



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

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TRAJE KAYAMBI, EN LA COMUNIDAD DE PIJAL, PARROQUIA GONZÁLEZ SUÁREZ, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

AUTORA: ELSA BAUTISTA

ASESORA: DOCTORA SORAYA RHEA

Ibarra - 2015

RESUMEN EJECUTIVO

Pijal es una comunidad Kichwa Kayambi, perteneciente a la Parroquia González Suárez del cantón Otavalo, constituida con personería jurídica con acuerdo ministerial 1414 del año 1.950. La comunidad de Pijal es tradicionalmente artesanal y emprendedora, por lo que se sustenta la creación de la microempresa de producción y comercialización de traje kayambi. Del diagnóstico situacional se determina que el problema es la falta de emprendimientos en la parroquia González Suarez, específicamente en la comunidad de Pijal, por lo que no ha permitido un desarrollo sustentable económico en la comunidad. Del estudio de mercado se establece que la oferta de trajes kayambi es de 1.399 juegos (blusa y falda) para el año 2013. Del análisis de la demanda se determina que la demanda para el año 2012 es de 6.046 juegos de estos trajes. La demanda proyectada de trajes kayambi para el año 2013 es de 6.085 trajes. La participación del proyecto en el mercado es del 25.60% de la demanda insatisfecha lo que corresponde a 1.200 trajes kayambi anual. Del estudio técnico se establece que la mejor opción de localización de la microempresa es en la comunidad de Pijal, debido a sus características técnicas. De la ingeniería del proyecto se establece que la empresa, aplicará procesos de producción para elaborar trajes kayambi. Del Estudio Económico – Financiero se determina que el VAN positivo es de \$, 5.389, la TIR es del 16.50%, que supera al Costo de Oportunidad (12.47%) en 4.03%. El PRI es de 4 años, 9 meses y 2 días, el B/C de \$1.10 Del análisis de impactos se establece que la empresa generará impactos positivos con un nivel de impacto “medio” e impactos negativos de magnitud muy bajos

SUMMARY

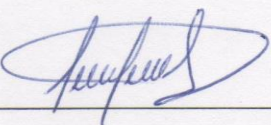
Pijal is a community Kichwa Kayambi, belonging to the Parish González Suárez of the canton Otavalo, constituted with artificial personería with ministerial agreement 1414 of the year 1.950. The community of Pijal is traditionally handmade and venturesome, for what is sustained the creation of the production microempresa and commercialization of suit kayambi. Of the I diagnose situational it is determined that the problem is the emprendimientos lack in the parish González Suarez, specifically in the community of Pijal, for what has not allowed an economic sustainable development in the community. Of the market study he/she settles down that the offer of suits kayambi is of 1.399 games (blouse and skirt) for the year 2013. Of the analysis of the demand it is determined that the demand for the year 2012 are of 6.046 games of these suits. The projected demand of suits kayambi for the year 2013 are of 6.085 suits. The participation of the project in the market is of 25.60% of the unsatisfied demand what corresponds to 1.200 suits annual kayambi. Of the technical study he/she settles down that the best option in localization of the microempresa is in the community of Pijal, due to its technical characteristics. Of the engineering of the project he/she settles down that the company, will apply production processes to elaborate suits kayambi. Of the Economic Study - Financial it is determined that the positive VAN \$5.389, the TIR is of 16.50% that overcomes at the Cost of Opportunity (12.47%) in 4.03%. The PRI is of 4 years, 9 months and 2 days, the B/C \$1.18. Of the analysis of impacts he/she settles down that the company will generate positive impacts with a level of half impact and very low negative impacts of magnitude.

AUTORÍA

Yo, **Elsa Bautista Toapanta** portadora de la cédula de ciudadanía N° 100112884-0, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría, y los resultados de la investigación realizada son de total responsabilidad de mi persona, además que no ha sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información que se incluye en este documento.

BOQUIA GONZALEZ SUAREZ,
PROVINCIA DE IMBABURA". Considero que el presente trabajo
requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación
ante el tribunal examinador que se designe.

Marzo del 2015



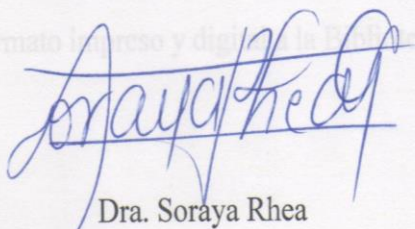
Elsa Bautista Toapanta

100112884-0

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de directora de trabajo de grado, presentado por la egresada Elsa Bautista Toapanta, para optar por el título de: **“INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TRAJE KAYAMBI EN LA COMUNIDAD DE PIJAL, PARROQUIA GONZALEZ SUAREZ, CANTON OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo de grado reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Marzo del 2015

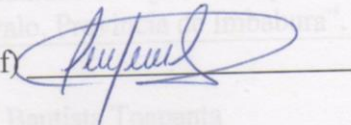


Dra. Soraya Rhea

DIRECTORA DE TESIS

**CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA
“UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”**

Yo, **Elsa Bautista Toapanta**, con cédula de ciudadanía N° 100112884-0, 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 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA de PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE TRAJE KAYAMBI EN LA COMUNIDAD DE PIJAL, PARROQUIA GONZALEZ SUAREZ, CANTON OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

f) 

AUTORA: Elsa Bautista

C.C.: 100112884-0

En la Ciudad de Ibarra, 21 de Mayo del 2015

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 CIUDADANÍA:	100112884-0		
APELLIDOS Y NOMBRES:	ELSA BAUTISTA TOAPANTA		
DIRECCIÓN	GONZALEZ SUAREZ, PIJAL ALTO CALLE PRINCIPAL.		
EMAIL:	elsabautista73@hotmail.es		
TELÉFONO FIJO	Xxxxxxxx	TELÉFONO MOVIL	0989999238

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Estudio de Factibilidad para la Creación de la Microempresa de Producción y Comercialización de Traje Kayambi en la Comunidad de Pijal, Parroquia González Suárez, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura”.
AUTORA:	Elsa Bautista Toapanta

FECHA: AAAA MM DD	21 /05/2015		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/>	PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA		
ASESOR / DIRECTOR	Dra. Soraya Rhea		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo **Elsa Bautista Toapanta**, con cédula de ciudadanía N° 100112884-0, en calidad de autor (ra) y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos 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

El (La) autor (a) 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 el (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.

En la ciudad de Ibarra, 21 de Mayo del 2015

LA AUTORA:

(Firma).....
Nombre: Elsa Bautista
C.C.: 1001128840

Elsa Bautista

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de estudio.

Este trabajo está dedicado a mis hijos Bryan y Rony Quilo Bautista; por ser lo más grande y valioso que Dios me ha regalado, quienes son mi fuente de inspiración y la razón que me impulsa a salir adelante con su apoyo incondicional, que estuvieron siempre juntos a lo largo de mi vida estudiantil.

A mis hermanas queridas hermanas sin excepción, por haberme brindado siempre una palabra de aliento en los momentos difíciles y que han sido incentivos de mi vida. Y también por haber cuidado a mis hijos con tanto cariño y paciencia, durante el tiempo que yo no estaba con ellos muchas gracias les quiero mucho.

A todos mis sobrinos, por estar conmigo y apoyarme siempre, esto también se los debo a ustedes.

Elsa Bautista

AGRADECIMIENTO

Al culminar este arduo trabajo de tesis debo extender un agradecimiento a Dios por haber brindado un infinito amor y sabiduría suficiente para culminar mi carrera universitaria.

Agradezco a mi querida directora de tesis Doctorita Soraya Rhea quien con sus conocimientos y apoyo supo guiar el desarrollo de la presente tesis desde el inicio hasta la culminación.

“Ahora lo puedo decir que todo lo que soy es gracias a usted.

Agradezco a todos mis queridos profesores que durante toda la carrera profesional supieron impartir sus conocimientos que son de mucha importancia en el futuro.

De igual manera agradezco infinitamente a mis ex compañeras de clases gracias a su apoyo, dedicación y entusiasmo logramos que esto sea una realidad.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida y me encantaría agradecerles a mis amigos que en lo bueno y en lo malo siempre me brindaron su amistad, consejos, apoyo, ánimo incondicional y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Para todas muchas gracias.

Elsa Bautista

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA “UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE”	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD “TÉCNICA DEL NORTE”	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xvii
ÍNDICE DE MAPAS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xx
ÍNDICE DE DIAGRAMAS	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxii
JUSTIFICACIÓN	xxiv
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxv
OBJETIVO GENERAL.....	xxv
ESPECÍFICOS	xxv
METODOLOGÍA	xxvii
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Objetivos diagnósticos	29
General.....	29
Específicos.....	29
Variables e indicadores	30
Matriz de relación diagnóstica	31
Mecánica operativa	33

Identificación de la población.....	33
Técnicas e instrumentos de recolección de información	33
Información primaria	33
Información secundaria.....	34
Tabulación y análisis de la información	34
Entrevista aplicada al Tglo. Miguel Camuez experto en confección de trajes típicos.	34
Análisis de la información secundaria.	35
Construcción de la matriz AOOD.....	42
Determinación de la oportunidad de la inversión	43
CAPÍTULO II	45
BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS	45
Traje Kayambi	45
Características de la vestimenta kayambi:	45
La empresa.....	49
Importancia y características.....	49
Clasificación	50
La microempresa.....	50
Filosofía empresarial.....	51
Proyecto de inversión.....	53
Concepto	53
Estudio de factibilidad del proyecto y sus componentes	53
CAPÍTULO III.....	67
ESTUDIO DE MERCADO	67
Identificación del producto.	67
Blusas.....	67
Faldas o folleras	69
El mercado	71
Objetivos del estudio de mercado	71
Objetivo general.....	71
Objetivos específicos	72
Matriz de variables de mercado	73
Identificación de la población.....	77
Muestra	77
Tabulaciones y análisis de la información	78

