



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO FINAL DE GRADO**

**TEMA: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA**  
**CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y**  
**COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS BORDADAS DE LA MUJER**  
**INDIGENA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, CANTÓN COTACACHI,**  
**PROVINCIA DE IMBABURA”.**

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

**AUTORA**

**BLANCA SOLEDAD MALDONADO TALACO**

**IBARRA, ABRIL, 2014**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto busca la creación de una microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas para la mujer indígena de la ciudad de Cotacachi, ya que es una prenda muy importante para su vestimenta. La propuesta tiene la finalidad de promover y mejorar las actividades económicas de la provincia y del país a través del comercio textil, como una actividad más generadora de ingresos. El diagnóstico se inició con el estudio de mercado mediante una investigación de campo, la misma que permitió determinar los productores y consumidores de vestimenta indígena, con el fin de determinar la oferta y la demanda de este tipo de prenda y, a su vez, la factibilidad de implantar una microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas, según los resultados obtenidos se evidencia la existencia de un consumo masivo de este tipo de blusa. Además de acuerdo a la población investigada se establece que en el cantón Cotacachi no existe una empresa productora y comercializadora de las blusas bordadas, por lo que se verifica la necesidad de satisfacer esta falencia comercial y brindar un servicio oportuno a la clientela que debe salir a los cantones aledaños para adquirir dicha prenda. El estudio técnico efectuado garantiza que la nueva microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas para la mujer indígena, permitirá una significativa inversión de capital, dinamizando de esta forma la actividad industrial y comercial del sector, y de igual manera será una fuente de trabajo para 6 personas del sector artesanal, administrativo y ventas, contribuyendo de esta manera a disminuir el desempleo y subempleo local, generando un aporte positivo para la ciudadanía. La administración de la microempresa funcionará de manera eficiente y eficaz con el propósito primordial de alcanzar a convertirla en una gran empresa, que responda a las exigencias y necesidades de sus integrantes y beneficiarios de la misma.

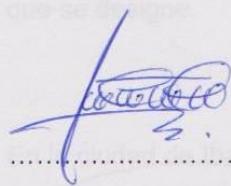
## SUMMARY

With this project, what is sought is the creation of a microenterprise of production and marketing of embroidered blouses Indian woman in the town of Cotacachi. A very important item for she's, this has been done for the respective research in order to promote and enhance the economic activities of the province and the country through the textile trade and income generating activities. As a starting point a market study was performed using a field research, in which producers and consumers of this type of clothing will be investigated in order to determine supply and demand and the feasibility of implementing a microenterprise engaged in the production and marketing of embroidered blouses. After the technical process of field survey, an important result was obtained, related to the existence of a massive consumption of embroidered blouses. Was taken as the area to investigate the indigenous communities of Cotacachi. According to information obtained, states that in the Canton Cotacachi there is a producer and marketer of the company and embroidered blouses there are only 4 points exact sales. Having identified this weakness has been the feasibility of creating a small business that allows direct marketing to the existing market. The technical study carried out shows that the new micro allows a significant injection of capital, thus streamlining the industrial and commercial sector. Likewise, micro -created will directly employ 8 people, thus contributing to reduce unemployment and underemployment home, which is a positive contribution to the population. The aforementioned micro work with proper and efficient administration, whose primary purpose is to make it a great company that meets the demands and needs of all members and beneficiaries thereof.

## AUTORÍA CERTIFICACION

### Informe del Director del Trabajo de Grado

Yo, BLANCA SOLEDAD MALDONADO TALACO, portadora de la cédula de identidad N° 100332008-0, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: "Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Blusas Bordadas de la Mujer Indígena, en la Ciudad de Cotacachi, Cantón Cotacachi, Provincia De Imbabura" que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Firma

CI: 100332008-0

Fernando Valenzuela

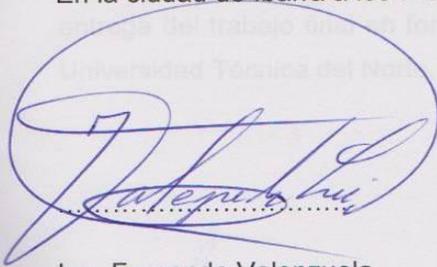
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

CERTIFICACIÓN  
FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**Informe del Director del Trabajo de Grado**

Yo, Blanca Soledad Maldonado Talaco, con cédula de Identidad N°  
En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la  
egresada, Blanca Soledad Maldonado Talaco, para optar el Título de  
Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: "ESTUDIO  
DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE  
PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS BORDADAS DE LA  
MUJER INDIGENA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, CANTÓN  
COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA"., Considero que el presente  
trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido  
a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador  
que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 7 días del mes de Agosto del 2013.



Ing. Fernando Valenzuela

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

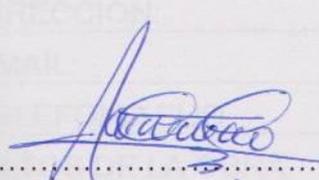
Yo, Blanca Soledad Maldonado Talaco,

Cédula 10813203-0

En la ciudad de Ibarra a los 7 días del mes de Agosto del 2013.

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

Yo, Blanca Soledad Maldonado Talaco, con cédula de identidad N° 100332008-0, 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, 6 en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE BLUSAS BORDADAS DE LA MUJER INDIGENA, EN LA CIUDAD DE COTACACHI, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A , en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento en el que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100332008-0
APELLIDOS Y NOMBRES:	Maldonado Talaco Blanca Soledad
DIRECCIÓN:	Cotacachi, Barrio el Ejido
MAIL:	blanca.maldonado@hotmail.com
TELÉFONO:	062915875
TELÉFONO MÓVIL:	0986167793
	
Autora: Blanca Soledad Maldonado Talaco	
Cédula: 100332008-0	
Ibarra, 01 de Abril del 2014	



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino 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:	10033208-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Maldonado Talaco Blanca Soledad		
DIRECCIÓN:	Cotacachi, Barrio el Ejido		
EMAIL:	<a href="mailto:blanky_fellsantl@hotmail.com">blanky_fellsantl@hotmail.com</a>		
TELÉFONO FIJO	062915675	TELÉFONO MÓVIL	0986167793
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Blusas Bordadas de la Mujer Indígena, en la Ciudad de Cotacachi, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura".		
AUTORA:	Maldonado Talaco Blanca Soledad		
FECHA:	2013-08-07		

TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A
ASESOR/DIRECTOR	Ing. Fernando Valenzuela

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

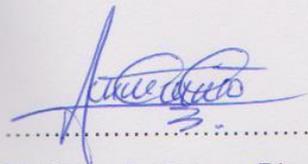
Yo, **MALDONADO TALACO BLANCA SOLEDAD**, con cédula de identidad Nro. 100332008-0, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizó a la Universidad Técnica del Norte, la 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 144.

## 3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se 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, 01 de Abril del 2014

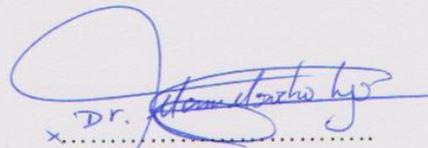
LA AUTORA:



Maldonado Talaco Blanca Soledad  
C.I: 100332008-0

Facultado por resolución de Consejo Universitario

ACEPTACIÓN



Ing. Betty Chávez  
JEFE DE BIBLIOTECA

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico a Dios, por darme para lograr mis objetivos, con su infinita bondad y amor he podido esforzarme, luz necesaria en mi camino para superar los obstáculos encontrados; a mis padres José Luis y Rosa Elena que me dieron la vida, ellos han estado junto a mi apoyándome en todo momento.

Al ser que más amo en este mundo Santiago, por ser la fuente de mi inspiración y motivación para superarme cada día más.

A mis hermanos, amigos incondicionales que me han ayudado a sobrellevar las adversidades con su apoyo.

**Blanca Soledad Maldonado Talaco**

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo de investigación es el cúmulo de muchos libros consultados, de experiencias adquiridas en el proceso investigativo, de sabios conocimientos brindados por mis profesores y profesoras, es también importante resaltar el apoyo de la Universidad “Técnica del Norte”, por las facilidades otorgadas, permitiéndome adquirir conocimientos y ser parte de ella, de igual manera mi reconocimiento al Ing. Fernando Valenzuela, asesor del Proyecto.

Al presentarles mis agradecimientos, me comprometo a devengar en bien de la sociedad los conocimientos adquiridos.

**Blanca Soledad Maldonado Talaco**

## **PRESENTACIÓN**

La presente investigación denominada: Estudio de Factibilidad para Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de blusas bordadas de la Mujer Indígena, en el Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, ha sido desarrollada con la modalidad de Proyecto.

La comprensión de lo investigado se facilita por la utilización de un lenguaje claro y sencillo, con que se ha estructurado los siete capítulos del informe final, en cada uno de los cuales se presenta el material recogido, analizado y elaborado, siguiendo una secuencia lógica y ordenada, que hacen de éste proyecto una propuesta alternativa e innovadora para el desarrollo del mercado textil.

En el primer capítulo se desarrolló el Diagnóstico Situacional, que tuvo la finalidad de caracterizar el área de influencia del proyecto de microempresa a implantarse, en aspectos tales como: antecedentes históricos, aspectos geográficos, caracterización demográfica de la parroquia, situación socio-económica, producción y comercialización, con lo se determinó el problema del proyecto.

En el segundo capítulo se hace referencia a las bases teóricas y científicas, fundamentada en una investigación bibliográfica-documental, a través de conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo: la empresa, mercadotecnia, fundamentos administrativos, contables y evaluadores financieros.

El capítulo tres corresponde al Estudio de Mercado, para lo cual se estableció la muestra poblacional donde se realizó la investigación de campo, mediante la aplicación de encuestas con la finalidad de determinar la oferta (productores) y demanda (clientes), conocer sus requerimientos y expectativas; estableciéndose el producto a ofertar, sus características, mercado meta, proyección de oferta y demanda, en

función de la competencia, comercialización y precios del producto propuesto en el presente proyecto.

El cuarto capítulo es el Estudio Técnico, comprende la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la microempresa, diseño y distribución de las instalaciones, diagrama y flujo gramas de proceso, pronóstico de ventas y el requerimiento de mano de obra, la valoración de inversiones fijas y su financiamiento.

La Evaluación Financiera y Económica, se encuentra detallada en el capítulo quinto, registrándose las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la microempresa como: activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable, estipulando la ventaja económica que brindará el proyecto.

El capítulo sexto consta del diseño de la Estructura Organizacional y Funcional que tendrá la microempresa “**Blanky Sol**” en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias, políticas, organigrama estructural, manual de funciones y una matriz del perfil de competencias.

Los impactos que generará el proyecto en el ámbito socio-económico, empresarial, educativo-cultural, y ambiental, se redactan en el capítulo séptimo.

Finalmente se encuentran las conclusiones y recomendaciones producto de la información recogida en la aplicación y análisis de las encuestas, debiendo tener muy en cuenta las recomendaciones, que serán importantes seguirlas para solucionar posibles inconvenientes en la aplicación del proyecto de factibilidad elaborado.

<b>INDICE GENERAL</b>	<b>PÁG.</b>
RESUMEN EJECUTIVO.....	II
SUMMARY.....	III
AUTORÍA.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	V
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VII
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VII
DEDICATORIA .....	VIII
AGRADECIMIENTO .....	X
PRESENTACIÓN.....	XI
INDICE GENERAL.....	XIII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XXII
INDICE DE GRÁFICOS.....	XXV
INTRODUCCIÓN.....	XXVI
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>30</b>
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....</b>	<b>30</b>
Macroambiente .....	30
Análisis Político, Económico, Social, Tecnológico y Ecológico.....	30
Microambiente .....	32
Antecedentes.....	32
Objetivos.....	36

Objetivo general.....	36
Objetivos Específicos.....	36
Variables Diagnósticas .....	36
Indicadores .....	36
Matriz de relación diagnóstica.....	37
Identificación de la población .....	37
Población del Cantón y Parroquias según sexo y área.....	39
Instrumentos de investigación.....	39
Información primaria .....	40
Información secundaria.....	40
Construcción de la matriz AOOR.....	40
Aliados.....	40
Oponentes.....	40
Oportunidades .....	41
Riesgos.....	42
Identificación de la oportunidad de inversión. ....	42
Identificación del Problema Diagnóstico. ....	42
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>44</b>
<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>44</b>
La Empresa.....	44
Definición.....	44
Clasificación.....	45
La Microempresa .....	45
Definición.....	45

Características .....	47
Clasificación.....	47
Ventajas.....	48
Desventajas .....	49
Misión, Visión de la Microempresa .....	50
La microempresa en el Ecuador .....	50
Marco Legal para establecimiento de una microempresa.....	50
Estructura Administrativa .....	51
Administración .....	51
Organigrama.....	52
Flujograma.....	53
Actividades principales de la Zona.....	53
Conceptos contables .....	53
Contabilidad Financiera .....	53
Contabilidad de Costos.....	53
Proceso Contable .....	54
Plan de Cuentas .....	55
Tratamiento Contable .....	55
Activo.....	55
Pasivo.....	55
Patrimonio.....	55
Costo.....	56
Producción .....	57
Recurso o Factores Productivos.....	57
Elementos del Costo de Producción .....	58

Contabilidad general .....	60
La Ecuación Contable .....	60
Evaluadores financieros.....	61
Análisis a los Estados Financieros.....	61
Objetivos de los Estados Financieros .....	61
Estados Financieros Principales .....	62
Valor Actual Neto (VAN) .....	64
Tasa Interna de Retorno .....	64
Punto de Equilibrio.....	65
Rentabilidad financiera .....	66
Rentabilidad Económica .....	66
Fuentes de financiamiento.....	66
Aporte Propio.....	66
Aporte financiado.....	66
Comercialización.....	67
Canales de Comercialización.....	67
Clasificación.....	67
Blusas Bordadas de la Mujer Indígena del Cantón Cotacachi .....	68
Importancia.....	69
Objetivos.....	69
Descripción de la Blusa Bordada .....	69
Cambios notorios.....	69
Máquinas de Coser.....	70
Máquinas Industriales.....	70
Máquinas de coser semi - industriales.....	70

Máquina bordadora industrial.....	70
Especificaciones de una máquina de bordar .....	71
Características .....	71
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>72</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>72</b>
Finalidad del estudio de mercado .....	72
Objetivos de la investigación.....	73
Matriz de relación de estudio de mercado .....	74
Universo poblacional.....	75
Población total .....	75
Identificación de la población .....	76
Cálculo de la muestra .....	76
Metodología de la Investigación de Campo. ....	78
Levantamiento de la Investigación.....	78
Tabulación y Procesamiento de la Información .....	79
Descripción del Producto .....	89
Materias Primas e Insumos. ....	90
Características del Producto.....	90
Análisis de la demanda.....	90
Datos para determinar la demanda.....	90
Tasa de crecimiento poblacional.....	92
Proyección de la Demanda.....	93
Análisis de la oferta.....	94
Proyección de la Oferta. ....	94

Balance entre Oferta y Demanda.....	95
Tamaño del proyecto .....	95
Análisis de precios .....	95
Análisis de la Competencia.....	96
Comercialización.....	96
Estrategia de Diferenciación .....	96
Estrategia de Plaza .....	97
Estrategia de Promoción.....	97
Estrategia de Precio.....	97
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>99</b>
<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>99</b>
Localización del Proyecto .....	99
Macro localización .....	100
Tamaño del proyecto. ....	102
El Mercado.....	103
Disponibilidad de Recursos Financieros .....	103
Disponibilidad de Insumos, Materiales y Materia Prima.....	103
Determinación de la Capacidad de Producción .....	103
Ingeniería del Proyecto .....	104
Distribución Física.....	104
Procesos Productivos .....	108
Requerimientos de mano de obra.....	111
Requerimientos de Activos Fijos.....	112
Requerimiento de otros Gastos Administrativos .....	114

Requerimiento de capital de trabajo .....	114
Financiamiento.....	115
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>116</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>116</b>
Determinación de la Inversión.....	116
Presupuestos de Ingresos y Egreso .....	117
Presupuestos de Egresos.....	118
Gastos Administrativos .....	119
Sueldos y Salarios .....	119
Gastos de Ventas .....	122
Publicidad.....	123
Gastos financieros .....	123
Depreciaciones de Activos Fijos .....	125
Estado de Situación Financiera .....	125
Proyección de Estado de Resultados Integrado .....	126
Flujos de Caja.....	127
Evaluación Financiera.....	128
Determinación del Costo de Capital.....	128
Valor Actual Neto (VAN) .....	129
Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	130
Período de Recuperación de la Inversión (PRI).....	132
<b>CAPÍTULO VI .....</b>	<b>135</b>
<b>PROPUESTA ESTRATÉGICA .....</b>	<b>135</b>

Nombre o Razón Social de la Microempresa.....	135
Logotipo de la Microempresa.....	135
Titularidad de Propiedad de la Empresa.....	135
Tipo de empresa (sector actividad).....	136
Horario de funcionamiento.....	136
Base Filosófica.....	136
Misión.....	136
Visión.....	137
Principios y Valores. ....	137
Objetivos de la Microempresa.....	138
Políticas de La Empresa .....	139
La Organización.....	139
Organización Estructural.....	140
Manual de Funciones.....	141
Lineamientos generales para el manual de funciones.....	141
Requisitos legales para su funcionamiento.....	151
El registro único de contribuyentes (RUC).....	151
Permiso de funcionamiento (Patente Municipal).....	151
Permiso de los bomberos .....	151
<b>CAPÍTULO VII .....</b>	<b>153</b>
<b>IMPACTOS .....</b>	<b>153</b>
Antecedentes .....	153
Operatividad de análisis de impactos .....	153
Impacto Socio Económico. ....	155

Impacto Cultural.....	157
Impacto Comercial.....	159
Impacto Empresarial.....	161
Impacto Educativo.....	163
Impacto Ambiental.....	165
Impacto general de proyecto.....	167
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	168
CONCLUSIONES:.....	168
RECOMENDACIONES:.....	170
BIBLIOGRAFIA Y LINKOGRAFIA.....	171
ANEXO A: ENCUESTA POSIBLES COSUMIDORES.....	174
ANEXO B: ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES O DUEÑOS DE LOS PUNTOS DE VENTA.....	176
ANEXO C: PATENTE MUNICIPAL.....	178
ANEXO D: PERMISO DE LOS BOMBEROS.....	179
ANEXO E: FACTURA PAGO DE PERMISO DE LOS BOMBEROS.....	180
ANEXO F: BLUSAS TERMINADAS.....	181

<b>ÍNDICE DE CUADROS</b>	<b>PAG.</b>
Cuadro N°. 1 Matriz P.E.S.T.E.....	31
Cuadro N°. 2 Relación diagnostica .....	37
Cuadro N°. 3 Población del Cantón Cotacachi .....	36
Cuadro N°. 4 Matriz de Relación de Estudio de Mercado.....	74
Cuadro N°. 5 Población Universo .....	75
Cuadro N°. 6 Lugar de Compra .....	79
Cuadro N°. 7 Tipo de Blusas .....	80
Cuadro N°. 8 Tipo de Tela .....	81
Cuadro N°. 9 Ciudad de Adquisición.....	82
Cuadro N°. 10 Demanda del Producto.....	79
Cuadro N°. 11 Disposición a pagar por el Producto .....	80
Cuadro N°. 12 Forma de Confección .....	85
Cuadro N°. 13 Disposición a Adquirir.....	86
Cuadro N°. 14 Aceptacion de precio de la prenda .....	87
Cuadro N°. 15 Creación de la Microempresa .....	88
Cuadro N°. 16 Población Indígena Sexo Femenino del Cantón Cotacachi ..	91
Cuadro N°. 17 Crecimiento Poblacional.....	92
Cuadro N°. 18 Comportamiento de la Demanda Actual.....	92
Cuadro N°. 19 Proyección de la Demanda en Cantidad de Producto.....	89
Cuadro N°. 20 Oferta Actual .....	94
Cuadro N°. 21 Proyección de la Oferta.....	94
Cuadro N°. 22 Demanda Insatisfecha.....	95
Cuadro N°. 23 Proyección de Precios Consumidor Final.....	95
Cuadro N°. 24 Proyección de Precios al por Mayor.....	96

Cuadro N°. 25 Posibles sectores a ubicar la microempresa .....	101
Cuadro N°. 26 Factores de Ubicación.....	102
Cuadro N°. 27 Tamaño del Proyecto .....	99
Cuadro N°. 28 Área-Ambientes Físicos .....	104
Cuadro N°. 29 Simbología para Flujogramas .....	107
Cuadro N°. 30 Requerimiento Mano de Obra Directa e Indirecta .....	112
Cuadro N°. 31 Arriendo Local .....	112
Cuadro N°. 32 Requerimiento de Equipos de Producción .....	113
Cuadro N°. 33 Requerimiento de Equipos y Muebles de Administración ...	113
Cuadro N°. 34 Requerimiento de Equipos de Computación .....	114
Cuadro N°. 35 Otros Gastos Administrativos.....	114
Cuadro N°. 36 Capital de Trabajo.....	115
Cuadro N°. 37 Estructura del Financiamiento.....	115
Cuadro N°. 38 Inversiones.....	116
Cuadro N°. 39 Proyección de Ventas de Blusas.....	117
Cuadro N°. 40 Costos de producción de Blusas .....	118
Cuadro N°. 41 Proyección de Egresos .....	119
Cuadro N°. 42 Gasto Sueldo Personal .....	119
Cuadro N°. 43 Gastos Arredramientos .....	120
Cuadro N°. 44 Gastos de Limpieza.....	120
Cuadro N°. 45 Gastos Suministros y Materiales .....	121
Cuadro N°. 46 Gastos Servicios Básicos.....	121
Cuadro N°. 47 Otros Gastos Administrativos.....	122
Cuadro N°. 48 Resumen De Gastos Administrativos.....	122
Cuadro N°. 49 Gastos Sueldos Y Salarios.....	123

Cuadro N°. 50 Gasto Publicidad .....	123
Cuadro N°. 51 Gastos Mantenimiento .....	123
Cuadro N°. 52 Tabla de Amortización.....	124
Cuadro N°. 53 Depreciación Propiedad Planta y Equipo .....	125
Cuadro N°. 54 Estado de Situación Financiera.....	126
Cuadro N°. 55 Estado de Resultados Integral .....	127
Cuadro N°. 56 Flujo de Caja Proyectado .....	128
Cuadro N°. 57 Calculo de Coste Capital.....	128
Cuadro N°. 58 Cálculo del VAN .....	130
Cuadro N°. 59 Cálculo Del TIR .....	131
Cuadro N°. 60 Recuperación de la Inversión.....	132
Cuadro N°. 61 Costo Beneficio .....	133
Cuadro N°. 62 Punto de Equilibrio .....	134
Cuadro N°. 63 Niveles de Impactos .....	154
Cuadro N°. 64 Matriz de Impacto Socio-Económico.....	155
Cuadro N°. 65 Matriz de Impacto Cultural .....	157
Cuadro N°. 66 Matriz de Impacto Comercial.....	159
Cuadro N°. 67 Matriz de Impacto Empresarial.....	161
Cuadro N°. 68 Matriz de Impacto Educativo .....	163
Cuadro N°. 69 Matriz de Impacto Ambiental.....	165
Cuadro N°. 70 Impacto General.....	167

<b>INDICE DE GRÁFICOS</b>	<b>PAG.</b>
Grafico N°. 1 Lugar de Compra.....	79
Grafico N°. 2 Tipo de Blusas.....	80
Grafico N°. 3 Tipo de Tela .....	81
Grafico N°. 4 Ciudad de Adquisición.....	82
Grafico N°. 5 Demanda del Producto.....	79
Grafico N°. 6 Disposición a pagar por el Producto.....	80
Grafico N°. 7 Forma de Confección .....	85
Grafico N°. 8 Disposición A Adquirir .....	86
Grafico N°. 9 Aceptacion de precio de la prenda .....	87
Grafico N°. 10 Creación de la Microempresa.....	88
Grafico N°. 11 Blusa Bordada.....	89
Grafico N°. 12 Mapa de la Provincia de Imbabura .....	96
Grafico N°. 13 Localización de Proyecto.....	97
Grafico N°. 14 Diseño y descripción de la Planta .....	105
Grafico N°. 15 Flujograma Para el Proceso de Producción. ....	108
Grafico N°. 16 Flujograma del Proceso de Atención al Cliente.....	111
Grafico N°. 17 Logotipo de la Microempresa .....	135
Grafico N°. 18 Organigrama Estructural Microempresa “Blanky Sol”.....	140

## INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico y social se inicia con el crecimiento empresarial, y el sector comercial como eje primordial para el mejoramiento en la calidad de vida, debe atender a un proceso orientado a fines que satisfagan las exigencias mercantiles, por ello el proceso microempresarial se basa en proyectos de emprendimiento como el presentado en esta investigación; en su realización se ha seguido un procedimiento metodológico, detallado en el Plan de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

**Problema o necesidad a satisfacer.-** El Ecuador se encuentra en un medio geográfico natural y privilegiado, caracterizado por actividades artesanales y de gran legado cultural que garantiza una diversa producción de calidad.

En la actualidad existe una gran demanda de blusas bordadas para la mujer indígena, lo que ha provocado que las prendas sean vendidas a través de intermediarios que son los que explotan al microempresario y consecuentemente limita su desarrollo.

La no existencia de una microempresa que facilite la venta directa de dicho producto, se genera por las siguientes causas:

- Los microempresarios tienen un bajo nivel de capacitación y organización lo que perjudica su crecimiento económico.
- La deficiente utilización de los recursos por los bajos conocimientos contables es otra causa determinante, ya que se limitan a calcular ingresos y gastos empíricamente, sin ninguna aplicación técnica,
- Bajos índices de inversión segura y rentable, manteniendo su dependencia productiva y comercial de intermediarios.
- Situación económica de microempresarios estancada.

**Justificación:** La creación de una microempresa artesanal propuesta en el presente trabajo investigativo, está enfocada en dar solución a una necesidad específica que tiene gran parte de la población del cantón Cotacachi; las blusas bordadas tienen una amplia aceptación, a razón de que la mayor parte de los habitantes son de etnia indígena, quienes a la par con el desarrollo cultural son cada vez más exigentes, lo que permite incursionar con un producto novedoso que logre satisfacer y superar las expectativas del mercado.

Cotacachi es un cantón caracterizado por habitantes emprendedores en la industria del cuero, de hotelería y turismo, actividades desarrolladas por sus lugares turísticos de primer orden como la laguna Cuicocha, la reserva ecológica Cotacachi Cayapas, cuenta con un reconocimiento de su gastronomía ancestral en la que se destacan principalmente las carnes coloradas, lo que permite contar con una gran afluencia de público para la comercialización de todo tipo de productos, situación que se debe aprovechar para la promoción de las nuevas prendas de vestir que pondrá a disposición la microempresa en creación.

Con estos antecedentes nace la necesidad de que en Cotacachi se inicie un proceso dirigido a satisfacer la demanda de producir y comercializar blusas bordadas para la mujer indígena que abarque el mercado; aplicando y aprovechando las experiencias obtenidas en los años de estudio se basó para la constitución de la Microempresa, la misma que organizada técnicamente con estrategia competitiva logrará un adecuado posicionamiento en el mercado.

En la confección de las blusas bordadas para la mujer indígena se utilizará insumos y materiales disponibles en el sector, garantizando la calidad de la prenda dándole un terminado único al producto final.

La nueva microempresa generará puestos de trabajo para la misma población del cantón, ya que se requerirá mano de obra para el ciclo de producción y comercialización mejorando así su nivel de vida, y a su vez

el país contara con una nueva fuente de ingresos que colabora en el crecimiento de la economía nacional.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Realizar un Estudio de Factibilidad para Creación de una Microempresa De Producción y Comercialización de Blusas Bordadas de la Mujer Indígena, En La Ciudad de Cotacachi, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar el diagnóstico técnico situacional del Cantón Cotacachi para determinar la oportunidad de inversión.
- Elaborar el marco teórico y científico para sustentar el estudio de factibilidad micro empresarial utilizando información bibliográfica, linkográfica y documentos actualizados.
- Estudiar el mercado microempresarial para identificar clientes potenciales y medios de comercialización.
- Establecer técnicamente la localización óptima del proyecto, recursos disponibles y capacidad de producción.
- Cuantificar la inversión económica para posteriormente analizar los niveles de rentabilidad en la implementación del proyecto.
- Definir la propuesta estratégica de creación y funcionamiento de la Microempresa de Producción y Comercialización de Blusas Bordadas de la Mujer Indígena del Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.
- Analizar los posibles impactos que genera la implantación del proyecto para mitigar o fortalecer su influencia.

