33%

$$TRM = (1 + 0,0978)(1 + 0,0333) - 1$$

$$TRM = 13,44\%$$

5.2.2. FINANCIAMIENTO

El 44,51% de la inversión total que corresponde a 30000 dólares serán financiados mediante un crédito otorgado por el Banco Nacional de Fomento, bajo los términos siguientes: a un plazo de 5 años, con una tasa de interés del 12% anual, la amortización del mismo se efectuará a través de cuotas mensuales de acuerdo al ciclo de producción de la microempresa como se detalla a continuación:

Cuadro Nº 56

Tabla de Amortización de la Deuda

Nº PAGOS	VALOR PRESENTE	INTERÉS	SALDO SOLUTO	SALDO INSOLUTO
0				30000,00
1	667,33	300,00	367,33	29632,67
2	667,33	296,33	371,01	29261,66
3	667,33	292,62	374,72	28886,94
4	667,33	288,87	378,46	28508,48
5	667,33	285,08	382,25	28126,23
6	667,33	281,26	386,07	27740,16
7	667,33	277,40	389,93	27350,23
8	667,33	273,50	393,83	26956,40
9	667,33	269,56	397,77	26558,63
10	667,33	265,59	401,75	26156,88
11	667,33	261,57	405,76	25751,11
12	667,33	257,51	409,82	25341,29
13	667,33	253,41	413,92	24927,37
14	667,33	249,27	418,06	24509,31
15	667,33	245,09	422,24	24087,07
16	667,33	240,87	426,46	23660,61
17	667,33	236,61	430,73	23229,88
18	667,33	232,30	435,03	22794,85
19	667,33	227,95	439,38	22355,46
20	667,33	223,55	443,78	21911,68
21	667,33	219,12	448,22	21463,47
22	667,33	214,63	452,70	21010,77
23	667,33	210,11	457,23	20553,54
24	667,33	205,54	461,80	20091,74
25	667,33	200,92	466,42	19625,33
26	667,33	196,25	471,08	19154,25
27	667,33	191,54	475,79	18678,46
28	667,33	186,78	480,55	18197,91
29	667,33	181,98	485,35	17712,55
30	667,33	177,13	490,21	17222,35
31	667,33	172,22	495,11	16727,24
32	667,33	167,27	500,06	16227,18

33	667,33	162,27	505,06	15722,11
34	667,33	157,22	510,11	15212,00
35	667,33	152,12	515,21	14696,79
36	667,33	146,97	520,37	14176,42
37	667,33	141,76	525,57	13650,85
38	667,33	136,51	530,82	13120,03
39	667,33	131,20	536,13	12583,90
40	667,33	125,84	541,49	12042,40
41	667,33	120,42	546,91	11495,49
42	667,33	114,95	552,38	10943,11
43	667,33	109,43	557,90	10385,21
44	667,33	103,85	563,48	9821,73
45	667,33	98,22	569,12	9252,61
46	667,33	92,53	574,81	8677,81
47	667,33	86,78	580,56	8097,25
48	667,33	80,97	586,36	7510,89
49	667,33	75,11	592,22	6918,66
50	667,33	69,19	598,15	6320,52
51	667,33	63,21	604,13	5716,39
52	667,33	57,16	610,17	5106,22
53	667,33	51,06	616,27	4489,95
54	667,33	44,90	622,43	3867,52
55	667,33	38,68	628,66	3238,86
56	667,33	32,39	634,94	2603,91
57	667,33	26,04	641,29	1962,62
58	667,33	19,63	647,71	1314,91
59	667,33	13,15	654,18	660,73
60	667,33	6,61	660,73	0,00
Sumatoria	40040,01	10040,01	30000,0	

Elaboración: La Autora

5.3. PROYECCIONES

5.3.1. PROYECCIONES DE INGRESOS

5.3.1.1 PROYECCIÓN DEL VOLUMEN DE PRODUCCIÓN

La proyección del volumen de producción se realizó en base a la capacidad instalada de la microempresa, para proyectar el volumen en unidades a producir durante los próximos cinco años de vida útil del proyecto, se establece un incremento anual del 6% así:

Cuadro Nº 57

Proyección del Volumen de producción Anual

Año	Volumen Unidades
2012	14400
2013	15264
2014	16180
2015	17151
2016	18180

Fuente: Cuadro Nº 44 y 52.

Elaboración: La Autora

5.3.1.2 PROYECCIÓN DEL PRECIO DE VENTA UNITARIO

El precio de venta Interno que la microempresa establecerá para cada modelo de cobija está determinado de acuerdo al costo total, más el margen de utilidad del 15%; de esta manera se establece la proyección del precio de venta por unidad para los siguientes cinco años. Se determina el precio de venta en base a los costos y gastos de producción tanto fijos como variables, para lo que se aplica lo siguiente:

$$PV = CF + CVu + Utilidad \%$$

Donde:

PV= Precio de Venta

CF= Costo Fijo

CVu= Costos Variable unitario

Es necesario determinar los costos que son considerados que son:

Cuadro Nº 58

Proyección Costos Fijos Totales

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de Obra Directa	26571,66	30700,92	33316,68	36155,28	39235,68
Costos Indirectos de Fabricación					
Mano de Obra Indirecta	4428,61	5116,82	5552,78	6025,88	6539,28
Otros Costos Indirectos de Fabricación					
Depreciación	1648,83	1648,83	1648,83	1648,83	1648,83
Gastos Incurridos					
Gastos Administrativos	32403,81	36101,29	38880,15	41998,43	45261,82
Gastos de Venta	10651,09	11512,73	12127,88	12821,79	13526,52
Gastos Financieros	3349,29	2758,45	2092,67	1342,46	497,13
Total Costos Fijos	79053,28	87839,04	93618,99	99992,67	106709,26
Unidades producción anual	14400	15264	16180	17151	18180
Costo Fijo Unitario	5,49	5,75	5,79	5,83	5,87

Fuente: Cuadros 61, 64, 68, 69, 70, 71, 74, 76

Elaboración: La Autora

Cuadro Nº 59

Proyección Costo Variable Unitario

Materia Prima Directa					
Años	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Descripción					
Modelo Matrimonial	15,50	16,01	16,56	17,11	17,66
Modelo Individual	13,24	13,67	14,15	14,62	15,09
Modelo Tradicional	11,43	11,81	12,21	12,62	13,03
Modelo Niños	5,81	6,00	6,21	6,42	6,62
Costos Indirectos de Fabricación Variables					
Años	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Indirecta					
Hilo de Coser	2389,20	2618,00	2871,54	3136,14	3440,29
Agujas	310,20	341,76	369,84	407,70	447,64
Cepillos	186,12	202,92	220,80	245,10	265,05
Aceite para máquina	198,24	217,26	237,83	260,69	285,43
Químico de protección tejido	186,12	202,92	220,80	245,10	265,05
Etiquetas unidades	1152,00	1373,76	1456,20	1543,59	1636,20
Empaques unidades	2160,00	2442,24	2588,80	2915,67	3272,40
Sub Total MPI	6581,88	7398,86	7965,81	8753,99	9612,06
Otros CIF Variables					
Servicios Básicos	1736,04	1793,85	1853,59	1915,31	1979,09
Sub Total Otros CIF Variables	1736,04	1793,85	1853,59	1915,31	1979,09
TOTAL CIF VARIABLES	8317,92	9192,71	9819,40	10669,30	11591,15
Unidades producción anual	14400	15264	16180	17151	18180
CIF Variable Unitario	0,58	0,60	0,61	0,62	0,64

Costo Variable Unitario					
Años	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Descripción					
Modelo Matrimonial	16,08	16,61	17,17	17,73	18,30
Modelo Individual	13,82	14,28	14,75	15,24	15,73
Modelo Tradicional	12,01	12,41	12,82	13,24	13,66
Modelo Niños	6,39	6,61	6,82	7,04	7,26

Fuente: 48, 62, 65.

Elaboración: La Autora

5.3.1.3 PROYECCIÓN DE VENTAS TOTALES

A continuación se detalla los ingresos estimados por tipo de cobijas para el horizonte del proyecto considerando el precio de venta unitario por las unidades producidas en cada año así:

Cuadro N° 60
Proyección de Ingresos

PRECIO DE VENTA AÑO 1						INGRESOS AÑO 1	
Precio de Venta Unitario por modelo para el Año 1						Ingresos Año 1	
Modelo	Costo Fijo Unitario	Costo Variable Unitario	Costo Total	Utilidad 15%	Precio de Venta \$	Produccion anual	Ingresos Anual \$
Matrimonial	5,49	16,08	21,57	3,24	24,81	1944	48225,12
Individual	5,49	13,82	19,31	2,90	22,21	5676	126048,23
Tradicional	5,49	12,01	17,50	2,63	20,13	3924	78978,77
Niños	5,49	6,39	11,88	1,78	13,66	2856	39024,04
TOTAL						14400	292276,16
PRECIO DE VENTA AÑO 2						INGRESOS AÑO 2	
Precio de Venta Unitario por modelo para el Año 2						Ingresos Año 2	
Modelo	Costo Fijo Unitario	Costo Variable Unitario	Costo Total	Utilidad 15%	Precio de Venta \$	Produccion anual	Ingresos Anual \$
Matrimonial	5,75	16,61	22,36	3,35	25,72	2061	53008,17
Individual	5,75	14,28	20,03	3,00	23,03	6017	138569,16
Tradicional	5,75	12,41	18,16	2,72	20,88	4159	86847,70
Niños	5,75	6,61	12,36	1,85	14,21	3027	43009,24
TOTAL						15264	321434,27
PRECIO DE VENTA AÑO 3						INGRESOS AÑO 3	
Precio de Venta Unitario por modelo para el Año 3						Ingresos Año 3	
Modelo	Costo Fijo Unitario	Costo Variable Unitario	Costo Total	Utilidad 15%	Precio de Venta \$	Producción anual	Ingresos Anual \$
Matrimonial	5,79	17,17	22,95	3,44	26,40	2184	57648,70
Individual	5,79	14,75	20,54	3,08	23,62	6378	150668,56
Tradicional	5,79	12,82	18,61	2,79	21,40	4409	94358,63
Niños	5,79	6,82	12,61	1,89	14,50	3209	46523,82
TOTAL						16180	349199,71

PRECIO DE VENTA AÑO 4						INGRESOS AÑO 4	
Precio de Venta Unitario por modelo para el Año 4						Ingresos Año 4	
Modelo	Costo Fijo Unitario	Costo Variable Unitario	Costo Total	Utilidad 15%	Precio de Venta \$	Producción anual	Ingresos Anual \$
Matrimonial	5,83	17,73	23,56	3,53	27,10	2315	62733,84
Individual	5,83	15,24	21,07	3,16	24,23	6760	163787,14
Tradicional	5,83	13,24	19,07	2,86	21,93	4674	102514,88
Niños	5,83	7,04	12,87	1,93	14,80	3402	50347,70
TOTAL						17151	379383,56
PRECIO DE VENTA AÑO 5						INGRESOS AÑO 5	
Precio de Venta Unitario por modelo para el Año 5						Ingresos Año 5	
Modelo	Costo Fijo Unitario	Costo Variable Unitario	Costo Total	Utilidad 15%	Precio de Venta \$	Producción anual	Ingresos Anual \$
Matrimonial	5,87	18,30	24,17	3,63	27,80	2454	68213,47
Individual	5,87	15,73	21,60	3,24	24,83	7166	177966,99
Tradicional	5,87	13,66	19,53	2,93	22,46	4954	111291,58
Niños	5,87	7,26	13,13	1,97	15,10	3606	54455,34
TOTAL						18180	411927,37

Elaboración: La Autora

Cabe señalar que el precio establecido para el año uno se encuentra dentro del límite de aceptación definido por los consumidores que se conoció en encuesta realizada, que es de \$25 dólares por cobija mientras que el precio promedio de las cobijas es de \$ 20,20 dólares lo que lo hace más atractivo considerando la buena calidad que atribuye el producto.

Cuadro Nº 61 Resumen de la Proyección de Ingresos

Años	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Concepto					
Ingresos por Ventas	292276,16	321434,27	349199,71	379383,56	411927,37

Elaboración: La Autora

5.3.2. PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

La proyección de los costos se realiza en base a la determinación del costo que intervienen en la elaboración de las cobijas, el mismo que está estructurado por el Costo de Materia prima Directa, Mano de obra

directa y Costos Indirectos de Fabricación. Para los años subsiguientes se proveerá un incremento del 3,33% anual que corresponde a inflación que incide en precios de mercado.

5.3.2.1 PROYECCIÓN DE COSTOS DE MATERIA PRIMA

Para la proyección del costo de Materia prima se prevé un incremento del precio por kilo de hilo de alpaca de 3,33% correspondiente a la inflación anual, mientras que la cantidad en kilos totales de este hilo tendrá una variación de acuerdo al incremento del volumen de producción es decir del 6% anual.

Como se detalla a continuación:

Cuadro Nº 62
Proyección del Costo Unitario de Materia Prima por Modelo

PROYECCION COSTO DE MATERIA PRIMA UNITARIO					
	Modelo	Matrimonial	Individual	Tradicional	Niños
AÑOS	Kg MP x modelo	2,4	2,05	1,77	0,9
	Precio Proyectado \$				
AÑO 1	6,46	15,50	13,24	11,43	5,81
AÑO 2	6,67	16,01	13,67	11,81	6,00
AÑO 3	6,90	16,56	14,15	12,21	6,21
AÑO 4	7,13	17,11	14,62	12,62	6,42
AÑO 5	7,36	17,66	15,09	13,03	6,62

Fuente: Investigación Directa - Criterio de Expertos

Elaboración: La Autora

Para la determinación del costo unitario se tomó en cuenta los kilos de materia prima que se utilizarán en cada modelo de cobijas por el precio proyectado para cada año.

Cuadro N° 63
Proyección del Costo de Materia Prima Anual

Detalle	Kg al mes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
kg Materia Prima Directa	2151,44	25817,28	27366,32	29008,30	30748,79	32593,72
Costo x Kg \$MPD	6,46	6,46	6,67	6,90	7,13	7,36
Costo \$ MPD	13898,30	166779,63	182533,35	200157,27	219238,87	239889,78

Fuente: Investigación Directa - Criterio de Expertos

Elaboración: La Autora

Se proyectó los kilos de materia prima partiendo del año uno con 166779,63 Kg y para los próximos cinco años se estimó el 6% de incremento en la misma proporción del volumen de producción anual.