Encuesta aplicada a los propietarios de los locales de comercialización de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.	79
Tabulación y Análisis de la encuesta aplicada a la PEA femenina de la etnia kayambi de la parroquia González Suárez	87
Análisis: de la oferta	98
Oferta actual (Volumen que comercializa)	98
Proyección de la oferta.....	99
Análisis: de la demanda	100
Naturaleza del cliente.....	100
Demanda actual.....	100
Proyección de la demanda	101
Balance oferta - demanda.....	102
Participación del proyecto.....	103
Precio	103
Fijación de precios	104
Estructura y segmentación de mercado.....	104
Segmentación del mercado	104
Mercado meta.....	106
Estrategias de mercado	107
Estrategias de precio	107
Estrategias de promoción.....	107
Estrategia de producto.....	108
Estrategia empresarial.....	108
Estrategias de plaza o canales de distribución	109
Conclusiones del estudio.....	110
CAPÍTULO IV.....	112
ESTUDIO TÉCNICO	112
Tamaño del proyecto.....	112
El tamaño del proyecto y la demanda	112
El tamaño del proyecto y la tecnología.....	112
El tamaño del proyecto en relación a proveedores.	113
El tamaño del proyecto y su financiamiento.....	113
Tamaño del proyecto y la organización	113
Capacidad instalada	114

Capacidad operativa.....	114
Localización del proyecto	114
Macro localización.....	115
Micro localización	116
Ingeniería del proyecto	119
Productos.....	119
Diseño y desarrollo.	121
Elementos de entrada para el diseño de entrada para el desarrollo.....	122
Materia prima e insumos.....	122
Equipos y maquinaria	124
Infraestructura física y obras civiles	127
Presupuesto técnico.....	130
Inversiones fijas	130
Inversiones pre operativas.....	131
Capital de trabajo inicial	132
Inversiones totales del proyecto.....	132
Financiamiento.....	133
Talento Humano.....	134
Operación del proyecto	134
Diagrama de bloques de producción.....	134
Descripción de los procesos.....	135
Diagrama de flujo operativo	136
Sistema de manufactura modular.....	139
Metodología de la planeación	139
Metodología de programación	139
CAPÍTULO V	141
EVALUACIÓN ECONÓMICA	141
Estado de situación financiera inicial	141
Determinación de los ingresos proyectados.....	142
Determinación de egresos proyectados.....	142
Costos de producción.....	142
Gastos administrativos.....	148
Gastos generales ventas	150
Gastos financieros.....	152

Depreciación – amortización	153
gastos de operación y financiación	155
saldo de efectivo requerido en caja.....	155
estado de pérdidas y ganancias	158
Flujo neto de efectivo.....	159
Flujo de caja.....	161
Balance proforma.....	162
Evaluación financiera.....	165
Punto de equilibrio.....	168
CAPÍTULO VI.....	170
ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	170
Nombre o razón social	170
Descripción de la empresa.-	170
Administración y organización de la empresa	170
Misión.-	170
Visión.-.....	171
Objetivos organizacionales	171
Políticas.....	172
Valores de la organización.-	172
Principios de la organización	173
Factores organizacionales.-	173
Conformación jurídica	174
Constitución	174
Obtención de la patente municipal.....	175
Obtención del número patronal del IESS.....	175
Obtención de la matrícula de comercio	176
Organigrama estructural.....	176
Estructura funcional	177
Junta general de accionistas	177
Presidente de la junta de accionistas o socios	178
Nombre del puesto o del cargo: Gerente.....	178
Nombre del puesto o del cargo:	179
Nombre del puesto o del cargo: Vendedora.....	180
Nombre del puesto o del cargo: Operarias.....	181

Imagen corporativa de la empresa “ARTESANÍAS PIJAL”	183
CAPÍTULO VII	188
IMPACTOS DEL PROYECTO	188
Herramienta de validación de impactos	188
Impactos negativos.....	188
Sobre el suelo.-.....	189
El aire.-.....	190
Vegetación y fauna.-	191
En relación al ruido,.....	192
En cuanto a riesgos,	193
Impactos positivos.	193
Impacto económico	193
Impacto social	195
Educativo – Cultural.-	196
Impacto comercial o de mercado	197
Impacto general.....	198
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	199
CONCLUSIONES	199
RECOMENDACIONES.....	201
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	203
FUENTE DE INFORMACIÓN.....	205
BIBLIOGRAFÍA	205
ANEXOS	207
ANEXO 1.....	208
ANEXO 2.....	209
ANEXO 3.....	212

ÍNDICE DE CUADROS

1. Variables e indicadores	30
2. Matriz de variables del diagnóstico situacional	31
3. Entrevista aplicada al Tglo. Miguel Camuez experto en confección de trajes típicos	34
4. Población.....	38
5. Establecimientos educativos de la comunidad de Pijal.....	39
6. Cultivos	40
7. Matriz AOOD.....	42
8. Matriz de variables de mercado	73
9. Locales de comercialización de traje kayambi	77
10. Meses	79
11. Cantidad	80
12. Adquisición	81
13. Crecimiento promedio	82
14. Faldas	83
15. Blusas	84
16. Precio de la falda.....	85
17. Precio de blusas.....	86
18. Sector	87
19. Lugar	88
20. Cantidad de trajes.....	89
21. Nivel de satisfacción	90
22. Colores	91
23. Preferencia	92
24. Factores de compra	93
25. Nivel de aceptación.....	94
26. Precio	95
27. Punto de venta.....	96
28. Publicidad	97
29. Locales que comercializan prendas de vestir (faldas y blusas) kayambi.....	98
30. Proyección de la oferta.....	99
31. Proyección de la demanda	102
32. Balance oferta – demanda.....	103

33. Precios referenciales de los trajes kayambi	104
34. Capacidad instalada	114
35. Capacidad operativa.....	114
36. Método cualitativo por puntos	118
37. Especificaciones técnicas de diseño para blusas y faldas	120
38. Especificaciones físicas de la tela para las faldas	122
39. Máquinas y equipos de producción.....	125
40. Muebles para la producción	126
41. Muebles y enseres administrativo	126
42. Muebles y enseres de ventas y distribución.....	126
43. Equipo de informática para el área de producción, administración y ventas.....	127
44. Diseño arquitectónico	128
45. Inversiones fijas	131
46. Activos pre operativos	132
47. Capital de trabajo	132
48. Inversiones totales.....	133
49. Fuentes de financiamiento	133
50. Talento humano	134
51. Descripción de los procesos.....	136
52. Nomenclatura normas ANSI.....	137
53. Estado de situación inicial	141
54. Determinación de ingresos proyectados	142
55. Ingresos proforma	142
56. Costos de producción proforma	143
57. Falda (centro) con tablones o plisada.....	144
58. Blusa	144
59. Detalle de costos de materiales directos anual.....	145
60. Proyección de materiales directos.....	145
61. Mano de obra directa	146
62. Remuneración anual (Mano de obra directa).....	146
63. Presupuesto de costos indirectos de producción.....	147
64. Materiales indirectos	147
65. Servicios básicos.....	147
66. Gastos administrativos.....	148

67. Desglose de sueldo del personal administrativo	149
68. Remuneración anual de gastos administrativos	149
69. Insumos de oficina	150
70. Servicios básicos	150
71. Gastos generales de ventas.....	151
72. Desglose de sueldo del personal ventas	151
73. Remuneración anual de gastos ventas.....	151
74. Gastos de financiación	152
75. Depreciación – amortización	154
76. Costos de operación y de financiación.....	155
77. Saldo de efectivo requerido en caja	157
78. Estado de pérdidas y ganancias.....	158
79. Flujo neto de efectivo.....	160
80. Flujo de caja.....	161
81. Balance inicial y proyectado.....	163
82. Costo de oportunidad	165
83. Periodo de recuperación de la inversión	167
84. Beneficio costo.....	168
85. Punto de equilibrio.....	169
86. Herramienta de validación de impactos	188
87. El suelo.....	190
88. El aire	190
89. Vegetación y fauna	191
90. En relación al ruido.....	192
91. Matriz de impacto económico.....	194
92. Matriz de impacto social.....	195
93. Matriz de impacto educativo - cultural	196
94. Matriz de impacto comercial o de mercado.....	197
95. Impacto general.....	198

ÍNDICE DE MAPAS

1. Comunidad de Pijal.....		37
2. Macro localización.....		115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Actividad artesanal.....		40
2. Ingresos económicos.....		41
3. Mujer kayambi.....		45
4. Bordado a mano.....		46
5. Blusa bordada a mano.....		47
6. Wallkas.....		48
7. Falda y fachalina.....		48
8. Blusas.....		68
9. Blusas.....		68
10. Blusas bordado a mano.....		69
11. Faldas o folleras.....		70
12. Falda.....		70
13. Meses.....		79
14. Cantidad.....		80
15. Adquisición.....		81
16. Crecimiento promedio.....		82
17. Faldas.....		83
18. Blusas.....		84
19. Precio de la falda.....		85
20. Precio de blusas.....		86
21. Sector.....		87
22. Lugar.....		88
23. Cantidad de trajes.....		89
24. Nivel de satisfacción.....		90
25. Colores.....		91
26. Preferencia.....		92

27. Factores de compra	93
28. Nivel de aceptación.....	94
29. Precio	95
30. Punto de venta.....	96
31. Publicidad	97
32. Segmentación geográfica.....	105
33. Segmentación según la edad	105
34. Segmentación por el nivel de satisfacción	106
35. Canal de venta a distribuidores	109
36. Planta arquitectónica de la microempresa.....	129
37. Fachada frontal y lateral de la microempresa.	130
38. Logo	183
39. Slogan	184
40. Hoja membretada	185
41. Punto de venta.....	186
42. Tarjetas de presentación.....	186
43. Uniforme	187

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

1. Proceso productivo para la confección de las prendas de vestir.....	135
2. Proceso productivo para la confección de las prendas de vestir.....	138
3. Organigrama estructural de la microempresa	177

PRESENTACIÓN

La finalidad del presente proyecto es la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de traje kayambi en la comunidad de Pijal, parroquia González Suárez, cantón Otavalo, provincia de Imbabura. El presente proyecto está compuesto de 7 capítulos que son los siguientes:

En el Capítulo I Diagnostico Situacional se realizó el análisis de la situación socio económica, cultural de la parroquia González Suarez, se identificó los aspectos técnicos de la confección del traje kayambi, concluyéndose este capítulo con la elaboración de la matriz AOOR.

En el Capítulo II Se estructuró el Marco Teórico, con el objetivo de sustentar en forma técnica y científica la revisión de literatura y la adopción de conceptos referentes a los componentes del proyecto.