**Metodología.-** Para la presente investigación se aplicó un estudio descriptivo, mismo que permitió determinar el estado actual de la microempresa, determinando los aspectos más relevantes del problema identificado.

Por la naturaleza de la información, es una investigación de tipo cualitativo, encaminada a encontrar el sentido y significado de la conducta humana ya que se trata de un grupo pequeño.

El alcance temporal de la investigación determina que la información es de tipo sincrónico ya que el estudio y el análisis del problema se realiza en un periodo de 10 meses.

El carácter de la investigación es propositivo por que el proyecto tiende a proveer de soluciones al problema identificado.

Por los instrumentos utilizados para obtener datos en el desarrollo de los capítulos I y III la investigación es de campo.

Para el de desarrollo del diagnóstico situacional y marco teórico se utilizó medios bibliográficos: libros, artículos y otros.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

El diagnóstico situacional del estudio de factibilidad basado en la estructuración de un proceso de investigación que permitió conocer la situación del ambiente comercial interno y externo del cantón Cotacachi, para lo cual se aplicó instrumentos y técnicas como: encuestas, entrevistas y observación directa, de donde se recolectaron datos, mismos que luego de tabular y analizar, se determinó las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; contexto en el cual se estableció estrategias de manera oportuna encaminadas a alcanzar el éxito del proyecto.

#### **1.1. Macroambiente**

##### **1.1.1. Análisis Político, Económico, Social, Tecnológico y Ecológico.**

El macroambiente es una herramienta de gran utilidad para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio, comprender el crecimiento o declive de un mercado, sirve para medir los negocios.

PESTE está compuesta por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos y Ecológicos utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio, considerando las siguientes perspectivas de análisis:

- Producto o empresa según su mercado.
- Marca en relación con su mercado.
- Unidad de negocios local.
- Opción estratégica para entrar a un nuevo mercado.
- Adquisición potencial.
- Sociedad potencial.
- Oportunidad de inversión.

**Cuadro N°. 1  
Matriz P.E.S.T.E**

Fuente: Investigación propia  
Elaborador por: La autora

<b>Político</b>	<b>Económico</b>	<b>Social</b>	<b>Tecnológico</b>	<b>Ecológico</b>
Legislación actual en el mercado local.	Situación económica local.	Tendencias de estilo de vida.	Desarrollos tecnológicos de la competencia.	Leyes medio ambientales.
Legislación futura.	Tendencias en la economía local.	Demografía.	Financiamiento para la investigación.	Catastro medio ambiental del cantón.
Procesos y entidades regulatorias.	Economía y tendencias en otros países.	Opinión y actitud del consumidor.	Tecnologías asociadas y dependientes.	
Políticas gubernamentales.	Asuntos generales de impuestos.	Cambios de leyes que afecten factores sociales.	Tecnologías soluciones sustitutas.	
Período gubernamental y cambios.	Impuestos específicos de los productos y servicios.	Publicidad y relaciones públicas.	Capacidad y madurez de la manufactura.	
Políticas de comercio exterior.	Estacionalidad y asuntos climáticos.	Imagen de la marca, la tecnología y la empresa.	Información y comunicación.	
Financiamiento e iniciativas.	Ciclos de mercado.	Patrones de compra del consumidor.		
	Factores específicos de la industria.	Moda y modelos a seguir.		
	Rutas del mercado y tendencias de distribución.	Grandes eventos e influencias.		

## **1.2. Microambiente**

### **1.2.1. Antecedentes**

De la investigación realizada en varios documentos se pudo recopilar la siguiente información:

#### **Cotacachi**

La diversidad geográfica y cultural ha convertido a Cotacachi en uno de los principales cantones de atracción turística del Ecuador Continental, además es mundialmente conocido por la producción y comercialización de los artículos de cuero.

**Altitud:** 2.418 m.s.n.m.

**Clima:** Templado

**Temperatura promedio:** 14°C

**Población:** 37.254 habitantes

**Ubicación Geográfica:** El Cantón Cotacachi está ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, es el cantón más extenso de los seis que conforman la Provincia con una superficie de 1809 km<sup>2</sup> aproximadamente. Limita al norte con el Cantón Urququí; al sur con el Cantón Otavalo y la Provincia de Pichincha; al este con el Cantón Antonio Ante y al oeste con la Provincia de Esmeraldas. En el territorio Subtropical de Cotacachi al suroeste del Cantón, en la convergencia de las Provincias de Esmeraldas e Imbabura, existe una zona no delimitada denominado Recinto “Las Golondrinas”.

La geografía del Cantón es muy variada encontrándose alturas que van desde los 4.939 hasta los 1.600 m.s.n.m. en la zona de Nangulví y, 200 m.s.n.m. en la parte más occidental correspondiente al recinto El Progreso. Las características topográficas y climáticas del Cantón permiten diferenciar claramente dos zonas: la Andina y la Subtropical.

La zona Andina está ubicada en las faldas orientales del volcán Cotacachi, conformado por las parroquias urbanas San Francisco y El Sagrario y las parroquias rurales Imantag y Quiroga. Su clima varía entre los 15 y 2 grados centígrados

La zona Subtropical conocida como Intag se extiende desde la Cordillera Occidental de los Andes hasta el límite con la Provincia de Esmeraldas y Pichincha, está conformada por las parroquias de: Apuela, García Moreno, Peñaherrera, Cuellaje, Vacas Galindo y Plaza Gutiérrez; su clima oscila entre 25 y 30 grados centígrados.

Para la ubicación de la empresa productora y comercializadora de prendas de vestir se ha pensado en el sitio estratégico, económico y adaptable.

**Estratégico:** Su ubicación sería en el centro de la ciudad, la cual permite un fácil desplazamiento, de proveedores y clientes, dando la facilidad en los tiempos de entrega, tanto para el norte y el sur.

**Económico:** Sería un sitio que no pase de un cuarto en su estratificación, para mayor comodidad, tanto en su costo de arriendo como en sus servicios básicos de: agua, teléfono, gas y energía.

**Adaptable:** Para cumplir con esta característica el lugar debe ser:

- Espacioso en su desplazamiento para las diversas áreas de operación y materia prima.
- Cómodo: Sus paredes serán azulejadas o blancas, ofreciendo una verdadera organización.
- La calidad del producto, tiene mucho que ver con el sitio de trabajo pues de su terminado depende de su manipulación y organización.

### **Actividades económicas:**

En los últimos años se está desarrollando la Producción Agroindustrial de flores, producto no tradicional destinado a la exportación.

### **Servicio Básicos:**

Los servicios básicos disponibles, cobertura: agua potable, eliminación de aguas servidas por red pública de alcantarillado, servicio higiénico, servicio eléctrico, telefónico y recolección de basura.

### **Datos generales:**

La ciudad y el cantón llevan el nombre del majestuoso volcán Cotacachi, en la época colonial Fray Pedro de la Peña, proyecta la creación de un nuevo cantón, este acometido se materializa en 1.824 año en el que territorio de Cotacachi es elevado a la categoría de cantón por Simón Bolívar, y finalmente el 6 de julio de 1.861 se logra la cantonización, iniciando así, su vida política administrativa con el nombre de Santa Ana de Cotacachi.

Es el cantón más extenso de la provincia de Imbabura, sintéticamente este paraje resume el valor de pueblo indígena que lo habita; considerado la Capital Musical del Ecuador por la afición que expresa su pueblo por la música; denominada etimológicamente como CASTILLO DE LUZ, por la fusión de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales.

La ciudad de Cotacachi al tener gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros, es conocida internacionalmente, en especial por sus artesanías elaboradas a base de cuero la cual ha dado lugar al apareamiento de grandes, medianas y pequeñas empresas.

A pesar de la buena acogida que ha venido experimentando durante varios años en la actualidad su popularidad ha declinado debido a la

falta de creatividad de los artesanos para ofrecer productos novedosos diferentes a los tradicionales.

Cotacachi es el cantón más extenso de la provincia de Imbabura, ubicado a las faldas del volcán que lleva su mismo nombre. La ciudad fue fundada en la época colonial por Fray Pedro de la Peña, en 1824 fue elevado a la categoría de Cantón por Simón Bolívar. Es la capital musical del norte del Ecuador y cuenta con un Instituto que prepara docentes en Educación Musical, entre las habilidades destacadas de la gente de este cantón cuentan la artesanía (especialmente de la producción en cuero), gastronomía y el comercio. El nombre Cotacachi tiene muchos significados. En "Cara" significa "el lago con las mujeres hace frente a" qué se refiere a la forma general de los islotes en la Laguna Cuicocha; en Quichua significa la sal de polvo. Los ecosistemas del área y la flora nativa y fauna hacen este cantón una de las zonas ecológicamente más ricas en América del Sur. Su alcalde es el Lic. Luis Alberto Anrango.

La industria textil, tiene un gran campo de acción por el posicionamiento que ha logrado en el mercado local, provincial e inclusive internacional; lo que ha dado lugar a la diversificación de la industria, respecto a la innovación de diseños y calidades; permitiendo mejorar los procesos de producción de blusas bordadas de la mujer indígena en su calidad, de igual forma da paso al aprovechamiento adecuado de recursos; en la actualidad se cuenta con maquinaria de punta para elaborar productos de primer orden con excelente materia prima importada, orientada a la total satisfacción del cliente. Aspectos que no se han consolidado a través de proyectos de micro emprendimientos con enfoque social, lo cual motiva a crear microempresas para la producción y comercialización y tener la oportunidad de sentar bases para el desarrollo productivo del cantón.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Realizar el diagnóstico técnico situacional del Cantón Cotacachi para determinar la oportunidad de inversión y generar empleos que contribuyan al desarrollo socioeconómico del cantón y la región.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Identificar claramente el mercado al que va ir dirigido las empresas distribuidoras y comercializadoras de este producto por medio del análisis de competencia para saber qué tan fuertes son en el mercado.
- Obtener las bases necesarias por medio de estudio de mercado para generar estrategias de compra – venta permitiendo a la microempresa buscar competitividad, productividad y buenas utilidades.
- Buscar las mejores ofertas para consolidar una empresa productora y comercializadora ofreciendo un producto óptimo y rentable.

### **1.4. Variables Diagnósticas**

Con el propósito de proponer un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación se detalla:

- Producción y comercialización textil.
- Datos Históricos de Cotacachi.
- Aspectos geográficos.
- Caracterización demográfica.
- Situación socio-económica.

### **1.5. Indicadores**

- Producción textil.

- Costumbres y tradiciones.
- Datos poblacionales.
- Datos históricos.
- Información geográfica.
- Actividades económicas.

### 1.6. Matriz de relación diagnóstica

**Cuadro N°. 2**  
**Relación diagnóstica**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Establecer los antecedentes históricos de Cotacachi.	Antecedentes Históricos de Cotacachi.	Datos históricos.	Investigación.
Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.	Aspectos geográficos.	Información geográfica.	Bibliográfica - Documental.
Analizar datos socio - demográficos de Cotacachi.	Caracterización demográfica de la Parroquia.	Datos poblacionales.	Fuentes secundarias Internet.
Analizar la producción textil actual.	Producción y comercialización.	Niveles de Producción y Comercialización.	Entrevistas, observación directa.

Fuente: Investigación propia

Elaborador por: La autora

### 1.7. Identificación de la población

Desde sus orígenes Cotacachi fue un pueblo cuyos habitantes se distinguieron por sus artesanías, hoy la industria del cuero, antes otro tipo de artesanía. En estos últimos tiempos, son más de lienzos ordinarios y otras de telas llamadas macanas, unas lisas y adamascadas. Cotacachi tiene un recuerdo de Don Manuel Checa, contaba que al comprar la Tola en 1870 los propietarios le manifestaron que esa casa había sido, antes de ser de su propiedad, un obraje administrado por franciscanos donde se

confeccionaba ponchos de castilla. Hasta hoy, todavía hay restos de canales de ladrillo cuadrado que seguramente fueron desagües de aguas mezcladas con tintes, Cotacachi es también el centro de otras artesanías de menor demanda, pero de igual calidad que el cuero; platería, alpargatería, tejidos y alfarería. Dentro de las artesanías poco conocidas, tenemos la confección del “poncho granizo” que aún se usa, así como el chal o “macana”, prenda elegante de las mujeres mestizas, conocido como las “bolsiconas”, una falda muy larga que lastimosamente ya dejó de usarse. Los chales o “macanas” se tejían en Quiroga y eran teñidas de azul añil natural, o “tinta flor”, como se lo conocía.

Actualmente la identificación de la población cotacacheña, conforma la etnia indígena por ser en mayor número de habitantes en nuestro cantón, seguidamente se detalla su vestimenta y confección: Las fajas anchas o “mama chumbi” se tejen en la actualidad en las diferentes comunidades indias de Cotacachi como la de Topo Grande, con dibujos reales o idealizados; para la confección de las alpargatas, en Quiroga se confeccionan las capelladas y taloneras con hilo y los alpargateros, quienes confeccionan la plantilla hecha de cabuya son los que arman las alpargatas; en menor escala existen las artesanías en metal, lata, plata, tejidos a mano, bordados caseros y la alfarería. En conclusión es necesario dar impulso a estas artesanías de muy buena tradición en épocas pasadas.

### 1.7.1. Población del Cantón y Parroquias según sexo y área

**Cuadro N°. 3**  
**Población del Cantón Cotacachi**

<b>CANTÓN-PARROQUIA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>URBANO</b>	<b>RURAL</b>
COTACACHI	37.215	7.489	29.726
Mujeres	18.442	3.905	14.537
Hombres	18.773	3.584	15.189
APUELA	1.909		1.909
Mujeres	900		900
Hombres	1.009		1.009
PEÑAHERRERA	1.999		1.999
Mujeres	937		937
Hombres	1.062		1.062
VACAS GALINDO	846		846
Mujeres	375		375
Hombres	471		471
GARCÍA MORENO	4.682		4.682
Mujeres	2.117		2.117
Hombres	2.565		2.565
IMANTAG	4.660		4.660
Mujeres	2.317		2.317
Hombres	2.343		2.343
PLAZA GUTIÉRREZ	653		653
Mujeres	299		299
Hombres	354		354
QUIROGA	5.561		5.561
Mujeres	2.841		2.841
Hombres	2.720		2.720
6 DE JULIO DE CUELLAJE	1.903		1.903
Mujeres	898		898
Hombres	1.005		1.005

FUENTE: Asamblea de unidad Cantonal de Cotacachi - 2010

ELABORADO POR: La Autora

### 1.8. Instrumentos de investigación

Los datos presentados fueron recolectados previamente de investigaciones en documentación proporcionada por el Municipio de Cotacachi, Junta parroquial de Cotacachi, encuestas, entrevistas, sitios web y observación directa.

### **1.8.1. Información primaria**

- Encuestas
- Entrevistas
- Observación

### **1.8.2. Información secundaria**

Captar información de revistas, libros, periódicos, bibliotecas y artículos en pág. web.

## **1.9. Construcción de la matriz AOOD.**

### **1.9.1. Aliados**

La microempresa de producción de blusas bordadas logro posesionarse en el mercado local, con la ejecución de un plan de acción que permite alcanzar una ventaja competitiva razonable y significativa a largo plazo; a través de los factores de la eficacia, eficiencia, calidad, innovación y atención personalizada para satisfacer al cliente.

**Como principales aliados señalamos los siguientes:**

- El apoyo de la población dispuesta a adquirir nuestro producto.
- Entidades financieras que través de créditos ayudan para la creación de microempresas.
- Personas que se dedican a la actividad de bordado y confección de este tipo de productos.
- Las ferias organizadas por los GAD de Cotacachi.
- Organizaciones que apoyan en el desarrollo d las microempresas.

### **1.9.2. Oponentes**

Los aspectos negativos o desventajas que se presenta en el momento que se va a instalar la empresa, puede darse de algunas razones como:

- La competencia de las empresas con productos similares que se ofrecen en los cantones vecinos.
- La experiencia de las empresas de este tipo de producto.
- La tecnología que posee las empresas.
- Con la inversión que cuenta las empresas.
- Cultura y tradiciones que no pueden ser cambiadas.

### **1.9.3. Oportunidades**

De acuerdo a las observaciones directas, se obtiene un análisis claro de la inexistencia de microempresas del producto sujeto a propuesta, lo que permite tener una oportunidad en el mercado con nuestro emprendimiento.

Como nuevos profesionales con los conocimientos formados profesionalmente y académicamente, se ve la necesidad de implementar este tipo de empresa en la ciudad de Cotacachi, como resultado de un análisis de mercadeo, planes de acción, estrategias de negocio, optimización de los recursos, de lo cual se obtiene un informe favorable en rendimiento, estabilidad y la liquidez, factores necesarios para crecer como empresa.

**Como principales oportunidades mencionamos los siguientes:**

- Compra de los productos directamente al fabricante, así los clientes pagan el precio justo lo cual permite tener mayor rentabilidad.
- Los diseños y modelos propios de la microempresa una de las oportunidades para conseguir una posesión en el mercado.
- La escases de este tipo de prenda de vestir en el Cantón.
- Entidades financieras que otorgan créditos con facilidades.

#### **1.9.4. Riesgos**

En su creación, toda empresa tiene un riesgo de existencia y subsistencia durante un tiempo determinado y, ésta actividad de producción y comercialización de blusas bordadas corre los siguientes riesgos:

- Mayor capacidad de producción de los competidores.
- Mejor tecnología que poseen los competidores.
- Aumento de precios de la materia prima.
- Competidores posesionados en el mercado
- Costos elevados en los procesos de realización de este tipo de prenda de vestir.
- La inestabilidad social, económica y política del país hace que aumenten los precios de los productos. En este caso algunos insumos complementarios para el producto terminado.

#### **1.10. Identificación de la oportunidad de inversión.**

Luego de realizado el análisis de la situación y diagnóstico externo, se encuentra aspectos positivos para la implementación de una microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas para la mujer indígena en el cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, lo que garantiza las condiciones necesarias para poner en marcha el proyecto.

#### **1.11. Identificación del Problema Diagnóstico.**

La investigación de campo y de acuerdo a las encuestas realizadas se puede deducir que uno de los problemas más grandes es la inexistencia de una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de blusas bordadas, esto revela que existe la demanda potencial de este producto, por lo que es una buena oportunidad para aprovechar y crear la microempresa.

Por lo expuesto, se determina la necesidad de crear “La microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas para la mujer indígena en el cantón Cotacachi”, con la finalidad de erradicar los problemas socio – económicos de la región y además de proponer estrategias de mejoramiento microempresarial.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

Para el estudio de la factibilidad de creación de una microempresa se requiere fundamentar algunos aspectos directamente relacionados con la temática del presente proyecto, por ello se detallan conceptos, respetando citas bibliográficas a través de transcripciones textuales de varios autores que sirven de guía para desarrollar el presente estudio, esto facilita la comprensión al lector y con la referencia conceptual de todos los elementos que describen los contenidos se brinda la confiabilidad; seleccionando información pertinente para su sustento en revistas, bibliografías, lincografías y más documentos actualizados, resumiendo la información que se necesita para obtener un resultado final de factibilidad para la creación de la microempresa de blusas bordadas de la mujer indígena, el mismo que será un pilar fundamental para el desarrollo de la misma.

#### 2.1. La Empresa

##### 2.1.2. Definición

*(BRAVO, 2011, pág. 3) Menciona: “La empresa es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”.*

*(ZAPATA Sanchez, pág. 5) Dice: “Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y-o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al estado y a la sociedad en general”.*

Luego de un previo análisis se puede decir que la empresa es un conjunto de bienes tangibles y económicos, que se orienta a ofrecer bienes y servicios con el fin de obtener una utilidad.

### **2.1.3. Clasificación**

La clasificación de las empresas se realiza bajo los siguientes criterios:

#### **2.1.3.1. Según su naturaleza:**

- Industriales: transforman materias primas en nuevos productos.
- Comerciales: compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores.
- Servicios: generación de ventas de productos intangibles.
- Agropecuarias: explotan productos agrícolas y pecuarios.
- Mineras: explotan los recursos del subsuelo.

#### **2.1.3.2. Según el sector o la procedencia del capital:**

- Públicas: el capital pertenece al sector público.
- Privadas: el capital pertenece al sector privado.
- Mixtas: el capital es público y privado.

#### **2.1.3.3. Según la integración del capital o número de socios**

- Unipersonales: el capital es el aporte de una sola persona.
- Sociedades: aporte de capital por personas jurídicas o naturales.
- Sociedades de personas. Sociedades de capital.

## **2.2. La Microempresa**

### **2.2.1. Definición**

*Según (LEXUS, 2013, pág. 19) “Es aquella con un fuerza laboral no mayor de 20 trabajadores vende servicios o productos*

***directamente al público. Entre ellas están los restaurantes, las bodegas, los talleres, las panaderías y otros”.***

***Según (CANTOS, 2008) “Entiéndase por microempresa la unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales”.***

Luego de analizar los conceptos de Microempresa expresado por los dos autores se puede concluir que; es la organización de una o más personas que tienen objetivos económicos, en su mayoría son suministrados directamente por su propietario quien debe ser: emprendedor, perseverante, organizado, independiente, dinámico e innovador.

### **2.2.2. La importancia de la microempresa**

***Según (MONTEROS, Edgar, 2005) “La importancia del sector micro empresarial del país, lo constituye su contribución desarrollo como medio para adelantar procesos eficientes de distribución del ingreso y generación de empleo. Según información de Confecámaras, en el año 2006 existen 599.412 microempresas de acuerdo con la clasificación de ley, los cuales representan alrededor del 92% del universo empresarial del país.***

El 95% de las microempresas están constituidas por personas naturales, de las cuales, el 3% son sociedades comerciales y el 2% sociedades de hecho y cooperativas. De igual manera los estudios realizados indican que el 85% de los microempresarios son jefes de hogar, en muchos casos mujeres, y la familia depende de su ingreso exclusivamente. Distintos estudios revelan que la mayoría de las microempresas están constituidas por empresas familiares de los estratos 1, 2 y 3, sobre las cuales reposa la estructura productiva del país.

### **2.2.3. Características**

La microempresa es cuantitativa por la calidad del personal o facturación y cualitativa indica que una empresa es mediana si cumple con dos o más de las siguientes características:

- Administración independiente (generalmente los gerentes también son propietarios).
- Capital suministrado por propietarios.
- Tamaño relativamente pequeño dentro del sector industrial.
- Fundamentalmente área local de operaciones que actúa.
- En las ventas, se relaciona directamente el cliente con la empresa.
- El consumidor se convierte en cliente permanente si obtiene calidad y confiabilidad del bien o servicio.

### **2.2.4. Clasificación**

La Cámara Nacional de Microempresas las clasifica por su razón de ser en:

#### **2.2.4.1. De servicios**

Está dirigida a prestar servicios al cliente, generalmente es brindado por el propietario del negocio, este tipo de microempresas venden servicios en lugar de productos como por ejemplo hospitales sean públicos o privados; con o sin fines de lucro, atención a menores, entre otros.

#### **2.2.4.2. De producción**

Este sector se encarga de procesar los productos que van a ser ofrecidos a sus clientes, en el cantón Cotacachi y en nuestra provincia existen numerosos ejemplos de este tipo de microempresa, ya que son las

microempresas que transforman materia prima en productos semielaborados o productos terminados.

#### **2.2.4.3. Comercio**

Su principal finalidad es el intercambio de un bien ya elaborado por una cantidad de dinero, hasta llegar al consumidor final, son aquellas que venden productos elaborados por otras empresas, ejemplo de ello son las comercializadoras de vehículos y los supermercados.

#### **2.2.4.4. De subsistencia**

Aquellas unidades productivas con ventas mensuales hasta el equivalente de 11.9 salarios mínimos vitales 142.9 salarios al año.

#### **2.2.4.5. De acumulación simple**

Aquellas unidades productivas con ventas mensuales hasta el equivalente de 23.8 salarios mínimos o 285.7 salarios al año.

#### **2.2.4.6. De acumulación ampliada**

Son aquellas que logran tener los excedentes generados en el proceso productivo, al grado de que este nivel abarca a las pequeñas empresas propiamente, que en su mayoría disponen de personal calificado y cuyos dueños generalmente poseen educación superior.

#### **2.2.5. Ventajas**

- Las decisiones se toman de una forma rápida y oportuna.
- Todas éstas decisiones tienen un sentido agudo de mercado y pueden obtener de forma rápida información para adaptarse a los requerimientos del mismo mercado y del cliente.
- Su principal ventaja es su autonomía, la producción o servicio a pequeña escala y su flexibilidad en la operación.

- La reinversión de utilidades es la principal fuente de financiamiento con la que cuenta la pequeña empresa.
- Relaciones directas entre (dueño-trabajadores cliente).
- Crea empleos de inmediato a bajo costo.

#### **2.2.6. Desventajas**

- La falta de crecimiento hacia otros mercados, debido a la dificultad de acceder a créditos disponibles y al escaso conocimiento sobre la toma de decisiones, lo cual conlleva a problemas de carácter financiero.
- Existen problemas de gestión por que no existe una planificación del trabajo, que se refleja en la inexistencia de un plan de trabajo, falta de horarios, problemas en el manejo y distribución del dinero, no cuentan con sistemas de registros contables y falta de manejo de las leyes laborales.
- Otra desventaja constituye la comercialización, por la dificultad de comprar materia prima para la producción, no hay la facilidad para acceder a los mercados más rentables, dificultades para obtener permisos de venta y desconfianza en la calidad de sus productos por parte del público.
- Dificultad en las condiciones de trabajo, escasa o nula cobertura de seguridad social e inestabilidad del empleo, especialmente en períodos de crisis de la microempresa.
- Inconveniente a nivel tecnológico, Técnicas de producción simples y artesanales, y falta de capital para mejorar la tecnología productiva apropiada.
- No tener un control adecuado sobre sus gastos.

## **2.2.7. Misión, Visión de la Microempresa**

### **2.2.7.1. Misión**

*(MONTEROS, Edgar, 2005) Dice: La Microempresa tiene como misión producir, comercializar o intermediar bienes y/o servicios y promover el desarrollo integral 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 y el mejoramiento continuo en actividades empresariales como elemento integrador de la comunidad en general de la organización.*

### **2.2.7.2. Visión**

*(MONTEROS, Edgar, 2005) Dice: La visión de la microempresa consiste en lograr el proceso de integración permanente entre la empresa y la sociedad, obteniéndose el perfeccionamiento empresarial y técnico, además tendrá la permanente búsqueda de elementos adicionales al producto para satisfacer al cliente con calidad, eficiencia, pero logrando rentabilidad, posicionamiento en los mercados activos de la sociedad con miras a integrar el proceso de cambio y el fortalecimiento de la identidad nacional.*

## **2.1. La microempresa en el Ecuador**

### **2.1.1. Marco Legal para establecimiento de una microempresa**

Para la constitución de una microempresa en nuestro medio necesariamente deben cumplir con algunos requisitos para su funcionamiento, entre ellos se enuncia a los siguientes:

- Registro en la Cámara de la Producción del Cantón.
- Registro y pago de la Patente municipal (Municipio de Cotacachi).
- Permiso sanitario.
- Sacar el Registro Único del Contribuyente (RUC).
- Nombre de la Microempresa o Razón Social.

## **2.2. Estructura Administrativa**

*(KOONTZ & WEIHRICH, 2004, pág. 96) “Es la forma en que están ordenadas las unidades que compone una unidad administrativa y la relación que guardan entre si sus unidades internas”.*

La estructura administrativa hace uso de diferentes herramientas como organigramas y manuales de funciones para determinar una mejor estructura de las unidades que conforman la organización.

El diseño organizacional es un proceso en el cual los gerentes toman las decisiones para elegir la estructura organizacional adecuada para que funcione eficientemente la organización.