5.3.2.2 PROYECCIÓN DE COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA

Se proyecta la mano de obra en base del sueldo de los operarios de: tejido, corte, cosido y acabados; considerando un incremento anual del 8,52% que tendrá efecto por concepto incremento salarial, en base al cuadro N° 47 pág. 178 como se señala a continuación:

Cuadro N° 64
Proyección del Costo de Mano de Obra Directa

Personal de Producción	N° Operarios	Total mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Operarios de Tejido							
Telar 1	1	369,05	4428,61	5116,82	5552,78	6025,88	6539,28
Telar 2	1	369,05	4428,61	5116,82	5552,78	6025,88	6539,28
Área de corte	2	738,1	8857,22	10233,64	11105,56	12051,76	13078,56
Área de cosido	2	734,56	8857,22	10233,64	11105,56	12051,76	13078,56
Total	6	2210,76	26571,66	30700,92	33316,68	36155,28	39235,68
Producción Unidades			14400	15264	16180	17151	18180
COSTO DE MANO OBRA UNITARIO			1,85	2,01	2,06	2,11	2,16

Elaboración: La Autora

5.3.2.3 PROYECCIÓN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Se proyecta los costos de la materia prima e insumos indirectos de producción en función de los precios al año 0 más el 3,33% de inflación y en base del cuadro N° 48 pág. 180, para los siguientes cinco años:

Cuadro N°65
Proyección de los Costos Indirectos de Fabricación

PROYECCION COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
Materia Prima Indirecta		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Descripción	Unidades mes año 1					
Hilo de coser Poliéster conos	55	660	700	742	786	833
Precio proyectado Hilo	3,62	3,62	3,74	3,87	3,99	4,13
Costo del Hilo	199,1	2389,20	2618,00	2871,54	3136,14	3440,29
Agujas Cajas	2	24	25	27	29	30
Precio proyectado Agujas	5,17	5,17	5,34	5,52	5,70	5,89
Costo de Agujas	10,34	310,20	341,76	369,84	407,70	447,64
Cepillos unidades	3	36	38	40	43	45
Precio proyectado cepillos	5,17	5,17	5,34	5,52	5,70	5,89
Costo de cepillos	15,51	186,12	202,92	220,80	245,10	265,05
Aceite galones	4	48,00	50,88	53,93	57,17	60,60
Precio proyectado aceite	4,13	4,13	4,27	4,41	4,56	4,71
Costo del aceite	16,52	198,24	217,26	237,83	260,69	285,43
Químico de protección tejido	3,00	36	38	40	43	45
Precio proyectado químico	5,17	5,17	5,34	5,52	5,70	5,89
Costo del químico	15,51	186,12	202,92	220,80	245,10	265,05
Etiquetas unidades	1200	14400	15264	16180	17151	18180
Precio proyectado etiquetas	0,08	0,08	0,09	0,09	0,09	0,09
Costo de etiquetas	96,00	1152,00	1373,76	1456,20	1543,59	1636,20
Empaques	1200	14400	15264	16180	17151	18180
Precio proyectado empaques	0,15	0,15	0,16	0,16	0,17	0,18
Costo de empaques	180,00	2160,00	2442,24	2588,80	2915,67	3272,40
Sub Total MPI	532,98	6581,88	7398,86	7965,81	8753,99	9612,06
Mano de Obra Indirecta						
Empacador-Bodeguero	369,05	4428,61	5116,82	5552,78	6025,88	6539,28
Sub Total MOI	369,05	4428,61	5116,82	5552,78	6025,88	6539,28
Otros Costos Indirectos de Fabricación						
Agua	20,67	248,04	256,30	264,83	273,65	282,77
Luz	103,33	1239,96	1281,25	1323,92	1368,00	1413,56
Teléfono	20,67	248,04	256,30	264,83	273,65	282,77
Depreciación	137,40	1648,83	1648,83	1648,83	1648,83	1648,83
Subtotal Otros CIF	282,07	3384,87	3442,68	3502,42	3564,14	3627,92
Total CIF	1184,10	14395,36	15958,36	17021,01	18344,01	19779,26
Producción mensual Unidades		14400	15264	16180	17151	18180
Total Costos indirectos de Fabricación Unitarios		1,00	1,04	1,05	1,07	1,09

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

5.3.2.4 PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN TOTAL

A continuación se detallan los costos de materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación unitaria para cada modelo de cobijas para los cinco años:

Cuadro Nº 66
Proyección Del Costo de Producción Total

COSTOS AÑO 1						
Costo Producción unitario Año 1					Costo Anual Año 1	
Modelo	Materia Prima unitario \$	Mano de Obra unitario\$	CIF unitario \$	Costo producción unitario \$	Volumen Anual Unidades	Costos Producción Anual \$
Matrimonial	15,50	1,85	1,00	18,35	1944	35670,32
Individual	13,24	1,85	1,00	16,09	5676	91343,87
Tradicional	11,43	1,85	1,00	14,28	3924	56051,20
Niños	5,81	1,85	1,00	8,66	2856	24744,38
TOTAL					14400	207809,78
COSTOS AÑO 2						
Costo Producción unitario Año 2					Costo Anual Año 2	
Modelo	Materia Prima unitario \$	Mano de Obra	CIF	Costo Producción unitario	Volumen Anual Unidades	Costos Producción Anual \$
Matrimonial	16,01	2,01	1,04	19,06	2061	39281,28
Individual	13,67	2,01	1,04	16,72	6017	100625,30
Tradicional	11,81	2,01	1,04	14,86	4159	61785,69
Niños	6,00	2,01	1,04	9,05	3027	27403,43
TOTAL					15264	229095,69
COSTOS AÑO 3						
Costo Producción unitario Año 3					Costo Anual Año 3	
Modelo	Materia Prima unitario \$	Mano de Obra \$ unitario	CIF	Costo producción unitario	Volumen Anual Unidades	Costos Producción Anual \$
Matrimonial	16,56	2,06	1,05	19,67	2184	42961,69
Individual	14,15	2,06	1,05	17,26	6378	110052,39
Tradicional	12,21	2,06	1,05	15,32	4409	67559,11
Niños	6,21	2,06	1,05	9,32	3209	29907,88
TOTAL					16180	250481,07
COSTOS AÑO 4						
Costo Producción unitario Año 4					Costo Anual Año 4	
Modelo	Materia Prima unitario \$	Mano de Obra	CIF	Costo producción unitario	Volumen Anual Unidades	Costos Producción Anual \$
Matrimonial	17,11	2,11	1,07	20,29	2315	46970,46
Individual	14,62	2,11	1,07	17,80	6760	120304,34
Tradicional	12,62	2,11	1,07	15,80	4674	73849,67
Niños	6,42	2,11	1,07	9,60	3402	32648,99
TOTAL					17151	273773,46

COSTOS AÑO 5						
Costo Producción unitario Año 5				Costo Anual Año 5		
Modelo	Materia Prima unitario \$	Mano de Obra	CIF	Costo producción unitario	Volumen Anual Unidades	Costos Producción Anual \$
Matrimonial	17,66	2,16	1,09	20,91	2454	51313,50
Individual	15,09	2,16	1,09	18,34	7166	131410,11
Tradicional	13,03	2,16	1,09	16,28	4954	80637,25
Niños	6,62	2,16	1,09	9,87	3606	35605,64
TOTAL					18180	298966,50

Elaboración: La Autora

5.3.2.5 RESUMEN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL

Se presenta la proyección de los costos de producción anual en el siguiente cuadro:

Cuadro N°67
Resumen de Costos de Producción

Años	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Concepto					
Costos de Producción	207809,78	229095,69	250481,07	273773,46	298966,50

Elaboración: La Autora

5.3.3. PROYECCIÓN DE GASTOS

5.3.3.1 PROYECCIÓN GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de Administración están determinados por el sueldo del Gerente, Contador y Secretaria con las respectivas provisiones correspondientes a beneficios de ley en base al cuadro N° 47 pág. 178 como se detalla a continuación:

Cuadro Nº 68
Proyección Sueldos Personal de Administración

PROYECCIÓN SUELDOS PERSONAL ADMINISTRACIÓN							
Personal	N Empleados	Valor mensual \$	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	1	922,42	11069,04	12012,12	13035,56	14146,18	15351,44
Contador	1	1043,71	12524,55	14510,22	15746,49	17088,09	18544,00
Secretaria	1	369,05	4428,61	5116,82	5552,78	6025,88	6539,28
Total	3	2335,18	28022,20	31639,16	34334,82	37260,15	40434,71

Elaboración: La Autora

Para la proyección del segundo año se establece un incremento del 8,52% considerando el incremento anual de salarios.

Cuadro Nº 69
Proyección suministros y Servicios Básicos

PROYECCIÓN DE SUMINISTROS Y SERVICIO BÁSICOS						
DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Suministro Oficina	118,83	1425,96	1473,44	1522,51	1573,21	1625,60
Servicios Básicos						
Luz	31,00	372,00	384,39	397,19	410,41	424,08
Agua	15,50	186,00	192,19	198,59	205,21	212,04
Teléfono e Internet	36,17	434,04	448,49	463,43	478,86	494,81
Depreciación Administración	133,63	1603,61	1603,61	1603,61	1710,58	1710,58
Amortización	30,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Total	365,13	4381,61	4462,13	4545,33	4738,27	4827,11

Elaboración: La Autora

El costo de los suministros y materiales de oficina se proyectan tomando en cuenta la inflación, mientras que la cuota de depreciación que correspondiente al área administrativa, se mantiene constante según los cuadros de prorrateo de depreciación Nº 72 pág. 201, Nº 73 pág. 202 y cuadro 74 pág. 203.

5.3.3.2 PROYECCIÓN GASTOS DE VENTA

Constituyen gastos de venta los sueldos del personal contratado para ventas y su respectiva provisión de beneficios legales para la proyección se estima un incremento del 8,52% anual y en base al cuadro N° 47 pág. 178, como se señala a continuación:

**Cuadro N° 70
Proyección Sueldos Personal de Ventas**

PROYECCION SUELDO PERSONAL DE VENTAS							
Personal	Nº Empleados	Valor mensual \$	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vendedor	1	369,05	4428,61	5116,82	5552,78	6025,88	6539,28
Total	1	369,05	4428,61	5116,82	5552,78	6025,88	6539,28

Elaboración: La Autora

Se realizará un contrato de arrendamiento para el punto de comercialización del producto, además se mantendrá un plan de publicidad radial mensual en dos estaciones de radio más conocidas, cuyo costo tendrá un incremento del 3,33% anual para la proyección, también se incurrirá en gastos de combustible del vehículo, mientras que la cuota de depreciación anual que corresponde al área de ventas no varía. Estos valores se especifican así:

**Cuadro N° 71
Proyección de Publicidad y Combustible**

PROYECCIONES DE GASTOS DE VENTA						
DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Arriendo	258,33	3099,96	3203,19	3309,85	3420,07	3533,96
Gasto Publicidad	103,33	1239,96	1281,25	1323,92	1368,00	1413,56
Gasto Combustible	72,33	867,96	896,86	926,73	957,59	989,48
Depreciación Ventas	84,55	1014,60	1014,60	1014,60	1050,25	1050,25
Total	518,54	6222,48	6395,90	6575,10	6795,91	6987,25

Elaboración: La Autora

5.3.3.3 DEPRECIACIÓN DEL ACTIVO FIJO

La depreciación por la pérdida del valor de los activos que se da por el uso, será deducible de acuerdo a lo dispuesto en la Ley de Régimen Tributario Interno. Los Activos fijos están depreciados bajo el método Legal, en los porcentajes que para el efecto ha dispuesto el Reglamento de aplicación de LRTI (Art. 28), Deducciones generales, numeral 6, Depreciaciones de Activos Fijos.

- ❖ Inmuebles 5%
- ❖ Instalaciones, maquinaria - equipo y muebles 10%
- ❖ Vehículos 20%
- ❖ Equipos de cómputo y software 33%

Donde las cuotas de depreciación son iguales o constantes, conforme a la naturaleza de los bienes y la duración de su vida útil. De acuerdo a los costos de la inversión fija Cuadros N°: 38, 39, 40, 41 y 42.

Forma de Cálculo:

Depreciación= Valor Adquisición – Valor Residual * % de Depreciación.

$$Dp = (VA - VR) * \% Dep$$

Cuadro N° 72
Depreciación de los Activo Fijos

Activo Fijo	Valor \$	Valor Residual \$	Porc. Deprc.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Dep. Acum	V. Libros
Terreno	8000,00	8000,00								
Edificio	10000,00	2000,00	5%	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	2000,00	8000,00
Maquinaria	11742,00	2348,40	10%	939,36	939,36	939,36	939,36	939,36	4696,80	7045,20
Equipo de Computación	4362,05	218,10	33,33%	1381,18	1381,18	1381,18			4143,54	218,51
Renovación Equipo Computación Año 4	4812,49	240,62	33,33%				1523,80	1523,80	3047,60	1764,89
Muebles y Enseres	1331,24	266,25	10%	106,50	106,50	106,50	106,50	106,50	532,50	798,74
Vehículo	9000,00	1800,00	20%	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00	1440,00	7200,00	1800,00
TOTAL	49247,78	14873,38		4267,04	4267,04	4267,04	4409,66	4409,66	21620,44	19627,34

Elaboración: La Autora

En el cuadro anterior se determina la depreciación de los activos fijos de la microempresa, para el año cuatro se realizará una renovación del equipo de computación y para establecer su precio se proyectó en base al costo del año 1 más la inflación hasta el tercer año.

De igual manera se establece el valor en libros, es decir el valor de adquisición de los activos menos la depreciación acumulada; además se consideró el valor residual de los activos fijos, que es del 20%. Excepto el Equipo de Computación cuyo valor es del 5%.

Para determinar el valor de la depreciación que corresponde a producción, administración y ventas se realiza el siguiente prorrateo o distribución:

Cuadro Nº 73
Prorrateo de la Depreciación

Edificio			Valor Depreciación	
Planta	Áreas	Distribución	400,00	Dis. Porcent.
Producción	Tejido	22,04m ²	96,24	24,06%
	Confección y acabados	10,62m ²	46,36	11,59%
	Bodega y Almacén	23,56m ²	102,92	25,73%
Subtotal		56,22 m²	245,52	61,38%
Administración	Oficina 1	12,02m ²	52,48	13,12%
	Oficina 2	14,16m ²	61,84	15,46%
	Oficina 3	9,20m ²	40,16	10,04%
Subtotal		35,38m²	154,48	38,62%
Total		91,60m²	400,00	100%
Equipo de Computación	Valor Depreciación			
	Año 1-3	% Distrib.	Año 4-5	
Administración	1035,89	75%	1142,85	
Ventas	345,30	25%	380,95	
Total	1381,18	100%	1523,80	
Maquinaria	Valor Depreciación			
Producción	939,36	100%		
Total	939,36	100%		
Muebles y Enseres	Valor Depreciación			
Producción	31,95	30%		
Administración	53,25	50%		
Ventas	21,30	20%		
Total	106,5	100%		

Vehículo	Valor Depreciación	
Producción	432,00	30%
Administración	360,00	25%
Ventas	648,00	45%
Total	1440,00	100%

Elaboración: La Autora

La distribución de la depreciación se efectuó en función del espacio físico de las instalaciones utilizado por cada área, de acuerdo al número de máquinas, equipos y muebles destinado para producción, administración y ventas.