En el Capítulo III, se elaboró el Estudio de Mercado con el objetivo de establecer la oferta y la demanda en función de las variables e indicadores de este componente, se estructuro la demanda potencial, la estructura y segmentación del mercado, el mercado meta del proyecto y estrategias de mercadeo.

En el Capítulo IV, se realizó el Estudio Técnico y la Ingeniería del proyecto con la finalidad de sustentar el tamaño del proyecto, la macro y micro localización de la empresa de producción y comercialización de trajes kayambi. Se definió el proceso necesario para la elaboración de trajes kayambi, la infraestructura física, la maquinaria y equipos, el talento humano e inversiones del proyecto.

En el Capítulo V, se realizó la Evaluación Económica y Financiera determinándose las inversiones iniciales y operativas que se requiere para el funcionamiento de la empresa, determinándose indicadores financieros que sustenten la factibilidad del proyecto.

En el Capítulo VI, se estableció la Estructura Organizativa, de la microempresa de producción y comercialización de trajes kayambi al igual que la estrategia filosófica: misión, visión, objetivos, políticas y valores que articulen el funcionamiento de la organización en términos administrativos.

En el Capítulo VII, se procedió a medir los impactos positivos y negativos que originan la etapa preoperativa y operativa de la empresa de producción y comercialización de traje kayambi.

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, Los Kayambis se encuentran en proceso de recuperación de sus valores culturales relacionados con la espiritualidad indígena y que hacen referencia a los derechos colectivos, las ceremonias y los ritos. Los conocimientos de prácticas de cultivos agrícolas y conservación de suelos que se transmiten oralmente de padres a hijos; existe una transmisión práctica de la medicina tradicional a través de los "yachac", obviamente, parte fundamental de sus costumbres es su vestimenta que es variada y diversa en las diferentes zonas en las que existe. La base de la indumentaria de los Kayambis es el sombrero rojo, poncho rojo, pantalón blanco, alpargatas, cinta en el cabello.

Las mujeres utilizan un anaco plizado muy finamente de diferentes colores que combina con el bordado de las blusas y un sombrero.

Como se mencionó anteriormente, el pueblo Kayambi que habita en la zona de Pijal, enfrenta la problemática de tener escasas alternativas de comercialización recurriendo entonces a intermediarios y compran la producción tanto agrícola como artesanal de la zona a bajos precios y la venden en otras zonas del país o del extranjero, Pijal en la actualidad no cuentan con artesanos que se dediquen a la confección del Kayambis, debiendo sus habitantes recurrir a ciudades como Quito para adquirir la indumentaria, el problema surge cuando las personas deben resignarse a adquirir ropa que no es apta para el clima de la zona de Pijal, tampoco lo son los colores a los cuales se puede acceder.

De acuerdo a lo anterior, el proyecto beneficiará directamente a toda la comunidad del pueblo Kayambi que habita en Pijal, en primer lugar desde el punto de vista económico ya que al ser una zona eminentemente turística, los visitantes podrán adquirir el traje típico directamente al productor saltándose el eslabón del intermediario y por tanto, la empresa recibe un mejor precio por el producto y el consumidor debe cancelar un menor Costo, sin embargo y pese a lo

anterior, se debe considerar que el mercado local es limitado y donde realmente existe demanda es en el extranjero, la microempresa deberá entonces enfrentar el desafío dando de paso un importante apoyo económico a la comunidad; existe además de lo anterior, un importante factor social a considerar, esto es que la comunidad local podrá adquirir su vestimenta típica diseñada de acuerdo a los materiales y colores que realmente se adaptan a las condiciones climáticas de la zona y dejarán de recurrir a otras ciudades como Quito donde la confección de este traje se realiza tomando en cuenta los gustos y preferencias de sus habitantes.

En definitiva el proyecto mejorará la condición de vida de todos los habitantes de Pijal, es un proyecto factible dado que se cuenta con los conocimientos técnicos para realizar el proyecto y los recursos financieros necesarios.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de la microempresa de producción y comercialización traje Kayambi, en la comunidad de Pijal, parroquia González Suarez, cantón Otavalo.

ESPECÍFICOS

- Elaborar un diagnóstico situacional referente a la factibilidad de crear una microempresa de producción y comercialización de traje kayambi en la comunidad de Pijal, determinando los posibles aliados, oponentes, oportunidades y riesgos de la microempresa.
- Identificar las bases teóricas del proyecto, que fundamente su concepción científica, técnica y de sustentabilidad de los componentes del mismo.

- Realizar un estudio de mercado, que permita determinar la oferta, la demanda, sus proyecciones al igual que el mercado meta al cual se dirigirá la microempresa.
- Desarrollar un estudio técnico para establecer el tamaño de la Microempresa así, como la ingeniería mediante diagramas de producción, infraestructura, equipos, talento humano y demás recursos necesarios.
- Elaborar un Estudio Económico - Financiero que fundamente las inversiones totales del proyecto, costos, gastos, ingresos; a través de herramientas financieras que determinen la posición financiera del proyecto.
- Realizar la estructura administrativa que tendrá la microempresa, estableciendo la conformación jurídica de la misma, misión, visión, objetivos organizacionales, políticas, valores, la estructura organizativa y las funciones del personal, que le permita operar de una forma adecuada a la microempresa.
- Identificar los posibles impactos que generará el proyecto en el orden económico, social, educativo – cultural y comercial o mercado.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se enmarca dentro de un estudio descriptivo, pues trata de investigar la producción y comercialización del traje kayambi, ya que se busca conocer el sector donde se implantará la microempresa, como también determinar las características principales del mercado potencial, los requerimientos técnicos, necesidades de capital entre los más importantes. Esto se alcanzará a través de la recolección de datos de fuentes primarias tales como: encuestas, observación directa, a posibles demandantes y competidores. Además se utilizará fuentes secundarias de información tales como libros actuales, tesis y otros tipos de estudios que buscan sustentar la implantación de la microempresa.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

La parroquia González Suárez se encuentra ubicada en la Cuenca del Lago San Pablo-Imbakucha, a 14 km de la ciudad de Otavalo y al sur del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, a 85 kilómetros de la Capital del Ecuador, cuya superficie es de aproximadamente 5.815 has. (52 km²), esta extensión difiere de la que tenía la parroquia hasta el 2001 (50,92 km²), con la nueva división política administrativa del Gobierno Municipal de Otavalo en el 2011, el cantón incrementa su territorio y por tanto varias parroquias también incrementan su territorio, entre ellas González Suárez, información obtenida del Plan de Ordenamiento Territorial, 2011.

La parroquia de González Suárez, culturalmente se identifica como kichwa Kayambi. A nivel del cantón Otavalo la población Kichwa Kayambi se localiza en las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago y representan el 9.2% de la población total del cantón, en esta parroquia se puede determinar que la población Kayambi es la más predominante y representativa en un 89% de la población total, seguido por la población Mestiza, que representa el 8%, y la población Kichwa Otavalo el 3%

En la parroquia de González Suárez, la comunidad de Pijal es tradicionalmente artesanal y emprendedora, por lo que se sustenta la creación de la microempresa de producción y comercialización de traje Kayambi, considerando que existe una oportunidad de mercado potencial debido a que la etnia (pueblo) Kayambi, se localiza en las parroquias de San Pablo del Lago, PROVINCIA DE PICHINCHA

Parroquia Checa y otras parroquias del cantón Cayambe, Pedro Moncayo y Tabacundo (once parroquias y ochenta y cuatro comunidades). El presente estudio se lleva a cabo con la finalidad de realizar un análisis del entorno de los aspectos relevantes socioeconómico cultural, de la parroquia de González Suárez con la finalidad de encontrar la pre factibilidad de crear una microempresa de producción y comercialización de trajes Kayambi en la comunidad de Pijal

1.2 Objetivos diagnósticos

1.2.1 General

Realizar un diagnóstico situacional para determinar la factibilidad de crear una microempresa de producción y comercialización de traje Kayambi, en la comunidad de Pijal, parroquia González Suárez, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

1.2.2. Específicos.

- Determinar la situación socio- económico, cultural de la parroquia de González Suárez
- Identificar los aspectos técnicos de la confección del traje Kayambi.
- Establecer las normativas legales que se requieren para la operatividad de la microempresa de producción y comercialización de traje kayambi .

1.2.3 Variables e indicadores

Cuadro N° 1

Variables e indicadores

VARIABLES	INDICADORES
Socio-económica	PEA
	Actividad económica
	Cultura
	Vestimenta
Aspectos técnicos	Cultura
	Tipo de materia prima
	Maquinaria y equipos
	Talento humano
	Distribución de áreas
Normativas legales	Obtención del RUC
	Permiso de funcionamiento (Patente Municipal)
	Requisitos ambientales

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: la autora
 Año 2013

1.3 Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 2

Matriz de variables del diagnóstico situacional

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Determinar la situación socio- económico cultural de la parroquia de Gonzales Suárez	Socio-económica	PEA	Secundaria	Documental	Plande Ordenamiento y Desarrollo Territorial de la parroquia de González Suárez
		Actividad económica	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de la parroquia de González Suárez
		Cultura	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de la parroquia de González Suárez
		Agricultura	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de la parroquia de González Suárez
		Servicios básicos	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de la parroquia de González Suárez
		Educación	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de la parroquia de González Suárez
		Vestimenta	Secundaria	Documental	Cámara de Comercio del cantón Otavalo
Identificar los aspectos técnicos de confección del traje kayambi.	Aspectos técnicos	Cultura	Primaria	Entrevista	Tglo. Miguel Camuez experto en confecciones
		Tipo de materia prima	Primaria	Entrevista	Tglo. Miguel Camuez experto en confecciones

		Maquinaria y equipos	Primaria	Entrevista	Tglo. Miguel Camuez experto en confecciones
		Talento humano	Primaria	Entrevista	Tglo. Miguel Camuez experto en confecciones
		Distribución de áreas	Primaria	Entrevista	Tglo. Miguel Camuez experto en confecciones
Establecer las normativas legales que se requieren para la operatividad de la microempresa en la ciudad de Otavalo.	Normativas legales	Obtención del RUC	Secundaria	Documental	Servicio de Rentas Internas (SRI)
		Permiso de funcionamiento (Patente Municipal)	Secundaria	Documental	Municipio de Otavalo
		Requisitos ambientales	Secundaria	Documental	Ministerio del Ambiente

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: la autora

1.4 Mecánica operativa

1.4.1 Identificación de la población

Se realizó una entrevista al Tglo, Miguel Camuez experto en confección de trajes típicos.