### **2.2.1. Administración**

La administración de una microempresa debe ir encaminada hacia los departamentos considerados básicos para el buen desempeño de la misma, estos son:

#### **2.2.1.1. Departamento Financiero**

Encargado de velar por los recursos económicos, mismo que se encarga de recopilar, analizar, verificar y procesar la información emitida de las operaciones y poder obtener los Estados Financieros que permitirán tomar decisiones oportunas en beneficio de la microempresa.

### **2.2.1.2. Departamento de Producción**

Es el encargado de la elaboración de los productos destinados al consumidor final, para lo cual requiere recurso humano, materia prima, maquinaria y equipo, herramienta, mantenimiento, tecnología entre otros. Por lo tanto este departamento es considerado el eje principal para la microempresa.

### **2.2.1.3. Departamento de Ventas y Comercialización.**

Es el encargado de determinar los más adecuados canales de comercialización para distribuir el producto, es decir, buscar los medios publicitarios idóneos que permitan dar a conocer al cliente la existencia de la microempresa, y relacionarlo con el consumidor final.

### **2.2.2. Organigrama**

*(CHIAVENATO, 2004, pág. 107) Dice: “El organigrama indica dentro de la empresa, donde se realiza una determinada función y por quien”*

Un organigrama es una representación gráfica de una organización, que representa a los diversos niveles administrativos o departamentos que conforman sus elementos, los mismos que pueden ser:

- Verticales
- Horizontales
- Circulares, y
- Escalares

Cabe señalar que no se requiere de un organigrama muy especializado debido a que las microempresas generalmente no poseen más de 10 empleados.

### **2.2.3. Flujograma**

Es una representación gráfica de la secuencia de pasos y actividades de un proceso que permitirán de una manera ágil visualizar y entender el desarrollo operativo en la microempresa. Además de la secuencia de actividades, el flujograma muestra lo que se realiza en cada etapa, los materiales o servicios que entran y salen del proceso, las decisiones que deben ser tomadas y las personas involucradas.

### **2.3. Actividades principales de la Zona**

En los últimos años las actividades más importantes que se están desarrollando son: la producción agropecuaria, manufacturera y artesanal, turística - hotelera y comercial. Actualmente se está desarrollando la producción agroindustrial de flores, frutas y espárragos, estos productos no tradicionales son destinados a la exportación.

### **2.4. Conceptos contables**

#### **2.4.1. Contabilidad Financiera**

*(CALLEJA BERNAL Javier, 2011, pág. 12) “Es una técnica que se utiliza para el registro de las operaciones que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuradamente información financiera. Las operaciones incluyen las transacciones, transformaciones internas y otros eventos”.*

#### **2.4.2. Contabilidad de Costos**

*Según (LEXUS, 2013, pág. 307) La contabilidad de costos en una ampliación o extensión de la contabilidad financiera de modo que el contador pueda adicional y simultáneamente determinar el costo d fabricación d un producto*

*(SARMIENTO Ruben, 2010, pág. 9) Se relaciona o se asocia generalmente con las empresas industriales; en realidad así es; porque se aplica muy bien a estas empresas; es decir con aquellas que se dedican a la producción de uno o varios artículos, para lo cual se necesita contar con ciertos materiales, trabajos y otros elementos, la combinación de estos factores de producción conocidos como: Materia prima, Mano de obra y Costos de fabricación, hacen posible la transformación en producto terminado.*

*Según (CHILQUINGA, 2008, pág. 5) menciona: “Es un sistema contable especial, cuyo objetivo principal es proporcionar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio”.*

#### **2.4.3. Proceso Contable**

El manejo de registros constituye una fase o procedimiento de la contabilidad. El mantenimiento de los registros conforma un proceso importante, ya que las actividades contables dependen de la exactitud e integridad de los registros de la contabilidad.

Los procedimientos contables son:

- Nomenclatura de cuentas
- Cuentas de activo
- Cuentas de pasivo
- Cuentas de patrimonio
- Cuentas de ingresos y gastos
- Libros diario, mayor
- Balances
- Estados Financieros

#### **2.4.4. Plan de Cuentas**

Un plan de cuentas es la clasificación de las mismas de manera ordenada y lógica, corresponde el código y la descripción.

El código es la identificación alfabética, numérica o alfanumérica de las cuentas a usarse en la contabilidad, se lo emplea para facilitar la localización de una cuenta; la descripción es el detalle específico o nombre de la cuenta a la cual hace referencia el código.

#### **2.5. Tratamiento Contable**

##### **2.5.1. Activo**

*(BRAVO, 2011, pág. 4) Dice, “Son todos los valores, bienes y derechos de propiedad de una empresa. Un activo es un recurso controlado por la entidad como resultado de procesos pasados, del que la entidad espera obtener en el futuro, beneficios económico”.*

##### **2.5.2. Pasivo**

*Según (BRAVO, 2011, pág. 5) “Son 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”*

*Según (MANTILLA B Samuel, 2013, pág. 470) “Es la obligación presente de la entidad, que surge de eventos pasados, cuya liquidación se espera que resulte en la salida de recursos de la entidad que conllevan beneficios económicos”.*

##### **2.5.3. Patrimonio**

*(BRAVO, 2011, pág. 5) “Es el derecho del propietario o propietarios sobre el activo de la empresa”.*

*(MANTILLA B Samuel, 2013, pág. 470) “Es el interés residual en los activos de una entidad, luego de deducir todos sus pasivos. Incluye inversiones realizadas por los propietarios de la entidad más las adiciones a esas inversiones ganadas mediante as operaciones rentables y retenidas para uso de las operaciones de la entidad”.*

#### **2.5.4. Costo**

*(SARMIENTO Ruben, 2010, pág. 11) Dice: “Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable”.*

*(CHILQUINGA, 2008, pág. 15) Menciona: “Es el conjunto de valores incurridos en un periodo perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable”.*

##### **2.5.4.1. Costos Fijos**

*(SARMIENTO Ruben, 2010, pág. 11) Dice: “Es una inversión, que se hace en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable”.*

*(CHILQUINGA, 2008) Manifiesta: “Son aquellos costos que permanecen constantes o invariables frente a cualquier volumen de producción.”*

Los costos fijos son aquellos que no varían, se mantienen constantes sea cual fuere el rendimiento de la empresa.

##### **2.5.4.2. Costos Variables.**

*(POLIMENI, 2007, pág. 63) Dice: “Son aquellos que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen o producción.”*

Los costos variables tienen un comportamiento directamente proporcional al volumen de producción, a mayor cantidad, mayor costo, a menor cantidad menor costo.

#### **2.5.4.3. Costo Total**

Representa la suma del costo fijo y el costo variable, siendo su ecuación:

$$\text{Costo total} = \text{Costo fijo} + \text{Costo variable.}$$

#### **2.6. Producción**

*(GRECO, 2000) Indica: manifiesta: “Actividad aplicada a la creación de bienes y a la prestación de servicios para ser ofrecidos a los consumidores a fin de satisfacer sus necesidades”.*

Se puede concluir que Producción es una actividad que se realiza para la creación de bienes y servicios mediante la utilización de recursos materiales, humanos y tecnológicos para satisfacer las necesidades humanas.

##### **2.6.1. Recurso o Factores Productivos**

Son los diferentes recursos que contribuyen en la creación de un producto, algunos bienes libres que contribuyen también a la producción, como el aire o la fuerza de gravedad, no son considerados factores de la misma puesto que no entran en transacciones económicas y su precio es nulo.

##### **2.6.1.1. Factor Trabajo**

Se entiende la actividad humana, tanto física como intelectual, en realidad toda actividad productiva realizada por un ser humano requiere siempre de algún esfuerzo físico y de conocimientos previos. El trabajo,

en Economía se refiere al esfuerzo realizado para asegurar un beneficio económico.

**El trabajo social:** Es toda aquella persona que encuentra trabajo de acuerdo a sus aptitudes y habilidades en una rama empresarial.

**El trabajo natural:** Es aquella actividad que se determina según sus aspectos biológicos y fuerza que tenga cada quien para ejercer una actividad.

#### **2.6.1.2. Factor Capital**

**Capital:** Todos los elementos que intervienen en la producción llámese a estos como la organización, las maquinarias, entre otros.

Los recursos que se emplean para producir bienes y servicios constituyen el capital, se pueden distinguir 3 clases:

- **Capital físico:** Es el formado por los elementos materiales tangibles como edificios, materias primas, entre otros.
- **Capital humano:** Es la educación y formación profesional de los empresarios y trabajadores de una empresa.
- **Capital financiero:** Es el dinero que se necesita para formar una empresa y mantener su actividad.

#### **2.6.2. Elementos del Costo de Producción**

Los elementos del costo son las partes con las que se elabora un producto o servicio, éstos son:

##### **2.6.2.1. Materia Prima**

*(SARMIENTO Ruben, 2010, pág. 11) Dice: “Es considerada como elemento básico del costo; es decir el incorporado en el producto, siendo este en muchos casos el más importante para la transformación en el artículo terminado. Su principal característica es*

***la de fácil identificación en: cantidad, peso, volumen y por ende su valoración”.***

Se puede concluir como materia prima todos aquellos elementos físicos que es imprescindible que se utilice durante el proceso de elaboración de un producto, de sus accesorios y de su envase. Esto con la condición de que el consumo del insumo debe guardar relación proporcional con la cantidad de unidades.

#### **2.6.2.2. Mano de Obra**

*(SARMIENTO Ruben, 2010, pág. 13) Menciona: “Es la fuerza de trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado en las maquinas que están transformando en productos terminados, además el valor por pago de salarios se puede fácilmente determinar en dicho producto”.*

En definitiva la mano de obra es el trabajo realizado por los operarios que contribuyen al proceso productivo.

#### **2.6.2.3. Costos Indirectos de fabricación**

*(SARMIENTO, 2004, pág. 14) Menciona: “Es considerado a todos los costos y gastos necesarios, que intervienen en la producción, pero que no fueron clasificados en los elementos anteriores, es decir que no son ni materia prima directa ni mano de obra directa”.*

Se puede definir al conjunto de los gastos de producción o fabricación que intervienen en la transformación de los productos, y que no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de productos, procesos productivos o centro de costo determinados.

## **2.7. Contabilidad general**

Todas las personas del mundo a diario practican la contabilidad, al momento de realizar un presupuesto para el hogar o realizar una conciliación bancaria, están utilizando conceptos e información contable.

La contabilidad se la puede conceptualizar como el sistema de información que se sustenta en principios y procedimientos generalmente aceptados que permite identificar, registrar, resumir, analizar y controlar las transacciones realizadas en operación de las actividades de una empresa. El principal objetivo de la contabilidad es la de informar e interpretar la situación económica financiera y los resultados operacionales obtenidos durante el ejercicio contable de la empresa, con el fin de tomar decisiones acertadas.

### **2.7.1. La Ecuación Contable**

*(SARMIENTO, 2004, pág. 40) Menciona: “Todos los registros contables se basan en una ecuación matemática, también denominada ecuación patrimonial que representa la posición financiera del negocio o ente económico”.*

### **2.7.2. Cuenta Contable**

*(SARMIENTO Ruben, 2010, pág. 40) Dice: “Es el nombre genérico que agrupa valores de la misma naturaleza”. Se define como una agrupación sistemática de los cargos y abonos relacionados a una persona o situación de la misma naturaleza, que se registran bajo un encabezamiento o título que los identifica”.*

#### **2.7.2.1. Clasificación de las Cuentas**

“Es conveniente agrupar y clasificar las cuentas, de acuerdo a niveles específicos, indicados a continuación (pág. 33).

Se ordena dentro de 5 grupos; de la siguiente manera:

- Estado de situación financiera
  - Activo
  - Pasivo
  - Patrimonio
- Estado de resultados
  - Ingresos
  - Gastos

## **2.8. Evaluadores financieros.**

### **2.8.1. Análisis a los Estados Financieros**

El análisis de estos Estados financieros se lleva a cabo tomando en cuenta el tipo de empresa y considerando su entorno, su mercado y demás elementos cualitativos.

Los indicadores financieros obtenidos en el análisis nos sirven para preparar estados financieros proyectados, en base a la realidad.

### **2.8.2. Objetivos de los Estados Financieros**

*(CALLEJA BERNAL Javier, 2011, pág. 382). Los estados financiero básicos deben cumplir los objetivos de informar:*

- La situación financiera de la empresa a cierta fecha
- Los resultados de sus operaciones por el periodo contable terminado en dicha fecha.
- Los cambios en su situación financiera por el periodo contable terminado en dicha fecha

### **2.8.3. Estados Financieros Principales**

#### **2.8.3.1. Estado de Situación Financiera**

*(SARMIENTO, 2004) Dice: “Permite conocer la situación actual de los activos, pasivos, patrimonio que posee la entidad, además de ordenarlas sistemáticamente determinando la posición financiera de la empresa en un momento dado”.*

#### **2.8.3.2. Estado de Resultados**

*(ESTUPIÑAN G Rodrigo, 2008, pág. 55) Menciona: “Incluye todas las partidas de ingresos, costos y gastos reconocidas en el periodo, consideradas como operativas del ejercicio, que determinan la ganancia o pérdida neta del mismo”.*

#### **2.8.3.3. Estado de Cambios en el Patrimonio**

*(ESTUPIÑAN G Rodrigo, 2008, pág. 65) “Los cambios en el patrimonio neto de la empresa entre dos balances consecutivo reflejan el incremento o disminución de sus activos versus sus pasivos, es decir su riqueza a favor de los propietarios generada en un periodo contándose dentro de ellas los superávit o déficit por revaluación o por diferencias de cambios”.*

#### **2.8.3.4. Notas Explicativas**

*(ESTUPIÑAN G Rodrigo, 2008, pág. 95) Representan información referente a la base de preparación, políticas contables aplicadas, sobre desglose de partidas del balance, cambios en el patrimonio, cuentas de resultado y los flujos del efectivo, así como la información relevante adicional que se requiera en los estados financieros*

Una explicación es información relevante una para las necesidades de los usuarios, respecto a las diferentes partidas de los Estados.

#### **2.8.3.5. Estado de Flujos del Efectivo**

*(ESTUPIÑAN G Rodrigo, 2008, pág. 81) “Todo ente económico deberá presentar un estado de flujos de efectivo que informe acerca de los flujos de efectivo habidos durante el periodo, clasificados por actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiamiento.*

*(SARMIENTO Ruben, 2010) Dice; “Proporciona información contable sobre las habilidades para generar dinero y aplicar estas de manera eficaz. Presenta en forma condensada y comprensible, la información sobre la determinación y aplicación del efectivo por parte de la entidad, por lo tanto mostrará otra síntesis de los cambios ocurridos situación financiera.”*

El estado de flujos del efectivo es un cálculo del volumen de ingresos y de gastos que ocurrirán en una empresa durante un determinado período. Ello posibilita saber si sobra o falta dinero en determinado momento. Si esta sobrando, podemos pensar en invertirlo, pero si falta se debe buscar dónde conseguirlo (bancos, cooperativas de crédito, préstamos de amigos o familiares).

El flujo de caja muestra las entradas y salidas efectivas de dinero para el proyecto, es la base para el cálculo del VAN y TIR.

El Flujo de Caja parte de la utilidad operativa del Balance de Pérdidas y Ganancias, suma las depreciaciones y las amortizaciones. Toma en cuenta las reposiciones de activos fijos.

## 2.9. Valor Actual Neto (VAN)

*(BACA Gabriel, 2010, pág. 213) Dice: “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”.*

### Criterio decisorio en función al VAN

- Cuando el VAN = 0 el proyecto es indiferente.
- Cuando el VAN es menos a 0 el proyecto se rechaza porque indica que el proyecto genera pérdida.
- Cuando el VAN es mayor a 0 el proyecto se acepta porque eso implica que el proyecto generará utilidades.

Para calcular el valor actual neto se utiliza la siguiente fórmula:

#### Fórmula:

$$\text{VAN} = \sum \text{FNC} - I$$

#### Dónde:

VAN = Valor Actual Neto

FNC = Flujos Netos Actualizados

I = Inversión Inicial

## 2.10. Tasa Interna de Retorno

*(BACA Gabriel, 2010, pág. 184) Expresa: es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a inversión inicial.*

Se puede concluir que la tasa interna de retorno es un interés máximo que podría pagar un proyecto por los recursos utilizados si se requiere que el proyecto recupere su inversión.

También conocida como tasa Interna de Rendimiento, costo de oportunidad o costo de capital es la medida más adecuada para medir la rentabilidad de un proyecto. La TIR de un proyecto es la tasa de interés que devenga los dineros que permanecen invertidos en el proyecto.

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los Flujos de Caja proyectados o el momento en que el VAN es igual a cero.

### **Criterio de decisión de la TIR**

- Cuando la  $TIR = i$  El proyecto es indiferente, es decir el proyecto indica igualdad.
- Cuando la  $TIR < i$  El proyecto se rechaza, ya que genera rendimiento pero menor a la tasa de corte y es pérdida.
- Cuando la  $TIR > i$  El proyecto se aprueba ya que el proyecto genera un porcentaje mayor a la tasa de corte, es decir utilidad.

### **Fórmula:**

$$VAN_{Ti}$$

$$TIR = Ti + (Ts - Ti)$$

$$VAN_{Ti} - VAN_{Ts}$$

### **Dónde:**

TIR = Tasa Interna de Retorno

Ti = Tasa Inferior

Ts= Tasa Superior.

### **2.11. Punto de Equilibrio**

*(SARMIENTO Ruben, 2010, pág. 69) Expresa: “Es la intersección o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los*

*costos totales (fijos y variables); es decir, no existe perdida ni ganancia, los ingresos sirven para cubrir los costos siendo necesario clasificar los costos fijos y variables para graficar en eje de coordenadas”.*

### **2.11. Rentabilidad financiera**

La rentabilidad también se la conoce como la relación entre los ingresos y los costos, generado por el uso de los activos de la microempresa tanto circulantes como fijos en las actividades productivas.

### **2.12. Rentabilidad Económica**

Rentabilidad hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

### **2.13. Fuentes de financiamiento**

El financiamiento es un mecanismo, el cual tiene por finalidad obtener recursos con el menor costo posible. Tiene como principal ventaja la obtención de recursos y el pago en años o meses posteriores a un costo de capital fijo llamado interés.

#### **2.13.1. Aporte Propio**

En contabilidad, se denominan fondos propios al pasivo que no se debe a financiación externa sino a las aportaciones de los socios y a los propios beneficios o pérdidas generadas. Sería la suma de capital social, reservas y resultados del ejercicio.

#### **2.13.2. Aporte financiado**

Se considera financiado al aporte externo o de terceros a través de un crédito otorgado por una institución financiera, con la finalidad de realizar la inversión inicial para el funcionamiento de la microempresa.

## **2.14. Comercialización**

*(ORTEGA Alfonso, 2010, pág. 107) Dice: “La comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean”.*

### **2.14.1. Canales de Comercialización.**

Es el circuito a través del cual los productores ponen a disposición de los consumidores o usuarios finales los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo. La importancia de éste es cuando cada producto ya está en su punto de equilibrio y está listo para ser comercializado.

El punto de partida del canal de distribución es el productor, el punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios.

### **2.14.2. Clasificación**

#### **2.14.2.1. Canales Directos**

Canal directo (Circuitos cortos de comercialización), es cuando el productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está

bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo.

#### **2.14.2.2. Canales Indirectos**

Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre **canal corto** y **canal largo**.

En un canal largo intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas y agentes comerciales, otros.). Se considera que los canales de distribución cortos conducen a precios de venta al consumidor reducidos y, a la inversa, que canales de distribución largos son sinónimo de precios elevados. Esto no siempre es verdad; puede darse el caso de que productos comprados directamente al productor (ejemplo, vino o cava a una bodega, en origen) tengan un precio de venta mayor que en un establecimiento comercial.

#### **2.15. Blusas Bordadas de la Mujer Indígena del Cantón Cotacachi**

Los atuendos que utilizan las mujeres cotacacheñas son hermosos y llamativos, han hecho que sean muy conocidas por su belleza. Las blusas fueron introducidas en los años 50 como influencia española sin embargo la hemos tomado como parte de nuestra identidad.

Las indígenas cotacacheñas lucen con mucho orgullo sus vestimentas de colores vistosos, bordados y diseños naturales que simbolizan el arte, pensamiento y trabajo de los indígenas. A través de ello exaltan la riqueza cultural que aún se conservan en nuestros pueblos.

Por diferentes procesos históricos la vestimenta de todas las naciones se han ido adoptando a las nuevas realidades y necesidades tal en el caso de esta prenda de vestir.

### **2.15.1. Importancia**

La vestimenta de la mujer indígena tiene un valor fundamental que va directamente basado en su valor cultural en diseño y colorido que este representa, dándole un realce de elegancia propia a una mujer indígena.

### **2.15.2. Objetivos**

- Proveer de una excelente opción en blusas bordadas al mercado femenino indígena local.
- Tener y proveer al mercado de Cotacachi con nuestras propias marcas de blusas bordadas.

### **2.15.3. Descripción de la Blusa Bordada**

*(LEMA MARISOL, 2013) Dice: Es una prenda de color blanco con encajes que decoran mangas y escote en el pecho hombros y brazos llevan bordados con hilos de orlón o seda multicolores que representan las flores y plantas de nuestra madre naturaleza estos bordados pueden ser realizados en forma manual u mediante la utilización de maquinaria especializada para bordados.*

### **2.15.4. Cambios notorios**

La juventud, busca nuevos modelos en blusas, es por ello que en la actualidad existen diferentes modelos que son de mayor comodidad. Actualmente se puede encontrar más de 50 modelos diferentes que van desde conservadores hasta otros más atrevidos.

El cambio en la vestimenta es bueno mientras se conserve la esencia de la misma, el bordado de las blusas es la característica principal que no se debe perder.

## **2.16. Máquinas de Coser**

*(wikipedia, 2014) Las máquinas de coser son herramientas electromecánicas utilizadas para unir las diferentes piezas de una prenda. Esta tarea es realizada a través de puntadas hechas con hilos pueden hacer una gran variedad de puntadas.*

### **2.16.1. Máquinas Industriales**

(Portal Educativo) Estas máquinas son diseñadas para realizar costuras de alta gama y son utilizadas para tratar telas más pesadas o duras.

### **2.16.2. Máquinas de coser semi - industriales**

Estas máquinas cumplen la doble tarea, por un lado pueden bordar y por otro coser. Pueden ser tratados diversos tipos de materiales, ya sea estos pesados o livianos.

Estas máquinas son utilizadas en talleres de confección, en sastrerías e incluso en pequeñas industrias. Existe una enorme diversidad de este tipo de máquinas de coser.

### **2.16.3. Máquina bordadora industrial**

Cuando hablamos de las máquinas bordadoras industriales estamos haciendo referencia a un tipo de artefacto, que ha alcanzado en los últimos tiempos un alto grado de perfeccionamiento, en la moda sencilla la tarea de bordar determinadas formas en superficies de tela. Hasta no hace mucho tiempo, el simple hecho de bordar un prenda de vestir por más que sea con formas sencillas, era algo sumamente complejo y difícil de alcanzar dado que no se contaba con ningún tipo de máquinas bordadoras industriales, sino que toda la tarea era realizada de manera manual. Esto generaba que el trabajador o la trabajadora deba tener un

alto grado de preparación técnica para realizar el bordado de manera aceptable, cuestión que no era nada fácil de lograr sobre todo si se quiere bordar en serie, es decir, bordar un gran número de prendas o productos siguiendo la misma línea y estilo.

#### **2.16.4. Especificaciones de una máquina de bordar**

- Modelo: SWF/E T901C COMPACTA CON MUEBLE
- Panel de operación: pantalla LCD de 6.4 puerto USB
- Memoria: 100 diseños 0 hasta 2'000.000 de puntadas
- Velocidad: 1200 puntadas por minuto
- Área de Bordado: 46 x 30 cm
- Ancho de puntada: 0.1 – 12.7 mm
- Voltaje: 110 v
- Consumo: 500w

#### **2.16.5. Características**

- Trabajo con tambor regular
- Trabajo con tambor de borde
- Anti abrasión (ojal cerámico)

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado, establece el comportamiento de los posibles consumidores, es decir que se refiere a la cantidad permitida de producción llamada oferta y, a la cantidad de personas que demandarán el bien del proyecto, determinando también la cantidad del producto que va a ser demandado; para lo cual se define estrategias efectivas de precio, características del producto e inclusive abordando los problemas de comercialización y materia prima, delineamientos que aseguran un buen posicionamiento del producto en el mercado.

#### **3.1. Finalidad del estudio de mercado**

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas para obtener como resultado la aceptación o no del producto elaborado y, sus complicaciones de inserción dentro del mercado.

EL mencionado estudio pretende demostrar la viabilidad de invertir en la producción y comercialización de prendas bordadas, cuantificando el riesgo que este puede tener, para lo cual e debe entender que mercado es el conjunto de operaciones de compra y venta de un bien o producto limitado, en el tiempo y en el espacio.

Dentro del proceso de análisis se intenta recabar la información necesaria para demostrar si es rentable la exportación de las prendas de vestir bordadas a mano, las mismas que se canalizaran por medio de la exportación indirecta que son los intermediarios independientes.

### **3.2. Objetivos de la investigación.**

- Analizar y proyectar la oferta de las blusas bordadas dentro de la zona investigada.
- Considerar la demanda y determinar la demanda insatisfecha.
- Caracterizar el producto que va a generar la microempresa a implantarse.
- Efectuar un análisis de precios y su proyección a futuro.
- Comparar los procesos y canales de comercialización.

### 3.2.1 Matriz de relación de estudio de mercado

**Cuadro N°. 4  
Matriz de Relación de Estudio de Mercado**

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTE
<b>Analizar y proyectar la oferta de las blusas bordadas dentro de la zona investigada</b>	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo en la actividad</li> <li>• Tipo de producto</li> <li>• Volumen de ventas</li> <li>• Rentabilidad</li> <li>• Tipo de mercado</li> <li>• Presentación del producto</li> </ul>	Primaria	Entrevista Observación directa	Población indígena del Cantón Cotacachi
<b>Analizar la demanda y determinar la demanda insatisfecha.</b>	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de producto</li> <li>• Cantidad de compra</li> <li>• Frecuencia de compra</li> <li>• Lugar de compra</li> <li>• Descuentos</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Población indígena del Cantón Cotacachi
<b>Caracterizar el producto que va a generar la microempresa a implantarse.</b>	Características	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Forma de confección</li> <li>• Modelos</li> <li>• Materiales</li> <li>• Mano de obra</li> </ul>	Primaria	Encuestas	Población indígena del Cantón Cotacachi
<b>Efectuar un análisis de precios y su proyección a futuro.</b>	Precios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precio de compra</li> <li>• Precio de venta</li> <li>• Determinación del precio</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Población indígena del Cantón Cotacachi y productores
<b>Analizar los procesos y canales de comercialización</b>	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de comercialización</li> <li>• Canales de distribución</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Entrevista Observación directa	Población indígena del Cantón Cotacachi

Año: 2013

Elaborado por: La autora

### 3.3. Universo poblacional

#### 3.3.1. Población total

La población universo para el presente proyecto son las mujeres indígenas de las 43 comunidades del cantón Cotacachi comprendidas en edad de 18 años a 50 años, es decir, de las cuatro parroquias existentes: El Sagrario (14 comunidades), Imantag (8 comunidades), Quiroga (12 comunidades) y San Francisco (9 comunidades), la misma que está distribuido de la siguiente manera:

**Cuadro N°. 5**  
**Población Universo**

<b>N°</b>	<b>Comunidades Indígenas</b>	<b>N° de Mujeres</b>
	<b>EL SAGRARIO</b>	
1	El Cercado	363
2	Topo Grande	267
3	Tunibamba	253
4	San Pedro	246
5	Asamblea	195
6	Azaya	167
7	El Batán	152
8	Pilchibuela	147
9	Piava San Pedro	135
10	Santa Bárbara	123
11	Alambuela	116
12	Iltaqui	107
13	Piava Chupa	98
14	Yambaburo	86
	<b>QUIROGA</b>	
15	Cumbas Conde	377
16	Cuicocha Centro	347
17	San Martín	342
18	San José del Punge	313
19	Guitarra Ucu	279
20	Cuicocha Pana	253
21	Domingo Sabio	228
22	San Antonio del Punge	223
23	Arrayanes	196
24	San Nicolás	153
25	San Bartolo	147
26	Ugshapungo	115

	<b>SAN FRANCISCO</b>	
27	La Calera	353
28	Morochos	331
29	Anrabí	224
30	Morales Chupa	177
31	Chilcapamba	159
32	Quitugo	157
33	Turuco	155
34	San Ignacio	143
35	San Miguel	123
	<b>IMANTAG</b>	
36	Ambi Grande	198
37	Quitumba	147
38	Morlán	143
39	Colimbuela	133
40	Perafán	110
41	Peribuela	101
42	Piñán	94
43	Pucalpa	87
	<b>TOTAL</b>	<b>8.263</b>

Fuente: Censo UNOCAC 2010

Elaborado por: La Autora

El producto que se va a elaborar en la microempresa está enfocado principalmente para el consumo de las mujeres indígenas del cantón Cotacachi de edad de 18 a 50 años; es necesario señalar que gran parte de la población debido a su etnia utilizan este tipo de producto.