En el siguiente cuadro se resume la cuota de depreciación correspondiente a cada una de las áreas antes mencionadas:

Cuadro Nº 74
Resumen del Prorrateo de la depreciación

Áreas	Dep. mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción	137,40	1648,83	1648,83	1648,83	1648,83	1648,83
Administración	133,63	1603,61	1603,61	1603,61	1710,58	1710,58
Ventas	84,55	1014,60	1014,60	1014,60	1050,25	1050,25
Total	355,59	4267,04	4267,04	4267,04	4409,66	4409,66

Elaboración: La Autora

5.3.3.4 AMORTIZACIÓN DE LOS GASTOS DE CONSTITUCIÓN

La amortización es deducible y afectará a los resultados y se efectúa en un plazo no menor a cinco años en porcentajes anuales de \$360,00 de acuerdo al cuadro Nº 51 Inversión diferida, como se detalla a continuación:

Cuadro Nº 75
Amortización Gastos de Constitución

Activo Diferido	Valor \$	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Constitución	1800	360	360	360	360	360
Total Amortización		360	360	360	360	360

Elaboración: La Autora

5.3.3.4 RESUMEN DE GASTOS

En el siguiente cuadro se resumen los gastos de administración, ventas depreciación, amortización y gastos financieros:

Cuadro Nº 76
Resumen de Gastos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Administrativos	32403,81	36101,29	38880,15	41998,43	45261,82
Gastos de Venta	10651,09	11512,73	12127,88	12821,79	13526,52
Gastos financieros	3349,29	2758,45	2092,67	1342,46	497,13
GASTOS PROYECTADOS	46404,18	50372,47	53100,70	56162,68	59285,47

Elaboración: La Autora

5.4. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL

El Estado de Situación Financiera Inicial es el balance de arranque al año cero donde manifiesta la situación de la inversión total del proyecto. Es decir las erogaciones necesarias para la operacionalidad de la microempresa que están constituidas por: inversión propia o Patrimonio de \$ 37401,54 y financiada que forma los Pasivos por \$30000, y el Activo integrado por la inversión fija que es de \$44435,29 Variable con un valor de \$ 21166,25 inversión diferida con \$ 1800.

Cuadro N° 77
Estado de Situación Financiera Inicial
En Dólares Americanos

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE	21166,25	PASIVO LARGO PLAZO	30000,00
Capital de Trabajo	21166,25	Préstamo por Pagar	30000,00
 ACTIVO FIJO	 44435,29		
Terreno	8000,00	TOTAL PASIVOS	30000,00
Instalaciones	10000,00		
Maquinaria	11742,00		
Equipo de Computación	4362,05		
Muebles y Enceres	1331,24		
Vehículo	9000,00		
 ACTIVO DIFERIDO	 1800,00	PATRIMONIO	37401,54
Inversión diferida	1800,00	Inversión propia	37401,54
		TOTAL PATRIMONIO	37401,54
TOTAL ACTIVOS	<u>67401,54</u>	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	<u>67401,54</u>

Elaboración: La Autora

5.5. PROYECCIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS.

Para proyectar el Estado de Resultados se considera las proyecciones de ingresos, costos de producción y gastos incurridos para el horizonte del proyecto, cinco años como se detalla a continuación:

Cuadro Nº 78
Estado de Resultados
En Dólares Americanos

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas proyectadas	292276,16	321434,27	349199,71	379383,56	411927,37
(-) Costos proyectados	207809,78	229095,69	250481,07	273773,46	298966,50
=UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	84466,38	92338,57	98718,64	105610,10	112960,87
GASTOS PROYECTADOS					
(-) Gastos administrativos	32403,81	36101,29	38880,15	41998,43	45261,82
(-) Gastos de ventas	10651,09	11512,73	12127,88	12821,79	13526,52
Total	43054,89	47614,02	51008,03	54820,22	58788,34
= UTILIDAD OPERATIVA PROYECTADA	41411,49	44724,55	47710,61	50789,88	54172,53
(-) Gastos financieros	3349,29	2758,45	2092,67	1342,46	497,13
TOTAL	3349,29	2758,45	2092,67	1342,46	497,13
= UTILIDAD ANTES DE 15 % PT	38062,20	41966,10	45617,94	49447,42	53675,40
(-) 15% Participación Trabajadores	5709,33	6294,92	6842,69	7417,11	8051,31
UTILIDAD ANTES DE IR	32352,87	35671,19	38775,25	42030,31	45624,09
(-) Impuesto a la Renta	7441,16	7847,66	8530,55	9246,67	10037,30
= UTILIDAD NETA PROYECTADA	24911,71	27823,53	30244,69	32783,64	35586,79

Elaboración: La Autora

Los resultados que muestra el Estado de Resultados presentado permite determinar que al primer año sin embargo, de que se incurre en costos y gastos necesarios para la puesta en marcha de la microempresa, se obtendrá utilidad que asciende a \$24911,71, luego de considerar el 15% que corresponde a participación de trabajadores y el Impuesto a Renta que es de: 23% para el año 2012, y 22% para los años subsiguientes según lo que establece el Código de la Producción Comercio e Inversiones, posteriormente en los próximos años mientras los escenarios establecidos no cambien significativamente la microempresa obtendrá resultados positivos así al 2016 la utilidad será de \$35586,79 dólares.

5.6. FLUJO DE CAJA

En el flujo de caja se determinan los movimientos económicos de los ingresos y egresos ocasionados en los cinco períodos operativos proyectados, cabe señalar que se realizó el flujo de caja con colchón o protección toda vez que esto servirá para hacer frente a la incertidumbre, se detalla a continuación:

Cuadro N° 79
Estado de Flujo de Efectivo
En Dólares Americanos

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	67401,54					
FUENTE DE INGRESOS						
Utilidad Neta		24911,71	27823,53	30244,69	32783,64	35586,79
Depreciación		4267,04	4267,04	4267,04	4409,66	4409,66
Amortización		360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Reinversión					4812,49	
Recuperación Venta Activos						14873,38
TOTAL INGRESOS		29538,75	32450,56	34871,73	42365,79	55229,82
EGRESOS						
Pago del Capital del préstamo		4658,70	5249,55	5915,33	6665,53	7510,89
TOTAL EGRESOS		4658,70	5249,55	5915,33	6665,53	7510,89
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-67401,54	24880,05	27201,01	28956,40	35700,26	47718,93

Elaboración: La Autora

5.7. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

5.7.1. VALOR ACTUAL NETO

El valor Presente Neto representa la rentabilidad en términos de poder adquisitivo presente y permite divisar si es o no acertada la

inversión en el horizonte de la misma, utilizando la TRM y descontando el monto de inversión inicial.

Forma de Cálculo:

$$VAN = < Inversión > + \sum \frac{\text{Flujos de caja neto}}{(1+i)^n}$$

Donde:

FC= Flujo de Caja proyectados

I= Tasa de Redescuento o TRM

n= Tiempo u horizonte de vida Útil del Proyecto.

Cuadro Nº 80

Flujos de Caja Actualizados

Flujo Caja	Valor \$	FC Deflactados
FCN 1	24880,05	21932,34
FCN 2	27201,01	21137,45
FCN 3	28956,40	19835,63
FCN 4	35700,26	21557,90
FCN 5	47718,93	25401,52
Suma	164456,66	109864,84

Elaboración: La Autora

$$VAN = < 67614,36 > + \sum \frac{21932,34}{(1+0,1344)^1} + \frac{21137,45}{(1+0,1344)^2} + \frac{19835,63}{(1+0,1344)^3} + \frac{21557,90}{(1+0,1344)^4} + \frac{25401,52}{(1+0,1344)^5}$$

VAN= 42463,30

El resultado se éste evaluador permite conocer que es existe rentabilidad en el diseño propuesto y que teóricamente el proyecto es factible mientras

que las condiciones o escenario de mercado no cambien significativamente.

5.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO

El empleo de este evaluador permite identificar la tasa de rentabilidad que devuelve la inversión en el proyecto durante el horizonte establecido, para lo cual se considera los flujos de caja proyectados.

El cálculo del TIR se realiza con la siguiente fórmula:

$$TIR = t_i + (t_s - t_i) \left[\frac{VAN_{t_i}}{VAN_{t_s} + VAN_{t_i}} \right]$$

Donde:

ti= Tasa inferior 13%

ts= Tasa superior 35%

Cuadro N° 81

Flujos de Caja Actualizados Tasa inferior y Superior

Flujo de Caja Neto		FC AC Tasa Inferior	FC AC Tasa Superior
FCN 1	24880,05	22017,74	18429,66
FCN 2	27201,01	21302,38	14925,11
FCN 3	28956,40	20068,24	11769,10
FCN 4	35700,26	21895,64	10748,21
FCN 5	47718,93	25899,93	10641,97
SUMA	164456,66	111183,93	66514,06

Elaboración: La Autora

VAN ti = 43782,38

VAN ts= -887,49

$$TIR = 0,13 + (0,35 - 0,13) \left[\frac{43782,38}{-887,49 + 43782,38} \right]$$

TIR= 35%

El TIR obtenido, significa que el proyecto obtendrá una rentabilidad a una tasa del 37%, lo que es un resultado atractivo y a la vez alentador para los inversionistas.

5.7.3. COSTO - BENEFICIO

Permite conocer como retornan los ingresos en función de los egresos, estará dado por la confrontación entre el nivel de ingresos producidos y los egresos incurridos, es decir que a mayor ingresos mayor beneficios en términos de poder adquisitivo actual, éstos deben ser deflactados y el costo y a la vez a mayor cantidad de costos habrá más egresos que también deben ser deflactados.

Forma de Cálculo:

$$Beneficio \ Costo = \frac{\sum \frac{Ingresos}{(1+i)^n}}{\sum \frac{Egresos}{(1+i)^n}}$$

Cuadro N° 82

Ingresos y Egresos Actualizados

AÑOS	INGRESOS		EGRESOS	
	INGRESOS \$	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	292276,16	257648,24	254213,96	224095,52
2	321434,27	249781,19	279468,17	217170,04
3	349199,71	239207,73	303581,77	207958,67
4	379383,56	229093,96	329936,14	199234,72
5	411927,37	219275,22	358251,97	190702,99
Total	1754221,07	1195006,35	1525452,01	1039161,94

Elaboración: La Autora

$$RCB = \frac{\sum \text{Ingresos Netos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Netos Actualizados}}$$

$$RCB = \frac{1195006,35}{1039161,94}$$

Beneficio Costo = 1,15

Con este resultado se puede afirmar que existe un adecuado retorno de ingresos en relación a los egresos.

5.7.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Este evaluador permite determinar en que punto los ingresos son iguales a los egresos, El punto de equilibrio se calculó para el primer año donde los datos tienen mejor aproximación.

Cuadro N° 83

Resumen Costos Fijos Y Variables

Modelos	Precio de Venta U	Costo Variable U	MC/ Modelo	Porcentaje	Costo Fijo Total
Matrimonial	24,81	16,08	8,73	30,70%	79053,28
Individual	22,21	13,82	8,39	27,48%	
Tradicional	20,13	12,01	8,12	24,91%	
Niños	13,66	6,39	7,27	16,91%	
Total	80,81	48,31	32,50	100,00%	

Elaboración: La Autora

Serán costos fijos la mano de obra directa e indirecta, los gastos de administración, ventas, gastos financieros y la depreciación de activos fijos; por otra parte serán costos variables la materia prima directa y los costos indirectos de fabricación, sin considerar la mano de obra indirecta ni la depreciación que correspondientes a producción.

Para determinar el punto de Equilibrio por unidades se calcula el costo variable promedio es base a lo siguiente:

$$MCp = (PVu - CVu) * \% + \dots\dots\dots n$$

MCp= 8,23

$$PEu = \frac{\text{Costo Fijo}}{Mc}$$

$$PEu = \frac{79053,28}{8,23}$$

PEu= 9605 unidades

Cuadro N° 84

Determinación del Punto de Equilibrio

Modelo de Cobija	Porcentaje	PEu por modelo	PV/ Modelo	PE \$ / Modelo	PUNTO DE EQUILIBRIO IT = CT			
					Cvu	CVT	CFT	CT
Matrimonial	30,70%	2948,00	24,81	73139,88	16,08	47403,84		
Individual	27,48%	2639,00	22,21	58612,19	13,82	36470,98		
Tradicional	24,91%	2393,00	20,13	48171,09	12,01	28739,93		
Niños	16,91%	1625,00	13,66	22197,50	6,39	10383,75		
Total	100,00%	9605,00	80,81	202120,66	48,30	123067,38	79053,28	202120,66

Elaboración: La Autora

Para establecer el punto de Equilibrio en unidas monetarias se aplicó lo siguiente:

$$PE\$ = PEu * PV$$

Así el PE\$ es de 202120,66.

La microempresa obtiene ingresos iguales a los egresos al vender 9605 unidades de cobijas dentro del primer año, que en dólares representa \$202120,66; donde es posible cubrir los costos fijos y variables, de ahí en adelante estará en condiciones de obtener utilidad.

Cuadro N° 85

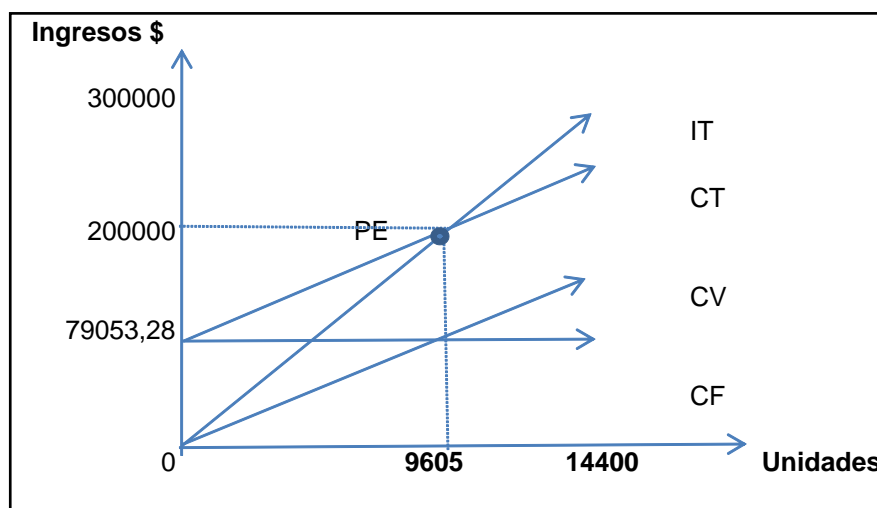
Gráfico del Punto de Equilibrio

Unidades	IT	CF	CV	CT
14400	292276,16	79053,28	175097,55	254150,83
9605	202120,66	79053,28	123067,38	202120,66

Elaboración: La Autora

Gráfico N°28

Punto de Equilibrio



Elaboración: La Autora

5.7.5. TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Permite conocer en qué tiempo se puede recuperar la inversión realizada considerando los flujos de caja proyectados

Cuadro N° 86

Tiempo de Recuperación de la Inversión

FLUJO CAJA NETO	VALOR \$	FC ACUMULADO
FCN 1	24880,05	24880,05
FCN 2	27201,01	52081,06
FCN 3	28956,40	
FCN 4	35700,26	
FCN 5	47718,93	

Elaboración: La Autora

Cálculo:

Detalle	Valor	Tiempo
Recuperado	52081,06	24 meses
Por recuperar	15320,48	x

Elaboración: La Autora

Tiempo de recuperación $x = 2$ años y 7,05 meses

Luego del análisis realizado puedo determinar que la inversión se recupera en dos años y 7,05 meses, el mismo que es aceptable al indicar que el proyecto es conveniente.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA Y FUNCIONAL DE LA MICROEMPRESA.