Se obtuvo información documental de las siguientes instituciones de la ciudad de Otavalo como son: el Municipio Otavalo, Servicio de Rentas Internas, Ministerio del Ambiente, Cámara de Comercio los cuales facilitaron información de importancia para el desarrollo del proyecto.

1.4.2 Técnicas e instrumentos de recolección de información

1 Técnicas

La técnica que se utilizaron para la elaboración del presente diagnóstico es la entrevista.

2 Instrumentos

Para la aplicación de la técnica de la entrevista se elaboró un instrumento de recolección de datos (anexo 1), el cual fue fundamentado en la matriz de variables.

1.4.3 Información *primaria*

La información primaria se levantó utilizando la técnica de la entrevista aplicada al Tglo. Miguel Camuez., para lo cual se diseñó el respectivo cuestionario:

- **Entrevista.** La técnica de la entrevista se aplicó al Tglo. Miguel Camuez experto en confección de trajes típicos, con 31 años de experiencia, mismo que facilitó información

referente a los aspectos técnicos que se debe tomar en cuenta para la confección de trajes típicos como el kayambi.

1.4.4 Información secundaria

Para el desarrollo del diagnóstico se fundamentó en la información secundaria que fue recopilada del Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de la Parroquia de González Suárez elaborado en el año 2011 e información referente al traje kayambi obtenido de fuentes bibliográficas de la biblioteca del municipio de Otavalo. Al igual se obtuvo información sobre los requisitos técnicos, legales y ambientales en otros organismos como el Servicio de Rentas Internas (SRI) y Ministerio del Ambiente para el buen funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de traje kayambi. Se utilizó información bibliográfica de libros, páginas de internet sobre aspectos técnicos en la producción y comercialización de traje kayambi.

1.5 Tabulación y análisis de la información

1.5.1 Entrevista aplicada al Tglo. Miguel Camuez experto en confección de trajes típicos.

Cuadro N° 3

Entrevista aplicada al Tglo. Miguel Camuez experto en confección de trajes típicos

Preguntas	Análisis
1. ¿Cuál es el proceso que realiza usted para la confección de ropa de mujer de la etnia kayambi específicamente blusas y faldas?	Para confeccionar este tipo de prendas de vestir primeramente se requiere: receptar la materia prima (tela), luego desplegar y tender, trazar, cortar, armar, acabar y etiquetar, luego empaquetar.

- | | |
|---|--|
| 2. ¿Qué tipo de materia prima es la que se requiere para elaborar este tipo de traje? | La materia prima que se requiere es principalmente la tela que para las blusas debe ser de seda con poliéster y para la falda tela indulana, Los hilos para el bordado de las blusas deberá ser de la marca Anchor es decir del hilo lavable, lo más principal. Generalmente las blusas se realizan el bordado a máquina que es más económico que el bordado a mano Las faldas son plisadas y las telas son de colores primarios , en la parte inferior llevan crochet |
| 3. ¿Qué maquinaria y equipos se requiere para una microempresa de producción y comercialización de ropa de mujer de la etnia kayambi? | Se necesita una máquina recta, una overlock, una cortadora, una plancha, una máquina bordadora, las más principales. |
| 4. ¿Qué número de operarias se requiere para la confección de estos trajes? | Para la confección de este tipo de trajes faldas y blusas se requiere unas 6 operarias, de acuerdo al volumen de producción o número de prendas que requiere elaborar. |
| 5. ¿Qué áreas debe tener la infraestructura física o edificio para este tipo de microempresa? | La microempresa por lo general deberá tener una área de producción, una área administrativa, un local de ventas para la exhibición de sus productos. |

Fuente: Tglo. Miguel Camuez
Elaborado por: la autora

1.5.2 Análisis de la información secundaria.

La información secundaria se obtuvo de fuentes del INEC censo 2010 y del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia González Suarez 2011.

1 Población de la parroquia González Suárez

La población total de la parroquia de González Suárez es de 5.630 según datos del INEC 2010; la PEA es de 2.360 de las cuales el 62.16% corresponden a mujeres, que equivale a 1.467 mujeres (PEA). Actualmente el 43,87% de la población activa practica la agricultura en sus parcelas de terreno o en florícolas cercanas a la parroquia, el 8,11% trabaja en la industria ubicada en el área urbana del cantón o en parroquias aledañas, en la construcción el 7,69% y en el comercio el 6,72%. También se identifica la existencia de trabajadores públicos y personas que se dedican al transporte. (Fuente: plan de ordenamiento territorial 2011).

2 Distribución de la población de la parroquia González Suárez

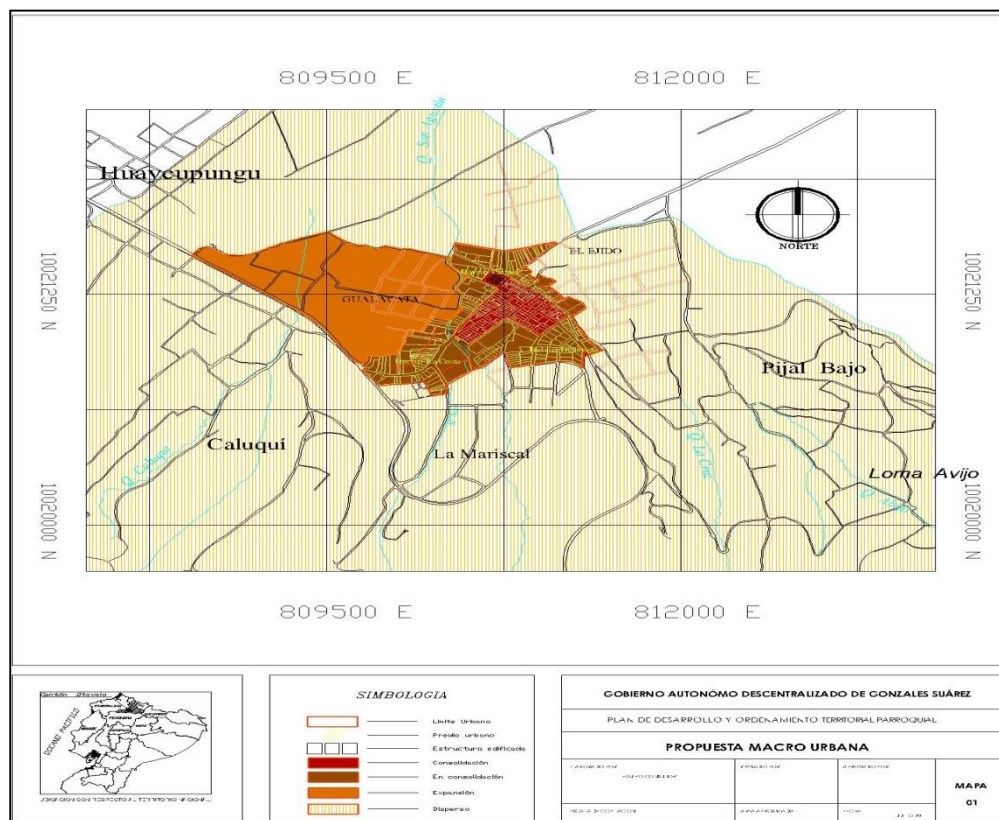
La parroquia de González Suárez en su gran mayoría es de la etnia de los Kayambis (indígenas), que tienen marcadas sus raíces en lo cultural, antropológico, gastronomía y vestimenta. Las mujeres de las comunidades de esta parroquia en su gran mayoría utilizan la vestimenta típica de los kayambis. La adquisición de la vestimenta antes señalada, generalmente lo hace en los almacenes de la ciudad de Otavalo o de la ciudad de Ibarra y Quito.

3 Comunidad de Pijal

Pijal es una comunidad Kichwa Kayambi, perteneciente a la Parroquia González Suárez del cantón Otavalo, constituida con personería jurídica con acuerdo ministerial 1414 del año 1.950.

Mapa N° 1

Comunidad de Pijal



Fuente: PDOT de la parroquia de González Suárez

Geográficamente la comunidad de Pijal, se encuentra ubicada al sur de la provincia de Imbabura, cuenta con una extensión de 140 hectáreas de páramos y 140 hectáreas de tierra cultivable.

Pijal se caracteriza por ser una comunidad del pueblo Kayambi con una identidad cultural de idioma, música, vestimenta, danza, costumbres, tradiciones y religiosidad, la comunidad posee paisajes naturales como el cerro Imbabura, el lago San Pablo, el mirador de Pijal, la Rinconada.

4 Población de la comunidad de Pijal

La comunidad de Pijal tiene el mayor número de habitantes que representan el 26,43% de la población total parroquial (según datos proporcionados en los diagnósticos comunitarios), que son los siguientes:

Cuadro N° 4
Población

Comunidades	N° Familias	Población Total
Pijal	600	1800

Fuente: PDOT: Diagnósticos Comunitarios 2011

5 Servicios básicos de la comunidad de Pijal

La comunidad de Pijal por su extensión está dividida en dos sectores alto y bajo. El sector alto que tiene una Junta Administradora de Agua que es jurídica estas familias se benefician de la vertiente del Yanahurco; el sector bajo en cambio se beneficia de otra vertiente denominada Cucubansi, que se originan en el sector San Flores de la comuna Mariscal Sucre, administrado también por una Junta Administradora de Agua. De esta manera la comunidad dispone de agua entubada en un 60% y en 40% con tratamiento de potabilización.

6 Alcantarillado

El 70,65% de las familias no disponen de alcantarillado, de los cuales el 28,96% (382 viviendas) dispone de pozos sépticos donde algunos de los ya están colapsados como se presenta en la comunidad de Pijal, el 19,18% (253 viviendas) están conectadas a pozos ciegos, mientras que el 0,45 % (6 viviendas) tienen descarga directa a río o quebrada, las viviendas con disponibilidad de letrinas son 142 que corresponde al 10,76%, y el 11,29% (149 viviendas) no tienen ningún servicio lo que ocasiona enfermedades especialmente en los niños.

7 Infraestructura y equipamiento en Educación

De acuerdo al Ministerio de Educación y Cultura (MEC 2009), existen en la comunidad de Pijal las siguientes instituciones de educación.