### **3.3.2. Identificación de la población**

La población motivo de la investigación son las mujeres indígenas del Cantón Cotacachi, tanto en la zona urbana como rural.

### **3.3.3. Cálculo de la muestra**

La muestra a investigar es extraída de la población total, es decir se obtiene de 8.263 habitantes mujeres, según la Unión de Organizaciones Campesinas del Cantón Cotacachi censo del año 2010.

**Fórmula de cálculo:**

Para extraer la muestra representativa aplicamos la siguiente fórmula:

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

**Simbología:**

**n**= tamaño de la muestra

**z**= Nivel de confianza = 95%

**d**<sup>2</sup>= Varianza de la población

**E**= Limite aceptable de error (1%-9%)

**N**= Población a investigar

**Datos:**

n= tamaño de la muestra

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

N= 8.263

$$n = \frac{(8263)(1,96)^2 0,25}{(0,05)^2 (8.263 - 1) + (1,96)^2 0,25}$$

d<sup>2</sup>= (0.50) ^2

N-1= 8.263-1

$$n = \frac{8.263 * 3,8416 * 0,25}{(0,0025)(8.262) + (3,8416)(0,25)}$$

e<sup>2</sup>= (0.05) ^2

$$n = \frac{7.935,7852}{20,6550 + 0,9604}$$

Z<sup>2</sup>= (1.96) ^2

$$n = \frac{7935,7852}{21,6154}$$

$$n = 367$$

### **3.3.4. Metodología de la Investigación de Campo.**

#### **3.3.4.1. Información primaria**

Para la presente investigación, se realizó la encuesta como instrumento diagnóstico, diseñada de acuerdo a las variables, direccionadas específicamente a la posible clientela de la población en estudio.

- **Observación directa**

Se realizó visitas personalmente en los lugares objeto de análisis que son los productores de blusas bordadas del mercado artesanal de Otavalo, lo que ayudará a analizar el mercado que forma parte de la competencia del producto.

- **Encuestas**

La encuesta permitió compilar información de la población sujeta a estudio, instrumentos que se aplicó a los posibles clientes quienes están interesados en el producto.

#### **3.3.4.2. Información secundaria**

La información obtenida que sirvió de sustento teórico sobre la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de blusas bordadas para la mujer indígena del cantón Cotacachi, se ha obtenido en: folletos, libros, tesis y proyectos desarrollados, internet y bibliografía referente al tema de investigación, entre otros.

### **3.3.5. Levantamiento de la Investigación**

Es la representación de información obtenida en forma visual, en la cual interviene una descripción, relato o proceso de manera gráfica que puede o no interactuar con textos.

### 3.3.6. Tabulación y Procesamiento de la Información

**P1: ¿En qué lugar compra usted sus blusas bordadas?**

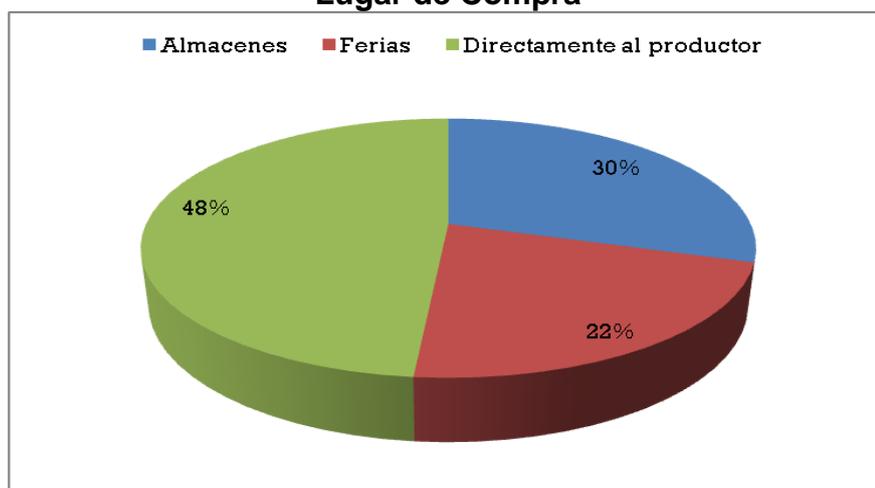
**Cuadro N°. 6**  
**Lugar de Compra**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Almacenes	109	30%
Ferias	80	22%
Directamente productor	178	48%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 1**  
**Lugar de Compra**



#### **Análisis.-**

Muy claramente aquí podemos observar que un mayor porcentaje de la población compra directamente al productor lo cual es muy importante, por lo tanto, una vez terminado el producto se acudirá directamente al consumidor final para la venta del producto, seguido por un (30%) que lo realiza en los almacenes, y con un valor mínimo de (22%) que lo compra en ferias.

## P2: ¿Qué tipo de blusas prefiere comprar?

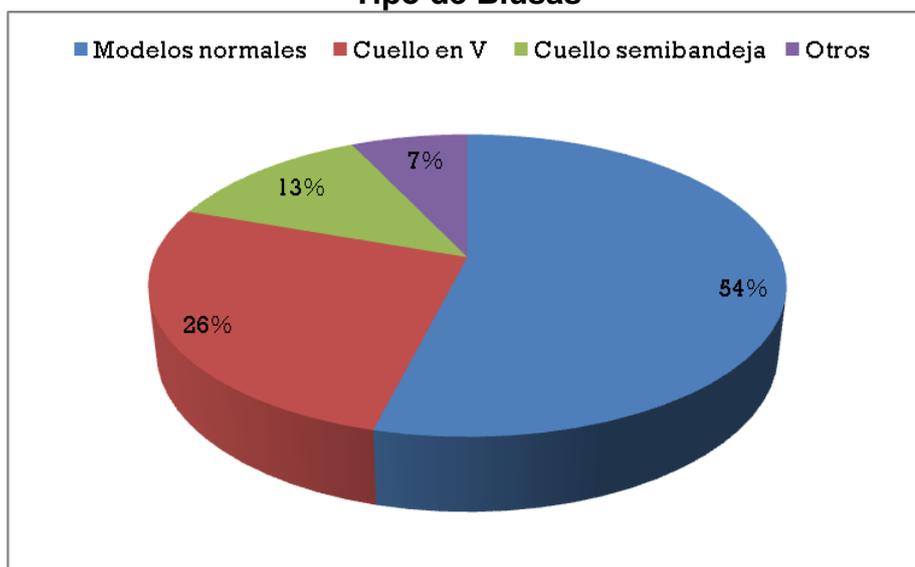
**Cuadro N°. 7**  
**Tipo de Blusas**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Modelos normales	198	54%
Cuello en V	97	26%
Cuello en concha	46	13%
Otros	26	7%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 2**  
**Tipo de Blusas**



### **Análisis.-**

De acuerdo al gráfico y tabulación tenemos un (54%) de modelos normales que prefiere la gente, posteriormente con (26%) de cuello en V, seguido con el (13%) de cuello en concha y al final con el (7%) de otros modelos, se denota que hay un gran porcentaje de cuello normal que es el que mayor demanda tiene sin descuidar los demás diseños.

**P3: ¿En qué tipo de tela prefiere su blusa bordada?**

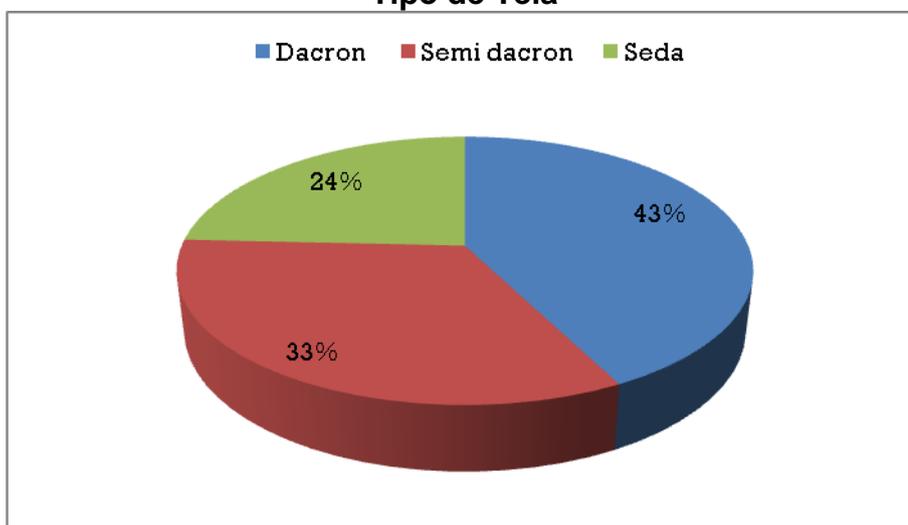
**Cuadro N°. 8**  
**Tipo de Tela**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semi Dacrón	156	43%
Dacrón	122	33%
Seda	89	24%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 3**  
**Tipo de Tela**



**Análisis.-**

De acuerdo a la encuesta realizada se pudo determinar que la tela más utilizada es: Dacrón en un (43%) seguido por un 33% en tela Semidacrón. Los encuestados manifestaron que entre estos dos tipos de tela no se nota la diferencia en calidad sino en precio pues la tela dacrón es más costosa y mencionaron que de acuerdo al tipo de tela, el precio de la blusa es más cómodo y por ende es más accesible, por lo cual he decidido disponer la tela semidacrón para la demanda.

#### P4: ¿Dónde Adquiere sus Blusas Bordadas?

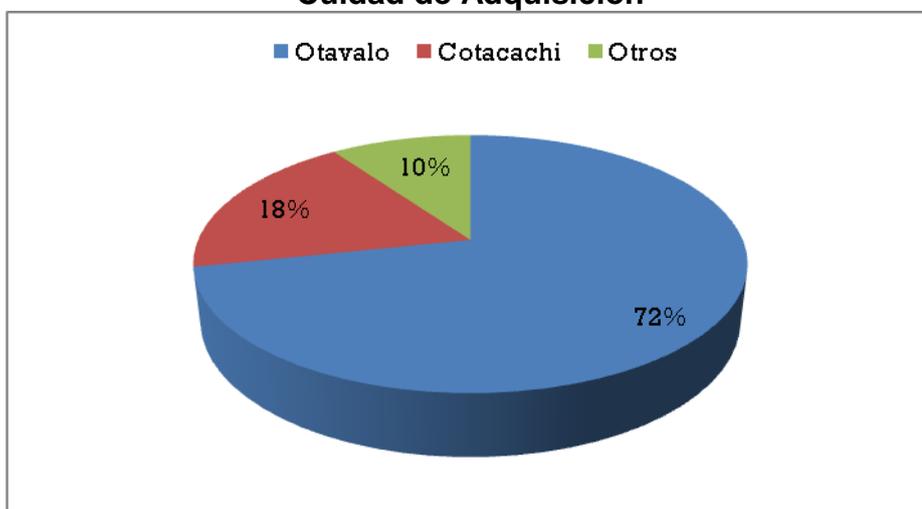
**Cuadro N°. 9**  
**Ciudad de Adquisición**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Otavalo	263	72%
Cotacachi	68	18%
Otros	36	10%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 4**  
**Ciudad de Adquisición**



#### **Análisis.-**

Hay un porcentaje elevado de un (72%) que compra sus blusas en Otavalo, descendiendo con el (18%) en Cotacachi y (10 %) en otros lugares, supieron mencionar que la falta de una microempresa de este tipo de prenda hace que tenga que viajar hasta el Cantón Otavalo. Por lo tanto mi microempresa está bien encaminada a estar establecida en este cantón facilitando su compra de igual manera brindando ahorro de tiempo del viaje a Otavalo.

**P5: ¿Compraría usted nuestro producto elaborado en nuestro cantón?**

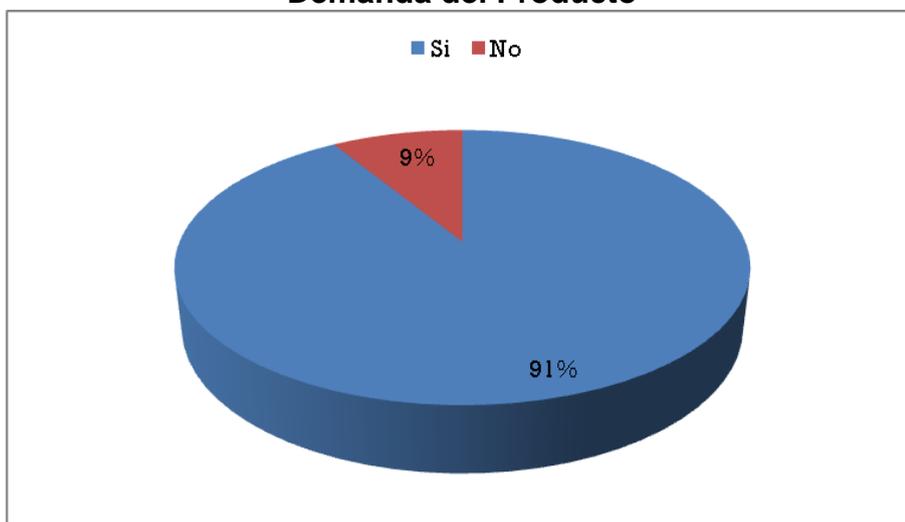
**Cuadro N°. 10**  
**Demanda del Producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	334	91%
No	33	9%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 5**  
**Demanda del Producto**



### **Análisis.-**

Ante el gráfico anterior se concluye que un (91%) muestran gran interés por adquirir el producto, También supieron manifestar que no existe una microempresa exclusiva para la elaboración de este producto lo que hace que este producto sea interesante y por ende tenga aceptación ante los posibles consumidores, mientras que el (9%) mostraron su respuesta negativa.

**P6: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una blusa bordada?**

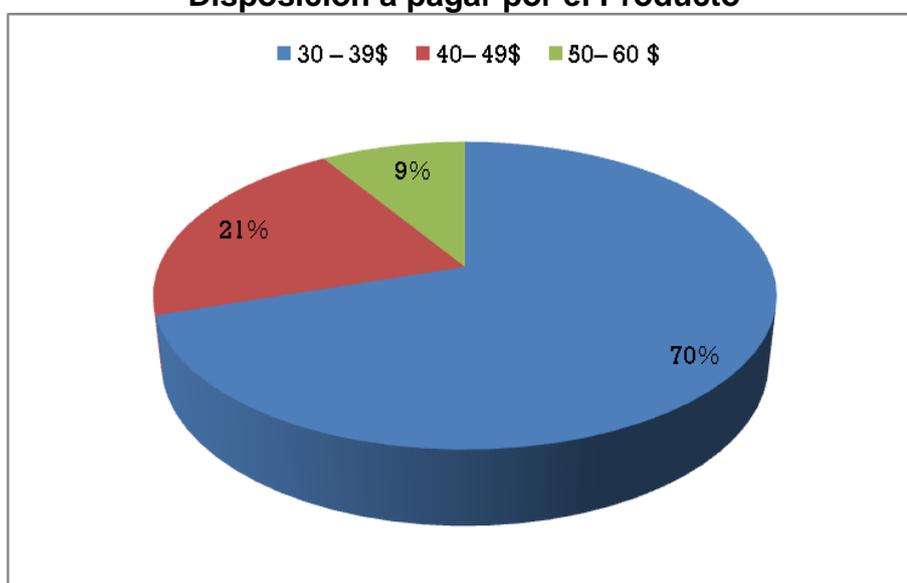
**Cuadro N°. 11**  
**Disposición a pagar por el Producto**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
30– 39 \$	257	70%
40 – 49\$	77	21%
50 – 60 \$	33	9%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 6**  
**Disposición a pagar por el Producto**



**Análisis.-**

La variedad de precios es fundamental para la comercialización de mi producto, como podemos visualizar el (70%) estaría dispuesto y en condiciones a pagar un precio comprendido en un rango de 30 a 49 USD, estaríamos hablando de un promedio de 34.50 USD, Supieron manifestar que el precio debe ser más cómodo para que sea accesible para toda persona. Mientras que el (21%) estaría dispuesto a pagar de 40 a 49 USD, y en un porcentaje menor pagaría de 50 a 60 USD.

**P7: ¿Prefiere las blusas bordadas a máquina i a mano?**

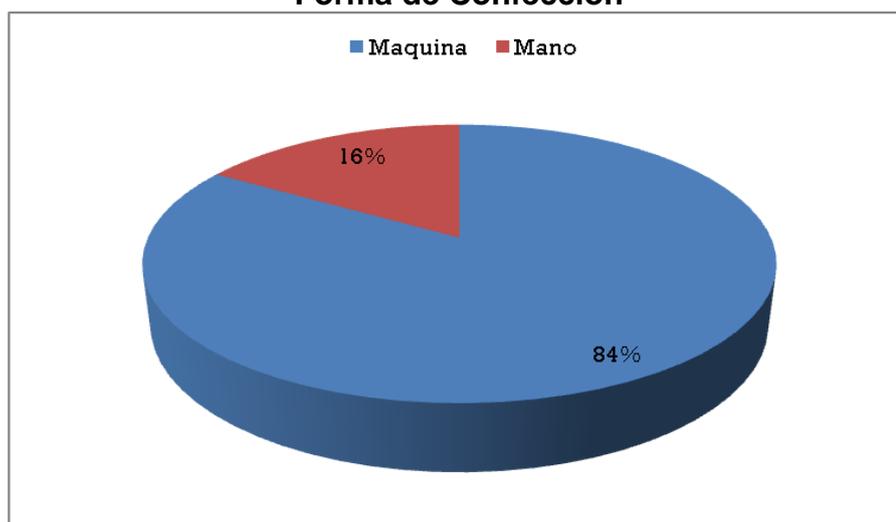
**Cuadro N°. 12**  
**Forma de Confección**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Máquina	307	84%
Mano	59	16%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 7**  
**Forma de Confección**



**Análisis.-**

Es muy clara la preferencia de un (84%) la confección a máquina, contra un (16%) a mano, es muy notable la preferencia del tipo de elaboración, y muy positiva para mi empresa por cuanto se facilita su fabricación por rapidez y ahorro de tiempo, así también sin descuidar la producción de un porcentaje a mano.

## P8: ¿Cuántas unidades estaría dispuesto a comprar anualmente?

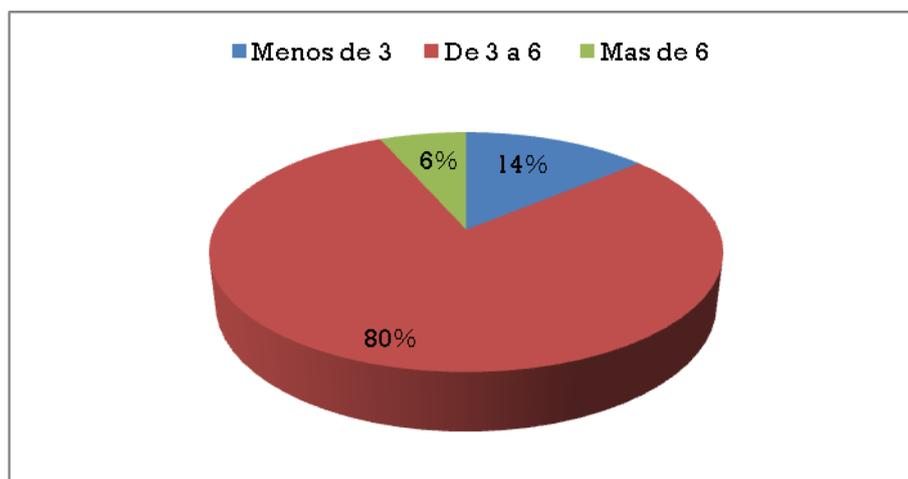
**Cuadro N°. 13**  
**Disposición a Adquirir**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de 3	51	14%
De 3 a 6	292	80%
Más de 6	24	6%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 8**  
**Disposición A Adquirir**



### **Análisis.-**

Actualmente la economía juega mucho para la adquisición de varios productos, pero la vestimenta es casi una obligación, aquí tenemos un porcentaje muy significativo para la adquisición del producto, el (14%) menciona que adquiere menos de 3 prendas, el (80%) deciden adquirir de 3 a 6 unidades siendo este el porcentaje más alto y el (6%) opinaron que les gustaría adquirir más de 6 unidades para la venta en su negocio puesto que no existe ningún almacén que comercialice este tipo de prendas de vestir.

**P9: ¿Los precios de las blusas que usted adquiere son?**

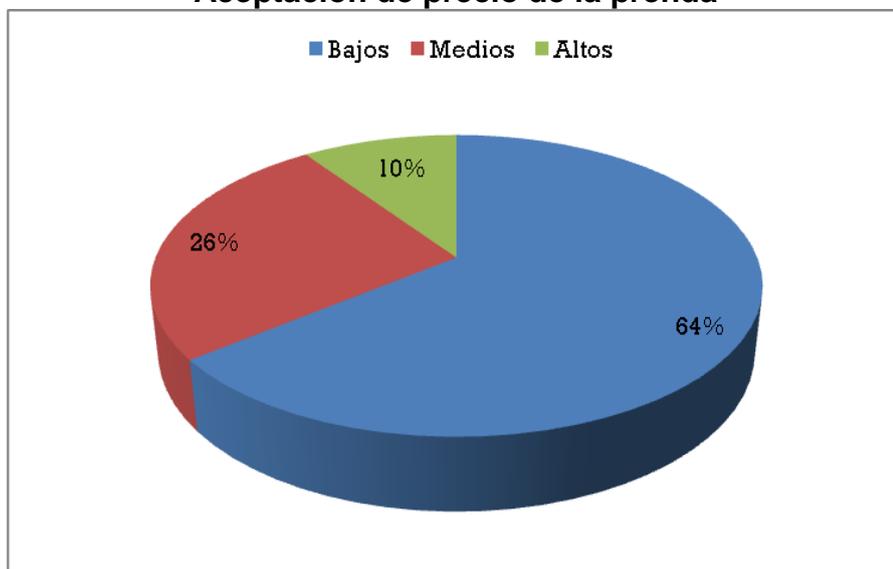
**Cuadro N°. 14**  
**Aceptacion de precio de la prenda**

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bajos	236	64%
Medios	95	26%
Altos	36	10%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 9**  
**Aceptacion de precio de la prenda**



**Análisis.-**

Los precio es una parte fundamental para el establecimiento de un microempresa, un 64% considera que debe ser bajo, no muy alejado de un 26% mediano y el 10% alto, razón a tomar en cuenta para tener poseer un stock de media-alta en sus precios.

**P10: ¿Cree usted que la creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de blusas bordadas es conveniente?**

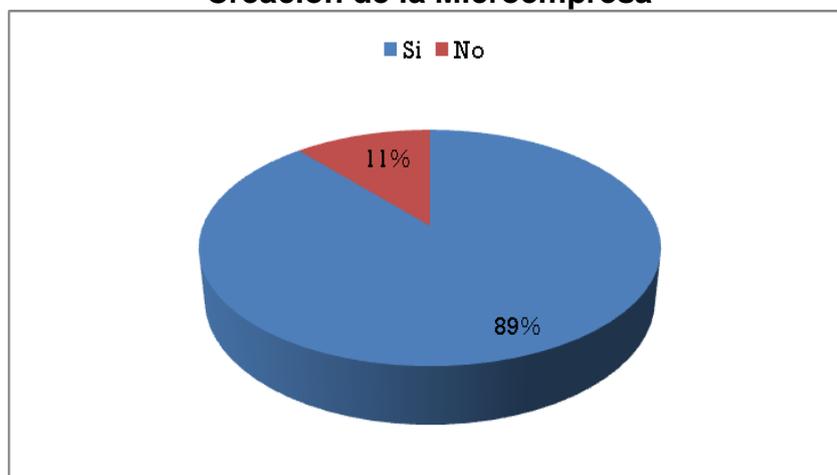
**Cuadro N°. 15**  
**Creación de la Microempresa**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	325	86%
No	42	14%
<b>Total</b>	<b>367</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas año 2013

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°. 10**  
**Creación de la Microempresa**



### **Análisis.**

Se observa que el (89%) están de acuerdo y es conveniente la creación de una Microempresa dedicada a la Producción y Comercialización de blusas bordadas en la ciudad de Cotacachi por la razón de que no existe una microempresa de este tipo y que la misma ayudará a generar fuentes de empleo y por ende mejorar la calidad de vida de la población, y tan solo el (11%) creen que no es necesaria la creación de esta microempresa.

### 3.4. Descripción del Producto

Blusa bordada en tela semi dacrón con hilos de orlón en varios colores, con diseños únicos de flores y frutos propios de nuestra madre naturaleza como son:

- Maíz de oro
- Flor de habas
- Flor de chochos
- Flor de Zapallos
- Flor achogcha
- Flor de ají
- Flor de uvillas
- Flor de granadillas
- Flore de mora
- Flor de aguacate
- Flor de arvejas
- Y mas

**Grafico N°. 11**  
**Blusa Bordada**



Todos estos con una preciosa apariencia y diversidad de diseños para todos los gustos además de una excelente calidad.

#### **3.4.1. Materias Primas e Insumos.**

Las principales materias primas e insumos requeridos por el proyecto, son de fácil disponibilidad en el cantón Otavalo, por costo, facilidades para su pago, calidad y disponibilidad de la materia prima.

#### **3.4.2. Características del Producto**

La blusa bordada será un producto hecho a máquina con tecnología apropiada, contratando mano de obra del cantón Cotacachi, con materiales e insumos de calidad para clientes que sepan del buen vestir, el cual brinda elegancia, por esta razón se podrá dirigir a todas las mujeres entre 18y 50 años, para que tanto las jóvenes y las señoras tengan distinción y elegancia.

#### **3.5. Análisis de la demanda**

Una vez realizado el estudio de mercado se puede apreciar la aceptación del producto por parte de los consumidores locales, podemos determinar que las blusas bordadas si tienen presencia en el mercado teniendo una aceptación del 91% por parte de la población de la ciudad de Cotacachi a los cuales está dirigido este producto con el fin de satisfacer los requerimientos.

##### **3.5.1. Datos para determinar la demanda**

En la pregunta N° 5 se determina que el 91% de la población está dispuesto a comprar las camisas, la pregunta N° 6 establece que el costo promedio a pagar por el producto es de 34,50 USD de acuerdo al 70% de las encuestadas, la pregunta N° 8 el 80% de las encuestas define que el número de blusas que están dispuestas a comprar anualmente son de 3 a 6.

### 3.5.1.1. Formula Tasa de Crecimiento

$$TC = \frac{UV - VA * 100}{VA}$$

**TC:** Tasa de Crecimiento

**UV:** Último Valor

**VA:** Valor Anterior

### 3.5.2. Población del sector indígena sexo femenino

**Cuadro N°. 16**  
**Población Indígena Sexo Femenino del Cantón Cotacachi**

<b>Año</b>	<b>Población</b>
2008	7.759
2009	8.007
2010	8.263
2011	8.435
2012	8.610

Fuente: INEN tasa de Crecimiento

Elaborado por: La Autora

### 3.5.3. Tasa de crecimiento poblacional

**Cuadro N°. 17  
Crecimiento Poblacional**

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>
2008	7.759	3.1
2009	8.007	3.1
2010	8.263	
2011	8.435	2.08
2012	8610	2.08
Sumatoria		10,36
Tasa de crecimiento		2,59

Fuente: INEN tasa de Crecimiento

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N°. 18  
Comportamiento de la Demanda Actual**

<b>P. mujer indígena</b>	<b>% de aceptación</b>	<b>Total población a Demandar</b>	<b>N. de unid. a adquirir</b>	<b>% de adquisición</b>	<b>Pobo. a demandar</b>	<b>Unid. demandadas año 2012</b>
<b>8263</b>	91%	7.519	3 a 6	80%	6.015	24.062
<b>Demanda actual</b>						24.062

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Según la encuesta realizada a la población de la ciudad de Cotacachi se puede concluir que existe una demanda de 24.062 unidades anuales para el año 2013, detallada en el cuadro anterior.