La estructura organizacional de COBTEX se define en base a las necesidades y aspectos fundamentales de la microempresa para su desarrollo con efectividad. La organización de la microempresa será de carácter lineal de orden jurídica y está formada por un conjunto lógico de cargos funcionales y jerárquicos a través de la división de trabajo por tareas.

6.1. DENOMINACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.1.1. Nombre o Razón Social

La microempresa adoptará la denominación propia de COBTEX CÍA LTDA.



6.1.2. Objeto Social

La microempresa tiene como objeto social la producción y comercialización de cobijas realizadas en base de fibras naturales de Alpaca en la ciudad de Ibarra.

6.1.3. Domicilio y Duración

La microempresa será domiciliada en la ciudad de Ibarra, Cantón Ibarra provincia de Imbabura. Tendrá una duración de cinco años a partir del año 2012 al año 2016.

6.1.4. Slogan

El slogan definido por la microempresa es: “Abrigamos tus Sueños”. El mismo que proyecta la función principal de las cobijas, que es de proteger al consumidor de corrientes de frío y brindar confort a la hora del descanso nocturno.

6.2. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS Y ESTRATÉGICOS

6.2.1. Visión

En los próximos cinco años Cobtex será una empresa líder, sólida y estable en el mercado de la provincia de Imbabura y de la región norte del País, en la producción y comercialización de Cobijas tejidas con fibras naturales de Alpaca; satisfaciendo óptimamente las necesidades y expectativas de nuestros clientes con calidad y eficiencia.

6.2.2. Misión

Cobtex tiene como misión ofertar un producto diferenciado y de calidad superior a todos sus clientes, brindando precios justos y atractivos cumpliendo expectativas de atención personalizada; esto como resultado del esfuerzo coordinado de todos sus miembros para satisfacer plenamente las necesidades del cliente y al mismo tiempo contribuir al crecimiento y prosperidad de todos los participantes y del país.

6.2.3. Objetivos

- ❖ Fomentar el crecimiento microempresarial.
- ❖ Lograr altos estándares de productividad y eficiencia.
- ❖ Obtener un amplio grupo de clientes.
- ❖ Ser reconocida en el mercado nacional.
- ❖ Recuperar la inversión total y mantener rentabilidad.
- ❖ Alcanzar calidad total.
- ❖ Mantener elevada sensibilidad ambiental.

6.2.4. Valores

6.2.4.1. Sensibilidad Ambiental

La microempresa mantiene una elevada sensibilidad ambiental, por lo que apoya y promueve aspectos como la reforestación, recicla entre otros.

6.2.4.2. Responsabilidad Social

Cobtex tiene un excelente conocimiento y desarrollo de la responsabilidad social ya que ha logrado equilibrar sus responsabilidades ante los propietarios, empleados, ambiente específico y la sociedad en conjunto.

6.2.4.3. Ética Administrativa

En la microempresa se manejará la ética desde el punto de vista basada de los derechos y el enfoque de justicia ya que se toman las decisiones con imparcialidad pero respetando los deberes y derechos de los participantes. Se manejarán las funciones administrativas con alto nivel de probidad y compromiso

6.2.4.4. Honestidad

Se fomentará la honestidad no solo como un valor empresarial sino como un principio de moralidad y ética personal, con la finalidad de que todos los actos que se desarrollen y ejecuten interna y externamente sean basados en la transparencia y en la verdad.

6.2.4.5. Comunicación

Se infundirá la comunicación entre todos los colaboradores que participen en la microempresa para lograr efectividad en la ejecución de las funciones operacionales.

6.2.4.6. Trabajo en Equipo y Solidaridad

Se fortalecerá el trabajo en equipo para obtener mejor productividad en todas las áreas de la microempresa, esto contribuye a la consecución de los objetivos, como resultado de la cooperación, el fomento del compañerismo entre el personal además de la solidaridad que debe existir para crear un ambiente laboral adecuado que incentive la eficiencia.

6.3. BASE LEGAL

Cobtex será una Compañía de Responsabilidad Limitada, legalmente constituida por lo que acatará estrictamente todas las disposiciones que determina la ley y los organismos pertinentes; estará domiciliada en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura, contará con una inversión de \$67401,54 dólares siendo el Capital Social de \$37401,54 (TREINTA Y SIETE MIL CUATROCIENTOS UNO CON 54/100), integrado por aportaciones individuales de sus cuatro socios quienes responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones y \$30000 dólares que corresponde a inversión financiada a través del crédito. A continuación se detalla la aportación de los socios:

Cuadro N° 87

Aportaciones de los socios

Socios	Aportes		Valor \$
	Bienes	Efectivo	
Socio 1	Terreno	1000,00	8000,00
Socio 2	Instalaciones	1800,00	10000,00
Socio 3	Vehículo	564,36	9000,00
	Computador	2537,18	1500,00
Socio 4	Máquina de coser	2000,00	1000,00
Sub total \$		7901,54	29500,00
Total \$			37401,54

Elaborado: La Autora

6.3.1. De la Forma de la Escritura

Según lo establecido en la Ley de Compañías se determina que:

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.

6.3.2. Trámite Para la Constitución de la Microempresa

6.3.2.1 Aprobación del Nombre o Razón Social “Denominación”

Se contraen entre dos o más personas y máximo de quince, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales. Se puede abrir la cuenta de integración con el 50%, el Capital restante puede pagarse hasta en un año.

6.3.2.2 Presentar en la Superintendencia:

- ❖ Tres escrituras
- ❖ Certificado de Apertura de la cuenta de Integración.
- ❖ Documento de Aprobación de la Denominación.
- ❖ Oficio firmado por Abogado dirigido al Superintendente de CIAS; Solicitando la constitución de la compañía.

La Superintendencia Puede Contestar:

- ❖ **Resolución favorable:** El extracto se publica en la prensa y un oficio al banco para que continúe con la constitución del capital.
- ❖ **Oficio de observaciones:** Corregir la Escritura.

6.3.2.3 Continuación de Trámites:

- ❖ Publicar por un solo día el extracto en un periódico de amplia circulación en la provincia donde se constituye la Compañía.
- ❖ Hacer sentar la razón de la resolución de la constitución en la escritura, en la notaría donde obtuvieron las escrituras de constitución.
- ❖ Afiliación voluntaria a la Cámara de la Producción correspondiente.
- ❖ Inscribir la escritura en el Registro Mercantil.
- ❖ Inscribir los nombramientos de representantes legales y administradores en el Registro Mercantil.

6.3.2.4 Entregar a la Superintendencia:

- ❖ Tercera escritura inscrita
- ❖ Original de los nombramientos inscritos con copias de cédulas de identidad.
- ❖ Publicación original del extracto (recorte de prensa)
- ❖ Formulario del SRI. 1-0A llenos y firmados por el representante legal.
- ❖ Copia de la planilla de un servicio de, luz, agua o teléfono del lugar donde funcione la Compañía.

La Superintendencia Devuelve:

- ❖ Formulario del SRI 1-0A.
- ❖ Certificado de cumplimiento de obligaciones y vida jurídica de la Compañía.
- ❖ Certificado de datos generales de la compañía
- ❖ Nomina de Accionistas. (Actos jurídicos)
- ❖ Oficio al banco, para que se puedan utilizar los fondos de la cuenta de integración de capital.

6.4. REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC

Según lo establecido en la Ley al iniciar cualquier actividad económica y sujeta a tributación en el Ecuador se debe inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, para lo que se deberán cumplir los siguientes requisitos determinados por el Servicio de Rentas Internas para obtener el RUC:

- ❖ Cédula de identidad del representante legal.
- ❖ Copia del certificado de votación.
- ❖ Recibo de agua, luz o teléfono.
- ❖ Llenar formulario adquirido en el SRI.

- ❖ El plazo para inscribirse es de treinta días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

6.5. REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL

- ❖ Los requisitos son los siguientes:
- ❖ Formulario de solicitud y declaración de patente.
- ❖ Formulario de patente municipal.
- ❖ Certificado de no adeudar al Municipio.
- ❖ Copias de CI, nombramiento del representante legal y certificado de votación.
- ❖ Copia del RUC
- ❖ Copia de escritura de constitución.
- ❖ Copia del permiso de cuerpo de Bomberos.

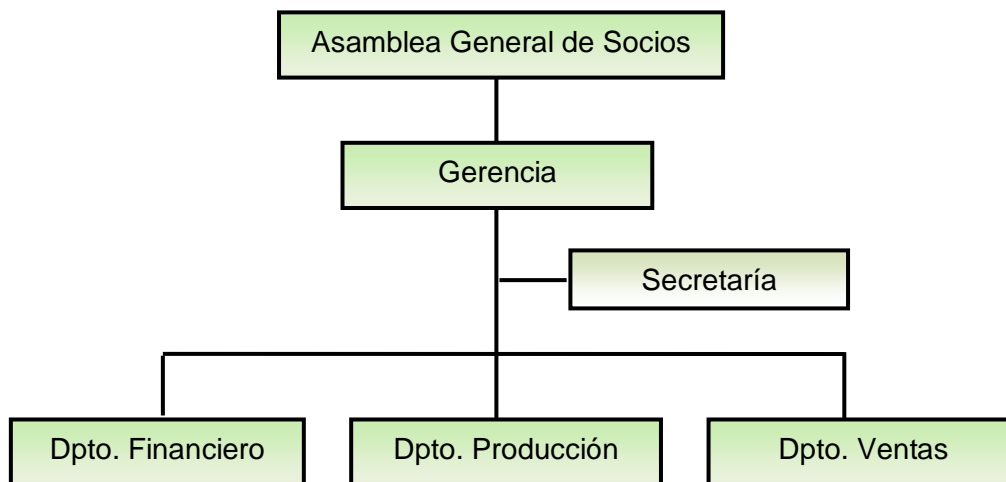
6.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama que se presenta a continuación muestra los niveles jerárquicos de la microempresa, así el organigrama utilizado es Vertical, donde representa la pirámide jerárquica que existirá en Cobtex, ya que las unidades se desplazan según su jerarquía, de arriba (Nivel Directivo) hacia abajo (Nivel Operativo) en una graduación jerárquica descendente.

Según la forma y disposición geométrica del organigrama, este posee; líneas llenas sin interrupciones, las cuales indican autoridad formal, relación de niveles jerárquicos de mando a lo largo de la pirámide. Las líneas llenas verticales indican autoridad sobre las líneas llenas horizontales, en el sentido piramidal que están dispuestas. Las líneas horizontales señalan correlación en la línea de mando vertical con los departamentos o cargos dispuestos a lo largo de la pirámide.

A continuación se establece el organigrama estructural de la microempresa de producción y comercialización de cobijas COBTEX:

Gráfico N° 29
Organigrama Estructural de COBTEX



Elaborado por: La autora

6.7. NIVELES ADMINISTRATIVOS

Dentro de la organización de la microempresa existirán diferentes niveles jerárquicos que exponen: jerarquía, grados de autoridad, responsabilidad, las funciones y actividades de los integrantes de la microempresa, lo que conlleva compromisos y exigencias, al igual que la capacidad de liderar algún departamento o grupo de trabajo. Con el objetivo de lograr efectividad operacional, es necesario agrupar aquellas actividades de trabajo que son similares o tienen una relación lógica. Si se identifican funciones para cada persona, la organización facilitará el dominio de las operaciones y obtendrá a menudo una eficiencia mayor.

A continuación se señalan los niveles que conforman la estructura organizativa:

6.7.1. Nivel Directivo:

Este nivel está integrado por los propietarios y socios de la microempresa que representa la máxima autoridad y determinan lineamientos sobre la marcha y funcionamiento de la misma con la finalidad de lograr los objetivos microempresariales.

6.7.2. Nivel Ejecutivo:

Este nivel está conformado por el Gente General quien tiene a su cargo: dirigir, controlar, planificar y organizar mediante una eficiente gestión administrativa de la organización, en coordinación con los demás niveles. Tiene el segundo grado jerárquico dentro del organigrama estructural

6.7.3. Nivel Administrativo:

El nivel administrativo está constituido por los departamentos de secretaría y contabilidad donde se efectuarán actividades financieras y contables que servirán de apoyo y permiten tomar decisiones al nivel ejecutivo de gerencia contribuye al óptimo desarrollo de la organización. Mantiene alto grado de responsabilidad y cumplimiento.

6.7.4. Nivel Operativo:

El nivel operativo lo integra todo el personal de producción, ventas y bodega de la microempresa se encarga de la eficiencia y eficacia en la producción y comercialización, de este depende también el crecimiento y solidez de la microempresa en el mercado. En este nivel existe la posibilidad de promover y comunicar sus ideas e integrarse responsable y constantemente en los actos de la microempresa.

6.8. ORGÁNICO FUNCIONAL

La organización funcional de la microempresa se basa en la división del trabajo y en la delegación de funciones que se realiza de acuerdo a sus conocimientos, experiencias y aptitudes; por lo que los empleados tienen un perfecto conocimiento de sus actividades y obligaciones. Dotarlos de un manual técnico y práctico que permita reclutar, seleccionar y contratar el personal requerido con las competencias deseadas por la empresa.

6.8.1. Manual de Funciones

El manual de funciones en la microempresa es importante porque es una herramienta que permite relacionar al personal con los programas, objetivos y metas de la organización. Este facilita reclutar y seleccionar los candidatos con las competencias mínimas requeridas para una adecuada adaptación e identificación de cada trabajador dentro de la microempresa.

Se debe señalar también que un cargo está diseñado dentro de los parámetros de equilibrio entre la especialización, los conceptos de productividad, satisfacción, aprendizaje, rotación y objetivos de la organización.

6.8.1.1 Objetivos del Manual de Funciones:

- a) Determinar las funciones de cada una de las dependencias que integran la unidad.
- b) Determinar las funciones del personal que labora en cada entidad.
- c) Determinar las características de los cargos existentes.
- d) Determinar las exigencias y los requisitos de cada uno de los cargos a crearse para la Unidad Administrativa.

6.8.2. Perfil del Puesto

El perfil del puesto constituye la determinación de parámetros o variables necesarios para cada una de los niveles del cargo mencionados anteriormente. Estos permiten diferenciar y establecer los requisitos indispensables que debe poseer la persona que opte por el puesto de trabajo. Es decir que, es el conjunto de capacidades y competencias para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades propias del desarrollo de funciones y tareas.