Cuadro N° 5

Establecimientos educativos de la comunidad de Pijal

Localidad	Nombre del Establecimiento	Déficit de infraestructura
Pijal (sector alto)	Provincia de Loja	Cerramiento
		Mejoramiento de las aulas
		Faltan baterías sanitarias
Pijal (sector bajo)	San Pedro	Readecuación de aulas
		Cerramiento
		Equipamiento
Pijal (sector bajo)	Jardín Federico González Suárez	No tiene áreas recreacionales
	Camilo Ponce	Infraestructura de las aulas en mal estado Falta de baterías sanitarias

Fuente: Diagnóstico Comunitario 2011

8 Actividades productivas

Las mujeres de la comunidad de Pijal se dedican básicamente a la actividad artesanal, la agricultura y en menor cuantía otras actividades económicas.

9 Agricultura

La producción agropecuaria en esta comunidad al igual que en las otras de este cantón es muy básica y deficiente y su producción está dirigida para el consumo y deja muy pocos remanentes de productos para la venta, por la cadena de intermediarios. Los cultivos que se producen en la comunidad de Pijal son los siguientes:

Cuadro N° 6**Cultivos**

COMUNIDAD	CULTIVO
Pijal	Maíz y fréjol
	Papas
	Habas
	Trigo

Fuente: PDOT de la parroquia de González Suárez

10 Actividad artesanal

La característica de la mujer kayambi de Pijal es su habilidad para elaborar bordados en camisas, manteles, centros de mesa y otros artículos que incorporan este toque original en sus diseños.

La actividad artesanal presenta algunas dificultades, como la falta de emprendimientos para la estructuración de microempresas que permita dar un valor agregado a este tipo de artesanías. Generalmente las mujeres de esta comunidad realizan trabajos para terceros

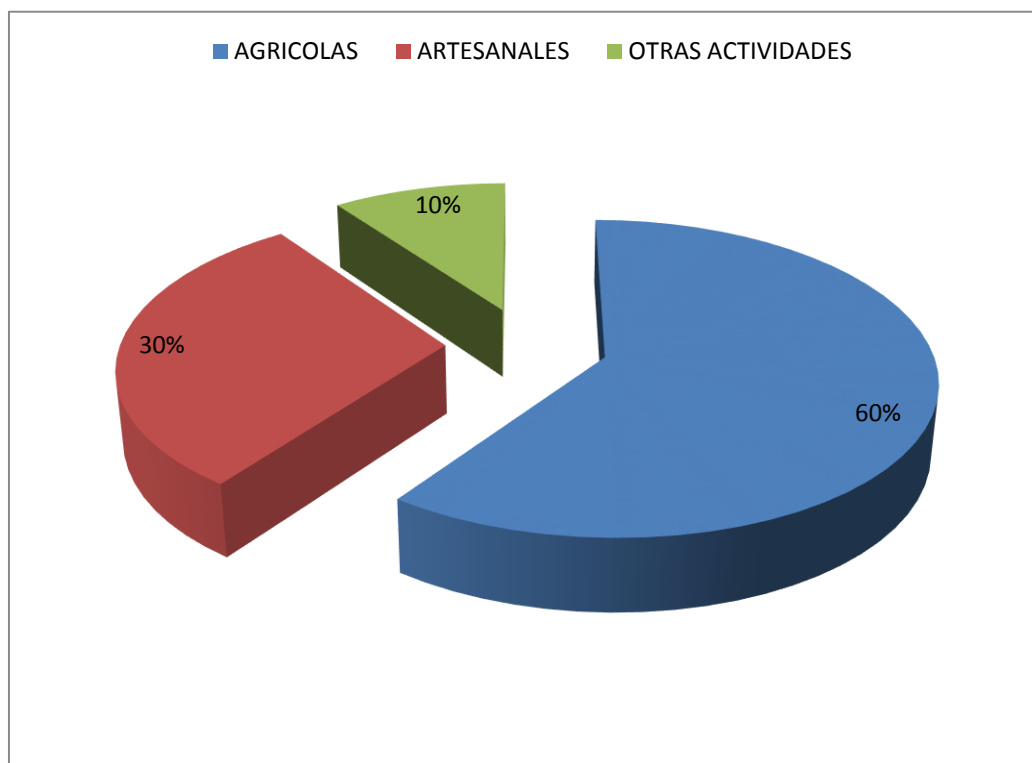
Gráfico N° 1**Actividad artesanal**

Fuente: PDOT de la parroquia de González Suárez

Los ingresos económicos de las mujeres de esta comunidad son como consecuencia de las actividades agrícolas en un 60%, a las actividades artesanales en un 30% y a otras actividades o empleos el 10%

Gráfico N° 2

Ingresos económicos



Fuente: PDOT de la parroquia de González Suárez

11 Identidad cultural

Demográficamente la comunidad de Pijal, es la que más habitantes y familias tiene de la etnia Kayambi en la parroquia de González Suárez.

• Vestimenta

La vestimenta del pueblo Kichwa Kayambi es uno de los más reconocidos entre los demás pueblos y nacionalidades del Ecuador debido a su simbolismo y elegancia. La mujer indígena de esta etnia utiliza una blusa blanca con encajes y bordadas en la parte superior a la altura del busto y en la parte posterior, los bordados tienen diferentes diseños y colores. Las mangas terminan tipo bombacho o acampanada. Utiliza una falda anaco o pollera plisada en diferentes colores haciendo tono con los bordados de los colores de la blusa. La falda en la parte

inferior está adornada con cenefas de brillantes con diferentes matices, el filo de la falda tiene un encordonado con crochet en todo el ruedo.

Bajo los centros se utiliza el debajero en tela de lanilla o bayeta delgada, en el filo del debajero van puntadas de crochet de varios colores. Utilizan como prenda de complemento la chalina o fachalina que es de terciopelo o de seda de varios colores que lo usan en días festivos. En este vestuario típico las mujeres usan las walkas o gargantillas que son de mullos brillantes rojo y dorado que tienen de veinte a veinte y cuatro vueltas. Utilizan sombreros para los días de fiestas de las comunidades.

1.6 Construcción de la matriz AOR

Cuadro N° 7

Matriz AOR

	POSITIVO	NEGATIVO
INTERNO	ALIADOS	OPONENTES
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad de producción con nuevas tecnologías. 2. Habilidades de diseño de productos innovadores. 3. Tener precios competitivos que viabilicen el posicionamiento de los productos en el mercado. 4. Tecnología apropiada en los procesos de confección. 5. Disponer de personal capacitado en los procesos de producción y administración 6. Tener infraestructura física acorde a las características técnicas que exige este tipo de actividad económica 7. Ser una microempresa pionera en la parroquia González Suárez en la producción y comercialización de traje kayambi. 8. La microempresa tendrá su punto de ventas en el parque 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de programas de marketing de acuerdo a los niveles de la competencia. 2. Débil imagen en el mercado. 3. Incapacidad de financiar los cambios necesarios en las estrategias. 4. Débil capacidad para planes de marketing de altos costos. 5. Débil red de distribuidores.

	<p>principal del centro poblado de González Suárez</p> <p>9. Ofertar productos diferentes al de la competencia de buena calidad, precio y garantía que estén acordes a las necesidades de los clientes.</p>	
EXTERNO	OPORTUNIDADES	RIESGOS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionarse en el mercado meta 2. Tener márgenes de rentabilidad de acuerdo a la inversión del proyecto. 3. Maximizar los flujos de efectivo para mantener una estabilidad económica financiera de la empresa. 4. Maximizar el talento humano y proporcionarle la capacitación para que aproveche su potencial. 5. Expandir la capacidad de producción y hacerla más eficiente. 6. Intensificar el esfuerzo para producir productos de alta calidad. 7. Dar un fuerte impulso al creciente mercado de mejorar la calidad de los productos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionamiento de otras empresas en el mercado. 2. Que empresas de altos volumen de producción fortalezcan sus posiciones en el mercado. 3. La planeación y movimientos de la competencia sean cambiantes y exijan altos costos publicitarios. 4. Falta de competitividad de empresas, productos y servicios. 5. Altas tasas de interés para crédito micro empresariales. 6. Ausencia de Marco Legal que beneficie a microempresa comunitaria.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: la autora

1.7 Determinación de la oportunidad de la inversión

El análisis de la información del diagnóstico situacional se establece que existe una óptima probabilidad para la creación de la empresa de producción y comercialización de traje kayambi de la comunidad de Pijal, parroquia González Suárez, cantón Otavalo, provincia Imbabura, fundamentado principalmente que en ésta parroquia, el 89% de los habitantes pertenecen a la etnia kayambi, que por tradición y cultura conservan la vestimenta, generando un escenario optimista para la creación de la microempresa. El MIES y otras entidades gubernamentales apoyan con éste tipo de emprendimiento porque genera fuente de empleo local y diversifican la economía.

Otro factor que se considera importante para la inversión del proyecto es que se determina que en el centro poblado de González Suárez no se localiza ninguna empresa que produzca y comercialice éste tipo de traje esto hace que los que deseen adquirir tienen que trasladar a Otavalo.

CAPÍTULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 Traje Kayambi

Según (ALMEIDA, 2007). La mujer Kayambi lleva una vestimenta vistosa; luce grandes polleras de colores claros, la camisa bordada con colores llamativos y en la forma más diversa, pañelones de seda y una cantidad de wallkas en el cuello a tal punto que obligan a quien las lleva a mantener la cabeza erguida (las wallkas son de color dorado). En la cabeza lleva binchas de diversos colores vistosos, se envuelve el cabello con cintas en la forma que se denomina huango. En sus orejas lleva grandes zarcillos plateados y en los pies unas alpargatas muy finas de paño.

Gráfico N° 3

Mujer kayambi



Fuente: (ALMEIDA, 2007, pág. 43)

2.1.1 Características de la vestimenta kayambi:

Según (OBANDO, 2007). Las características de la vestimenta kayambi es la siguiente:

- **Blusas**

Las mujeres Kayambi generalmente usan camisas con dibujos de flores y escudos, bordados con vistosos colores, los cuales son realizados por las mismas campesinas o gente de fuera de la comunidad.

La elaboración de una camisa bordada a mano lleva de 15 hasta 30 días por cuanto los dibujos son muy tupidos y complicados.

Gráfico N° 4

Bordado a mano



Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 5**Blusa bordada a mano**

Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora

- **Sombreros**

Los sombreros generalmente son de colores vistosos tales como café claro, y café oscuro, tienen falda pequeña y casi siempre elevan plumas entre la cinta y la capa.