### 3.5.4. Proyección de la Demanda

Para proyectar la demanda futura de la blusa bordada se realizó un sondeo del mercado lo cual permite tener una idea clara sobre la aceptación y preferencia del producto.

Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta la tasa de crecimiento de la población económicamente activa urbano y rural de la ciudad de Cotacachi. Para el cálculo de la proyección se utiliza la siguiente fórmula:

$$P_t = P_o (1+i)^n$$

**Simbología:**

**P<sub>t</sub>**= Demanda Proyectada

**P<sub>o</sub>**= Demanda Actual

**1** = Valor constante

**i** = Tasa de crecimiento

**n** = Año proyectado

**Cuadro N°. 19**  
**Proyección de la Demanda en Cantidad de Producto**

<b>Año</b>	<b>Población</b>
2013	24.062
2014	24.685
2015	25.325
2016	25.980
2017	26.653
2018	27.344

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

#### **Demanda proyectada año 2014.**

$$P_t = P_o (1+i)^n$$

$$P_t = 24.062 \text{ unidades } (1+0,0259)^1$$

$$P = 24.685$$

### 3.6. Análisis de la oferta

Para proceder al análisis de oferta, es necesario tomar como referencia de oferta los puestos de venta de mercado para lo cual se realizó un previo estudio de  $\bullet = 24.685$  unidades para el año 2014, el mercado que son exactamente 4 puestos de venta esto se lo realizó mediante la aplicación de entrevistas a mismas dueñas en el cual, expresan que se vende un promedio de 5 blusas semanales esto nos ayuda a determinar la oferta actual y futura, así como también determinar con exactitud el posible mercado potencial.

**Cuadro N°. 20**  
**Oferta Actual**

Producto	N° puntos de venta	Promedio Semanal	Promedio Mensual	Total Anual
Blusas	4	20	80	960

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: La Autora

#### 3.6.1. Proyección de la Oferta.

La proyección de mercado está dirigida a satisfacer las necesidades de los consumidores finales, como el mercado cotacacheño a través de ventas directas, en donde un comerciante o distribuidor adquiere directamente la mercancía para vender para esto se tomara el crecimiento poblacional del Cantón Cotacachi que es de 2,59%.

**Cuadro N°. 21**  
**Proyección de la Oferta**

Año	Cantidad
2013	960
2014	985
2015	1.011
2016	1.037
2017	1.064
2018	1.092

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: La Autora

### 3.7. Balance entre Oferta y Demanda

**Cuadro N°. 22**  
**Demanda Insatisfecha**

<b>Año</b>	<b>Demanda Total</b>	<b>Oferta Total</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2013	24.062	960	23.102
2014	24.685	985	23.700
2015	25.325	1.011	24.314
2016	25.980	1.037	24.943
2017	26.653	1.064	25.589
2018	27.344	1.092	26.252

Fuente: Proyecciones de Oferta y Demanda

Elaborado por: La Autora

### 3.8. Tamaño del proyecto

Para establecer el tamaño del proyecto se tomó en cuenta la demanda insatisfecha, considerando el número de blusas que se puede confeccionar en un día y con ello el número de personas con que se requiere contar, de acuerdo al análisis se puede cubrir con el 10% de la demanda insatisfecha para el año 2018 que es de 1.920 anuales.

### 3.9. Análisis de precios

Evidentemente existen topes al precio máximo para la comercialización de las blusas bordadas determinados por la oferta y demanda. Para ser una venta indirecta se hará uso de los precios que se comercializa en nuestro medio.

**Cuadro N°. 23**  
**Proyección de Precios Consumidor Final**

<b>Año</b>	<b>Tasa de Inflación al 2012 (4.16)</b>
2013	34,50
2014	36.00
2015	37,50
2016	39.09
2017	40,68
2018	42,63

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N°. 24**  
**Proyección de Precios al por Mayor**

<b>Año</b>	<b>Tasa de Inflación al 2012 (4.16)</b>
2013	26,84
2014	28,00
2015	29.16
2016	30,38
2017	31.64
2018	32,96

Fuente: Entrevistas

Elaborado por: La Autora

### **3.10. Análisis de la Competencia**

Mediante el diagnóstico situacional se ha llegado a determinar que los talleres de confección situados en el cantón Otavalo son los mayores competidores del producto, ya que su producción es significativa en relación a la producción de nuestro cantón.

Generalmente la competencia entre microempresas del mismo producto se la hace a través de estrategias de comercialización tales como, el precio o diferenciación del producto. Con la finalidad de ajustar estrategias de marketing a las exigencias del cliente se procedió a realizar un análisis operativo externo, para obtener una visión de los cambios competitivos que ocurren en el ambiente micro empresarial de blusas bordadas en el cantón Otavalo y reconocer las amenazas que representan para su posición en los nichos de mercado.

### **3.11. Comercialización**

Para sortear las dificultades que implican la creación y posicionamiento de una nueva microempresa, se debe aunar esfuerzos para la producción, plaza y promoción como estrategias de comercialización hacia los clientes.

### **3.12. Estrategia de Diferenciación**

La estrategia de diferenciación está basada en la calidad del producto, a través del cumplimiento de normas de calidad con diseños únicos,

tomando en cuenta lo tradicional del cantón, sus las flores y frutos de nuestro medio ambiente y así impregnando para los diferentes diseños de bordados, garantizando la calidad del producto final.

### **3.13. Estrategia de Plaza**

El producto podrá abastecer a los mercados locales provinciales posibilitando la negociación con los compradores a través de páginas web, mostrando el catálogo de productos.

### **3.14. Estrategia de Promoción**

Como estrategia de promoción se utilizará medios de comunicación para difundir la imagen y marca de la microempresa, además se hará publicidad en páginas web asociadas a la compra y venta de productos, se ejecutara promociones para incrementar ventas como por ejemplo: obsequiar un blusa para niña por la compra de dos blusas de adultas, promoción que se puede aplicar en ocasiones especiales como el día del niño, contribuyendo a la creación de una imagen corporativa.

### **3.15. Estrategia de Precio**

El precio es un factor importante para lograr rentabilidad en éste negocio, por lo que este producto estará a la venta a un precio justo, puesto que los clientes buscan la mejor relación precio – valor.

## **Conclusiones**

- Este estudio de mercado permitió hacer un análisis preliminar de los potenciales nichos de mercado de destino, y en base a estos direccionar la producción en el sentido correcto.
- Existe una tradición cultural de generación en generación para la confección de textiles bordados.

- Las telas mayormente utilizadas en la confección de estas prendas son las de dacrón y Semi dacrón, que son bordados con figuras de diferentes colores y diseños.
- Los competidores directos de la microempresa de bordados es Otavalo.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **Presentación**

En esta parte del estudio se analizó la factibilidad técnica del proyecto, tomando en cuenta ciertos elementos que lograrán que su implementación tenga éxito, uno de ellos es la ubicación, que será en un lugar estratégico, donde se obtendrá mayor acceso a la materia prima y fácil comercialización, otro de los resultados de este estudio será definir el proceso de producción adecuado que aproveche los recursos disponibles en la elaboración del bien.

También se determinan los requerimientos de los equipos de fábrica para la operación y el monto de la inversión correspondiente, la verificación de las características técnicas de las máquinas, permitiendo precisar su disposición en planta, que a su vez permite dimensionar las necesidades de espacio físico para su normal operación.

El análisis de estos antecedentes hará posible cuantificar las necesidades de mano de obra por nivel de especialización y asignarle un nivel de remuneración para el cálculo de los costos de operación.

#### **4.1. Localización del Proyecto**

El estudio de localización plantea dos niveles de avance en el proceso de decidir el lugar apropiado para la instalación de la nueva unidad productiva propuesta: la macro y micro localización.

#### 4.1.1. Macro localización

Consiste en determinar la zona, región, provincia o área geográfica en la que se deberá localizar la unidad de producción tratando de reducir al mínimo los costos de transporte.

La microempresa de este tipo de blusas bordadas estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, parroquia El Sagrario, sector que se caracteriza por su gran legado cultural, en el que se puede encontrar algunos atractivos turísticos y deleitarse con las deliciosas carnes coloradas que son propios del sector.

**Gráfico N°. 12**  
**Mapa de la Provincia de Imbabura**



Es una de las provincias de mayor componente indígena en su población, con una superficie de 4.559 km<sup>2</sup>; población al 2010 de 40.036 habitantes.

##### 4.1.1.1. Micro Localización

La empresa estará ubicada en el cantón Cotacachi, parroquia El Sagrario, la misma, que cuenta con todos los servicios básicos como agua, luz y teléfono.

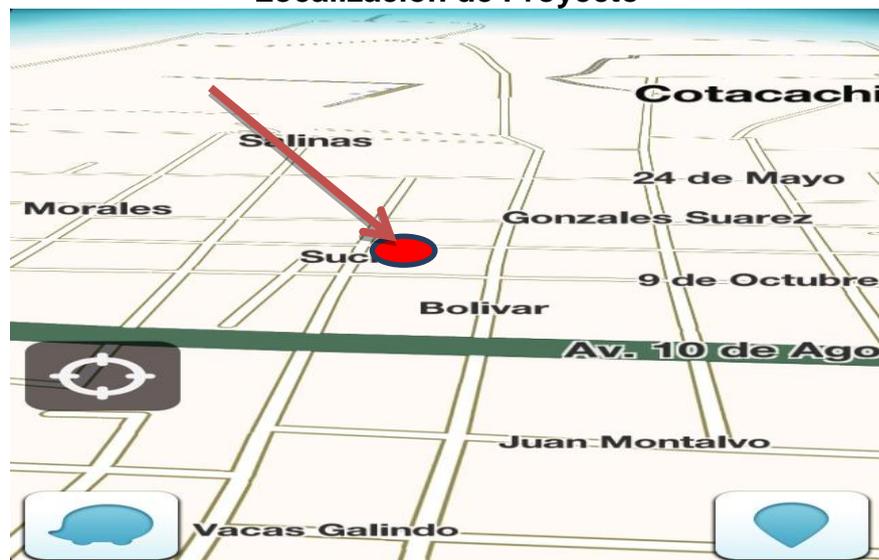
Es de fácil acceso, lo cual permitirá al cliente acceder a la empresa sin inconvenientes, además facilita la llegada y salida de materias primas como del producto hacia otros mercados.

#### 4.1.1.2. Matriz localizacional

Por la situación geográfica de la empresa textil, los beneficios de la localización se tornan positivos y se posibilita el abastecimiento de materia prima siendo el sitio escogido, clave para el desarrollo de esta industria.

#### 4.1.1.3. Plano Micro localización.

**Gráfico N°. 13  
Localización de Proyecto**



#### 4.1.1.4. Factores para la Ubicación del negocio

**Cuadro N°. 25  
Posibles sectores a ubicar la microempresa**

Calle salinas entre 9 de octubre y González Suarez	A
Calle Bolívar y 10 de Agosto (Parque ornamental)	B
Calle Juan Montalvo y Diez de Agosto	C
Calle 10 de Agosto y Pedro Moncayo	D

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

**Cuadro N°. 26**  
**Factores de Ubicación**

<b>FACTORES</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>	<b>D</b>
Disponibilidad de arriendo	75	95	80	70
Factores Comerciales	70	90	80	90
Facilidad de Acceso	90	100	90	90
Seguridad	80	90	85	90
Mercado Meta	70	90	75	75
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>465</b>	<b>410</b>	<b>415</b>

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

La ubicación estratégica seleccionada para la microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas para la mujer indígena, es adecuada gracias a que es un lugar muy fácil de acceso, ya que está en el centro del cantón, debiendo considerar que Cotacachi es un sitio muy comercial para la comercialización del producto.

#### **4.1.1.5. Vías de comunicación**

El cantón Cotacachi está ubicado al Norte de la ciudad de Otavalo conectada por vías asfaltadas desde la capital de la provincia y desde las principales ciudades como son Quito, Tulcán y el sur de Colombia.

#### **4.2. Tamaño del proyecto.**

Para establecer el tamaño del proyecto se tomó en cuenta la demanda insatisfecha calculada en el capítulo III, siendo de 1920 unidades que corresponde al 20,7% de la demanda insatisfecha para el año 2014. Este análisis se lo realizó tomando en cuenta que la microempresa contará con: 2 trabajadoras y que en conjunto realizaran 8 blusas diarias,

**Cuadro N°. 27**  
**Tamaño del Proyecto**

<b>Producto</b>	<b>N° de productos</b>	<b>Promedio Semanal</b>	<b>Promedio Mensual</b>	<b>Total Anual</b>
Blusas	8	40	160	1.920

Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

### **4.3. El Mercado**

La confección de las prendas de vestir bordadas a mano se producirá básicamente en el cantón Cotacachi, ya que su comercialización se hará a través del establecimiento de contactos con comerciantes de artesanías a nivel nacional, para lo cual el personal de ventas y comercialización, a través de diversos mecanismos, buscará acceder a la información sobre mercados. La población consumidora del producto corresponde a las comunidades indígenas del cantón Cotacachi.

#### **4.3.1. Disponibilidad de Recursos Financieros**

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se agrupan en tres tipos: activos fijos, gastos diferidos y capital de trabajo. La adquisición de equipos, maquinas, muebles y enseres, suministros de oficina, y otros componentes de la microempresa se piensa financiar con capital propio.

#### **4.3.2. Disponibilidad de Insumos, Materiales y Materia Prima**

Las materias primas e insumos se pueden obtener con facilidad en las ciudades de Otavalo, Ibarra y Atuntaqui, por la distancia es aconsejable adquirir éstas en la ciudad de Otavalo, fundamentalmente para bajar los costos de este rubro.

#### **4.3.3. Determinación de la Capacidad de Producción**

La determinación de la capacidad de producción que se requieren para confeccionar estas prendas de vestir, está en función a los diagramas y planes definidos en el ámbito del presente proyecto, con la finalidad de que la producción cubra en términos económicos y financieros las inversiones iniciales del proyecto y costos de operación del mismo.

#### 4.4. Ingeniería del Proyecto

Para realizar la implementación de la microempresa de producción y comercialización de blusas bordadas de la mujer indígena del Cantón Cotacachi, se tomará varias decisiones que serán determinantes para que todas sus actividades se lleven de la manera más eficiente, en donde se ubicará los sitios adecuados para cada actividad que tiene la microempresa. De igual manera para cubrir con la ingeniería del proyecto se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

##### 4.4.1. Distribución Física.

La distribución física que tendrá la microempresa estaría dividida de la siguiente manera:

**Cuadro N°. 28**  
**Área - Ambientes Físicos**

<b>Áreas o Ambientes</b>	<b>M<sup>2</sup></b>
<b>OPERATIVA- PRODUCCIÓN</b>	
Recepción de materia prima	12
Producción	24
Subtotal	36
<b>ADMINISTRACION-VENTAS</b>	
Gerencia	12
Contabilidad	12
Comercialización	16
Subtotal	40
Total	76 m <sup>2</sup>

Fuente: Plano distribucional.

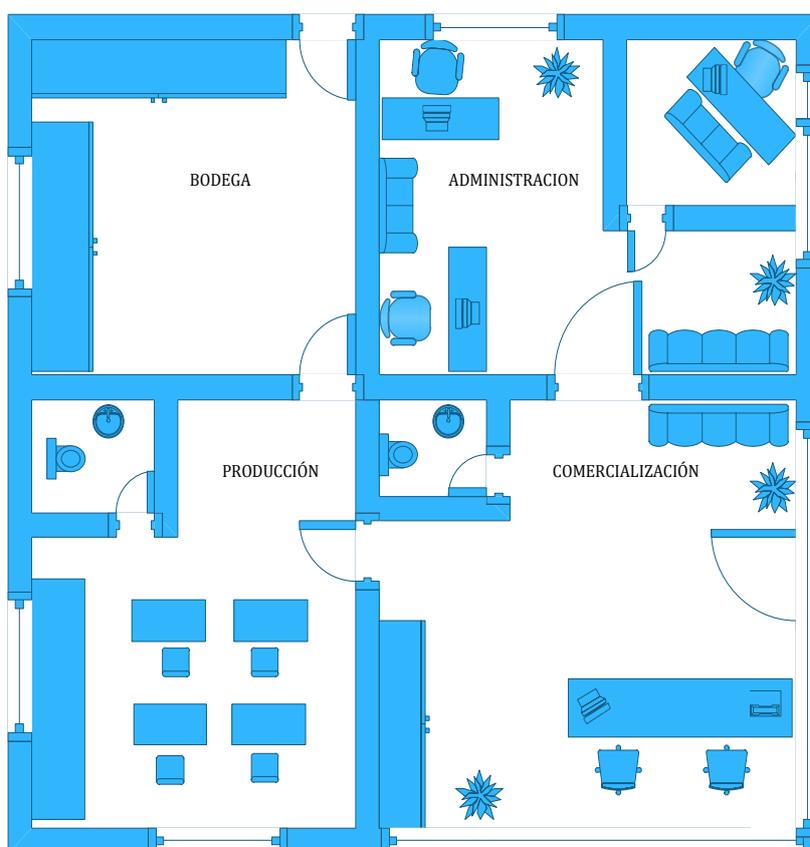
Elaborado por: Autora.

A continuación se presenta el gráfico de la forma en que estarán diseñadas las instalaciones de la microempresa:

## “MICROEMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE BLUSAS BORDADAS PARA LA MUJER INDIGENA”

Grafico N°. 14

### Diseño y descripción de la Planta



Fuente: Investigación propia.

Elaboración: La Autora

#### 4.4.1.1. Características del área de producción

Los ambientes físicos estarán sujetos a las condiciones técnicas del proceso productivo y, a las normas municipales del cantón Cotacachi en cuanto a su reglamentación de patente de funcionamiento y ambiental.

Todas las áreas destinadas a la confección de prendas tendrán los requerimientos que se exige para este tipo de actividad económica en lo referente a pisos, ingresos de luz directa y ventilación.

#### **4.4.1.2. Condiciones técnicas del punto de venta**

El establecimiento de venta deberá cumplir con las siguientes recomendaciones técnicas:

- Adecuada separación entre los mostradores y las paredes para un fácil acceso de los clientes y permitan una mejor exhibición de los artículos.
- El piso del local será de hormigón simple y revestido de cerámica de preferencia blanca.
- Sus paredes serán pintadas de colores acogedores, lo que permitirá tener belleza estética.

#### **4.5. Flujogramas de Procesos**

Para representar los flujogramas de procesos se utilizará la simbología que se detalla a continuación:

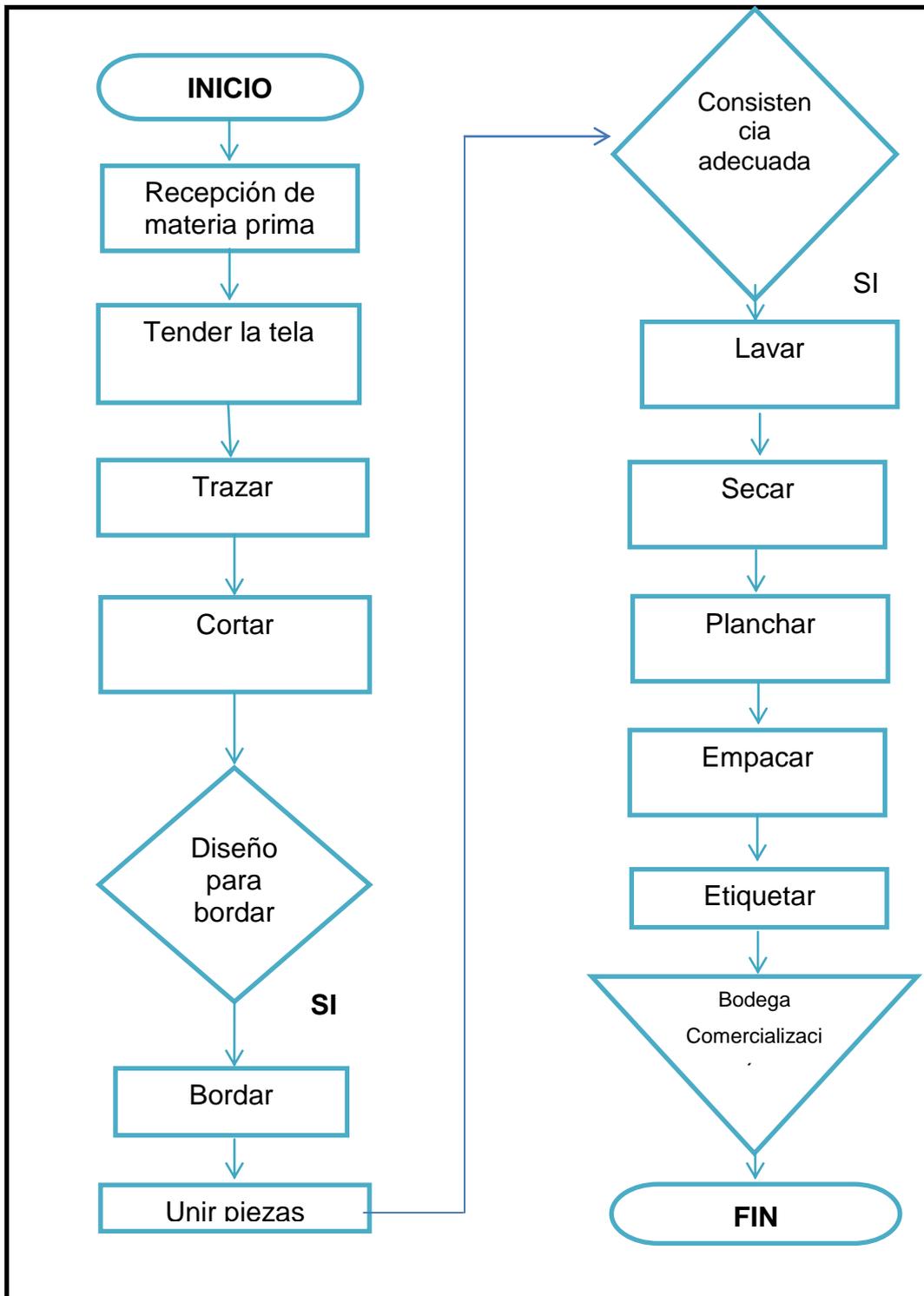
**Cuadro N°. 29**

**Simbología para Flujogramas**

<b>SIMBOLOGÍA</b>	<b>DESCRIPCION</b>
	Inicio o finalización
	Alternativa de decisión
	Documento o archivo
	Procedimiento
	Conector dentro de Página
	Verificación
	Conexión de procesos
	Bodega

#### 4.5.1. Procesos Productivos

**Grafico N°. 15**  
**Flujograma Para el Proceso de Producción.**



Fuente: investigación propia  
Elaborado por: La autora

#### **4.5.1.1. Proceso para la confección y el bordado**

**Tender le tela.-** Este proceso consiste en igualar la tela y extenderla en las mesas de trabajo y se procederá a trazar las distintas partes que forman parte de la prenda.

**Trazar.-** El trazado de la tela se realizará de acuerdo a los patrones de confección diseñados para los diferentes tipos y modelos de blusas. Para el trazado, se seguirá la normatividad técnica que establece el proceso de producción.

**Cortar.-** Una vez efectuado el trazado o aplicado los diferentes moldes se procederá a cortar los diferentes elementos que forman parte de la prenda. Para el cortado se utilizara tijeras convencionales más no cortadoras eléctricas.

**Bordar.-** En esta parte se procederá hacer uso de la tecnología, ya que para los bordados vamos hacer uso de las maquinas bordadoras computarizadas para el bordado también se utilizara agujas e hilo orlón en distintos colores.

**Unir Piezas.-** En este proceso de producción se une las diferentes piezas que constituyen la prenda.

**Lavar.-** El proceso de lavar es importante porque se elimina las impurezas de fabricación que traen consigo las distintas telas e hilos y otros insumos que forman parte de estos artículos.

**Secar.-** El secado de las prendas se realizará de preferencia bajo sombra; para que no altere los colores iniciales de las telas e hilos utilizados en la confección.

**Planchar.-** El planchado se realiza a una temperatura media y así dar firmeza, moldura y estética a las mismas.

**Empacar.-** Las prendas confeccionadas son empacadas mediante formas y maneras que exige el mercado local, para que sean vendidas directamente al consumidor o transportadas a diferentes sitios del mercado.

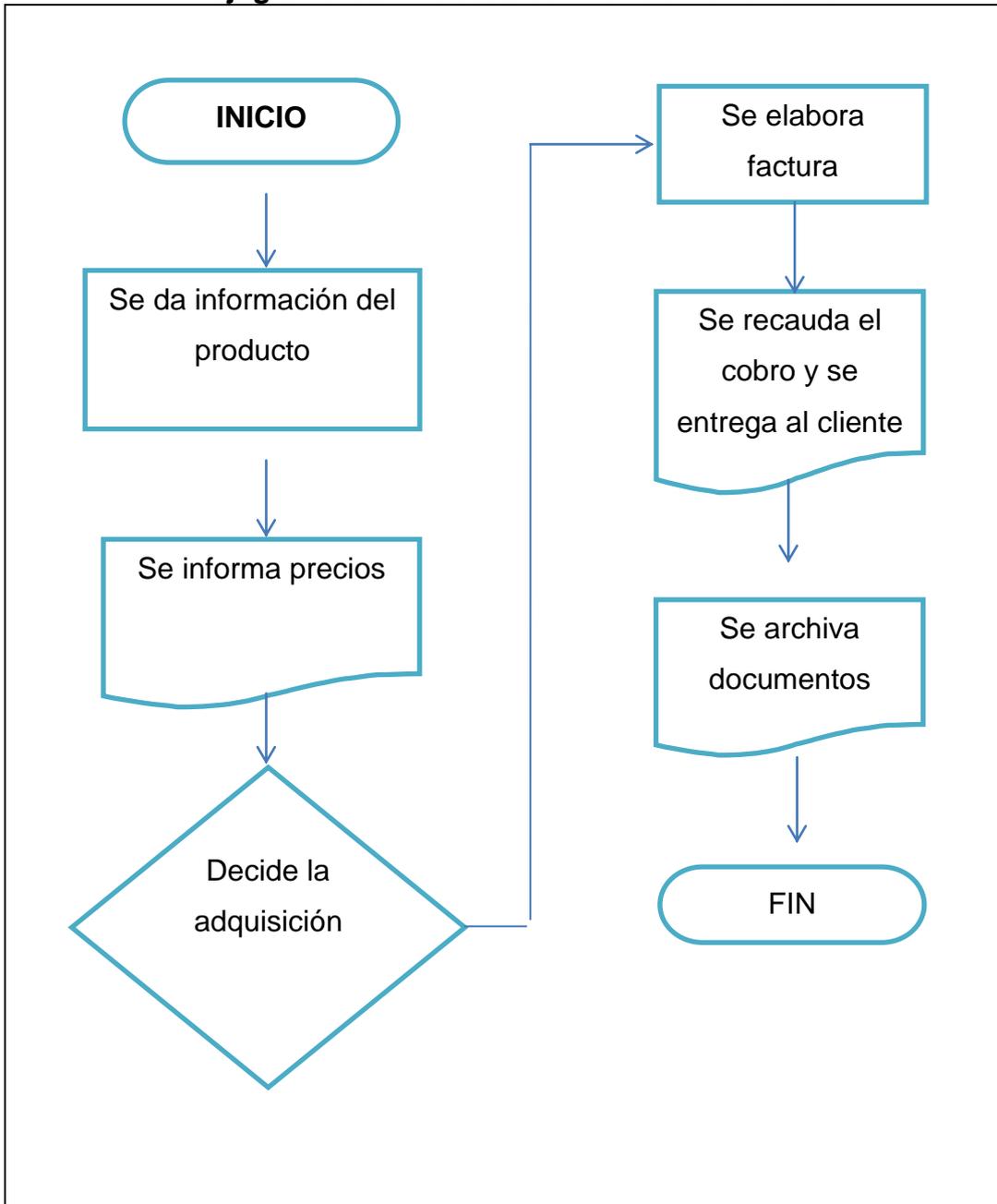
**Etiquetado.-** Se colocará la etiqueta de la empresa en los artículos ya empacados. La etiqueta forma parte de la estrategia de marketing corporativa que tendrá la empresa.