6.8.2.1 Aspectos Extrínsecos

- a) El nivel o instrucción educativa, idiomas, experiencia, conocimientos, habilidades y manejo de equipos.
- b) Requisitos intelectuales que debe poseer el empleado para desempeñar el cargo de manera adecuada.
- c) Requisitos físicos, se refieren al esfuerzo físico o constitución física y esfuerzo mental, concentración y que necesita el empleado.
- d) Experiencia y aptitudes.
- e) Responsabilidades implícitas, tienen que ver con las responsabilidades por la supervisión de subordinados, material, herramientas o equipos, métodos y procesos, información confidencial o documentos que utilizan.
- f) Condiciones de trabajo, se refieren a las condiciones ambientales y riesgos a los que se expone el empleado que puedan condicionar su productividad y rendimiento en sus funciones.

6.8.2.2 Aspectos Intrínsecos

- a) Nombre del cargo, posición del cargo en el organigrama.
- b) nivel del cargo.
- c) subordinación, supervisión y comunicaciones colaterales.

d) contenido del cargo (tareas o funciones diarias, semanales, mensuales anuales y esporádicas).

6.8.3. Manual de Funciones de Cobtex

A continuación se detalla el manual de funciones para el personal que formará parte de COBTEX:



MANUAL DE FUNCIONES DE COBTEX

Junta General de Socios

Nivel Directivo

Localización: Ibarra, Calle Sucre y Río Cenepa.

La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. Que además de los deberes y atribuciones que estipula la Ley de Compañías, deberá aplicar lineamientos que debe seguir la microempresa para el cumplimiento de sus objetivos.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Designar y remover administradores y gerentes.
- ❖ Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo.
- ❖ Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes.
- ❖ Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades.

- ❖ Resolver acerca de la amortización de las partes sociales.
- ❖ Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios.
- ❖ Interpretar o reformar los estatutos y reglamentos.
- ❖ Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social.
- ❖ Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía.
- ❖ Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía.
- ❖ Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 Ley de Compañías.
- ❖ Aprobar los planes, programas y presupuestos anuales.
- ❖ Autorizar la celebración de actos y contratos relacionados al giro de la microempresa.



MANUAL DE FUNCIONES DE COBTEX

Nombre del Puesto: Gerente General.

Área de Trabajo – Departamento: Administración

Localización: Ibarra, Calle Sucre y Río Cenepa.

Descripción del Puesto:

En un ámbito de coordinación con la asamblea General de Socios deberá dirigir, organizar, controlar y planificar el curso operacional de la microempresa para su correcto desarrollo.

Es el encargado de manejar y conocer las actividades administrativas, ya que ocupa el segundo nivel jerárquico en el organigrama estructural.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Representar a la microempresa judicial y extrajudicialmente.
- ❖ Controlar todas las posiciones gerenciales.
- ❖ Formular planes y programas que debe cumplir la microempresa.
- ❖ Dirigir a los subalternos.
- ❖ Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de los diferentes departamentos.
- ❖ Planear y desarrollar metas y estrategias a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.
- ❖ Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.
- ❖ Tomar decisiones.
- ❖ Crear y mantener buenas relaciones con los clientes internos y externos para mantener el buen funcionamiento de la empresa.
- ❖ Autorizar órdenes de compra
- ❖ Selección de personal.
- ❖ Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer y no hacer lo que ellas quieren hacer.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Ingeniería Comercial o Administración de Empresas, Ingeniería en Contabilidad y auditoría CPA.

Experiencia: mínimo dos años de desempeño del cargo

Habilidades:

- ❖ Habilidad técnica: conocimientos especializados
- ❖ Capacidad para analizar problemas mediante el uso de herramientas y técnicas de esa especialidad.

- ❖ Habilidad humanística: capacidad para relacionarse con otras personas y trabajar en grupos hacia el logro de objetivos comunes.
- ❖ Autoconocimiento conciencia de sus propias actitudes, posiciones y conceptos),
- ❖ Empatía y habilidades para la comunicación.
- ❖ Habilidad conceptual: capacidad para entender la organización como un todo para leer el entorno y para diseñar nuevos modelos de organización y conducción.
- ❖ Diferencias individuales: debe reconocer y valorar la diversidad individual de los miembros de la microempresa.
- ❖ Percepción: percepción objetiva de la microempresa.
- ❖ Individuo integral (o la persona como un todo) equilibrio entre otros status y desempeña otros roles que pueden interferir con su desempeño laboral.
- ❖ Conducta motivada: el gerente debe tratar de conocer las necesidades más sentidas de sus subordinados para poder ofrecer incentivos que sean valorados por ellos, y obtener de sus trabajadores la conducta y el rendimiento esperados por la organización.
- ❖ Deseo de participación o de involucramiento: reconocer los deseos y ofrecer oportunidades para que los trabajadores los satisfagan, generando, paralelamente, beneficio para la organización.
- ❖ Valor de la persona: asumir tal concepción y trata con respeto y dignidad a toda persona con la que deba interactuar
- ❖ Interés: Es responsabilidad de ofrecer oportunidades para que, mientras se esfuerzan por lograr los objetivos organizacionales, los trabajadores puedan alcanzar sus objetivos personales.

Ética

Los gerentes deben inscribir su conducta y la de su grupo en el marco de los valores esenciales de la sociedad.

Responsabilidades y Roles del Gerente:

- ❖ Roles interpersonales, asociados con la interacción del gerente con otros miembros de la organización.
- ❖ Figura ceremonial: como cabeza de la organización o la unidad, la representa formal y simbólicamente tanto interna como externamente.
- ❖ Líder motivador: con autoridad para contratar, adiestrar, motivar y retroalimentar a los trabajadores, además de conciliar las necesidades individuales de sus subordinados con las de la organización.
- ❖ Enlace: establece contactos al margen de la cadena formal de mando. Tales interacciones le brindan la posibilidad de obtener información útil para la toma de decisiones.
- ❖ Roles informativos relacionados con la recepción, procesamiento y transmisión de información.
- ❖ Monitor: recoge información tanto interna como externa
- ❖ Diseminador: comparte y distribuye entre los miembros de su organización o su unidad información útil proveniente de sus contactos externos.
- ❖ Vocero: en otras palabras, transmite información desde su organización al entorno o desde su unidad a otras instancias de la organización.
- ❖ Roles decisorios, vinculados con la toma de decisiones.
- ❖ Emprendedor: genera iniciativas para adaptar la organización o unidad que dirige a las cambiantes condiciones del entorno.
- ❖ Manejador de perturbaciones: atiende alteraciones imprevisibles que generan alta presión en el seno de su organización o unidad.
Distribuidor de recursos: asigna recursos de distinta naturaleza al interior de la organización o unidad.
- ❖ Negociador: atiende y negocia situaciones de competencia o conflicto, tanto internamente como con entes externos.

Supervisión Recibida:

Deberá reportarse y recibirá supervisión a los directivos de la microempresa.

Condiciones de Trabajo

El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado, bajo el cumplimiento del marco legal y de las disposiciones internas establecido.

**MANUAL DE FUNCIONES DE COBTEX**

Nombre del Puesto: secretaria

Área de Trabajo – Departamento: Secretaría

Localización: Ibarra, Calle Sucre y Río Cenepa.

Descripción del Puesto:

Es un puesto de alta confianza, brindará apoyo a la dirección de la empresa, colabora en la coordinación entre la dirección y todo el personal que conforma la microempresa todos los comunicados, memorándums que se realizan son a través de la secretaria, además maneja la caja chica de la empresa.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Apoyo a la gerencia y a la dirección.
- ❖ Elaboración, recepción y distribución de documentos.
- ❖ Mantenimiento de los archivos de la empresa.
- ❖ Programación de citas para la gerencia.
- ❖ Coordinación con proveedores.

- ❖ Atención a llamadas de la gerencia.
- ❖ Manejo y control de caja chica.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Título de Secretaria Ejecutiva.

Experiencia: mínimo un año de desempeño del cargo

Habilidades:

- ❖ Habilidad técnica: conocimientos de paquetes utilitarios office e internet.
- ❖ Capacidad de análisis.
- ❖ Habilidad humanística: capacidad para relacionarse con otras personas y trabajar en grupos hacia el logro de objetivos comunes.
- ❖ Empatía y habilidades para la comunicación.
- ❖ Percepción: percepción objetiva de la microempresa.
- ❖ Coordinación
- ❖ Sentido del orden
- ❖ Conducta motivada
- ❖ Deseo de participación o de involucramiento
- ❖ Interés
- ❖ Responsabilidad.

Ética

- ❖ Integridad individual
- ❖ Honestidad
- ❖ Confidencialidad
- ❖ Puntualidad

Responsabilidades y Roles del Gerente:

- ❖ Roles interpersonales, asociados con la interacción del gerente y con otros miembros de la organización.

- ❖ Enlace: establece contactos.
- ❖ Roles informativos relacionados con la recepción, procesamiento y transmisión de información.
- ❖ Recoge información tanto interna como externa
- ❖ Comparte y distribuye entre los miembros de su organización o su unidad información autorizada proveniente de sus superiores..
- ❖ Vocero: en otras palabras, transmite información desde su organización al entorno o desde su unidad a otras instancias de la organización.
- ❖ Genera iniciativas.
- ❖ Confidencialidad en el manejo de la información.

Supervisión Recibida:

Deberá reportarse y recibirá supervisión directamente del Gerente.

Condiciones de Trabajo

El trabajo se desarrollará en un ambiente agradable y adecuado bajo el cumplimiento de normas y deposiciones internas.



MANUAL DE FUNCIONES DE COBTEX

Nombre del Puesto: Contador

Área de trabajo – Departamento: Financiero

Localización: Ibarra, calles Sucre y Río Cenepa.

Descripción del Puesto:

El puesto de Contador es de alta confianza ya que sus funciones son básicamente de apoyo a la dirección de la empresa, pues está encargado del registro y control de todas las operaciones contables acorde con las necesidades operativas de la microempresa.

Debido a sus funciones, las aptitudes comprenden básicamente las de: una persona de alto nivel de responsabilidad, de experiencia y de buen nivel profesional-académico.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Manejo y establecimiento del sistema Contable empleado.
- ❖ Elaborar y presentar informes sobre la situación financiera y su análisis de Estados Financieros de COBTEX para la toma de decisiones.
- ❖ Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.
- ❖ Presentar los informes contables y financieros que requiera los Directivos, el Gerente, los entes de control en temas de su competencia.
- ❖ Asesorar a la Gerencia y a los Directivos en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- ❖ Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerido.
- ❖ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera. Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios.
- ❖ Preparar y presentar las declaraciones tributarias respectivas al SRI con su debido pago.
- ❖ Contabilizar y efectuar la planilla de pago, nómina o roles a los empleados y la planilla de aportaciones al IESS.
- ❖ Registrar contablemente; las facturas por pagar o cuentas de cobro,

ingresos por ventas, depósitos y retiro de valores recibidos o desembolsados.

- ❖ Desembolsar los pagos por todo concepto que efectúe la microempresa, emitir el respectivo comprobante de retención en la fuente al proveedor.
- ❖ Aplicación de beneficios y reportes de dividendos.
- ❖ Contabilizar y costear inventarios.
- ❖ Realizar conciliaciones Bancarias.
- ❖ Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Ingeniero, Contador Público Autorizado CPA.

Experiencia: Dos años en el cargo de Contador.

Aptitudes y Habilidades:

- ❖ Conocimientos del puesto relacionado directamente con la experiencia y el giro del negocio.
- ❖ Conocimiento y aplicación de Normas de Contabilidad actualizadas NIIF's y leyes pertinentes. (Ley de Compañías, Normas Internacionales de Contabilidad NICs, Código de la Producción, Comercio e Inversiones, Código de Comercio, Código de Trabajo, Ley de Régimen Tributario Interno, Código de Ética del Contador)
- ❖ Gran capacidad de Coordinación para llevar a cabo acciones conjuntas con la gerencia.
- ❖ Manejo de paquetes utilitarios y sistemas contables.
- ❖ Capacidad numérica.
- ❖ Alto grado de Capacidad de Juicio ya que debe considerar diversos

factores contables.

- ❖ Habilidad expresiva para explicar los alcances de las posiciones contables en el ejercicio, en su interacción con las demás áreas y principalmente con la gerencia, coordinaciones (con respecto a la parte interna y externa a la empresa).
- ❖ Capacidad de juicio (por cumplir con las principales políticas de la empresa) y Nivel académico (por dos factores porque además de ser contador debe de ser un auditor reconocido por el Colegio de Contadores) no necesariamente..

Ética:

- ❖ Cumplir con lo establecido en código de ética del Contador.
- ❖ Confidencialidad con la información contable.
- ❖ Transparencia en sus actividades.
- ❖ Honradez y Disciplina tiene que ver básicamente valores de orden personal pero que se consideran realmente indispensables en los puesto de confianza

Responsabilidades:

- ❖ Correcto manejo de la información contable.
- ❖ Operación de equipos (computadoras), uso de materiales (formatos, facturación y libros contables) y mantenimiento integral (respecto del sistema empleado).

Supervisión Recibida:

El cargo de Contador depende funcional y jerárquicamente del Gerente. Le reporta al Gerente, a los Directivos que lo requieran, al Estado en materia impositiva y a los organismos de Control respectivos.

Condiciones de Trabajo

Cumplir con estipulado en el contrato laboral y con las políticas internas de la microempresa así como las normas técnicas y legales de la profesión. La microempresa dotará de adecuados materiales de trabajo, un agradable ambiente de trabajo sobre todo a nivel de personal, equipamiento y acondicionamiento del lugar donde realiza el trabajo.



MANUAL DE FUNCIONES DE COBTEX

Nombre del Puesto: Vendedor

Área de trabajo – Departamento: Ventas

Localización: Calles Sucre y Río Cenepa.

Descripción del Puesto:

Será el encargado de efectuar las ventas directas de nuestros productos así como las actividades inherentes a ésta actividad realizada con la pericia requerida en estas funciones para su correcto curso.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Atender al público.
- ❖ Realizar la facturación de las ventas que se efectúan.
- ❖ Inserción de datos de clientes a la microempresa.
- ❖ Tomar pedidos de los clientes.

- ❖ Atención de llamadas telefónicas de clientes.
- ❖ Envío de cotización a los clientes que lo soliciten.
- ❖ Programación de ventas
- ❖ Entregar pedidos.
- ❖ Verificar el Cargue y descargue de mercancías vendidas juntamente con el bodeguero.
- ❖ Debe hacer aprobar las facturas emitidas.
- ❖ Entregar las facturas a contabilidad.
- ❖ Revisar constantemente el libro de costo para actualizarse en los precios.
- ❖ Surtir las estanterías y mostradores.
- ❖ Realizar inventario físico de la mercancía existente.
- ❖ Asear los mostradores y el local.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Superior marketing o afines.

Experiencia: Un año como vendedor.

Aptitudes y Habilidades

- ❖ Conocimiento en el cargo.
- ❖ Rapidez de decisión
- ❖ Habilidad expresiva y de comunicación
- ❖ Buenas relaciones interpersonales
- ❖ Coordinación general
- ❖ Habilidad con los números
- ❖ Iniciativa
- ❖ Creatividad
- ❖ Capacidad de juicio
- ❖ Atención

Ética

- ❖ Responsabilidad y compromiso con la microempresa.