- **Wallkas**

Las wallkas son importadas de China, y están elaboradas en vidrio. Su precio es elevado. Se compran en tiras, la unión de 12 tiras forma un mazo, generalmente usan de 1 a 2 mazos y medio. Las manillas de color rojo miden hasta 12 metros de largo. También se usan wallkas de plástico, para cuando están trabajando. Sobre la blusa usan chalinas. En los días festivos visten la “huashajatana” que está confeccionada de gamuza.

Gráfico N° 6

Wallkas



Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

- **Faldas**

Los centros son plisados. Se necesitan 5 varas de tela. Están adornados en los filos con encajes vistosos y en las fiestas usan de 2 a 3 centros, que están separados por una enagua. Las fajas se adquieren en Otavalo y se colocan en la cintura.

Gráfico N° 7

Falda y fachalina



Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

- **Alpargatas**

La planta y la talonera de las alpargatas se hacen con caucho de cualquier tipo de llanta la capellada es la parte del empeine; se elabora con una serie de retazos de tela que se cosen y sobrecosen unos sobre otros haciéndose un tejido más reciente.

2.2 La empresa

Según (DUANE, 2009). *Es toda entidad económica de uno o varios propietarios, cuyo trabajo se encamina a producir bienes y servicios, que al ser vendidos generan una utilidad.*

2.2.1 Importancia y características

Características: la empresa privada se caracteriza por:

- a) Su trabajo y desarrollo se encamina a la obtención de utilidades,
- b) Para obtener utilidades implementa la tecnología más avanzada,
- c) Optimiza sus recursos materiales, económicos y humanos.
- d) Participa en la competitividad y la innovación.

Importancia: la importancia de la administración privada es:

- a) Proporciona fuentes de trabajo a quienes están preparados,
- b) Participa en el desarrollo económico y tecnológico del país,
- c) Obliga a quienes requieren un puesto de trabajo, una superación constante.

2.2.2 Clasificación

Las empresas en un sistema capitalista se clasifican según diversos factores: por su tamaño y estructura, según su actividad y según su constitución.

Tomando en cuenta su actividad económica se clasifican en:

1. Servicios
2. Comerciales y,
3. Manufactura

Empresas de servicios: son las organizaciones que entregan o venden un servicio. Ejemplo: lavadoras de ropa, salas de belleza, mantenimiento de oficinas, guarderías, transporte, seguridad, hoteles.

2.2.3 La microempresa

Según (MIPYMES, 2010). La microempresa es un fenómeno social de indiscutible importancia, ya que comprende el 47% de la población económicamente activa. El proceso de modernización y globalización de la economía, ha ocasionado el crecimiento del sector micro empresarial, que responde a diversos factores entre los que merece destacarse:

- La reducción de empleados en el sector público.
- La compra de maquinaria moderna en el sector privado, que produce la eliminación de fuentes de trabajo y el incremento de la desocupación.

La microempresa puede considerarse como un factor importante de soporte y empuje de la economía, porque generan empleo de una u otra forma, tomando en cuenta que a mucha gente que laboraba dentro del sector público el Gobierno Central compró sus

renuncias, además que muchas empresas privadas liquidaron a sus empleados, y todas estas personas han invertido en sus negocios (independientemente del sector económico), convirtiéndose así, en un pilar de desarrollo, sin que esto signifique la solución a los problemas macroeconómicos del país.

2.2.4 Filosofía empresarial

1 Misión

Según (DUANE, 2009), *“Es la razón social de una organización y es dar una respuesta a la siguiente pregunta ¿para qué existe esta organización?, ¿Cuál es su razón de ser? En la misión aparecen las características que dan identidad a la organización”*. (p.102)

Es decir sus preceptos y principios, se señala el propósito, los sectores o grupos a quienes se dirige los esfuerzos de la organización, los bienes o servicios que se producen o suministran, sus metodologías y tecnologías de trabajo.

2 Visión

Según (ENCOMENDERO, 2008), *“Es una expresión del futuro deseada para la organización, es un sueño colectivo, factible de alcanzarlo, construido en el marco de un conjunto de valores compartidos”*. (p.103)

La visión indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado.

3 Objetivos

Según (ENCOMENDERO, 2008), "Los objetivos globales son los resultados que una organización desea alcanzar en un periodo determinado de tiempo, por ser globales, los objetivos deben cubrir e involucrar a toda la organización, sin objetivos, una organización es como un barco a la deriva". (p.93)

Expresión cualitativa de un propósito en un periodo determinado; el objetivo debe responder a la pregunta "qué" y "para qué". En programación es el conjunto de resultados cualitativos que el programa se propone alcanzar a través de determinadas acciones.

4 Valores y principios

Según (ILLERA, 2009), "Son valores organizacionales, ciertos principios que deben guiar a la organización; estos corresponden a los aspectos: éticos, culturales, sociales que servirán como norma de conducta y han de observar todos los miembros de la organización". (p.39)

Los valores en una organización pueden ser: responsabilidad social, calidad de los servicios, ética profesional, cultura organizacional, trabajo en equipo, solidaridad, respeto entre otros.

5 Organigrama

Según (ILLERA, 2009), en su libro de Administración De Empresas, Prácticas Y Ejercicios, dice que: Los organigramas también llamados estructura de organización son la representación gráfica y objetiva de los sistemas de organización. (p.56)

Cada uno de los gráficos representa un cargo o puesto; dentro de cada cuadro se describe el nombre del cargo o puesto. Los cuadros se unen mediante líneas que representan los canales de autoridad y responsabilidad.

2.3 Proyecto de inversión

2.3.1 Concepto

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), *“Es una inversión planeada de una actividad económica con el propósito de establecer una nueva empresa; o ampliar, modernizar una ya existente”*. (p.105)

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

2.3.2 Estudio de factibilidad del proyecto y sus componentes

1 Estudio de mercado

Producto.

Según (ETZEL, 2009) *“El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción”*. (p.88)

La microempresa tendrá como finalidad la producción y comercialización de traje kayambi con la finalidad de lograr sus objetivos que persigue como: obtener rentabilidad, impacto social entre otros.

Análisis de la oferta

Según (MIRANDA, 2008), *“La oferta o cantidad ofrecida como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a un cierto precio”*. (p.55)

La oferta es una actividad mediante la cual se presentan en un mercado ciertos productos o servicios con el objeto de ser ofrecidas para su venta. La oferta de un bien o servicio y su demanda en el mercado, tiende automáticamente a regular los precios en relación inversa de la oferta y en razón directa a la demanda; es decir, a mayores ofertas los precios bajan y a menores demandas los mismos suben en los mercados de libre competencia.

Análisis de la demanda.

Según (ARMSTRONG, 2008). *”Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”*.

La demanda significa que un segmento de población requiere o necesita de un producto o servicio. La demanda generalmente en un estudio de mercado sea analiza desde el punto de vista histórica, actual y futura; con la finalidad de tener un horizonte de mercado del proyecto.

2 Análisis de precio.

Según (DOUGLAS, 2009). *“El precio del producto es el factor fundamental que determina la cantidad que un fabricante ofrece de su producto, cuando el precio es alto la venta de ese producto se hace más rentable y por tanto la cantidad ofrecida del mismo es más elevada. Si el precio del bien disminuye la rentabilidad esperada por la venta disminuye y por tanto la cantidad que los fabricantes están dispuestos a vender”*. (p.38)

El precio de un producto del mercado está determinado por un equilibrio entre la oferta (lo que se está dispuesto a producir a un precio determinado) y la demanda (lo que se desea comprar a un precio determinado).

3 Análisis de comercialización.

Según (ARMSTRONG, 2008), “Es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios, aspectos fundamentales dentro de esta son”:

- *Fijación de precios*
- *Medidas de promoción*
- *Organización de ventas*
- *Canales de distribución*
- *Comisiones*
- *Descuentos*
- *Costo de distribución”. (p.102)*

Cabe destacar que para que se consiga el éxito proyectado se hace indispensable conjugar cada uno de los puntos tratados anteriormente, debido a que cada uno de ellos mantienen un relación coordinada y específica dentro del estudio del mercado.

4 La Distribución (Plaza)

Según (ARMSTRONG, 2008). Tiene que ver con el lugar donde se va a ofrecer el producto (ubicación) y la forma de llegar al cliente (distribución).

a) Ubicación

Los criterios específicos para analizar las distintas alternativas y responder determinadas preguntas que lo pueden ayudar a decidir cuál es la más conveniente:

- Hay que evaluar cuales son los costos de cada ubicación posible y los beneficios que ofrece cada una de ellas.
- No se debe forzar el armado de un negocio por el sólo hecho de contar con un local propio o de bajo alquiler, pero no es el lugar adecuada para realizar el emprendimiento.
- Se debe analizar si uno va a visitar a los clientes o los clientes vienen a comprar.
- ¿Cuál es la imagen que debe tener el lugar y el establecimiento?
- ¿Es importante estar cerca de los proveedores?
- ¿Hay espacio suficiente para depositar la mercadería? ¿En una etapa futura es posible realizar ampliaciones?
- ¿Es una zona segura y con potencialidad de crecimiento?
- ¿El lugar de acceso y el estacionamiento son los apropiados para el negocio? ¿Hay lugar para cargar y descargar mercadería o insumos?
- ¿El lugar cuenta con los servicios como: Electricidad, agua, luz, gas, teléfono.

b) Los canales de distribución

Los objetivos que deben cumplir los canales de distribución se relacionan con la cobertura del mercado (masiva, selectiva o exclusiva), su penetración y los servicios que facilitan el acceso al producto por parte del consumidor.

Estos pueden ser:

- **Directos:** son aquellos que vinculan la empresa con el mercado sin intermediarios y poseen un solo nivel.
- **Indirectos:** pueden ser cortos o largos, según cuenten con uno o más niveles entre la empresa y el consumidor.
 - **Cortos:** Venta minorista.
 - **Largos:** La venta se realiza a través de mayoristas, distribuidores y representantes.