#### **4.5.1.2. Proceso de atención al cliente**

El cliente es la fuente de vida de la microempresa por lo tanto debe recibir una atención esmerada, respetuosa y eficiente, para así captar su atención y la adquisición del producto. Los pasos que conllevan la atención del cliente son:

- El cliente solicita información sobre el producto.
- A continuación se indica precios.
- El cliente decide si adquiere o no el producto.
- El usuario realiza el pedido.
- Se firma convenio de requerimiento del producto.
- Para finalizar se procede a cobrar el pedido.

**Grafico N°. 16**  
**Flujograma del Proceso de Atención al Cliente**



Fuente: Diagrama de Flujo.

Elaborado por: La autora.

#### **4.6. Requerimientos de mano de obra**

Los requerimientos de la mano de obra directa e indirecta están basados y calificados en un estándar de calidad de materia prima, equipos y estructura, permitiendo cubrir la capacidad de la programación de

producción y ventas y garantizaremos nuestro trabajo para la satisfacción de los clientes, a continuación se detalla el personal requerido por la organización.

**Cuadro N°. 30**  
**Requerimiento Mano de Obra Directa e Indirecta**

ÁREA	TALENTO HUMANO	NÚMERO	REMUNERACIÓN USD
ADMINISTRATIVA (mano de obra indirecta)	Gerente	1	400,00
	Secretaria	1	318,00
	Contador por Honorarios	1	200,00
OPERATIVA (Mano de obra directa)	Operarios	2	318,00
	Vendedor	1	318,00
<b>TOTAL</b>		<b>6</b>	

Fuente: SERVIMAQ Facturas proforma junio 2013

Elaborado por: La Autora.

#### 4.7. Requerimientos de Activos Fijos

##### 4.7.1.1. Infraestructura

Para el desarrollo del proyecto se adquirirá un local de arriendo en el que funcionará la pequeña empresa que servirá para la producción de blusas bordadas. La infraestructura tomará en cuenta áreas que son de importancia para su correcto funcionamiento, se adecuará dependencias tales como: administración, producción y ventas.

**Cuadro N°. 31**  
**Arriendo Local**

Arrendamiento			
Descripción	Cantidad	Valor mensual	Año 2014
Local Comercial	1	200.00	2.400,00

Fuente: Diagrama de Flujo.

Elaborado por: La autora

#### 4.7.1.2. Requerimientos de equipos.

Los equipos que se requieren para la empresa de blusas bordadas son las siguientes:

**Cuadro N°. 32  
Requerimiento de Equipos de Producción**

<b>Maquinaria</b>			
<b>cant</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Bordadora industrial 12 agujas	8.900,00	8.900,00
1	Máquina recta	400,00	400,00
1	Máquina overlock	600,00	600,00
	<b>TOTAL</b>		<b>9.900,00</b>
<b>Herramientas Menores</b>			
3	tambores	50,00	150,00
12	Juegos de moldes	1,00	12,00
2	tijeras	10,00	20,00
2	planchas	30,00	60,00
	<b>TOTAL</b>		<b>242,00</b>
FUENTE: SERVIMAQ Facturas proforma junio 2013			
ELABORADO POR: Autora			

**Cuadro N°. 33  
Requerimiento de Equipos y Muebles de Administración**

<b>Muebles y enseres</b>			
<b>cant</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Modular en L	400,00	400,00
1	Escritorio gerencia	650,00	650,00
1	Sillón gerencia	75,00	75,00
1	Sillón giratorio negro	65,00	65,00
1	archivador metálico	120,00	120,00
4	Sillas clientes	40,00	160,00
3	mesas para confección	30,00	90,00
6	sillas para confección	30,00	180,00
	<b>TOTAL</b>		<b>1.740,00</b>
Fuente: Investigación Propia			
Elaborado por: la autora			

**Cuadro N°. 34**  
**Requerimiento de Equipos de Computación**

<b>Equipo de computación</b>			
<b>cant</b>	<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
1	Impresora multifuncional (Escaner , impresora, copiadora	98,00	98,00
1	Computadora Portatil	680,00	680,00
1	Computadoras Completas 500 G+	450,00	450,00
	<b>TOTAL</b>		<b>1.228,00</b>
Fuente: Investigación Propia			
Elaborado por: la autora			

#### **4.8. Requerimiento de otros Gastos Administrativos**

Constan todos los gastos iniciales para la creación de la pequeña empresa como: patentes, trámites para la obtención de permisos de funcionamiento y otros documentos legales.

**Cuadro N°. 35**  
**Otros Gastos Administrativos**

<b>Otros Gastos Administrativos</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
Patente Municipal	150,00	150,00
Permiso del medio ambiente	50,00	50,00
Bomberos	20,00	20,00
Permiso de funcionamiento	100,00	100,00
<b>TOTAL</b>		<b>320,00</b>
Fuente: Investigación Propia		
Elaborado por: la autora		

#### **4.9. Requerimiento de capital de trabajo**

La inversión variable está presupuestada para 3 meses para cubrir el desfase de los ingresos de la propia empresa.

**Cuadro N°. 36  
Capital de Trabajo**

<b>Capital de trabajo</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Anual</b>	<b>Trimestral</b>	<b>mensual</b>
Cto de producción	51.494,87	12.873,72	4.291,24
Gastos Adminstrati	19.204,00	4.801,00	1.600,33
Gastos de ventas	6.194,64	1.548,66	516,22
Gastos financieros	1.585,57	396,39	132,13
<b>TOTAL</b>	<b>78.479,09</b>	<b>19.619,77</b>	<b>6.539,92</b>
Fuente: Investigación Propia			
Elaborado por: la autora			

#### 4.10. Financiamiento

El presente proyecto será financiado por el 52.72% capital propio y el 47.28% capital financiado el cual se lo obtendrá a través de los microcréditos que otorga el Banco del PICHINCHA. Esta capitalización permitirá que el proyecto se ejecute exitosamente y se beneficien tanto los beneficiarios de la microempresa como la población en general.

**Cuadro N°. 37  
Estructura del Financiamiento**

<b>Estructura del financiamiento</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Capital Propio	11.149,92	52,72
Capital Financiado	10.000,00	47,28
<b>TOTAL</b>	<b>21.149,92</b>	<b>100,00</b>
Fuente: Investigación Propia		
Elaborado por: la autora		

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se realizará un análisis minucioso de las inversiones requeridas, los ingresos a obtenerse, los gastos y flujos de efectivo, proyectados para cinco años de funcionamiento de la microempresa.

Además se formularán los estados financieros de proformas, con el fin de orientar la gestión contable financiera y, finalmente, se procederá al cálculo de los evaluadores financieros del Proyecto, con la finalidad de determinar su factibilidad.

#### 5.1. Determinación de la Inversión

La inversión inicial está dada por la adquisición de bienes tangibles e intangibles necesarios para la ejecución de un proyecto, permitiendo identificar el capital necesario para iniciar la operatividad del mismo. La inversión requerida para este proyecto de confección y comercialización de camisas bordadas en el Cantón Cotacachi estará distribuida de la siguiente manera:

**Cuadro N°. 38**  
**Inversiones**

<b>Inversiones</b>	
<b>Descripción</b>	<b>total</b>
<b>Inversión fija</b>	
Maquinaria y Herramientas	10.142,00
Muebles y enseres	1.740,00
Equipo de computación	1.228,00
<b>Total Inversión Fija</b>	<b>13.110,00</b>
<b>Inversión Variable</b>	
Capital de trabajo	
<b>TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>8.039,92</b>
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>21.149,92</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: la autora

La inversión total del Proyecto será de \$ 21.149.92 dólares.

## 5.2. Presupuestos de Ingresos y Egreso

### 5.2.1. Presupuesto de Ingresos

Para la ejecución del proyecto se estima que se va a cubrir el 10% de la demanda insatisfecha con la confección de blusas bordadas con sistema computarizado. El precio de venta se lo estipuló de acuerdo al precio que rige en el mercado para este tipo de vestimenta tanto para mayorista como para consumidor final.

Para la proyección de los años subsiguientes se aplicó la tasa de inflación del año 2012 que fue del 4.16% en lo que se refiere a precios y en cuanto al volumen con un incremento del 15% anual.

A continuación se presenta los ingresos presupuestados para cinco años, tomando en cuenta que el 60% se venderá a mayoristas y el 40% al consumidor final.

**Cuadro N°. 39**  
**Proyección de Ventas de Blusas**

<b>BLUSAS DE MUJER BORDADAS</b>						
<b>Proyección confección de blusas incremento 15% anual</b>						
<b>Proyección precio de venta Inflación 4.16% año</b>						
	<b>mayoristas 60%</b>			<b>consumidor final 40%</b>		
<b>Año</b>	<b>Blusas</b>	<b>precio vta</b>	<b>TOTAL</b>	<b>Blusas</b>	<b>precio vta</b>	<b>TOTAL</b>
2014	1621	28,00	45.388,00	1.082,12	36,00	38.956,32
2015	1864	29,16	54.367,56	1.244,44	37,50	46.663,44
2016	2144	30,38	65.123,64	1.431,10	39,06	55.895,33
2017	2465	31,64	78.007,70	1.645,77	40,68	66.953,67
2018	2835	32,96	93.440,75	1.892,63	42,37	80.199,78

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

## 5.2.2 Presupuestos de Egresos

### 5.2.2.1. Costos de Producción

Los costos están formados por tres elementos: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, además se puede anotar que los costos en los cuales se incurre en la fabricación de un producto son recuperables en el momento de su venta, siempre que su venta sea mayor al punto de equilibrio, caso contrario existe pérdida; estos rubros se proyectan para los años subsiguientes con un incremento del 4.16% según la inflación del año 2012.

A continuación se detalla los siguientes cuadros:

**Cuadro N°. 40  
Costos de producción de Blusas**

COSTO DE PRODUCCIÓN BLUSAS BORDADAS								
MATERIA PRIMA DIRECTA								
Descripción	medida	Cantidad	Precio	cto por unidad 2014	cto por unidad 2015	cto por unidad 2016	cto por unida	cto por unida
Tela semi dacrón	metro	1	7,40	7,40	7,71	8,03	8,36	8,71
hilo de seda	conos	1,5	0,80	1,20	1,25	1,30	1,36	1,41
Hilo orlón	ovillos	3	0,40	1,20	1,25	1,30	1,36	1,41
Hilo de máquina	gramos		0,10	0,10	0,11	0,11	0,12	0,12
Encajes semi dacrón	metro	0,5	10,00	5,00	5,21	5,42	5,65	5,89
Cintas	madeja	0,33	1,50	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58
Elástico	cono	0,033	22,00	0,73	0,76	0,79	0,82	0,85
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>				<b>16,13</b>	<b>16,80</b>	<b>17,49</b>	<b>18,22</b>	<b>18,98</b>
MANO DE OBRA DIRECTA								
	operarios	tiempo	Precio	Cto por	Cto por	Cto por unidad	Cto por	Cto por
Costo Mano de obra	2	1	2,55	2,55	2,81	3,09	3,39	3,73
<b>TOTAL COSTO MANO DE OBRA</b>				<b>2,55</b>	<b>2,81</b>	<b>3,09</b>	<b>3,39</b>	<b>3,73</b>
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN								
	Unidad	Cantidad	Costo	Cto por unidad 2013	Cto por unidad 2014	Cto por unidad 2015	Cto por unida d 2016	Cto por unida d 2017
Etiquetas	1	200	15,00	0,08	0,08	0,08	0,08	0,09
Fundas	1	200	10,00	0,05	0,05	0,05	0,06	0,06
Lavado y secado	1	1	0,25	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>				<b>0,38</b>	<b>0,39</b>	<b>0,41</b>	<b>0,42</b>	<b>0,44</b>
<b>TOTAL:</b>				<b>19,05</b>	<b>19,99</b>	<b>20,99</b>	<b>22,04</b>	<b>23,16</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

**Cuadro N°. 41  
Proyección de Egresos**

<b>Proyección de Egresos</b>			
<b>BLUSAS DE MUJER BORDADAS</b>			
<b>demanda insatisfecha se va a cubrir el 10%</b>			
<b>Proyección costo Inflación 4.16%</b>			
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>			
<b>Año</b>	<b>blusas</b>	<b>Costo</b>	<b>TOTAL</b>
2014	2.703	19,05	51.494,87
2015	3.109	19,99	62.145,54
2016	3.575	20,99	75.026,03
2017	4.111	22,04	90.609,97
2018	4.728	23,16	109.473,35

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

### 5.2.3 Gastos Administrativos

Dentro de los gastos administrativos se encuentran los sueldos del personal, arriendo, publicidad suministros de oficina, servicios básicos, suministros de limpieza etc.

#### 5.2.3.1 Sueldos y Salarios

Los sueldos del personal son calculados de acuerdo a lo que establece el código de Trabajo y con todos los beneficios de ley vigentes en nuestro país.

**Cuadro N°. 42  
Gasto Sueldo Personal**

<b>Gastos Sueldos Personal</b>												
<b>Nomina</b>	<b>Sueldo Básico</b>	<b>IESS</b>	<b>13 ero</b>	<b>14 cto</b>	<b>Fondos de Reserva</b>	<b>vacaciones</b>	<b>Mensual</b>	<b>Año 2014</b>	<b>Año 2015</b>	<b>Año 2016</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>
Gerente	400,00	48,60	33,33	26,50	33,33	16,67	558,43	6.701,20	7.371,32	8.108,45	8.919,30	9.811,23
Secretaría	318,00	38,64	26,50	26,50	26,50	13,25	449,39	5.392,64	5.931,91	6.525,10	7.177,61	7.895,37
Honorarios prof. C	200,00						200,00	2.400,00	2.640,00	2.904,00	3.194,40	3.513,84
<b>total</b>	<b>918,00</b>	<b>87,24</b>	<b>59,83</b>	<b>53,00</b>	<b>59,83</b>	<b>38,25</b>	<b>1.207,82</b>	<b>14.493,84</b>	<b>15.943,23</b>	<b>17.537,55</b>	<b>19.291,31</b>	<b>21.220,44</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

### 5.2.3.2 Arrendamiento

**Cuadro N°. 43**  
**Gastos Arredramientos**

Arrendamiento							
Descripción	Cant	Valor mensual	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
local comercial	1	200,00	2.400,00	2.499,84	2.603,83	2.712,15	2.824,98
<b>total</b>	<b>1</b>	<b>200,00</b>	<b>2.400,00</b>	<b>2.499,84</b>	<b>2.603,83</b>	<b>2.712,15</b>	<b>2.824,98</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

### 5.2.3.3 Gastos de Limpieza

**Cuadro N°. 44**  
**Gastos de Limpieza**

Gastos de limpieza								
Descripción	Cant	valor unitario	Valor total	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Tachos de basura	1,00	5,00	5,00	60,00	62,50	65,10	67,80	70,62
Desinfectante	1,00	4,50	4,50	54,00	56,25	58,59	61,02	63,56
Trapeadores	1,00	2,50	2,50	30,00	31,25	32,55	33,90	35,31
Papel higiénico	12,00	0,25	3,00	36,00	37,50	39,06	40,68	42,37
Escobas	1,00	2,50	2,50	30,00	31,25	32,55	33,90	35,31
Recogedores	1,00	2,00	2,00	24,00	25,00	26,04	27,12	28,25
<b>TOTAL</b>			<b>19,50</b>	<b>234,00</b>	<b>243,73</b>	<b>253,87</b>	<b>264,43</b>	<b>275,44</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

### 5.2.3.4 Suministros y Materiales

**Cuadro N°. 45  
Gastos Suministros y Materiales**

Suministros y materiales								
Descripción	Cant	valor unitario	Valor total	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Grapadora	1	9,50	9,50	9,50	9,90	10,31	10,74	11,18
sacagrapas	1	0,53	0,53	0,53	0,55	0,58	0,60	0,62
Perforadora	1	8,25	8,25	8,25	8,59	8,95	9,32	9,71
Cinta adhesiva	2	0,50	1,00	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
Sellos	2	10,00	20,00	20,00	20,83	21,70	22,60	23,54
cartuchos	2	35,00	70,00	140,00	145,82	151,89	158,21	164,79
Carpetas archivadas	5	1,50	7,50	30,00	31,25	32,55	33,90	35,31
folders	12	0,15	1,80	3,60	3,75	3,91	4,07	4,24
Esferos	5	0,25	1,25	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
Resaltadores	2	0,70	1,40	16,80	17,50	18,23	18,99	19,77
Papel Bond	1	5,00	5,00	15,00	15,62	16,27	16,95	17,66
Clips	2	0,40	0,80	3,20	3,33	3,47	3,62	3,77
Borradores	2	0,18	0,36	4,32	4,50	4,69	4,88	5,08
Documentos preinrecibiera	1	10,00	10,00	20,00	20,83	21,70	22,60	23,54
recibiera	1	1,00	1,00	2,00	2,08	2,17	2,26	2,35
<b>TOTAL</b>			<b>138,39</b>	<b>300,20</b>	<b>312,69</b>	<b>325,70</b>	<b>339,25</b>	<b>353,36</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

### 5.2.3.5 Servicios Básicos

**Cuadro N°. 46  
Gastos Servicios Básicos**

Servicios Básicos								
Descripción	Medida	Unidad	Mensual	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Energía eléctrica	Kw/h	6500	59,58	714,96	744,70	775,68	807,95	841,56
Agua potable	M <sup>3</sup>	50	11,25	135,00	140,62	146,47	152,56	158,91
Telefono			32,00	384,00	399,97	416,61	433,94	452,00
Internet	Plan		18,50	222,00	231,24	240,85	250,87	261,31
<b>TOTAL</b>			<b>121,33</b>	<b>1.455,96</b>	<b>1.516,53</b>	<b>1.579,62</b>	<b>1.645,33</b>	<b>1.713,77</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

### 5.2.3.6 Otros Gastos Administrativos

**Cuadro N°. 47**  
**Otros Gastos Administrativos**

Otros Gastos Administrativos		
Detalle	Costo unitario	Costo total
Patente Municipal	150.00	150.00
Permiso del medio ambiente	50.00	50.00
Bomberos	20.00	20.00
Permiso de funcionamiento	100.00	100.00
<b>TOTAL</b>		<b>320.00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

### 5.2.3.7. Resumen de Gastos Administrativos

**Cuadro N°. 48**  
**Resumen De Gastos Administrativos**

Resumen de Gastos Administrativos					
Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Gasto sueldos y S	14.493,84	15.943,23	17.537,55	19.291,31	21.220,44
Arriendo local	2.400,00	2.499,84	2.603,83	2.712,15	2.824,98
Gasto limpieza	234,00	243,73	253,87	264,43	275,44
Suministros y mat	300,20	312,69	325,70	339,25	353,36
Servicios básicos	1.455,96	1.516,53	1.579,62	1.645,33	1.713,77
otros Gtos Admin.	320,00				
<b>TOTAL</b>	<b>19.204,00</b>	<b>20.516,02</b>	<b>22.300,57</b>	<b>24.252,47</b>	<b>26.387,98</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

### 5.2.4 Gastos de Ventas

Constituyen todas las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas. Como ejemplo se citan sueldos y salarios de vendedores, publicidad, mantenimientos, etc.

### 5.2.4.1 Sueldos y salarios

**Cuadro N°. 49  
Gastos Sueldos Y Salarios**

Gasto Personal de Ventas												
Descripción	Sueldo Básico	IESS	13 ero	14 cto	Fondos Reserva	vacaciones	Total	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
vendedor	318,00	38,64	26,50	20,00	26,50	13,25	442,89	5.314,64	5.846,11	6.430,72	7.073,79	7.781,17
<b>TOTAL</b>	<b>318,00</b>	<b>38,64</b>	<b>26,50</b>	<b>20,00</b>	<b>26,50</b>	<b>13,25</b>	<b>442,89</b>	<b>5.314,64</b>	<b>5.846,11</b>	<b>6.430,72</b>	<b>7.073,79</b>	<b>7.781,17</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: la autora

### 5.2.4.2 Publicidad

**Cuadro N°. 50  
Gasto Publicidad**

Publicidad								
Descripción	cuñas	mensual	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	
Radio	160	220	880,00	916,61	954,74	994,46	1.035,83	
<b>TOTAL</b>		<b>220</b>	<b>880,00</b>	<b>916,61</b>	<b>954,74</b>	<b>994,46</b>	<b>1.035,83</b>	

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: la autora

### 5.2.4.3 Mantenimiento

**Cuadro N°. 51  
Gastos Mantenimiento**

Mantenimiento								
Descripción	costo	mensual	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	
Maquinaria	120,00	120,00	1.440,00	1.499,90	1.562,30	1.627,29	1.694,99	
Equipos de cómputo	25,00	25,00	100,00	104,16	108,49	113,01	117,71	
<b>TOTAL</b>	<b>145,00</b>	<b>145,00</b>	<b>1.540,00</b>	<b>1.604,06</b>	<b>1.670,79</b>	<b>1.740,30</b>	<b>1.812,69</b>	

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: la autora

## 5.4 Gastos financieros

Comprenden los gastos en que se incurren en las instituciones Financieras por realizar actividades de financiamiento como los préstamos que generan intereses. Para este proyecto se accederá a un microcrédito en el Banco del Pichincha, los datos aplicables para este crédito serán: Monto de 10.000 a una tasa de 16.90% con un plazo de 5 años. Esto permitirá que la

microempresa se ejecute exitosamente y se beneficien tanto las personas que forman parte de la microempresa como la población en general.

**Cuadro N°. 52**  
**Tabla de Amortización**

Amortización Préstamo				
Cuota	Principal	Interés	Total	Saldo
1	107.16	140.83	247.99	9,892.84
2	108.66	139.32	247.99	9,784.18
3	110.19	137.79	247.99	9,673.99
4	111.75	136.24	247.99	9,562.24
5	113.32	134.67	247.99	9,448.92
6	114.92	133.07	247.99	9,334.00
7	116.53	131.45	247.99	9,217.47
8	118.18	129.81	247.99	9,099.29
9	119.84	128.15	247.99	8,979.45
10	121.53	126.46	247.99	8,857.93
11	123.24	124.75	247.99	8,734.69
12	124.97	123.01	247.99	8,609.71
13	126.73	121.25	247.99	8,482.98
14	128.52	119.47	247.99	8,354.46
15	130.33	117.66	247.99	8,224.13
16	132.17	115.82	247.99	8,091.96
17	134.03	113.96	247.99	7,957.94
18	135.91	112.07	247.99	7,822.02
19	137.83	110.16	247.99	7,684.19
20	139.77	108.22	247.99	7,544.42
21	141.74	106.25	247.99	7,402.69
22	143.73	104.25	247.99	7,258.95
23	145.76	102.23	247.99	7,113.19
24	147.81	100.18	247.99	6,965.38
25	149.89	98.10	247.99	6,815.49
26	152.00	95.98	247.99	6,663.49
27	154.14	93.84	247.99	6,509.34
28	156.32	91.67	247.99	6,353.03
29	158.52	89.47	247.99	6,194.51
30	160.75	87.24	247.99	6,033.76
31	163.01	84.98	247.99	5,870.75
32	165.31	82.68	247.99	5,705.44
33	167.64	80.35	247.99	5,537.80
34	170.00	77.99	247.99	5,367.81
35	172.39	75.60	247.99	5,195.41
36	174.82	73.17	247.99	5,020.59
37	177.28	70.71	247.99	4,843.31
38	179.78	68.21	247.99	4,663.53
39	182.31	65.68	247.99	4,481.22
40	184.88	63.11	247.99	4,296.35
41	187.48	60.51	247.99	4,108.86
42	190.12	57.87	247.99	3,918.74
43	192.80	55.19	247.99	3,725.94
44	195.51	52.47	247.99	3,530.43
45	198.27	49.72	247.99	3,332.16
46	201.06	46.93	247.99	3,131.10
47	203.89	44.10	247.99	2,927.21
48	206.76	41.22	247.99	2,720.44
49	209.68	38.31	247.99	2,510.77
50	212.63	35.36	247.99	2,298.14
51	215.62	32.37	247.99	2,082.52
52	218.66	29.33	247.99	1,863.86
53	221.74	26.25	247.99	1,642.12
54	224.86	23.13	247.99	1,417.26
55	228.03	19.96	247.99	1,189.23
56	231.24	16.75	247.99	957.99
57	234.50	13.49	247.99	723.49
58	237.80	10.19	247.99	485.69
59	241.15	6.84	247.99	244.54
60	244.54	3.44	247.99	- 0.00
	<b>10,000.00</b>	<b>4,879.30</b>	<b>14,879.30</b>	<b>- 0.00</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

## 5.5 Depreciaciones de Activos Fijos

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc; se calculará de acuerdo a lo que establece la Ley de Régimen Tributario Interno y en el artículo 25 numeral 6.

**Cuadro N°. 53**  
**Depreciación Propiedad Planta y Equipo**

Descripción	Costo	Depreciaciones Propiedad Planta y Equipo							
		Valor Residual	Total	Años	Depreciación	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Maquinaria	9.900,00	495,00	9.405,00	10	940,50	940,50	940,50	940,50	940,50
Muebles y enseres	1.740,00	87,00	1.653,00	10	165,30	165,30	165,30	165,30	165,30
Equipo de computación	1.228,00	61,40	1.166,60	3,33	350,33	350,33	350,33		
<b>TOTAL</b>	<b>12.868,00</b>	<b>643,40</b>	<b>12.224,60</b>		<b>1.456,13</b>	<b>1.456,13</b>	<b>1.456,13</b>	<b>1.105,80</b>	<b>1.105,80</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

## 5.7 Estado de Situación Financiera

La situación financiera es el estado financiero en donde se muestra la situación económica de la empresa en un momento determinado, según el balance general proyectado se utiliza para mostrar la estructura económica estimada del proyecto en los futuros años y está conformado por las cuentas de Activos así como las de Pasivos y Patrimonio.

**Cuadro N°. 54**  
**Estado de Situación Financiera**

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA (año cero)			
<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>
<b>Activos Corrientes</b>	<b>8.039,92</b>		<b>Pasivos Corrientes</b>
Caja-Bancos	8.039,92		-
	<hr/>		<b>Pasivos no Corrientes</b>
<b>Activos No Corrientes</b>			<b>10.000,00</b>
<b>Propiedad Planta y Equipo</b>	<b>13.110,00</b>		Préstamo por pagar
Maquinaria y Herramientas	10.142,00		10.000,00
Muebles y enseres	1.740,00		<b>TOTAL PASIVO</b>
Equipo de computación	1.228,00		<b>10.000,00</b>
	<hr/>		<b>Patrimonio</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>21.149,92</b>		<b>11.149,92</b>
			Capital Social
			11.149,92
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			<b>21.149,92</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

### 5.8 Proyección de Estado de Resultados Integrado

El Estado de Resultados Integrado es una herramienta contable que tiene como finalidad calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, el cual se obtiene restando a los ingresos de todos los egresos.