- ❖ Honestidad.
- ❖ Puntualidad
- ❖ Confidencialidad en el manejo de documentos

Responsabilidades

- ❖ Cumplir con las funciones encomendadas.
- ❖ Correcto uso y manejo de la información sobre ventas e inventarios de la microempresa.
- ❖ Mantener adecuadamente la presentación del producto hacia el público.
- ❖ Mantener el control adecuado del inventario.
- ❖ Verificar el despacho correcto mercadería vendida.

Supervisión Recibida:

El cargo de Vendedor estará supervisado por el Gerente, y coordina con producción para informes de pedidos y con el bodeguero para el despacho de mercadería, reporta documentos e información al Contador.

Condiciones de Trabajo

Dotación de equipamiento, acondicionamiento y materiales del lugar donde realiza el trabajo desarrollado bajo un agradable ambiente de trabajo.



MANUAL DE FUNCIONES DE COBTEX

Nombre del Puesto: Bodeguero

Área de Trabajo – Departamento: Producción.

Localización: Calle Sucre y Rio Cenepa.

Descripción del Puesto:

El bodeguero tiene a su cargo el adecuado abastecimiento, mantenimiento y transporte tanto de materia prima, insumos coordinando su traslado al área de producción para el procesamiento y tendrá que organizar el producto terminado en la bodega coordinando con el área ventas para despachar y entregar pedidos.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Manejo operativo de bodegas
- ❖ Mantener las bodegas en completo orden.
- ❖ Llevar control y custodia de inventario de materia prima e insumos.
- ❖ Reportar a gerencia y a producción la disponibilidad, consumo y estado de materiales.
- ❖ Entregar y registrar los materiales e insumos a producción.
- ❖ En el caso de requerir material solicitar cotizaciones a diferentes proveedores. Entregar estas cotizaciones a gerencia quien decide a quién comprar y obtiene la aprobación.
- ❖ Al recibir el material verificar que se encuentre de acuerdo a las condiciones de la factura.
- ❖ Enviar las facturas a contabilidad.
- ❖ Trasladar los productos terminados a bodega y almacén cuidando su manipulación.
- ❖ Llevar control y custodia del inventario de productos terminados.
- ❖ Despachar la mercadería vendida coordinando con el vendedor.

- ❖ Realizará cualquier otra actividad que sea solicitada por su jefe inmediato.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Superior.

Experiencia: Un año en funciones de bodega o similares.

Aptitudes y Habilidades:

- ❖ Capacidad de control
- ❖ Diligencia en el manejo de inventarios.
- ❖ Comunicación.
- ❖ Cooperación con los miembros relacionados.

Ética:

- ❖ Responsabilidad
- ❖ Honradez
- ❖ Puntualidad
- ❖ Servicial

Responsabilidades:

- ❖ Custodia de inventarios
- ❖ Reportar e informar novedades y variaciones de inventarios a gerencia.
- ❖ Cooperar con producción y ventas con la entrega y recepción de productos.
- ❖ Cuidar y mantener en óptimas condiciones las bodegas en general.
- ❖ Cumplir con los horarios establecidos

Supervisión Recibida:

Recibe supervisión del gerente, y se reporta a gerencia, producción, contabilidad y ventas.

Condiciones de Trabajo

Recibirá las bodegas equipadas con mobiliario y con stock de inventario, éste recibirá todos los materiales que necesita para el desarrollo de sus actividades bajo un ambiente adecuado.



MANUAL DE FUNCIONES DE COBTEX

Nombre del Puesto: Operario Jefe

Área de trabajo – Departamento: Producción- área de tejido

Localización: Calles Sucre y Río Cenepa

Descripción del Puesto:

Se encargará del procesamiento de la materia prima y los insumos necesarios hasta la obtención del tejido plano para las cobijas en base de urdidumbre y trama.

Por su adecuado perfil será el responsable de supervisar y controlar todo el proceso de producción de la microempresa.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Solicitar y receptar la materia prima para el debido procesamiento.
- ❖ Preparar la Urdidumbre.
- ❖ Preparar los hilos que son materia prima en la trama.

- ❖ Realizar el tejido que se efectúa en el telar.
- ❖ Operar y controlar el telar mecánico.
- ❖ Reportar informes de producción a gerencia.
- ❖ Supervisar el cumplimiento de los procesos de producción del personal.
- ❖ Supervisar la calidad del producto terminado
- ❖ Registrar el volumen de producción entregado a bodega.

Perfil del Puesto:

Nivel de Instrucción: Superior Ingeniería Textil o afines
(No indispensable).

Experiencia: Dos años de experiencia en cargos similares.

Aptitudes y Habilidades

- ❖ Conocimiento del proceso de fibras textiles y de tejidos.
- ❖ Pericia en el manejo de maquinaria y equipo.
- ❖ Capacidad de concentración.
- ❖ Buenas relaciones interpersonales
- ❖ Trabajo en equipo.
- ❖ Agilidad en la manipulación de la materia prima e insumos.
- ❖ Capacidad de supervisión y control.

Ética

- ❖ Responsabilidad
- ❖ Compromiso con las actividades de su puesto de trabajo
- ❖ Correctas normas de conducta en el trabajo.
- ❖ Honestidad
- ❖ Puntualidad

Responsabilidades:

- ❖ Cumplir con las órdenes de producción establecidas.
- ❖ Realizar el proceso de tejido aplicando conocimientos y cuidados debidos.
- ❖ Controlar la calidad del producto terminado.
- ❖ Supervisar al personal de producción.

Supervisión Recibida:

Recibirá supervisión del gerente y coordinará con ventas sobre los pedidos y con el bodeguero para la requisición de materia prima y la entrega de los productos terminados.

Condiciones de Trabajo

Cumplir con las normas y políticas internas de la microempresa, se otorgará equipos y materiales para el correcto desarrollo de sus actividades en un ámbito adecuado.

**MANUAL DE FUNCIONES DE COBTEX**

Nombre del Puesto: Operaria de corte

Área de trabajo – Departamento: Producción área de corte

Localización: Calle sucre y Rio Cenepa.

Descripción del Puesto:

Tiene a su cargo realizar el corte del tejido efectuado utilizando la máquina cortadora siguiendo especificaciones del producto en cuanto a dimensiones y peso.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Operar la máquina de cortadora.
- ❖ Conocer y actualizarse en las indicaciones sobre las características de cada modelo de cobijas.
- ❖ Marcar y señalar las medidas en el rollo de tejido.
- ❖ Cortar el tejido por las áreas señaladas.
- ❖ Colaborar con las disposiciones del operario jefe.
- ❖ Trasladar el tejido cortado al área de cosido.
- ❖ Colaborar con el empaquetado del producto de ser necesario.
- ❖ Limpieza de su lugar de trabajo

Perfil del Puesto:

Nivel de instrucción: Secundaria Corte y confección o modas.

Experiencia: Un año en funciones de corte y confección de prendas textiles.

Aptitudes y Habilidades

- ❖ Agilidad en el manejo de la maquinaria de corte.
- ❖ Capacidad de concentración
- ❖ Óptimo manejo de tiempos de producción.
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Adecuadas normas de conducta en el lugar de trabajo.

Ética

- ❖ Honestidad
- ❖ Puntualidad
- ❖ Cooperación.
- ❖ Iniciativa

Responsabilidades

- ❖ Correcto uso y manejo de la maquinaria de corte.
- ❖ Cumplir con el volumen de producción establecidos
- ❖ Cumplir con el horario laboral.
- ❖ Acatar las disposiciones y políticas internas de la microempresa.

Supervisión Recibida:

Recibe supervisión directa del operario jefe quien controla el proceso de corte en el área de producción.

Condiciones de Trabajo

Deberá cumplir con normas y políticas internas, estará dotada de maquinaria respectiva en un ambiente adecuado de trabajo.



MANUAL DE FUNCIONES DE COBTEX

Nombre del Puesto: Operaria cosedora

Área de trabajo – Departamento: Producción –área de cosido

Localización: Calle sucre y Río Cenepa.

Descripción del Puesto:

Será el encargado de realizar los acabados finales del producto para lo que deberá coser utilizando la máquina respectiva aplicando sus conocimientos y experiencia requeridos.

Tareas a Desarrollar:

- ❖ Verificar el estado del tejido que recibe de la cortadora.
- ❖ Operará la máquina de coser.
- ❖ Realizará el cosido de seguridad por todos los bordes de las cobijas
- ❖ Dará los acabados finales del producto.
- ❖ Coserá la etiqueta en los productos.
- ❖ Colaborar con el empaquetado del producto.
- ❖ Limpieza de su lugar de trabajo

Perfil del Puesto:

Nivel de instrucción: Secundaria Corte y Confección o Modas.

Experiencia: Un año en funciones de corte y confección de prendas textiles.

Aptitudes y Habilidades

- ❖ Destreza en el manejo de la máquina de cosido.
- ❖ Capacidad de concentración
- ❖ Óptimo manejo de tiempos de producción.
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Adecuadas normas de conducta en el lugar de trabajo.

Ética

- ❖ Honestidad

- ❖ Iniciativa
- ❖ Puntualidad
- ❖ Cooperación.

Responsabilidades

- ❖ Correcto uso y manejo de la maquina de coser.
- ❖ Cumplir con el volumen de producción establecidos
- ❖ Cumplir con el horario laboral.
- ❖ Acatar las disposiciones y políticas internas de la microempresa.

Supervisión Recibida:

Recibe supervisión directa del operario jefe quien controla el proceso de cosido en el área de producción.

Condiciones de Trabajo

Deberá cumplir con normas y políticas internas, estará dotada de maquinara respectiva en un ambiente adecuado de trabajo.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Es imprescindible efectuar la evaluación de los efectos tanto positivos como negativos, consecuentes de la puesta en marcha de la microempresa productora y comercializadora de cobijas de alpaca en su zona de influencia; sobre diferentes ámbitos como: social, económico, empresarial, comercial, ecológico y ético educativo. Esto permitirá establecer medidas con el fin de mitigar riesgos o fortalecer los aspectos benéficos.

A continuación se realiza el análisis de incidencia de los principales indicadores de impacto identificados en la ciudad de Ibarra, para lo cual se utilizará la matriz de evaluación donde se asignará la puntuación con su respectiva escala de valores como se detalla a continuación:

Cuadro N°88

Escala de Valoración

Apreciación Cualitativa	Escala de Valoración
Impacto alto positivo	3
Impacto positivo medio	2
Impacto bajo positivo	1
No tiene impacto	0
Impacto bajo negativo	-1
Impacto negativo medio	-2
Impacto alto negativo	-3

Elaboración: La Autora

7.1. IMPACTO SOCIAL

Cuadro N°89

Matriz de Impacto Social

Indicadores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de empleo							x	3
Ingresos económicos						x		2
Estabilidad familiar						x		2
Mejora la calidad de vida						x		2
Evitar fuga de talentos					x			1
Evitar la migración					x			1
Estabilidad Familiar					x			1
Relación con la comunidad					x			1
Total								13
Impacto 12/8								1,6
Impacto positivo medio								

Elaboración: La Autora

La ejecución del presente proyecto tendrá un impacto positivo medio, permitirá contrarrestar el desempleo que existe actualmente y que afecta a miles de familias; a través de la creación de nuevas oportunidades de trabajo directo a la clase obrera que se oferta en la localidad, e indirectamente a las comunidades de las zonas andinas que producen la materia prima (fibra de Alpaca), con lo ellos se establecerán relaciones positivas de comercio.

Con esto se dará lugar a que estas familias generen ingresos económicos adicionales, lo que permite mejorar la calidad de vida de todos los implicados, al mismo tiempo se podrá evitar el desplazamiento; la migración interna y externa así se fomentará la estabilidad e integridad de los hogares, además con implantación del presente proyecto se evitará la fuga de talentos existentes en la localidad.

7.2. IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro N°90

Matriz de Impacto Económico

Indicadores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nivel de desarrollo local					x			1
Incremento actividad producción textil						x		2
Inversión local					x			1
Dinamización de la economía					x			1
Emprendimiento						x		2
Mercado					x			1
Total								8
Impacto 8/6								1,3
Impacto positivo medio								

Elaboración: La Autora

La creación de la microempresa productora y comercializadora de cobijas de alpaca tendrá un impacto positivo medio, ya que se diversificará el mercado de la ciudad de Ibarra, se fomentará el incremento de unidades productoras del sector textil para aprovechar las oportunidades existentes en el medio. Por otra parte se incentiva la inversión local con la finalidad de obtener una rentabilidad sustentable pero evitando la fuga de capitales, así se dinamizará la economía de nuestro sector.

Con esta iniciativa de emprendimiento se impulsará el comercio y consecuentemente se contribuye al desarrollo económico en la zona de influencia.

7.3. IMPACTO EMPRESARIAL

Cuadro N°91
Matriz de Impacto Empresarial

Indicadores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Productividad						x		2
Gestión administrativa						x		2
Cultura organizativa						x		2
Innovación					x			1
Transferencia de tecnología					x			1
Competitividad					x			1
Trabajo corporativo						x		2
Rentabilidad						x		2
Total								13
Impacto 13/8								1,6
Impacto positivo medio								

Elaboración: La Autora

Al poner en marcha la microempresa se obtendrá un impacto positivo medio, toda vez que desarrollará una adecuada gestión administrativa para cumplir los objetivos microempresariales; como el producto del esfuerzo y trabajo corporativo acompañado del fomento de una sustentable y claramente definida organización.

Se buscará mecanismos estratégicos para optimizar los recursos existentes y dotar de tecnología, capital de trabajo y adiestramiento del personal; con el fin de mantener un enfoque de mejoramiento continuo que se verá reflejado en la productividad y rentabilidad de la microempresa, con esto la organización está en condiciones de ser más competitiva para lograr posicionarse en el mercado a largo plazo.

7.4. IMPACTO COMERCIAL

Cuadro Nº 92

Matriz de Impacto Comercial

Factores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Calidad del producto							x	3
Valor agregado						x		2
Atributos del producto						x		2
Accesibilidad al producto							x	3
Servicio al cliente						x		2
Precios						x		2
Publicidad						x		2
Promoción					x			1
Canal de comercialización						x		2
Competencia			x					-1
Total								18
Impacto 18/10								1,8
Impacto positivo medio								

Elaboración: La Autora

La introducción de la nueva microempresa en el mercado tiene impacto positivo medio, esto tiene que ver con que se ofertará un producto altamente diferenciado por sus atributos particulares y principalmente por su calidad en procesos e insumos utilizados, se pondrá gran énfasis en emplear innovación en los diseños y en el servicio al cliente lo cual nos diferencia de la competencia.