5 La Comunicación (Promoción)

Según (FRIEND & ZEHLE, 2008). *Es necesario establecer un vínculo con el consumidor para hacer conocer lo que se ofrece, motivar la adquisición del producto e incentivar la reiteración de la compra.*

La comunicación está integrada por las siguientes estrategias parciales:

- **Publicidad:** los medios publicitarios más utilizados, donde cada uno de ellos tiene un cierto impacto.
 - Diarios
 - Revistas
 - Radio, Televisión Y Cine
 - Vía Pública Y Transportes
- **Promoción de Ventas:** Los objetivos específicos de la promoción de ventas son:

- Que el consumidor pruebe el producto o servicio.
 - Que se aumente la cantidad y frecuencia de consumo.
 - Fortalecer la imagen del producto o servicio.
 - Lograr la fidelidad del producto o servicio.
- **Relaciones Públicas:** Las relaciones públicas se desarrollan prácticamente en todas las organizaciones, con mayor o menor intensidad.

6 Estudio técnico

Según (COLLAHUAZO, 2008). “El estudio técnico supone la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del proyecto y las restricciones de orden financiero”. (p.68)

Definiéndolo en otros términos se puede afirmar que corresponde a la estimación de las inversiones, además de la identificación, la determinación de la capacidad de producción en un período de tiempo determinado, definir el sitio donde se va a ubicar la nueva unidad productiva y determinar la infraestructura física requerida, el equipo y maquinaria, así como también el talento humano requerido para una producción determinada.

Tamaño del proyecto

Según (ETZEL, 2009), “Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto”. (p.48)

Es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto para establecer la cantidad de producción o de prestación del servicio por un tiempo determinado.

Macro localización

Según (FRIEND & ZEHLE, 2008), *“Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto”*. (p.96)

Para ello se analizará todas las alternativas antes de seleccionar el lugar donde el proyecto opere en las mejores condiciones de costos; que tenga acceso a la infraestructura adecuada y un abasto suficiente de materiales; que cuente con apoyos comunitarios y gubernamentales reales y que tenga la oportunidad de cubrir eficientemente sus mercados potenciales.

Micro localización

Según (COLLAHUAZO, 2008). “Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar el sector exacto para instalar la empresa, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario”. (p.55)

Consiste en la elección de la zona o localidad para finalmente determinar el sitio preciso, tomando en cuenta que la empresa debe ubicarse en el lugar donde exista mayores posibilidades de expansión y comercialización.

7 Ingeniería del proyecto

Según (PUJOL, 2010). “El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva”. (p.79)

La Ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, aquí se describen algunos aspectos como: producto, tecnología, selección del equipo y la maquinaria, edificios, estructuras y obras de ingeniería civil.

Procesos de producción

Según (COLLAHUAZO, 2008). “El proceso operativo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción”. (p.80)

En la parte de ingeniería del proyecto se procederá a determinar el proceso de producción para la producción de trajes Kayambi.

Talento humano

Según (DUANE, 2009), “El Talento Humano es quien labora profesionalmente y reconoce los factores más relevantes, junto con inversión y la misión estratégica de una empresa u organización considerando al Talento Humano como la fuerza que gesta y funda la base del desarrollo país en la gestión de personas.” (p.95)

Sera importante determinar el requerimiento de talento humano para la operatividad de la empresa como un factor relevante del proyecto.

8 Estudio económico

Activos Fijos

Según (ILLERA, 2009), *“Son los activos fijos tangibles e intangibles en conjunto, representan el total de los activos fijos de la empresa”*. (p.48)

Es decir los activos fijos tangibles representan el costo total de todos los activos físicos que la empresa ha comprado pero que no se ha cargado como depreciación a la cuenta de resultados. Los activos intangibles son parte del activo que comprenden los bienes inmateriales como las patentes, las marcas, el fondo de comercio etc.

Depreciación – Amortización

Según (SARMIENTOS, 2008), *“La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él”*. (p.36)

La depreciación y la amortización tienen como objetivo reconocer el desgaste y/o agotamiento que sufre todo activo al ser utilizado por la empresa para el desarrollo de su objeto social, y por consiguiente en la generación del ingreso.

Cada uno de los costos y gastos en que se incurrió para generar dichos ingresos, de allí que en el caso de los ingresos generados por la utilización de los activos, se debe asociar, reconocer el desgaste o agotamiento de los activos con la generación de los ingresos, puesto que no puede existir un ingreso sin costo o gasto.

Costos de producción.

Según (ETZEL, 2009). *“Son los cargos por concepto de material, de mano de obra y de gastos, correspondientes directamente a la producción de un producto determinado”*. (p.69)

Los costos de operación son los que se capitalizan para conformar el costo de los productos fabricados, el costo de un producto lo integran tres elementos que a continuación se detallan.

Elementos costos operación

- Materiales directos
- Mano de obra Directa
- Costos indirectos de producción

Gastos Generales Administrativos

Según (ILLERA, 2009). *“Son gastos emergentes de la administración de recursos humanos y logísticos, que de manera general coadyuvan a las operaciones propias del giro de la entidad. La estructura organizacional y políticas de descentralización, son factores preponderantes que determinan el nivel de costo administrativo”*. (p. 74)

Los gastos administrativos son los gastos que se pagan por mantenimiento, por bienes o servicios, sueldos indirectos. Dichos gastos necesariamente se los realiza en toda empresa productiva.

Gastos Generales Ventas

Según (MIRANDA, 2008), “Son los gastos en que se incurre para hacer llegar los productos al consumidor o distribuidor: sueldos y salarios, prestaciones y otros recargos, comisiones, viáticos, transporte y flete, combustible y lubricantes, depreciaciones, publicidad, amortización, gastos de promoción y empaque, todos ellos relacionados con las ventas”. (p.57)

Se procederá a determinar en el proyecto los gastos de ventas de la microempresa de producción y comercialización de traje Kayambi.

Estado de pérdidas y ganancias

Según (MORENO, 2008), “El Estado de resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado”. (p.89)

También conocido como el estado de ganancias y pérdidas o es estado de captura, para un periodo específico, todas las ventas y todos los costos asociados con el logro ya sea de una ganancia o una pérdida para el periodo, aun si no se produce un flujo de fondos durante este tiempo.

Flujo neto de efectivo (FNE)

Según (MORENO, 2008), “El Estado de Flujo de Efectivo se obtendrá aplicando el método directo, a partir de obtener las fuentes y uso de los flujos de créditos de las cuentas por Cobrar y los flujos de débitos de las Cuentas por Pagar, respectivamente y calculado separadamente el superávit o déficit corriente y de capital; de la sumatoria de los conceptos antes indicados se obtendrán el Superávit o Déficit Bruto”. (p.91)

Al tratar el Flujo Neto Efectivo significa considerar en cuenta el Valor del Dinero en Función del Tiempo, al retrotraer mediante la tasa de Interés (tasa de intercambio inter temporal del Dinero) los flujos netos de Dinero a la fecha de inicio del proyecto.

Flujo de caja

Según (MIRANDA, 2008), “El flujo de caja o flujo neto de caja representa en una forma esquemática las salidas y las entradas de dinero al proyecto, permitiendo aplicar ciertos criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero”. (p.101)

Toda empresa necesita tener registrada detalladamente todos los ingresos de dinero que se generen.

Balance inicial y proyectado

Según (ORTÍZ, 2008), “En el balance proforma se puede encontrar la posición financiera que tendrá la empresa en su fase de inversión y operacional que representa una foto de la posición de un negocio en un determinado momento – la finalización del periodo cubierto por el estado de resultados en lo respecta a las cuentas anuales publicadas, pero reflejan las transacciones que se han realizado durante toda la historia de la empresa. Este enumera todos los activos y las obligaciones de la empresa, así como también los fondos de los accionistas”. (p.200)

El balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que está a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse estas

9 Evaluación financiera

Costo de Oportunidad de la Inversión (CK)

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), *“El costo de oportunidad o costo alternativo designa el costo de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica, a costa de la mejor inversión alternativa disponible, o también el valor de la mejor opción no realizada”*. (p.123)

En un negocio de financiación el Costo de Oportunidad equivale al costo del dinero de la alternativa más económica al negocio en estudio. El costo de oportunidad para una persona (natural o jurídica) depende del ambiente (mercado) en el cual se encuentre y de su posición relativa frente a ese ambiente (inversionista, deudor, poseedor de oportunidades, etc.).

Tasa de Oportunidad (i^*)

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), *“La tasa de oportunidad representa la tasa de interés correspondiente al Costo de Oportunidad”*. (p.201)

En un negocio de financiación representa la menor tasa de costo de las fuentes de préstamos y corresponde la Tasa Máxima de Costo Aceptable (TMCA) para el negocio en estudio.

Valor Actual Neto (VAN)

Según (ORTÍZ, 2008), *“El Valor Presente Neto representa el incremento de la riqueza (o tenencia o Valor de la empresa) medido en dinero actual (pesos de hoy) si se toma el negocio en estudio”*. (p.96)

Procedimentalmente el VPN se obtiene llevando todos los Flujos de Fondos estimados (desde el momento cero hasta el momento n) del negocio al momento cero (actual) descontados (o traídos) con la Tasa de Oportunidad.

10 Estudio de Impactos del proyecto

Impactos Ambientales

Según (MIRANDA, 2008), *“Se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativa o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración”*.
g(p.201)

Los impactos también se conocen como los resultados que se obtienen después de haber operado en alguna área y qué medidas se puede realizar para minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos con un plan de mitigación.

- **Impactos negativos.**- Los impactos negativos de un proyecto normalmente son los que puede generar en relación a la alteración de factores básicos como el aire, el suelo, el agua, ruido, flora y fauna que existe en el radio de acción del proyecto.
- **Impactos positivos.**- Los impactos positivos de un proyecto son todas aquellas variables e indicadores de orden económico, social, tecnológico, micro empresarial, de comercialización, cultural y otros que puede generar la operatividad de una empresa o de una unidad económica o social.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Identificación del producto.

La microempresa tendrá como objetivo de producción la confección de blusas y faldas (follera, anaco o centro), de la etnia kichwa kayambi.

3.1.1 Blusas

Las blusas son de tela blanca de manga ancha, acampanada, con encajes en la hombrera delantera y espalda. Estas blusas van bordadas muy cargadas con hilos de un solo color o en gama de colores primarios. Lo vistoso de este bordado es su combinación de colores y confeccionados con diferentes temáticas de adornos como: dibujos de flores, escudos, cenefas brillantes y otros matices.