**Cuadro N°. 55**  
**Estado de Resultados Integral**

Estado de Resultados Integral					
Descripción	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
unidades a producir	2703	3109	3575	4111	4728
<b>Ingresos Proyectados</b>					
Venta de blusas al por mayor	45.388,00	54.367,56	65.123,64	78.007,70	93.440,75
Venta de blusas a consumidor final	38.956,32	46.663,44	55.895,33	66.953,67	80.199,78
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>84.344,32</b>	<b>101.031,00</b>	<b>121.018,97</b>	<b>144.961,37</b>	<b>173.640,52</b>
<b>(-) COSTO DE PRODUCCIÓN</b>					
Materia Prima Directa	43.588,24	52.211,74	62.541,31	74.914,48	89.735,57
Mano de obra de Directa	6.892,96	8.719,59	11.030,28	13.953,30	17.650,93
Costos indirectos de Fabricación	1.013,67	1.214,21	1.454,43	1.742,18	2.086,85
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>51.494,87</b>	<b>62.145,54</b>	<b>75.026,03</b>	<b>90.609,97</b>	<b>109.473,35</b>
<b>BENEFICIO BRUTO PROYECTADO</b>	<b>32.849,45</b>	<b>38.885,46</b>	<b>45.992,95</b>	<b>54.351,40</b>	<b>64.167,17</b>
<b>(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos y Salarios	14.493,84	15.943,23	17.537,55	19.291,31	21.220,44
Arriendo local	2.400,00	2.499,84	2.603,83	2.712,15	2.824,98
Gasto limpieza	234,00	243,73	253,87	264,43	275,44
Suministros y materiales	300,20	312,69	325,70	339,25	353,36
Servicios básicos	1.455,96	1.516,53	1.579,62	1.645,33	1.713,77
Depreciaciones activos fijos	1.456,13	1.456,13	1.456,13	1.105,80	1.105,80
Otros gastos administrativos	320,00				
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>20.660,13</b>	<b>21.972,15</b>	<b>23.756,70</b>	<b>25.358,27</b>	<b>27.493,78</b>
<b>(-) GASTOS DE VENTAS</b>					
Sueldos y Salarios	5.314,64	5.846,11	6.430,72	7.073,79	7.781,17
Publicidad	880,00	916,61	954,74	994,46	1.035,83
Mantenimiento	1.540,00	1.604,06	1.670,79	1.740,30	1.812,69
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>7.734,64</b>	<b>8.366,78</b>	<b>9.056,25</b>	<b>9.808,55</b>	<b>10.629,69</b>
<b>(-) GASTOS FINANCIEROS</b>					
Intereses préstamos bancarios	1.585,57	1.331,53	1.031,07	675,71	255,42
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>1.585,57</b>	<b>1.331,53</b>	<b>1.031,07</b>	<b>675,71</b>	<b>255,42</b>
<b>BENEFICIO ANTES DE PARTICIPACIONES</b>	<b>2.869,10</b>	<b>7.214,99</b>	<b>12.148,92</b>	<b>18.508,88</b>	<b>25.788,29</b>
(-) 15% participación trabajadores	430,37	1.082,25	1.822,34	2.776,33	3.868,24
<b>BENEFICIO ANTES IMPORTE A PAGAR</b>	<b>2.438,74</b>	<b>6.132,75</b>	<b>10.326,59</b>	<b>15.732,54</b>	<b>21.920,04</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

## 5.9 Flujos de Caja

El Estado de Flujos de Efectivo muestra el efecto de los cambios de efectivo y equivalentes de efectivo en un período determinado, generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento.

El Estado de Flujos de Efectivo debe mostrar separadamente lo siguiente:

**Cuadro N°. 56**  
**Flujo de Caja Proyectado**

Flujo de Caja Proyectado						
Descripción	Año 0	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Beneficio Operacional		4.454,67	8.546,53	13.180,00	19.184,59	26.043,70
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Recursos Propios	11.149,92					
Recursos Financiados	10.000,00					
(+) Depreciaciones		1.456,13	1.456,13	1.456,13	1.105,80	1.105,80
(+) Recuperación de capital de trabajo						<b>8.039,92</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>5.910,80</b>	<b>10.002,66</b>	<b>14.636,13</b>	<b>20.290,39</b>	<b>35.189,43</b>
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Pago préstamo		2.975,86	2.975,86	2.975,86	2.975,86	2.975,86
(-) 15% Participación a trabajadores		430,37	1.082,25	1.822,34	2.776,33	3.868,24
(-) Impuesto a la renta		-	-	-	-	-
(-) Inversión de activos fijos					1.228,00	
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>3.406,23</b>	<b>4.058,11</b>	<b>4.798,20</b>	<b>6.980,19</b>	<b>6.844,10</b>
<b>FLUJO NETO</b>		<b>2.504,58</b>	<b>5.944,55</b>	<b>9.837,93</b>	<b>13.310,19</b>	<b>28.345,32</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>21.149,92</b>					

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

## 5.10 Evaluación Financiera

### 5.10.1. Determinación del Costo de Capital

Es la diferencia expresada en términos porcentuales entre el precio que se paga por un título y su valor nominal, siendo este último superior al primero y sujeto a ser rescatado en una fecha determinada.

([http://www.ecofinanzas.com/diccionario/T/TASA\\_DE\\_DESCUENTO.htm](http://www.ecofinanzas.com/diccionario/T/TASA_DE_DESCUENTO.htm))

**Cuadro N°. 57**  
**Cálculo de Coste Capital**

Cálculo del coste de capital				
Descripción	Valor	%	Ponderación	Valor promedio
Inversión propia	11.149,92	52,72	0,09	4,74
Inversión financiada	10.000,00	47,28	0,17	7,99
<b>TOTAL</b>	<b>21.149,92</b>			<b>12,74</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

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

$$TRM = (1+0,1274)(1+0.0416) - 1 = 0,1742$$

**17,42 BASE INFLACIÓN**

Para determinar el costo de capital, se estableció la aplicación del financiamiento propio y prestado, estableciéndose una tasa del 9% sobre el capital propio y el 16.90% sobre lo prestado; luego se realiza un ajuste al costo de capital por efectos de riesgo país, en base a la tasa promedio de inflación del 4.16 %,

**CK = COSTO DE OPORTUNIDAD**

**IF = TASA DE INFLACION**

#### **5.10.1 Valor Actual Neto (VAN)**

El valor actual neto consiste en traer todos los flujos de caja netos al valor presente, este dato nos puede dar como resultado un valor positivo o negativo. Si el valor es igual o menor a cero el proyecto no es rentable, se vuelve rentable si este es mayor que cero. Entre más alto es el valor más rentable será el negocio.

$$VAN = \langle Inversión \rangle + \sum \frac{FCN}{(1+i)}$$

**Cuadro N°. 58  
Cálculo del VAN**

<b>Cálculo del VAN</b>			
	<b>Flujos</b>	<b>tasa</b>	<b>total</b>
<b>Inversión</b>			(21.149,92)
Año 2014	2.504,58	$(1+0.1742)^1$	2.133,02
Año 2015	5.944,55	$(1+0.1742)^2$	4.311,59
Año 2016	9.837,93	$(1+0.1742)^3$	6.076,90
Año 2017	13.310,19	$(1+0.1742)^4$	7.002,01
Año 2018	28.345,32	$(1+0.1742)^5$	12.699,28
<b>Van</b>			<b>11.072,87</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

$$VAN= \quad \$ 11.072,87$$

Luego de los cálculos realizados se ha obtenido el VAN por un monto de USD 11.072.87, siendo este positivo, lo que significa que supera a 0, y representa una ganancia dentro del período de los cinco años. En primera instancia podría concluirse que en base a este indicador financiero el proyecto sería viable

#### **5.10.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno (TIR) es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. Además la TIR es la rentabilidad que se produce de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje.

Para que el proyecto sea rentable la TIR tiene que ser superior al costo de capital.

**Cuadro N°. 59  
Cálculo Del TIR**

<b>Cálculo del TIR</b>			
<b>Flujos Actualizados</b>			
<b>Años</b>	<b>Flujo neto</b>	<b>Van tasa 31%</b>	<b>Van tasa 33%</b>
0	(21.149,92)	(21.149,92)	(21.149,92)
2014	2.504,58	1.911,89	1.883,14
2015	5.944,55	3.463,99	3.360,59
2016	9.837,93	4.376,12	4.181,66
2017	13.310,19	4.519,59	4.253,81
2018	28.345,32	7.347,25	6.811,19
	<b>38.792,65</b>	<b>468,92</b>	<b>(659,53)</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

Van positivo= 468,92  
 Van negativo = (659,53)  
**1.128,46**

1.128,46  
 468,92 

937,84      0,83  
 1.128,46  
                   31  
                   31,83

**TIR = 31,83**

Debido a que la Tasa Interna de Retorno (TIR) de \$ 31.83% es superior a su respectiva Tasa de Descuento de 17.42%, Se puede afirmar que el presente proyecto es viable durante sus cinco años de vida útil lo que motiva a invertir.

### 5.10.3 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

**Cuadro N°. 60**  
**Recuperación de la Inversión**

Recuperación de la Inversión			
Años	Flujos Netos	Flujo Acumulado	Inversión
0			21.149,92
2014	2.504,58	2.504,58	
2015	5.944,55	8.449,12	
2016	9.837,93	18.287,05	
2017	13.310,19	31.597,25	
2018	28.345,32	59.942,57	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

$$\begin{array}{l} 18.287,05 = \\ 21.149,92 = \end{array} \quad \begin{array}{l} \Sigma \\ \text{Inversión} \end{array} \quad \begin{array}{l} 3 \text{ años} \end{array}$$

$$21.149,92 - 18287.05 \quad 2.862,87 \quad \text{años}$$

$$13310.19 / 12 \quad 1.109,18 \quad \text{mes}$$

$$2529.49 / 1109.18 \quad 2,58 \quad \text{meses}$$

$$0.58 * 30 \quad 17 \quad \text{días}$$

El tiempo de recuperación es al tercer año, dos meses y dieciséis días aproximadamente.

#### 5.10.4. Relación Beneficio - Costo

Es otro de los criterios de evaluación de un proyecto que consiste en determinar una razón mediante la cual se determina si conviene o no invertir en un proyecto.

**Cuadro N°. 61  
Costo Beneficio**

<b>Costo Beneficio</b>				
<b>Años</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Egresos</b>	<b>Ingresos Actualizad</b>	<b>Egresos Actualizad</b>
2014	86.499,84	81.475,22	73.667,31	69.388,11
2015	103.612,97	93.816,01	75.150,72	68.044,96
2016	124.111,76	108.870,05	76.664,00	67.249,18
2017	148.666,03	126.452,49	78.207,76	66.522,03
2018	178.078,12	147.852,24	79.782,60	66.240,79
<b>TOTAL</b>	<b>640.968,71</b>	<b>558.466,00</b>	<b>383.472,39</b>	<b>337.445,07</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

$$\text{COSTO BENEFICIO} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{COSTO BENEFICIO} = \frac{383.472,39}{337.445,07}$$

$$\text{COSTO BENEFICIO} = 1,14$$

Como el valor del B/C es mayor de 1: "B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable, por lo que se concluye que no se trabajará a pérdida, es decir que, por cada dólar invertido se va a tener un superávit de 0.14 centavos.

#### 5.10.5 Punto de Equilibrio

La técnica del Punto de Equilibrio (PE), es aquel nivel de producción que en un cierto período satisface la condición de identidad entre los ingresos

totales y costos totales, o sea, que permite que la utilidad contable durante un período en consideración sea nula.

El punto de equilibrio puede calcularse usando sencillos procedimientos matemáticos, en este caso se utilizará la fórmula más utilizada:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

**Cuadro N°. 62**  
**Punto de Equilibrio**

Descripción	Punto de equilibrio				
	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos	84.344,32	101.031,00	121.018,97	144.961,37	173.640,52
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>84.344,32</b>	<b>101.031,00</b>	<b>121.018,97</b>	<b>144.961,37</b>	<b>173.640,52</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Gastos operacionales	28.394,78	30.338,93	32.812,95	35.166,81	38.123,47
Gtos Financieros	1.585,57	1.331,53	1.031,07	675,71	255,42
Depreciaciones y amortizaci	1.456,13	1.456,13	1.456,13	1.105,80	1.105,80
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>31.436,48</b>	<b>33.126,59</b>	<b>35.300,15</b>	<b>36.948,32</b>	<b>39.484,69</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Costos de producción	51.494,87	62.145,54	75.026,03	90.609,97	109.473,35
<b>TOTAL COSTOS VARIABL</b>	<b>51.494,87</b>	<b>62.145,54</b>	<b>75.026,03</b>	<b>90.609,97</b>	<b>109.473,35</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: la autora

**FORMULA :**

$$\begin{aligned} \text{PE} &= \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})} = \frac{31.436,48}{1 - (51.494,87,62 / 84.344,32)} \\ &= \frac{31.436,48}{1 - (0,61053)} \end{aligned}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = 80.716,37$$

El punto de equilibrio se dará cuando los egresos igualen a los ingresos en \$80.716,37 dólares americanos.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATÉGICA

#### 6.1. Nombre o Razón Social de la Microempresa

La razón social con la cual la microempresa, va iniciar todas sus actividades productivas se denominará, “**Blanky Sol**”, su domicilio estará ubicado en el sector comercial del Cantón Cotacachi.

##### 6.1.1. Logotipo de la Microempresa

Grafico N°. 17  
Logotipo de la Microempresa



Fuente: investigación propia  
Elaborado por: La Autora

**Blanky Sol:** El nombre asignado proviene de Blanca Soledad nombre de la propietaria de la microempresa.

**Flores:** Muestra los diseños de flores que irán en las blusas.

#### 6.2. Titularidad de Propiedad de la Empresa.

El valor de la patente para este tipo de microempresa comercial es equivalente a 150 USD más el valor de bomberos que es USD 20,00usd.

Al ser la patente de funcionamiento un título de crédito significa que su valor no es constante siempre habrá verificaciones de cambios en la estructura de la microempresa lo que variará su valor.

### **6.3. Tipo de empresa (sector actividad)**

“**Blanky Sol**” es una microempresa cuya actividad es Manufacturera o de Transformación, es decir, “**Blanky Sol**” se dedicará a la compra de materias primas, para luego mediante la utilización de mano de obra y tecnología, sean transformadas en un producto terminado para su posterior venta.

Es Unipersonal porque pertenece a un solo individuo Blanca Soledad Maldonado Talaco, quién es la dueña del proyecto y además debe responder ilimitadamente con su patrimonio frente a aquellos individuos perjudicados por las acciones de la microempresa.

### **6.4. Horario de funcionamiento**

Para brindar una mejor atención a nuestros clientes “**Blanky Sol**” atenderá en horario ininterrumpido de las 10 am a 6 pm.

### **6.5. Base Filosófica**

Hace referencia a principios, valores, aspiraciones y prioridades fundamentales que se emplean en la microempresa, sirven para orientar la administración de la compañía y comprometer a aquellos que deberán tomar decisiones estratégicas en la organización.

#### **6.5.1. Misión.**

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con productos de excelente calidad, exclusivos diseños y modelos, elaborados a base de telas e hilos finos, que sirva como una prenda de vestir única para la mujer indígena.

### **6.5.2. Visión.**

Dentro de 5 cinco años “**Blanky Sol**” logrará ser una microempresa líder en el mercado que se ajusta a las variaciones en los gustos y preferencias de nuestros clientes, brindando productos de alta calidad y precios competitivos.

### **6.5.3. Principios y Valores.**

#### **6.5.3.1. Principios**

Son componentes éticos que permitirán la toma de decisiones dentro de la organización fundamentada en los siguientes principios:

- **Trabajo en equipo.**

Será necesario e importante estructurar el trabajo en equipo como una herramienta básica para que los procesos tengan mínimos de errores y permita una mayor eficiencia de los recursos invertidos sobre los resultados obtenidos.

- **Compromiso.**

Estar conscientes de la obligación contraída al aceptar el cargo, no solo con la empresa sino con la sociedad a la cual prestamos nuestros servicios.

- **Calidad.**

Cada uno de los miembros de la microempresa debe realizar su trabajo eficientemente para satisfacer las necesidades de los clientes.

- **Competitividad.**

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

### **6.5.3.2. Valores**

Las actitudes morales que permiten trabajar con responsabilidad ética y social para el cumplimiento de las labores institucionales son los siguientes:

- **Honestidad y transparencia**

La microempresa Fomentara la integridad del talento humano, mismo que actúa con ética, honestidad y transparencia en cada uno de sus actos para con la sociedad, clientes, organismos legales y estatales.

- **Puntualidad**

Dar el ejemplo al personal con el inicio de las actividades planificadas a la hora y fecha determinadas para incentivarlos y darle la importancia que amerita este valor.

- **Responsabilidad**

El personal cumplirá con puntualidad las actividades encomendadas para cada funcionario y los objetivos planteados por la microempresa.

### **6.5.4. Objetivos de la Microempresa**

#### **6.5.4.1. Objetivo General**

Captar buena participación en el mercado interno a través de ventas directas que permita generar alta rentabilidad y mantener un excelente recurso humano altamente competitivo.

#### **6.5.4.2. Objetivos Específicos**

- Lograr la clientela tanto externa como interna sienta su importancia dentro de la microempresa.

- Alcanzar las ventas mensuales propuestas para generar rentabilidad.
- Obtener un gran posicionamiento en el mercado mediante campañas publicitarias.
- Generar y mantener estrategias innovadoras que nos permitan alcanzar nuestras metas y objetivos propuestos.

#### **6.5.5. Políticas de La Empresa**

Las políticas son una guía para el desenvolvimiento diario de las actividades.

- Tomar decisiones democráticamente.
- Establecer horarios de trabajo y sanciones por Incumplirlos.
- Delegar responsables para cada actividad.
- Organizar el trabajo, mediante la realización de un Cronograma.
- Determinar un día en la semana para reuniones de Evaluación.
- Asegurar condiciones laborales dignas y saludables
- Comercializar productos de calidad.
- Mantener relaciones de trabajo y firmar contratos con los trabajadores

#### **6.6. La Organización.**

La estructura orgánica de la Empresa “**Blanky Sol**” está determinada por las funciones y operaciones específicas para operar en forma organizada, aprovechando en forma eficiente los recursos de la organización.

El organigrama determina los procesos y funciones de:

- Gerente General
- Secretaria
- Contadora
- Costureras

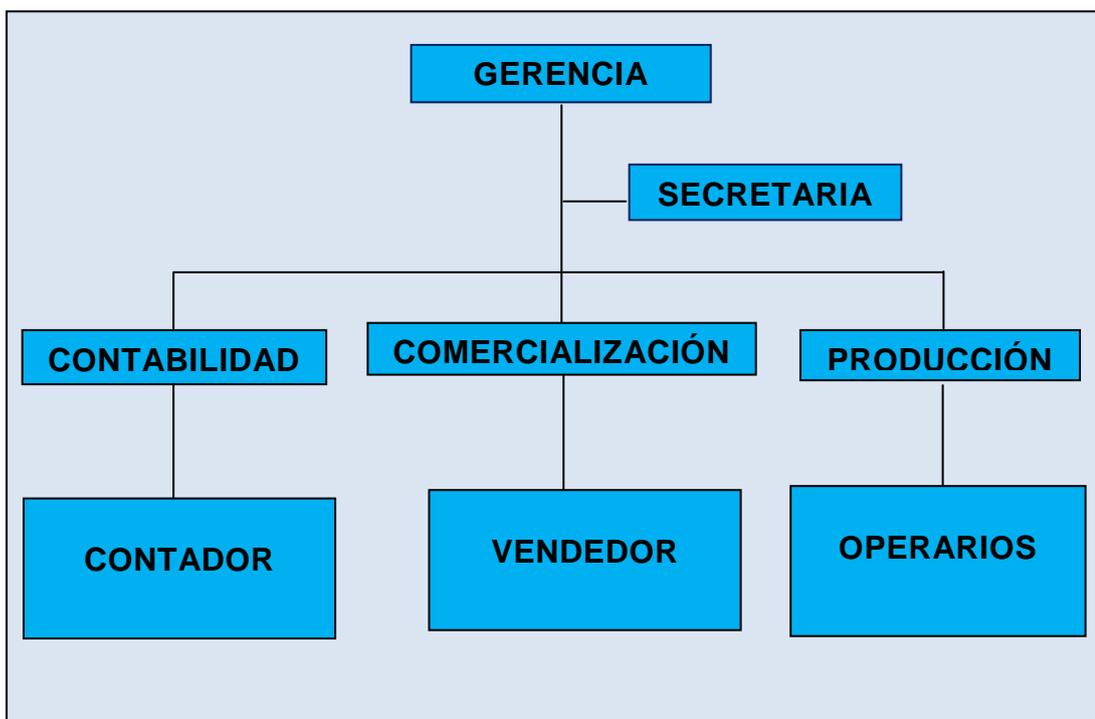
Los procesos y sub-procesos de cada unidad funcional del organigrama, considera las diferentes actividades de acuerdo al nivel jerárquico con sus respectivas actividades de cada uno de éstos.

Este tipo de organización está enfocado para facilitar la comunicación en dos vías en toda la empresa y proporcionar una estructura adecuada para tomar decisiones y jerarquizar los diferentes procesos de producción y administración de la empresa.

Este organigrama tiene como finalidad convertir la misión y visión en realidad y alcanzar las metas propuestas consideradas en el análisis de mercado y en la ingeniería del proyecto.

#### **6.6.1. Organización Estructural.**

**Grafico N°. 18**  
**Organigrama Estructural Microempresa “Blanky Sol”**



Fuente: Investigación propia:

Elaboración por: La Autora

## **6.7. Manual de Funciones**

### **6.7.1. Lineamientos generales para el manual de funciones.**

Para el desarrollo operacional de “**Blanky Sol**” en su etapa inicial requerirá de un mínimo personal administrativo y operativo para su normal funcionamiento.

La descripción de puestos congrega las funciones por semejanza, creando puestos por actividades establecidas en el organigrama de la microempresa.

La delineación del perfil debe contener preparación académica, características físicas, habilidades técnicas y mentales.

A continuación se detalla la descripción de puestos y funciones que tienen bajo su responsabilidad cada uno de los miembros de esta organización.

### 6.7.1.1. Área Administrativa

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: GERENTE GENERAL</b>
<p><b>Finalidad del Cargo:</b></p> <p>Establecer un liderazgo de manera que controle y evalúe las actividades de trabajo de manera que mantenga la imagen empresarial.</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de “<b>Blanky Sol</b>”</li><li>• Desarrollar y ejecutar planes y programas para alcanzar los objetivos organizacionales.</li><li>• Dirigir y coordinar las actividades de la microempresa.</li><li>• Programar y administrar los recursos económicos.</li><li>• Evaluar y analizar los resultados operacionales, administrativos y financieros de la microempresa.</li></ul>
<p><b>Requerimientos:</b></p> <p><b><u>Educación</u></b></p> <p>Superior Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría CPA, Administración de Empresas o afines.</p> <p><b><u>Conocimientos</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• De Contabilidad, Administración, ventas, marketing, software contable.</li><li>• Experiencia de 2 años en cargos similares.</li></ul> <p><b><u>Habilidades</u></b></p>

- Administración, control y orden.
- Manejo eficiente de talento humano.
- Relaciones interpersonales.
- Actitud negociadora.

### **Características**

- Honestidad
- Ética profesional
- Innovador
- Creativo

## **IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:CONTADORA**

### **Finalidad del Cargo:**

Mantener la información actualizada sobre el estado financiero y presupuestario de la microempresa facilitando así la gestión comercial.

### **Funciones:**

- Realizar actividades del manejo contable de la microempresa como:
- Elaborar variaciones presupuestarias.
- Archivos de contabilidad.
- Procesar información para elaborar los reportes fiscales.
- Entregar mensualmente estados financieros para la toma oportuna de decisiones.

### **Requerimientos:**

#### **Educación**

Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA

#### **Conocimientos**

- Software contable, Ley Tributaria, Ley Laboral, computación.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.

#### **Habilidades**

- Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.

- Manejo transparente de sus funciones.
- Facilidad para representar a la empresa en los asuntos concernientes al cargo.

### **Características**

- Cooperación y creatividad.
- Iniciativa
- Buena presencia.
- Honestidad y ética profesional.

## **IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: SECRETARIA**

### **Finalidad del Cargo:**

- Elaborar las formas y documentos correspondientes al giro de la empresa
- Apoyo a la gerencia y atención al cliente.

### **Funciones:**

- Coordinar la agenda, reuniones, citas y atender llamadas telefónicas.
- Recibir y despachar comunicaciones, circulares, memorandos.
- Manejar y archivar la documentación.
- Comunicación directa y clara del servicio con clientes.
- Responsable de equipos y suministros de oficina.

### **Requerimientos:**

#### **Educación**

Superior Licenciada en Secretariado Ejecutivo.

#### **Conocimientos**

- Manejo de archivos, computación, internet.
- Experiencia de 2 años en cargos similares.

#### **Habilidades**

- Amplios conocimientos técnicos de acuerdo al puesto.

- Facilidad para establecer contactos.

### **Características**

- Cooperación y creatividad.
- Iniciativa.
- Buena presencia.
- Honestidad y ética profesional.

#### 6.1.1.1. Área Operativa

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: OPERARIOS</b>
<p><b>Finalidad del Cargo:</b></p> <p>Diseñar modelos, bordar y confeccionar prendas únicas de calidad para la máxima satisfacción de los consumidores.</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Realizar el trazado de cada uno de los modelos de prendas.</li><li>• Desarrollar el corte de diseños.</li><li>• Coordinar el suministro de materias primas.</li><li>• Realizar el armado de las piezas de las diferentes prendas.</li><li>• Operar los equipos necesarios para la confección y bordado.</li><li>• Las demás que sean asignadas por el jefe inmediato.</li></ul>
<p><b>Requerimientos:</b></p> <p><b><u>Educación</u></b></p> <p>Maestras de taller en Corte Confección y Bordado</p> <p><b><u>Conocimientos</u></b></p> <p>Experiencia de 2 años en cargos similares.</p> <p><b><u>Habilidades</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Amplios conocimientos en trazos.</li><li>• Facilidad de trazar de acuerdo a patrones.</li></ul>

- Amplios conocimientos en la confección de prendas de vestir.
- Facilidad para el manejo de máquinas de coser.
- Facilidad para bordar diferentes diseños.
- Habilidad para combinar diferentes colores y matices.

### **Características**

- Cooperación y creatividad.
- Iniciativa.
- Honestidad.

## **IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: VENDEDOR**

### **Finalidad del Cargo:**

Atención al cliente.

### **Funciones:**

- Velar por la presentación del local de venta.
- Ofertar el producto al cliente.
- Comunicación con el departamento de producción.
- Buscar contactos para la comercialización del producto.
- Las demás que sean asignadas por el jefe inmediato

### **Requerimientos:**

#### **Conocimientos**

Experiencia en ventas.

#### **Habilidades**

- Tener la capacidad de convencimiento en la oferta de mercadería.
- Buenas relaciones humanas

#### **Características**

- Creatividad.
- Iniciativa.

## **6.8. Requisitos legales para su funcionamiento**

### **6.8.1. El registro único de contribuyentes (RUC)**

Una persona natural debe reunir los siguientes requisitos para su inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC):

- Copia del estatuto de creación de inscripción correspondiente a la Ley de creación o Acuerdo Ministerial según corresponda.
- Fotocopia de la Cédula de Identidad del Representante legal.
- Original y copia del Certificado de Votación.
- Fotocopia que certifique la dirección del establecimiento donde se desarrolla la actividad económica, recibo de luz, agua o teléfono.

### **6.8.2. Permiso de funcionamiento (Patente Municipal)**

Al ser la patente de funcionamiento un título de crédito significa que su valor no es constante siempre habrá verificaciones de cambios en la estructura de la microempresa lo que variará su valor.

#### **Requisitos:**

- Balance de Iniciación
- Copia del RUC

### **6.8.3. Permiso de los bomberos**

Los requisitos para adquirir el permiso de los bomberos son los siguientes:

- Copia de RUC
- Copia de cedula y papeleta de votación.
- Póliza de Seguros
- Copia del Impuesto Predial del dueño del Inmueble

Luego, el personal de los Bomberos realizara una verificación de las instalaciones y ver si las condiciones del local cumplen con todo lo requerido estos son:

- Instalaciones eléctricas sean entubadas o encanaletadas.
- Ventilación del área adecuada.
- Disponer de extintores manuales.
- Lámparas de iluminación de energía automáticas.
- Detectores de humo y calor.
- Placas señaléticas.
- Inexista material de fácil combustión.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. IMPACTOS**

#### **7.1. Antecedentes**

Ecuador ha sido tradicional e históricamente conocido por una importante actividad textil, que ha dado a la población por varias generaciones más efectos positivos que negativos. No obstante, hay que reconocer que la actividad fabril si tiene efectos adversos, situación que necesariamente deberá ser tomada en cuenta en el presente proyecto en la fase de implementación, para lo cual se ha elaborado una matriz conformada por un eje vertical y otro horizontal. En el primer eje se registrará un grupo de contextos que nos facilitará el análisis de los respectivos impactos, en el segundo eje se registrará el nivel de impacto asignado a cada una de las áreas, establecido de acuerdo al criterio del autor.