Se emplearán estrategias y planes de marketing efectivos que implica precios justos y atractivos, publicidad, promociones y adecuada distribución que benefician al proyecto al llegar a nuevos consumidores; buscando siempre la fidelización de nuestro mercado objetivo mediante la satisfacción plena de sus necesidades y expectativas, aprovechando que la ciudad de Ibarra capta gran afluencia de clientes al ser una ciudad potencialmente comercial.

7.5. IMPACTO ECOLÓGICO

Cuadro Nº 93

Matriz de Impacto Ecológico

Factores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Empleo materia prima natural						x		2
Incentivo a producción de alpacas					x			1
Fomento a la conservación de los páramos					x			1
Polución		x						-2
Generación de desechos		x						-2
Contaminación auditiva	x							-3
Afectación del paisaje				x				0
Uso de recurso energéticos			x					-1
Total								-4
Impacto -4/8								-0,5
Impacto bajo positivo								

Elaboración: La Autora

La implementación de la fábrica de cobijas de alpaca tiene un nivel de incidencia de -1 punto correspondiente a bajo negativo, en el ámbito ecológico del entorno de la ciudad.

La operatividad del proceso productivo no afectará de forma alguna al paisaje del sector, pero éste requiere del uso de energía eléctrica, para lo que se establecerán parámetros internos que permitan controlar, optimizar y ahorrar el consumo de este recurso, el funcionamiento de las máquinas, mecánicas genera ruido y además se producen desechos frente a lo cual se empelará un sistema de manejo ambiental que incluya: evaluación de riesgos, planes de manejo, monitoreo y de contingencia como medidas de mitigación; como por ejemplo: las paredes del área de producción serán recubiertas con material aislante de sonido, además la maquinaria será instalada con procedimientos técnicos que las fijen al suelo para evitar el sonido por vibración, esto con la finalidad de no causar afecciones al medio.

Por otro lado, nuestra producción tiene base en la materia prima de fibra natural de pelo de Alpaca. Se pretende establecer alianzas con productores proveedores de ésta fibra y así se fomentará indirectamente la cría de alpacas que son producidas en hatos localizados en los páramos; como una media sustentable de conservación del ambiente ya que éstos camélidos son ecológicos y no erosionan el suelo, además las comunidades tienen en ellas una forma adicional de obtener ingresos aparte de la agricultura, con esto se protege el suelo de nuestros páramos.

7.6. IMPACTO EDUCATIVO Y ÉTICO.

Cuadro N° 94

Matriz de Impacto Educativo y Ético

Factores de Análisis	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Capacitaciones y adiestramiento							x	3
Especialización de conocimientos						x		2
Incentivar el aprendizaje					x			1
Formación en relaciones interpersonales							x	3
Fomento cooperación						x		2
Incentiva la responsabilidad							x	3
Fortalece el compañerismo					x			1
Incentiva la honestidad							x	3
Incentiva el respeto					x			1
Total								19
Impacto 19/9								2,1
Impacto positivo medio								

Elaboración: La Autora

Los resultados de la matriz de evaluación demuestran que la implantación del proyecto tiene un impacto positivo medio en el indicador educativo y ético de sus colaboradores. Así la microempresa destinará inversión para capacitación sostenible de todo el personal que labore en la

microempresa con esto se fortalecerá los niveles de conocimiento y especialización, técnicas y habilidades; aquí se genera mutuo enriquecimiento ya que el empleado tiene la oportunidad superación y la empresa incrementa su productividad. Además se infundirán valores corporativos y morales como: la responsabilidad, la honestidad, el compañerismo que en conjunto contribuyen a mejorar la educación, ética y cultura de los trabajadores y se reflejado en un agradable ambiente de trabajo y en sus relaciones interpersonales.

7.7. IMPACTO GENERAL

Cuadro N° 95

Matriz de Impacto General del Proyecto

Impactos	Nivel de Incidencia							Total Puntos
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Social						x		2
Económico						x		2
Empresarial						x		2
Comercial						x		2
Ecológico			x					-1
Educativo-ético						x		2
Total								8
Impacto 8/6								1,5
Impacto positivo medio								

Elaboración: La Autora

Los resultados del análisis realizado en los aspectos social, económico, empresarial, comercial, ecológico, educativo y ético sobre los cuales el proyecto tiene cierto nivel de incidencia; permiten determinar que de manera general la creación de la nueva microempresa productora y comercializadora de cobijas en la ciudad de Ibarra COBTEX; tiene un impacto positivo medio demuestra así que, es más beneficioso que contraproducente para todos los implicados en la misma, lo cual es muy alentador para la fase de implantación.

CONCLUSIONES

Al finalizar la realización del presente estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de cobijas de alpaca en la ciudad de Ibarra se determina las siguientes conclusiones:

- ❖ Con el diagnóstico del sector textil en la ciudad de Ibarra, se identificó los escenarios del entorno en el que operará la microempresa determinando aliados y oportunidades, factores positivos que favorecen al proyecto y hacen frente a las limitaciones y amenazas.
- ❖ Se definió claramente el marco teórico del proyecto con fundamento en bases científicas obtenidas en fuentes de información secundaria: bibliografía y lincografía, lo cual sustenta el estudio efectuado.
- ❖ En el Cantón Ibarra existe demanda insatisfecha con 49904 unidades al año 2011, la oferta de cobijas en nuestro medio es limitada ya que no se ha explotado la producción de tejidos (cobijas), lo que demuestra la posibilidad de acceder al mercado con aceptabilidad del producto, indicando así factibilidad para el proyecto.
- ❖ El estudio técnico permitió establecer lineamientos de localización, operación y funcionamiento del proyecto, así también se determinó el presupuesto de inversión inicial requerido por \$67401,54 dólares, integrado por: inversión fija por \$44425,39, capital de trabajo por 21166,25 dólares e inversión diferida con 1800 dólares.
- ❖ En el análisis económico y financiero se realizó la evaluación de indicadores que arrojan resultados atractivos como: VAN que para el proyecto es de 42463,30 dólares, Tasa Interna de Retorno del 35%,

el Costo Beneficio 1,15, punto de equilibrio de 9605 unidades de cobijas con 202120,66dólares, que avizoran y demuestran la rentabilidad y factibilidad de la presente propuesta.

- ❖ La microempresa estará constituida bajo disposiciones legales vigentes, el capital será integrado con el aporte de sus socios, optará por una estructura organizacional lineal de orden jurídico, donde se define claramente sus diferentes niveles jerárquicos con sus respectivas funciones, con la finalidad de lograr los objetivos identificados.

- ❖ Se analizó los impactos que concebirá la implantación del proyecto en los ámbitos: social, económico, empresarial, comercial, ecológica y educativo – ético con lo que se concluye que ocasionará un efecto positivo para todos los implicados, lo que es alentador para la fase de implantación.

RECOMENDACIONES

- ❖ Es importante promover las iniciativas de emprendimiento para fomentar el desarrollo en nuestro sector, aprovechando los programas de apoyo que brinda el gobierno a proyectos productivos a través de sus ministerios y la banca del estado, para evitar la fuga de capitales, de talentos y para mitigar otros aspectos de orden social.

- ❖ Se debe explotar en el Cantón Ibarra, la producción textil en especial el área de tejidos con la finalidad de aprovechar el nicho de mercado identificado a través de la demanda insatisfecha existente incursionando un producto con valor agregado y de calidad superior.

- ❖ Es importante que para el éxito en la ejecución del proyecto se analicen y tomen en cuenta los factores considerados en la propuesta; en cuanto a la parte técnica de localización y del proceso productivo, con la finalidad de maximizar la operatividad de la microempresa.

- ❖ Se recomienda la implantación de la microempresa ya que los resultados positivos de la evaluación económica y financiera demuestran que el proyecto es rentable.

- ❖ Analizar todas las opciones de financiamiento que más se ajusten al proyecto para reducir gastos financieros, mantener un adecuado control de costos de producción y gastos, es decir optimizar los recursos; también se sugiere lograr un volumen de ventas efectivo con el empleo de estrategias de marketing que permitan lograr resultados positivos.

- ❖ Se sugiere crear una cultura organizacional sostenible en base a la propuesta planteada, esto implica incorporar personal altamente calificado, para mantener un enfoque de mejoramiento continuo, en post de lograr expansión hacia nuevos mercados.

- ❖ Se recomienda adoptar medidas para preservar los niveles de incidencia positivos que genera el proyecto en el medio y establecer actividades para contrarrestar y mitigar el efecto negativo que origine la implantación del mismo.

FUENTES DE INFORMACIÓN

a) Bibliografía

- ❖ ALBATROS, Telares Automáticos, Edición tercera. Buenos Aires
- ❖ BACA, Gabriel; Evaluación de Proyectos, Edición quinta, Editorial MC GRAW HILL Interamericana Editores, México 2006.
- ❖ BETEMAN, Snell; Administración un Nuevo Panorama Competitivo, Edición sexta, Editorial Edamsa S.A., México 2006.
- ❖ BARCIELA; Juan José; Fabricación de tejidos de lana peinada cardada, Editorial Albatros, Buenos Aires.
- ❖ BRAVO, Mercedes; contabilidad de Costos, Editorial Nuevo Día, Quito – Ecuador 2007.
- ❖ BRAVO, Mercedes; contabilidad General, Editorial Nuevo Día, Quito – Ecuador 2007.
- ❖ CANTOS, Enriqueta; Diseño y Gestión de Microempresas, Editorial CODEU, Quito Ecuador 2006.
- ❖ CATEORA, PHILIP; Marketing, Edición Duodécima, Editorial Trillas, México 2006.
- ❖ Código de la Producción, Comercio e Inversiones, Registro oficial, Quito diciembre 2010.
- ❖ COLCHESTER, CHLOE; Textiles, Edición Tercera, Editorial Art Blum, Barcelona 2008.

- ❖ CORDOVA, Marcial; Formulación y Evaluación de Proyectos, Ecoe Ediciones, Bogotá 2006.
- ❖ CHIAVENATO, Idalberto; Introducción a la Teoría General de la Administración, Edición tercera, Editorial MC GRAW HILL Interamericana editores S.A. México 2006.
- ❖ CHIAVENATO, Idalberto; Administración en los Nuevos Tiempos, Editorial MC GRAW HILL Interamericana Editores, Colombia 2004.
- ❖ CHILQUINGA, Manuel; Contabilidad de Costos, Editorial Ofset GRAFICOLOR, Ibarra- Ecuador 2007.
- ❖ DIEZ, Enrique; Distribución Comercial, Edición Tercera, MC GRAW HILL Editores, Madrid 2004.
- ❖ DWYER, Roberth; Mercadotecnia Industrial, Edición tercera, MC GRAW HILL Interamericana Editores, México 2007.
- ❖ GOMEZ, Oscar; Contabilidad de Costos, Edición quinta, Editorial MC GRAW HILL INTERAMERICANA S. A, Colombia 2008.
- ❖ GUAJARDO, Gerardo; Fundamentos de Contabilidad, Editorial MC GRAW HILL INTERAMERICANA S. A, México 2006.
- ❖ HERNANDEZ, Abraham, Formulación y Evaluación de Proyectos, Edición quinta, Edamsa Impresiones S.A. México 2008.
- ❖ HERNANDEZ, Roberto; Metodología de la Investigación, Edición cuarta, Editorial MC GRAW HILL INTERAMERICANA S. A, México 2006.
- ❖ HOLLEN, Norma; Introducción a los Textiles, Editorial Limusa SA, México 2002.
- ❖ HITT, Michael; Administración, Edición novena, Editorial PersonEducacion, México 2006.

- ❖ JANY, Nicolás; Investigación Integral de Mercados, Edición tercera, MC GRAW HILL, Colombia 2005.
- ❖ KENDALL, Tracy; Manual para el tinte de Hilos y Tejidos, Editorial Acanto, Barcelona 2006.
- ❖ LONGENECKER, Justin; Administración de Pequeñas Empresas, Edición treceava, Editorial Thomson Editores S.A, Colombia 2007.
- ❖ MONTEROS, Edgar; Manual de Gestión Microempresarial, Editorial Universitaria, Ibarra 2005.
- ❖ ORTEGA, Alfonso; Proyectos de Inversión, Editorial Continental, México 2006.
- ❖ PHILIP Kotler, Marketing versión para Latinoamérica, edición segunda, Pearson Educación de México SA. Editorial, México 2007.
- ❖ PHILIP Kotler; Fundamentos de Marketing, edición sexta, Editorial Pearson Printice Hall, México 2005.
- ❖ POLIMENI, Ralphs; Contabilidad de Costos, edición Tercer, Editorial MC. GRAWN HILL INTERAMERICANA S. A, Colombia 2002.
- ❖ SALINAS, Paulina; Métodos de Investigación Social, Editorial Quipus CIESPAL, Quito 2008
- ❖ Reimpresión del Módulo del Alpaquero, proyecto GPI- PRODERENA.

b) **Lincografía**

- ❖ www.ibarra.gov.ec
- ❖ www.inec.gov.ec
- ❖ www.ecuadorencifras.com
- ❖ www.redturs.org

- ❖ www.lahora.com.ec
- ❖ www.planeacionestrategica.com
- ❖ www.eumed.net
- ❖ www.edukativos.com
- ❖ www.paqocha.blogspot.com
- ❖ www.bbc.co.uk
- ❖ www.lavozdegalicia.es
- ❖ www.ecochicfashions.com
- ❖ www.naturalfibres2009.org
- ❖ www.eubca.edu
- ❖ www.perulactea.com
- ❖ www.wikipedia.org
- ❖ www.definicion.com
- ❖ www.gestiopolis.com
- ❖ www.revistalideres.ec
- ❖ www.ecochicfashions.com
- ❖ www.aite.ec
- ❖ www.corpei.gov.ec
- ❖ www.monografias.com
- ❖ www.elergonomista.com
- ❖ www.crecenegocios.com
- ❖ www.edym.com
- ❖ www.arvelylozano.blogspot.com
- ❖ www.onudi.com
- ❖ www.unmsm.com
- ❖ www.cobachsonora.edu.mx
- ❖ www.supercias.gov.ec
- ❖ www.alpaca-export.com
- ❖ www.marketing-free.com
- ❖ www.incatex.pe
- ❖ www.issue.com

**A
N
E
X
O
S**

ANEXO A

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

OBJETIVO: Analizar los escenarios del entorno en que se desarrollará la microempresa de producción y comercialización textil.

Entrevistado:

Institución:

Cargo o Función:

Entrevistador:

Fecha:

CUESTIONARIO

1.- ¿Actualmente existen alternativas de gobierno para fomentar el emprendimiento en nuestra localidad?

2.- ¿Existen planes de financiamiento que contribuyan al desarrollo microempresarial?

3.- ¿Se establecen programas de capacitación y asistencia técnica para las industrias textiles?

4.- ¿Se brinda apoyo para investigación y desarrollo de las microempresas textiles?

5.- ¿De que manera contribuyen las entidades gubernamentales para realizar inversión tecnológica en las microempresas?

6.- El marco legal y jurídico existente en el país de que manera incide en el sector productivo?

7.- ¿cuáles son las principales falencias que tienen las microempresas de producción?