#### **7.2. Operatividad de análisis de impactos**

Para la mejor interpretación y apreciación de los impactos que el proyecto tenga sobre el medio en el que se va ejecutar, se hará uso de una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis.

La evaluación de impactos se realizó en función de las actividades realizadas y de los resultados previstos en el proyecto de creación de una microempresa para la producción y comercialización de blusas Bordadas para las mujeres indígenas del Cantón Cotacachi.

Determinados los impactos a evaluar se ejecutan los cálculos respectivos para identificar el nivel de impacto, con las escalas de puntuación para luego analizar los diferentes impactos, mediante la aplicación de una matriz, haciendo referencia a lo socio-económico, cultural, comercial,

empresarial, educativo y ambiental, estableciendo al final una matriz general a fin de determinar, si el proyecto es aceptable.

En la matriz se señala una valoración de niveles de impactos de -3 a 3, que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

**Cuadro N°. 63**  
**Niveles de Impactos**

<b>NIVEL</b>	<b>IMPACTO</b>
3	Impacto positivo alto
2	Impacto positivo medio
1	Impacto positivo bajo
0	No hay impacto
-1	Impacto negativo bajo
-2	Impacto negativo medio
-3	Impacto negativo alto

Elaborado por: La Autora

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

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^{\circ} \text{ De Indicadores}}$$

### 7.3. Impacto Socio Económico.

**Cuadro N°. 64  
Matriz de Impacto Socio-Económico**

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>									<b>TOTAL</b>
<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>		
Generación de empleo							X		3
Incentivo al consumo							X		3
Mejoramiento calidad de vida							X		3
Rentabilidad						X			2
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>9</b>		<b>Σ 11</b>

**Impacto Socio Económico = 11 / 4 = 2,75 = 3**

#### **IMPACTO POSITIVO ALTO**

Este proyecto según la matriz generara un impacto Socio-económico de 2,75 que corresponde a un **impacto positivo alto**, lo que fundamenta la creación del proyecto ya que tiene una incidencia económica de vital importancia para la sociedad, con la generación de fuentes de trabajo, los ingresos que perciben las personas ayudarán a tener una estabilidad económica mejor que les suministrará a todos los integrantes de la familia especialmente para los pobladores del Cantón Cotacachi, donde se ubicará la microempresa.

**Generación de empleo.-** Mi proyecto generara empleo directo permanente y sostenible en el tiempo, especialmente en el área textil, transformación de materia prima y mercadeo tanto interno como externo.

**Incentivo al consumo.-** En los tiempos actuales dejó de ser necesario posponer para más adelante los deseos o necesidades, pues mediante un préstamo, un crédito o un simple aplazamiento o fraccionamiento de los pagos fue posible concretar la demanda. A cuenta del endeudamiento la gente pudo disfrutar de ciertas mejoras en su nivel de vida. Por supuesto, todo ha sido parte del proceso de desarrollo que ha experimentado la economía y la sociedad en su conjunto.

**Mejoramiento de la calidad de vida.-** La calidad de vida influye mucho en nuestra vida ya que si tenemos buenos hábitos tendremos una muy buena salud y además de que nuestra vida será mejor.

Para conseguir este estilo de vida es necesario tener en cuenta la salud de modo integral, ya que así se gozará de una existencia más plena y además brindarán una mejor calidad a nuestro existir.

**Rentabilidad.-** La rentabilidad no es otra cosa que "el resultado del proceso productivo". Si este resultado es positivo, la empresa gana dinero (utilidad) y ha cumplido su objetivo. Si este resultado es negativo, el producto en cuestión está dando pérdida por lo que es necesario revisar las estrategias y en caso de que no se pueda implementar ningún correctivo, el producto debe ser discontinuado.

#### 7.4. Impacto Cultural.

**Cuadro N°. 65  
Matriz de Impacto Cultural**

<b>NIVEL DE IMPACTOS</b>								
<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Generación de conocimientos							X	<b>3</b>
Buen vestir							X	<b>3</b>
Manejo Administrativo de los recursos						X		<b>2</b>
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>	<b>Σ 8</b>

Elaborado por: La Autora

$$\text{Impacto Educativo Cultural} = 8 / 3 = 2,67 \approx 3$$

#### **IMPACTO POSITIVO ALTO**

La confección en cuanto a sus diseños, calidad y colores ayudan a satisfacer los gustos del buen vestir de las personas, siendo un bien catalogado como básico o fundamental; de igual manera el buen vestir contribuye a mejorar las condiciones de vida.

Con la creación de la microempresa la propietaria y sus operarias que son gente de la misma zona podrán forjar nuevas expectativas de producción y de trabajo, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos y obtener experiencia laboral.

El personal recibirá continuas capacitaciones tanto en el aspecto técnico operativo como el manejo adecuado de los implementos, máquinas, herramientas y la tela como principal materia prima a utilizar.

**Generación de conocimientos.-** Se explican las fases de los procesos de invención, investigación científica y del ciclo de vida de un proyecto, para ello se presentan algunas de las metodologías y técnicas existentes

para conseguir unos procesos de creación, investigación, planificación y ejecución más eficaces y eficientes.

**Buen vestir.-** El buen gusto se puede definir como la sencillez y adecuación equilibrada de las prendas de vestir apropiadas para determinadas ocasiones. Por el contrario, el mal gusto en el vestir se identifica como las combinaciones de colores poco adecuados, los conjuntos en los que se mezcla estilos deportivos y de vestir de forma poco armoniosa, las prendas muy ajustadas (como si se tratara de una talla menos de la que usas habitualmente) y el excesivo uso de accesorios y maquillaje.

**Manejo administrativo de los recursos.-** Se elaboraran instrumentos para el mejoramiento de las actividades administrativas, con Acciones de Control implementadas en el Área Contable para ello pide a la Administración que revise, revoque o reforme una resolución administrativa, o excepcionalmente un trámite, dentro de unos determinados lapsos y siguiendo unas formalidades establecidas y pertinentes al caso.

## 7.5. Impacto Comercial.

**Cuadro N°. 66  
Matriz de Impacto Comercial**

<b>NIVEL DE IMPACTOS</b>								
<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Estrategias de mercado						2		3
Enfrentar la competencia							X	3
Satisfacción de necesidades						X		2
Experiencia y capacitación						X		
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>Σ 9</b>

Elaborado por: La Autora

$$\text{Impacto Comercial} = 9 / 4 = 2,25 \approx 2$$

### IMPACTO POSITIVO MEDIO

**Estrategias de mercado.-** Se implementara una o más estrategias de mercado con la finalidad de lograr los objetivos que la empresa o unidad de negocios se ha propuesto alcanzar en su mercado meta, teniendo en cuenta, las diversas estrategias y metas de mercado que han sido planteadas.

**Enfrentar la competencia.-** Hoy en día el principal problema de toda empresa es la competencia; aquellas empresas que iniciaron con poca competencia, ahora se ven amenazas, por lo que se ve la necesidad de considerar algunas de las formas para contrarrestar:

- Analizar competidores.
- Reducir precios.

- Diferenciarse de la competencia.
- Innovar.
- Servicio al cliente adecuado.
- Aprovechar nuestras ventajas competitivas.

**Satisfacción de las necesidades.-** Por satisfacción del cliente se entiende el conocimiento que la empresa tiene de los clientes, sus sistemas de servicio, su capacidad de respuesta y su aptitud para satisfacer los requerimientos y las expectativas del cliente. Se examinan los niveles actuales y las tendencias futuras al respecto, es la percepción que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.

**Experiencia y capacitación.-** El avance de las nuevas tecnologías en el sector textil, el dinamismo en el flujo de la información, el interés por la adquisición de conocimientos, el acceso al intercambio entre diferentes culturas, la indagación sobre experiencias educativas significantes, la posibilidad de la retroalimentación dentro de una comunidad virtual me pone en una postura abierta hacia una educación comprometida.

## 7.6. Impacto Empresarial

**Cuadro N°. 67**  
**Matriz de Impacto Empresarial**

INDICADORES \ NIVEL DE IMPACTOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
	Ubicación de la empresa							X
Mejoras vías de comunicación							X	3
Gestión administrativa							X	3
Productividad y calidad						X		2
<b>TOTAL</b>						2	9	$\Sigma$ 9

Elaboración por: La Autora

$$\text{Impacto Empresarial} = 11 / 4 = 2,75 \approx 3$$

### IMPACTO POSITIVO MEDIO.

**Ubicación de Empresa.-** La ubicación de la microempresa es muy importante pretende cubrir la demanda insatisfecha local del producto, ya que la microempresa estará ubicada en un sitio estratégico o debe decidirse casualmente o solo con base en preferencias personales. Hacerlo así es jugar con fuego, las corporaciones importantes están conscientes de ello. En ocasiones les toma varios años evaluar los pros y contras de una ubicación cuando quieren reubicar o expandir sus instalaciones.

**Mejoras de las vías de comunicación.-** Las vías de comunicación son de vital importancia para el desarrollo económico del país, su labor posibilita trasladar todo tipo de mercancías, pertenencias, materias primas y productos elaborados, así como el traslado de personas.

Afortunadamente en nuestro cantón estrenamos una excelente vía de entrada y salida hacia los diferentes destinos.

**Gestión Administrativa.-** Para satisfacer al máximo las necesidades de los consumidores será necesario contar con personal capacitado y experimentado, con el fin de administrar todos los recursos de la microempresa, la acción administrativa está dirigida a definir, alcanzar y evaluar sus propósitos con el adecuado uso de los recursos disponibles.

**Productividad y calidad.-** El trabajo se garantizará con un sistema basado en cualidades, atributos y propiedades de una persona, objeto u organismo que satisfagan las necesidades del cliente a través del cumplimiento de los requisitos establecidos.

## 7.7. Impacto Educativo

**Cuadro N°. 68  
Matriz de Impacto Educativo**

<b>NIVEL DE IMPACTOS</b>								
<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Generación de conocimientos						X		<b>2</b>
Transferencia de tecnología							X	<b>3</b>
Mejoramiento de los niveles de conocimiento						X		<b>2</b>
Aplicación de conocimientos						X		<b>2</b>
<b>TOTAL</b>						<b>6</b>	<b>3</b>	<b>Σ 9</b>

Elaboración por: La Autora

$$\text{Impacto Educativo} = 9 / 4 = 2,25 \approx 2$$

### IMPACTO POSITIVO MEDIO.

**Generación de conocimientos.-** Otro propósito de la micro-empresa será generar un conocimiento que le permita dar explicaciones a todo lo que existe a su alrededor para reducir su incertidumbre y dar significado a su vida, y brindar una educación para generar oportunidades de negocios.

**Transferencia de tecnología.-** Para una Empresa la tecnología constituye uno de los pilares fundamentales sobre los que se apoya su rentabilidad y su crecimiento. Uno de los principios básicos de las bases generales del Perfeccionamiento Empresarial se expresa claramente, que el mismo deberá conducir a que la innovación tecnológica y la actividad de gestión tecnológica, a él asociadas, deben convertirse en elementos esenciales para la dirección de las empresas, por lo que la innovación tecnológica debe estar presente, como elemento básico, en el diseño de la estrategia y en las acciones que de ellas se deriven.

**Mejoramiento de los niveles de conocimiento.-** A menudo nuevas estrategias son lanzadas a los empleados sin ayudarlos después a fijar nuevas prioridades personales y de trabajo. Para cerrar la brecha en esta alineación los líderes frecuentemente utilizan un antiguo remedio: enviar a sus empleados a eventos de capacitación y de esta manera mejorar los niveles de conocimientos.

**Aplicación de conocimientos.-** Con el propósito de mover una organización para la capacitación moderna, que busque el Modelo de Mejoramiento del Desempeño Humano para crear resultados de negocio más consistentes, sustentables y de fácil transmisión, el mismo que mediante la aplicación de conocimientos se transformen su aprendizaje de un evento aislado a un sistema moderno, así crearán mejoras perdurables en el desempeño.

## 7.8. Impacto Ambiental

**Cuadro N°. 69  
Matriz de Impacto Ambiental**

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>								
<b>INDICADORES</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
Alteración del suelo				X				<b>0</b>
Ruido impacto sobre los trabajadores			X					<b>-1</b>
Impacto sobre el agua				X				<b>0</b>
Contaminación del aire				X				<b>0</b>
Materiales de desecho			X					<b>-1</b>
<b>TOTAL</b>			<b>-2</b>	<b>0</b>				<b>Σ -2</b>

Elaboración por: La Autora

**Impacto Ambiental =  $-2 / 5 = -0,4 \approx 0$**

### NO HAY IMPACTO

La operación de la microempresa de confecciones, provocará importantes alteraciones sobre el vestir de las personas, mejorando sus condiciones de vida. Las máquinas que la microempresa va a utilizar, por ser eléctricas, emiten sonidos moderados que son tolerables por los seres humanos. Para los vecinos de la planta no tiene ningún efecto dañino ya que no genera desperdicios químicos.

La planta hace uso de energía eléctrica, por lo tanto si daña la atmósfera, por lo que el proyecto enviará materiales de desecho a través del servicio de recolección municipal de basura, evitando dañar el ambiente.

**Alteración del suelo.-** Supone la desaparición de la cubierta vegetal que cubre la tierra, desaparece como consecuencia de la quema y la tala indiscriminada de árboles realizados para obtener suelo agrícola. En este

caso será nulo por la ubicación, en pleno centro urbano del Cantón Cotacachi.

**Ruido impacto sobre los trabajadores.-** Establecerá la obligatoriedad de contemplar en la evaluación de riesgos laborales del puesto de trabajo la exposición a ruido, así como los criterios fundamentales para la adopción de medidas preventivas encaminadas a evitar o reducir dicha exposición.

**Impacto sobre el agua.-** La relación con el agua en la ejecución de la empresa, será de servicios básicos por las personas que laborarán de una forma de percibir y no desperdiciar el agua como don de la naturaleza, como un recurso natural casi no renovable.

**Contaminación del aire.-** La contaminación del aire puede causar trastornos tales como ardor en los ojos y en la nariz, irritación y picazón de la garganta y problemas respiratorios. En determinado nivel de seguridad mediante la utilización de materiales de protección, y sobre contaminación al exterior es casi nula por lo que es material a utilizarse no emana materiales tóxicos inhalables.

**Materiales de desecho.-** Reutilizar materiales de desecho es una forma fantástica de economizar en el presupuesto destinado al arte y las manualidades. También es una buena forma de proteger el medio ambiente al reutilizar objetos que de otra manera acabarían en el cubo de la basura. Con un poco de creatividad y de habilidad para ver los objetos no como lo que son, sino como lo que podrían ser, hacer manualidades con materiales reciclados puede ser una rentable y gratificante experiencia con el potencial de conseguir sorprendentes resultados.

## 7.9. Impacto general de proyecto

**Cuadro N°. 70**  
**Impacto General**

<b>NIVEL DE IMPACTO</b>							
<b>AMBITO</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Socio Econmico</b>							X
<b>Cultural</b>							X
<b>Comercial</b>						X	
<b>Empresarial</b>							X
<b>Educativo</b>						X	
<b>Ambiental</b>				X			
<b>TOTAL</b>				0		6	9
							<b>Σ 15</b>

Elaboración por: La Autora

$$\text{Nivel General} = 15 / 6 = 2,5 \approx 3$$

### **IMPACTO POSITIVO ALTO**

El análisis de impactos que tendrá el proyecto es valorado con 3 puntos como promedio en la matriz general, el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de blusas bordadas para la mujer indígena, tendrá un Impacto Positivo Alto; por lo que, se plantea la expectativa de implantar la propuesta, misma que beneficiará directamente a la sociedad productora y consumidora, a las artesanas de la localidad y la población indígena – mestiza, por cuanto las operaciones de la empresa dinamizarán la actividad productiva local y provincial. Un impacto positivo importante es la generación de nuevas fuentes de empleo y de ingresos para las involucradas en el proyecto.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### CONCLUSIONES:

- El diagnóstico situacional entregó importante información la cual permitió identificar condiciones óptimas para la implementación de la microempresa de producción de blusas bordadas de la mujer indígena, destacando importantes aliados los cuales permitirán la creación y desarrollo de la microempresa, generando de esta manera recursos económicos y mejorando el estilo de vida.
- Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto realizado.
- El estudio de mercado permitió hacer un análisis preliminar de los potenciales nichos de mercado de destino, y en base a estos direccionar la producción en el sentido correcto, lo que posibilita emprender un proceso de producción y comercialización de blusas bordadas a máquina, a través de la implementación de la microempresa
- Del estudio técnico realizado se desprende que existen las condiciones físicas, recursos económicos, recursos tecnológicos y talento humano como para lograr una eficiente actividad de producción.
- En base a la evaluación financiera del proyecto, se concluye que es factible financiarlo, debido a que presenta un VAN positivo de \$ **11.072,87**, la TIR se ubica en el 31,81% mayor que el TRM, el índice de costo/beneficio se ubica en 1,14, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar rentabilidad, con un tiempo de recuperación de la inversión aproximadamente de 3 años, dos meses y 17 días; todo esto refleja condiciones reales de factibilidad del proyecto.

- Según los fines y objetivos de la empresa a instalarse, se desprenden todos los aspectos administrativos estratégicos, augurando el éxito organizacional y funcional de la empresa.

## **RECOMENDACIONES:**

- Conforme a los resultados del estudio es necesario crear y fortalecer una microempresa legalmente constituida a fin de que enfrente los mercados actuales, que demandan de comercialización de productos innovadores y ante todo con calidad en la producción.
- El marco legal nacional y supranacional tiene muchas bondades para las microempresas, cumpliendo así los objetivos de desarrollar y fomentar esta actividad, por lo cual es prudente que haya un control gubernamental serio y responsable para establecer claramente quienes pueden ser considerados como pequeños o grandes empresarios con la finalidad de que exista una competencia con igualdad de condiciones
- Las microempresas deben incursionar en el desarrollo de productos menos específicos y de mayor valor comercial pero que aborden el mismo mercado de forma que se amplíen las ventas y se mejoren los márgenes de rentabilidad del proyecto.
- Para el éxito del presente proyecto se estima conveniente que las instituciones financieras presten facilidades de financiamiento, con el fin de garantizar los niveles de producción propuestos.
- La actividad productiva propuesta garantiza un importante flujo de ingresos y utilidades, por lo cual se recomienda reinvertir las utilidades generadas en la adquisición e innovación de materiales y equipos útiles para el desarrollo y ampliación futura del proyecto.

## BIBLIOGRAFIA Y LINKOGRAFIA

- wikipedia. (25 de Enero de 2014). Recuperado el 29 de Enero de 2014, de [http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A1quina\\_de\\_coser](http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A1quina_de_coser)
- BACA Gabriel. (2010). Evaluación de Proyectos. Mexico: Sexta Edición.
- BRAVO, V. M. (2011). Contabilidad General 10 edición. Escobar.
- CALLEJA BERNAL Javier, F. (2011). Contabilidad 1. Mexico: Pearson Educacion mexico, S.A de C.V.
- CANTOS, E. (2008). Edcacion Y Comunicacion. Quito-Ecuador: CODEU.
- CHIAVENATO, I. (2004). Administracion, Proceso Administrativo, Tercera Edición. Mc. Graw Hil.
- CHILQUINGA, J. (2008). Costos. Norma.
- ESTUPIÑAN G Rodrigo. (2008). Estados Financieros Basicos bajo NIC/ NIIF. Colombia: Ecoe Ediciones,.
- GRECO, O. (2000). Dicionario Contabe. Bueno Aires: Valletta.
- KOONTZ, H., & WEHRICH, H. (2004). Elementos de Administracion Quinta Edición. Mc.Graw Hill.
- LEMA MARISOL. (2013). Scribd. Recuperado el 15 de 09 de 2013, de <http://es.scribd.com/doc/9827387/Vestimenta-Del-Pueblo-Kichwa-Otaval>
- LEXUS. (2013). Manual de Contabilidad y Costos. Barcelona España: Lexus Segunda edición.

- MANTILLA B Samuel, A. (2013). Estandares/ Normas Internacionales de Informacion Financiera (IFRS/NIIF). Bogota, Colombia: ECOE, Cuarta Edición.
- MONTEROS, Edgar. (2005). Manual de Gestion Empresarial. Ibarra-Ecuador: Universitaria.
- ORTEGA Alfonso. (2010).
- POLIMENI, R. (2007). Contabilidad de Costos.
- Portal Educativo. (s.f.). Recuperado el 28 de septiembre de 2013, de <http://www.tiposde.org/cotidianos/656-tipos-de-maquinas-de-coser/>
- SARMIENTO Ruben. (2010). Contabilidad Costos. Quito - Ecuador: Andinos.
- SARMIENTO, R. (2004). Contabilidad General. Colombia: Mc Graw Hill.
- ZAPATA Sanchez, P. (s.f.). Contabilidad General. Bogota- Colombia: Mc Graw Hill.

# **ANEXOS**

## ANEXO A: ENCUESTA POSIBLES COSUMIDORES

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES POTENCIALES DE BLUSAS BORDADAS

#### A. Instrucciones:

- Lea detenidamente cada pregunta antes de contestarla.
- Marque una sola "X" en el paréntesis según corresponda su respuesta.

#### B. Cuestionario:

##### 1. ¿En qué lugar compra usted sus blusas bordadas?

- Almacenes
- Ferias
- Directamente al productor

##### 2. ¿Qué tipo de blusas prefiere comprar?

- Modelos normales
- Cuello en v
- Cuello en concha
- Otros

##### 3. ¿En qué tipo de tela prefiere su blusa bordada?

- Dacron
- Semi dacron
- Seda

##### 4. ¿Dónde Adquiere sus Blusas Bordadas?

- Otavallo
- Cotacachi
- Otros

5. **¿Compraría usted nuestro producto elaborado en nuestro cantón?**

Si

No

6. **¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por una blusa bordada?**

32 a 40 dólares

40 a 50 dólares

50 a 60 dólares

7. **¿Prefiere las blusas bordadas a?**

Mano

Maquina

8. **¿Cuántas unidades estaría dispuesto a comprar anualmente**

Menos de tres

De 4 a 6

Más de 6

9. **¿Los precios de las blusas que usted adquiere son?**

Bajos

Medios

Altos

10. **¿Cree usted que la creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de blusas bordadas es conveniente?**

Si

No

ENCUESTADOR(A): \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

**ANEXO B: ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES O DUEÑOS DE  
LOS PUNTOS DE VENTA.**

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**

**ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES O DUEÑOS DE LOS  
PUNTOS DE VENTA DE BLUSAS BORDADAS, DE LA MUJER  
INDIGENA EN CANTÓN COTACACHI**

**A. Preguntas:**

**1. ¿Hace qué tiempo lleva dedicada a esta actividad?**

**Respuesta:** más o menos unos cinco a seis años

**2. ¿Para elaborar sus las blusas que tipo de material utiliza?**

En la mayoría de blusas se utiliza tela semi dacron, encaje semi dacron e hilos de seda.

**3. ¿Cuántas blusas fabrica diariamente?**

**Respuesta:** Como utilizamos maquina manuales y apenas una maquinas computarizada casera solo se puede hacer 2 o de vez en cuando hasta 3 blusas diarias.

**4. ¿Cómo define los precios a las blusas? Y porque son más caras que las de Otavalo.**

**Respuesta:** Los precios se los define de acuerdo al diseño del bordado y del tiempo en que se demora en realizarlas. Y los precios son más altos por que los diseños son únicos. Ya que el Otavalo se repite en todos lados los mismos.

**5. ¿Qué meses del año es cuando más demanda hay de sus productos?**

**Respuesta:** Los meses de mayor demanda son entre marzo, abril, junio, noviembre y diciembre. Porque son los meses en que hay feriado y a toda la gente indígena le gusta estrenar en las fiestas.

**6. ¿De lunes a viernes cuantos visitantes en promedio visitan su local?**

**Respuesta.-** el promedio de visitantes de lunes a viernes es de al menos unas 20 personas.

**7. ¿Los fines de semana es decir sábado y domingo cuantas ventas registra?**

**Respuesta:** los fines de semana se registran una venta de 4 a 5 ventas en los dos días.

**8. ¿En cuál de los feriados se registra un mayor número de ventas?**

**Respuesta:** cuando más se registra es en el feriado de san juan y san pedro.

**9. ¿Considera usted que la comercialización de las blusas bordadas es rentable?**

**Respuesta:** Aquí solo se lo lleva en una forma casera las cuentas así que no sabría decirle con exactitud pero si se gana en cada prenda.

**ENTREVISTADOR(A):** \_\_\_\_\_

**FECHA:** \_\_\_\_\_

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO C: PATENTE MUNICIPAL



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL  
DE SANTA ANA DE COTACACHI

DIRECCION FINANCIERA  
RENTAS MUNICIPALES



Nº 000134

### DECLARACION DE IMPUESTO DE PATENTE

Cotacachi, a 24 de Septiembre del 20 13

Señor:  
Director Financiero  
Municipio de Cotacachi  
Presente.-

De conformidad a lo dispuesto en el COOTAD y más normas legales que regulan el Impuesto de **Patentes Municipales** solicito extenderme una **PATENTE**, para lo cual presento la siguiente declaración.

Nombre o Representante legal: Blanca Soledad Maldonado  
Tipo de actividad económica: Producción y Comercialización de blusas  
Patrimonio:   
Dirección donde ejerce la actividad: Calle Bolívar y 10 de Agosto  
Fecha de inicio de la actividad: 25 - 09 - 13  
Número de Registro del Contribuyente: 100332008-0

Esta información es real y verdadera, sin embargo faculto al Municipio para que pueda verificar mi declaración y actuar conforme a la ley.

Atentamente,  
  
Firma del Solicitante  
C.I. 100332008-0

### Para trámite Interno

Valor Patente Anual USD: .....  
Valor Impuesto mensual de Patentes USD .....  
Valor Impuesto 1:5 por mil sobre el Capital en Giro: .....  
Observaciones: .....  
.....

Revisado por

Aprobado por:

**ANEXO D: PERMISO DE LOS BOMBEROS**



**CUERPO DE BOMBEROS COTACACHI**

DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

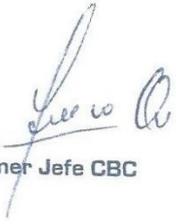
**PERMISO DE  
FUNCIONAMIENTO**

000002209

Nombre del local BLANKY SOL  
Gerente o Propietario Blanca Soledad Maldonado.T  
Cédula o RUC 1003320080001  
Actividad Producción y Comercialización de Blusas  
Costo USD 20,00

Este departamento en atención a la solicitud presentada y considerando que en este local se cumplen las disposiciones relacionadas a Defensa contra incendios, concede el presente **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO**.  
Válido por el año . 2013

Cotacachi, a 24 de Septiembre del 2013

  
Primer Jefe CBC



Aplicación Registro Oficial Nro. 99 del 9 de Junio del 2003  
Válido para ejercer actividades comerciales o industriales en Cotacachi.



**ANEXO F: BLUSAS TERMINADAS**







## ANEXO G: DISEÑOS DE BORDADOS PARA BLUSAS

MAZORCAS DE ORO  
KURI KASPA SARA KUNA



FLOR DE CHOCHO (2)  
TAWRI SISA



FLOR DE HABA  
HABAS SISA



HUAHUAS DE PAN DE TRIGO  
TRIGO WAWA TANTAKUNA



FLOR DE ZAMBO  
TZAMPU SISAKUKUNA



ACHOGCHA HEMBRA  
WARMI ACHOGCHA



AJÍ DE VERANO  
RRUPAI UCHU



AJÍ BOLÓN  
SACHA UCHU



ZAPALLITOS DORADOS  
KURI ZAPALLUWAKUNA



FLOR DE GRANADILLA  
GRANADILLA SISA



MORAS DE MONTE (1)  
URKU MORAS



AGUACATE DE MONTE (2)  
SACHA PALTA