8.- ¿Qué deben hacer las microempresas para adquirir sostenibilidad en el tiempo?

9.- ¿Qué necesitan las microempresas para expandir su mercado y lograr alta rentabilidad?

ANEXO B

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

OBJETIVO:

Conocer las formas de producción, comercialización y operatividad funcional del sector textil en la ciudad de Ibarra.

Entrevistado:.....

Institución:.....

Entrevistador:.....

Fecha:.....

CUESTIONARIO

- 1.- ¿Cuáles son los criterios empleados para la producción de cobijas?
- 2.- ¿Qué tipo de Materia prima utiliza?
- 3.- ¿Indique de que lugar proviene la materia prima e insumos?
- 4.- ¿Considera usted que existe en la localidad mano de obra calificada en cuanto a experiencia y conocimiento?
- 5.- ¿Cuenta con tecnología para los procesos productivos?
- 6.- ¿Cree usted que existe disponibilidad de maquinara y equipos para la producción?
- 7.- ¿Cuál es el volumen de producción semanal?
- 8.- ¿Cuál es el proceso de elaboración de las cobijas?
- 9.- ¿Su capital de trabajo es propio o de terceros?
- 10.- ¿Mantiene usted un registro contable y control de costos?
- 11.- ¿En base de qué determina el precio de venta de sus productos?
- 12.- ¿A qué precios comercializa sus productos?
- 13.- ¿Existe rentabilidad en la producción y comercialización de cobijas?
- 14.- ¿Qué factores contribuyen a la rentabilidad de su microempresa?
- 15.- ¿Cuáles son los períodos de mayor demanda?
- 16.- ¿Cuál es el mercado objetivo al que se dirige su producción?
- 17.- ¿Quiénes son sus principales clientes?
- 18.- ¿Cuál es la forma que usted emplea para comercializar sus productos?

- 19.-** ¿Cuántas cobijas vende semanalmente?
- 20.-** ¿Invierte en investigación y desarrollo para su microempresa?
- 21.-** ¿Existe Asociatividad y alianzas estratégicas con la con la competencia?
- 22.-** ¿Cuáles son las estrategias de marketing que usted emplea?
- 23.-** ¿Ha recibido apoyo y apertura en el campo financiero y técnico de entidades gubernamentales o privadas?

ANEXO C

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ENCUESTA DIRIGIDA A CONSUMIDORES DE COBIJAS EN LA CIUDAD DE IBARRA

OBJETIVO: La presente encuesta tiene como finalidad analizar la demanda de cobijas, estudiando su comportamiento en el mercado.

INSTRUCCIONES:

- Lea la pregunta detenidamente.
- Marque con una x la respuesta que considere conveniente.

CUESTIONARIO:

1.- ¿Con qué frecuencia realiza la compra de una cobija?

- Trimestral
- Semestral
- Anual

2.- ¿Señale qué tipo de cobijas prefiere?

- De fibras naturales
- De fibras sintéticas
- Mixtas
- Otras

3.- ¿Cuáles son las dimensiones que usted elije al comprar cobijas?

- 290 x 220 cm
- 230 x 195 cm
- 210 x 160 cm
- 170 x 120 cm
- 120 x 90 cm

4.- ¿Cuáles son los factores que determinan su decisión de compra?

- Precio adecuado
- Calidad del producto
- Atención personalizada
- Capacidad adquisitiva

5.- Indique cuáles son los beneficios que usted busca en las cobijas?

- Volumen liviano y fino
- Contextura térmica
- Suavidad al tacto
- Durabilidad en el tiempo
- Diseño innovador

6.- ¿En qué lugares efectúa la adquisición de cobijas?

- Fábricas
- Almacenes
- Mercados
- Ferias
- Otros

7.- ¿Qué cantidad estaría dispuesto a pagar por una cobija de alpaca?

- De \$15 - \$20
- de \$21 - \$25
- de \$26 - \$30
- de \$35 - \$40
- Más de \$40

8.- ¿Está de acuerdo en que se cree en la ciudad de Ibarra una microempresa productora y comercializadora de cobijas de alpaca?

- Si
- No

DATOS TÉCNICOS:

SEXO

- Masculino
- Femenino

OCUPACIÓN

- Empleado público
- Empleado privado
- Ama de casa
- Estudiante




EDAD

- 20 -30
- 31 – 40
- 41 – 50
- > de 50

¡Gracias por su Colaboración!

ANEXO E

PROFORMAS

 Metálicas "Vaca" PROPIETARIO MANUEL VACA		FABRICAMOS: Hornos, Cocinas, Vitrinas, Freidoras, Asadores de Pollo, Self Services, Camas, Literas, Salas, Comedores.	
"PINTURA HORNEABLE ELECTROSTÁTICA LIQUIDA" IBARRA ALMACÉN MATRIZ: Velasco N° 9-27 y Sánchez y Cifuentes sector El Obelisco Telf.: 06 2608 815 / 2 611 065 /2608207 Cel.: 099165187 Fábrica: Avda. Eugenio Espejo N° 12-40 diagonal a Liga San Miguel Telf.: 06 2605 438		PEDIDO <input type="checkbox"/> PROFORMA <input checked="" type="checkbox"/> Nº 000757	
<i>En calidad y crédito... somos pioneros en Imbabura y el norte del país...</i>			
CLIENTE: Cynthia Elizabeth Paredes Inaguano		FECHA: 29-04-2011	
DIRECCIÓN: Antonio José de Sucre y Cerepa		CÓDIGO:	
PLAZO DE PAGO: Efectivo		RUC: 100 286 7031	
OBSERVACIONES ESPECIALES:		TELF.: 680-480	
CANT.	DETALLE	V. UNID.	V. TOTAL
3	Esterkerías Galvanizadas de 2M x 90 y 40 de ancho.	3	195
2	Esterkerías Galvanizadas de 150 x x 90 y 40 de ancho	2	100
 CLIENTE		 VENDEDOR	
		SUBTOTAL: 263.39 %IVA: 31.60 TOTAL: 295	



WORLD COMPUTERS
Su inversión inteligente



Razón Social para Emisión de Retención: **NORMA YOLANDA CORDOVA PALADINES**
RUC: 0701084121001

CONTRIBUYENTE ESPECIAL Según Resolución N°466 / NO EFECTUAR RETENCIÓN DEL IVA

Atentamente: **Srta. Cynlia Amaguaña Paredes**

Teléfono: **2650 480**

Ciudad: **Ibarra**

Fecha: **29 de Abril 2011**

PROFORMA

Contacto: **Esteban Maldonado / Asesor Comercial - Celular: 092 037 404**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Computador Case ATX Fuente 600/650 VA Mainboard Gigabyte Chipset INTEL Procesador INTEL Celeron 2.66 Ghz Memoria 2 Gb Kingston DDR2 Disco Duro 500 GB DVD Writer Lector Sd Card Monitor LCD 15" LG / SAMSUNG Teclado, Mouse, Parlantes Genius Impresora HP 1000 Regulador de Voltaje Pad Mouse / Cobertores Plásticos CPU, Teclado, Monitor Mesa Importada Supresor de Picos / Varilla Tomacorriente Windows 7 Licencia STARTER Obsequio: Cyber Clean (Gel de Limpieza)	575,89	575,89
	Importante: Garantía 3 Años en Mainboards y Procesadores INTEL Garantía 3 Años en Memoria Kingston. Accesorios de Marcas Reconocidas en el mercado con Garantía de 1 Año. Partes y Piezas Originales con Garantía del Fabricante Servicios: Instalación del Equipo, Instalación a Tierra y Capacitación a Domicilio.		
		Subtotal	575,89
		IVA 12%	69,11
		Total	645,00

La Garantía y Confianza es lo más importante... P. Contado

Importante: Si necesita mayor información y asesoramiento no dude en llamarnos

ESTAMOS A SU SERVICIO

Firma Autorizada

21 AÑOS DE EXPERIENCIA SERIEDAD Y CONSTANCIA

Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte

Teléfonos: 2608-010 / 2 640-333 / 2950-008 / 2 640-444 / Telefax 2 643_036

Ibarra, a 29 de ABRIL de 2011
 Cliente: CINTHIA ELIZABETH PAREDES MONTAÑO RUC: 1002867032R
 Dirección: JUAN JOSÉ DE SUARE Y RÍO C. Telf.: 2650480

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
1	ESTACION ESCRITORIA HOR=LO BIG TAMAÑO 1.50 X 1.50 cm EN "L" ELABORADA EN HOLANDA. N. CO CON FIC PVC MUY RESISTENTE, CON ACCESORIOS IMPRINTADOS METÁLICOS; INCLUYE UNA CANDERLA TRIPLE PUNTA METÁLICA CON SEGURIDAD. 1 PORTA TOLLADO 20 MET.; 1 PORTA CAP CON 4 RUEDAS NIQUELADAS, 1 PASACABLE		254.46
1	SILLÓN ESTACIONARIO JENTA' SOBRE SUJETA DE RESOLUCIÓN PARA ESTACIONO Y ASIENTO, BASE 5 PUNTA CON GRANDES PLÁSTICAS, MARCATORIA N. CO		58.21
1	ESCRITORIO INDIVIDUAL TAMAÑO 1.20 X 0.60 RECTANGU- LAR. ELABORADO EN HOLANDA CON CANDERLA TRIPLE PUNTA METÁLICA; 1 PORTA TOLLADO; 1 PASACABLE		142.86
1	SILLA SECRETARIA NEUMÁTICA S/RODAS		58.04
1	LIBRERO TAMAÑO 1.80 X 0.60 X 0.30 ABIERTO		71.43
			5

Tiempo de Entrega: 15 DIAS LABORABLES
 Forma de Pago: 60% AL PAGO, 40% AL ENTREGA
 Validez Proforma: Quince Días

SUBTOTAL\$ 625
 IVA 0 %
 IVA 12 % 75
 TOTAL USD 700 =

ANEXO F

CATASTRO COMERCIAL DE IBARRA

COMERCIANTES DE COBIJAS

Fuente: Ilustre Municipio de Ibarra

Nombre Del Local	Dirección	Personería
VENTA DE EDREDONES	OLMEDO 08-72	NATURAL
PRENDAS DE VESTIR	SANCHEZ Y C 10-07	NATURAL
VENTA DE PRENDAS DE VESTIR	AV A PEREZ G 08-030	NATURAL
CREACIONES GENESIS	SANCHEZ Y C 14-055	NATURAL
FABRICANTE	OLMEDO 10-069 COM IBA 16	NATURAL
COLECCIONES DOMENICA Y CAMILA	AV A PEREZ G 07-064	NATURAL
VENTA DE PRODUCTOS TEXTILES	AV A PEREZ G 08-082	NATURAL
CUBRECAMAS Y SABANAS	AV A PEREZ G 06-028 CC LA FORTUNA 070 071	NATURAL
ARTICULOS PARA EL HOGAR MASQUE IDEAS	GALO PLAZA 6-10	NATURAL
CREACIONES DE BELEN	SANCHEZ Y C 10-022	NATURAL
ARTICULOS PARA EL HOGAR	CDLA MUNICIPAL MARCO TULLIO HIDROVO	NATURAL
COMOHOGAR	AV M ACOSTA CC LA PLAZA	SOCIEDAD
Fuente: IMI		

ANEXO G

ART. 23. CODIGO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES

TÍTULO III

De los Incentivos para el Desarrollo Productivo

Capítulo I

Normas generales sobre Incentivos y Estímulos de Desarrollo Económico

Art. 23.- De los incentivos.- Los incentivos de orden tributario que reconoce esta normativa se incorporan como reformas a las normas tributarias pertinentes.

Art. 24.-Clasificación de los incentivos.- Los incentivos fiscales que se establecen en este código son de tres clases:

1. Generales: De aplicación para las inversiones que se ejecuten en cualquier parte del territorio nacional.

Consisten en los siguientes:

- a. La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta;
- b. Los que se establecen para las zonas económicas de desarrollo especial, siempre y cuando dichas zonas cumplan con los criterios para su conformación;
- c. Las deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción eco-eficiente;
- d. Los beneficios para la apertura del capital social de las empresas a favor de sus trabajadores;
- e. Las facilidades de pago en tributos al comercio exterior;
- f. La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno;
- g. La exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo;
- h. La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva; e,
- i. La reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta.

DISPOSICIONES ESTABLECIDAS

PRIMERA.- *La reducción de la tarifa del impuesto a la Renta de Sociedades contemplada en la reforma al Art. 37 de la ley de Régimen Tributario Interno, se aplicará de forma progresiva en los siguientes términos:*

- *Durante el ejercicio fiscal 2011, la tarifa impositiva será del 24%.*
- *Durante el ejercicio fiscal 2012, la tarifa impositiva será del 23%.*
- *A partir del ejercicio fiscal 2013, en adelante, la tarifa impositiva será del 22%”*

2.6.- Para la reducción de la tarifa del Impuesto a la Renta de sociedades, sustitúyase el Artículo 37 por el siguiente:

Art. 37.- Tarifa del impuesto a la renta para sociedades.-Las sociedades constituidas en el Ecuador, así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas, que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del veinte y dos por ciento (22%) sobre su base imponible.

ANEXO H

DATOS SOCIOECONÓMICOS REFERENCIALES

Fuente: INEC

CLASES SOCIALES	CLASE BAJA		CLASE MEDIA	CLASE ALTA	Total
	POBREZA EXTREMA	SOBRE POBREZA EXTREMA			
Distribución Porcentaje	13,65%	21,41%	58%	6,90%	100,00%
Total	35,06%		58%	6,90%	

POBREZA NACIONAL URBANO Y RURAL			
Trimestres	Incidencia de pobreza	Intensidad	Severidad
Dic-06	37,60%	15,47%	8,63%
Dic-07	36,74%	15,34%	8,74%
Jun-08	34,97%	14,24%	8,02%
Dic-08	35,09%	14,49%	8,14%

INDICADOR DE POBREZA EXTREMA NACIONAL URBANO RURAL				
Trimestres	Incidencia de extrema pobreza	Error estándar	Límite inferior	Límite superior
Dic-06	16,89%	0,53%	15,87%	17,96%
Dic-07	16,45%	0,50%	15,50%	17,46%
Jun-08	15,49%	0,65%	14,26%	16,81%
dic-08	15,69%	0,47%	14,79%	16,64%

PRECIO DE LA FIBRA DE ALPACA EN ECUADOR

CAMPAÑA 2010					
Categoría según hilandería de Salinas	Color	Peso	Precio libra \$	Total \$	% Producción de calidad de fibra
1°	BLANCO	636	1,5	954	75,62
2°	BLANCO	32	0,75	24	3,80
	LF	63	1,5	94,5	7,49
	CAFÉ	86	1,5	129	10,23
	NEGRO	24	1,5	36	2,85
TOTAL		841	1,35	1237,5	100,00

Fuente: Vilca (2010)

Fuente: BioAndes – Ecociencia.

ANEXO I

TELARES MECÁNICOS



Fotografía N° 2



TEJIDO DE LAS COBIJAS



Fotografía N° 3