Gráfico N° 8**Blusas**

Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 9**Blusas**

Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 10**Blusas bordado a mano**

Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora

3.1.2 Faldas o folleras

Son plisadas de lanilla, en la parte inferior está adornado con cenefas brillantes, bordadas con diferentes matices, el filo tiene una enconcha con crochet. Este tipo de faldas se bordara a máquina, por lo menos en tres diseños diferentes en todo el ruedo. Los colores que la microempresa confeccionará son de acuerdo a los niveles de preferencias que tiene este tipo de vestimenta y serán en colores: rojo, rosado, rosado fuerte, azul eléctrico, azul añil, amarillo, tomate y fucsia.

Gráfico N° 11
Faldas o folleras



Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 12
Falda



Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora

3.2. El mercado

El mercado de este tipo de vestimenta es de la estructura social y política de los kayambi que se localizan en la actualidad en los cantones Cayambe, Pedro Moncayo, Otavalo, Ibarra y Pimampiro en la zona norte; con aproximadamente 147.000 habitantes, de los cuales el 52.3% son mujeres que corresponde a 76.881. FUENTE Las mujeres adquieren este tipo de vestimenta en los almacenes y centros comerciales de la ciudad de Otavalo Ibarra y de Cayambe. Existe un mínimo porcentaje que elabora sus propias prendas de vestir. El mercado de prendas de vestir kayambi está centralizado en la provincia de Imbabura, especialmente en la ciudad de Otavalo, donde se localizan, dos almacenes, que comercializan este tipo de vestimenta. En la plaza de ponchos, por investigación directa se establece que se localizan ocho puestos que venden las blusas, faldas, chalinas y otros elementos de la cultura kayambi. La serranía del Ecuador tiene mercados establecidos de comercialización de este tipo de vestimenta como en las ferias de Cayambe y las blusas bordadas de Zuleta y Angochagua del cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

3.3. Objetivos del estudio de mercado

3.3.1 Objetivo general

Realizar un Estudio de Mercado, identificando la oferta, la demanda sus proyecciones, precios, segmentación del mercado, mercado meta y proponer estrategias evaluando la situación actual del mercado interno para la producción y comercialización de traje kayambi en la parroquia González Suárez, cantón Otavalo, provincia Imbabura.

3.3.2 Objetivos específicos

- Establecer la oferta actual de trajes Kayambi en la ciudad de Otavalo.
- Determinar la demanda de trajes Kayambi que tiene la población económicamente activa de mujeres de la etnia Kayambi de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago.
- Identificar los indicadores de Marketing mix, para fundamentar las estrategias de mercado de la microempresa de producción y comercialización de traje Kayambi.

3.4 Matriz de variables de mercado

Cuadro N° 8

Matriz de variables de mercado

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Establecer la oferta actual de trajes kayambi en la ciudad de Otavalo.	Oferta	Número de locales de comercialización de trajes kayambi	Secundaria	Documental	Cámara de Comercio de la ciudad de Otavalo
		Meses de comercialización	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales comerciales de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.
		Cantidad de trajes	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales comerciales de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.
		Adquisición	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales comerciales de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.
		Crecimiento promedio	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales comerciales de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.

		Tipo de faldas	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales comerciales de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.
		Tipo de blusas	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales comerciales de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.
		Precio de la falda	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales comerciales de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.
		Precio de blusas	Primaria	Encuesta	Propietarios de los locales comerciales de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.
Determinar la demanda de trajes kayambi que tiene la población económicamente activa de mujeres de la etnia kayambi de las parroquias de González	Demanda	Sector o ciudad	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi
		Lugar de adquisición	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi

Suárez y San Pablo del
Lago.

Cantidad de trajes	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi
Nivel de satisfacción	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi
Colores	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi
Preferencia	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi
Factores de compra	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi
Nivel de aceptación	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi

Identificar los indicadores de marketing mix, para fundamentar las estrategias de mercado de la microempresa de producción y comercialización de traje kayambi.	Marketing mix	Precio	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi
		Punto de venta	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi
		Publicidad	Primaria	Encuesta	PEA femenino de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago de la etnia kayambi

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: la autora

3.5 Identificación de la población

La población objeto a estudio de mercado son dos. La primera que corresponde a los propietarios de 10 locales de comercialización de traje kayambi de la ciudad de Otavalo y la segunda población, la PEA de la parroquia de González Suárez y de San Pablo que es de 1.455 mujeres de la etnia kayambi.

Cuadro N° 9

Locales de comercialización de traje kayambi

No.	Nombre	Dirección
1	Comercial Dorian	Calle Vicente Piedrahita 5-25
2	Artesanías los Andes	Calle Modesto Jaramillo 4-22
3	Ocho puestos comerciales	Mercado de los Ponchos

Fuente: investigación directa

Elaborado por. La autora

Año: 2013

3.5.1 Muestra

Cálculo de la muestra

Para la segunda población (PEA femenino) se procedió a calcular el tamaño de la muestra con la siguiente fórmula:

Fórmula de cálculo

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente ecuación:

$$n \equiv \frac{N \times P^2 \times Q^2}{(N - 1)E^2 + P^2 Q^2}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

P²= Desviación típica de la población (0.5)

Q²= valor crítico, corresponde a un valor dado del Nivel de confianza (0.95% dos colas = 1.96)

e= Error la medida de la muestra. Nivel de error (5%; 0.05)

$$n \equiv \frac{0.5^2 \times 1.96^2 \times 1.455}{(1.455 - 1)0.05^2 + 0.5^2 1.96^2}$$

n=304 PEA femenino.

3.6 Tabulaciones y análisis de la información

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

OBJETIVO:

Establecer los parámetros técnicos de confección de trajes kayambi que se requiere la microempresa.

3.6.1 Encuesta aplicada a los propietarios de los locales de comercialización de traje kayambi de la ciudad de Otavalo.

1. ¿En qué meses son los que más comercializan los trajes kayambis?

Cuadro N° 10

Meses

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ENERO	1	10,00
FEBRERO	1	10,00
MARZO	1	10,00
ABRIL	1	10,00
MAYO	1	10,00
JUNIO	1	10,00
JULIO	1	10,00
AGOSTO	1	10,00
SEPTIEMBRE	1	10,00
NOVIEMBRE	1	10,00
DICIEMBRE	1	10,00
TOTAL	10	100

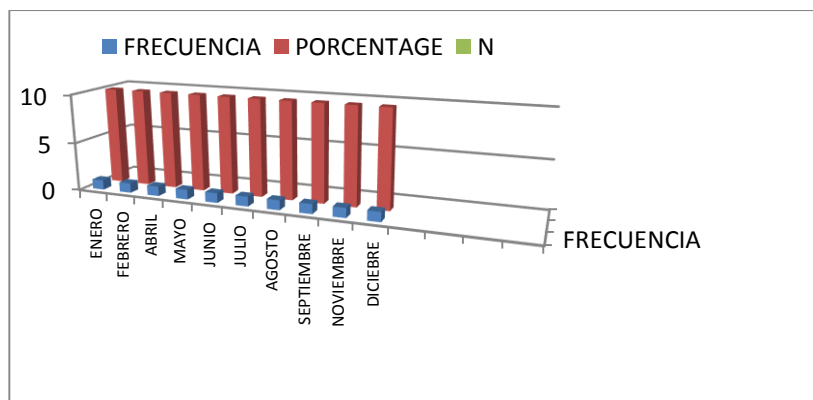
Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 13

Meses



Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año:

Análisis:

La mayoría de los propietarios encuestados sostienen que La venta de los los trajes kayambis se lo realiza en la mayoría de los meses excepto enero y octubre ahí la venta es un poco bajo por tratarse de inicio del año y temporadas de clases.

2. ¿Qué cantidad de trajes kayambi comercializa anualmente?

Cuadro N° 11

Cantidad

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50 – 100	2	20,00
100 – 150	5	50,00
150 – 200	2	20,00
200 – 250	1	10,00
TOTAL	10	100

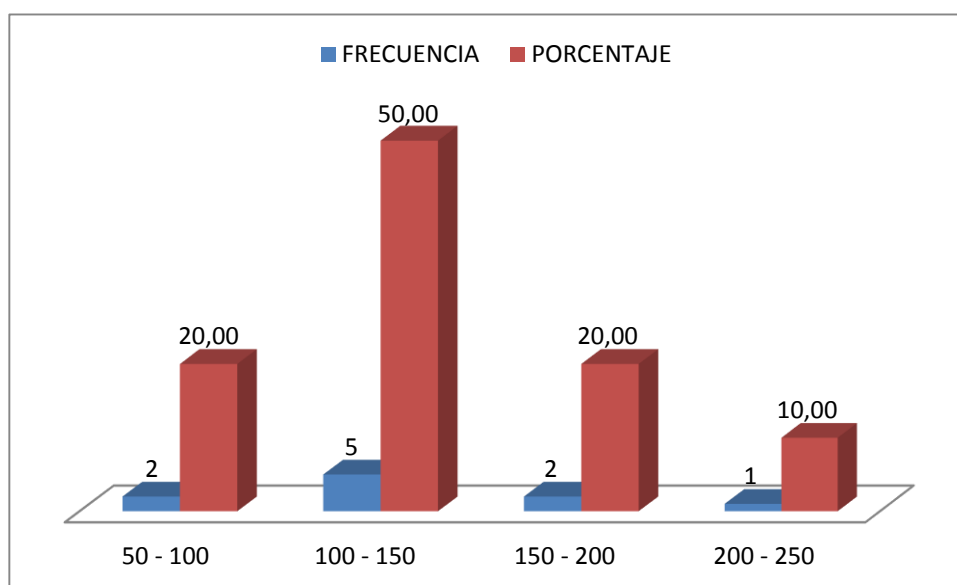
00Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 14

Cantidad



Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

En su mayoría los encuestados argumentan que venden anualmente un promedio de 100 a 150 trajes kayambi. Equivale al 50% del total de las encuestadas, por Otra parte sostienen que venden de 50 a 100, corresponde al 20%, otros de 150 a 200, corresponde al 20% y muy pocos de 200 a 250 trajes. Que corresponde al 10% de las encuestadas.

3. ¿Generalmente sus clientes adquieren?

Cuadro N° 12

Adquisición

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FALDAS	2	20,00
BLUSAS	3	30,00
TRAJE COMPLETO (FALDA Y BLUSA)	5	50,00
TOTAL	10	100

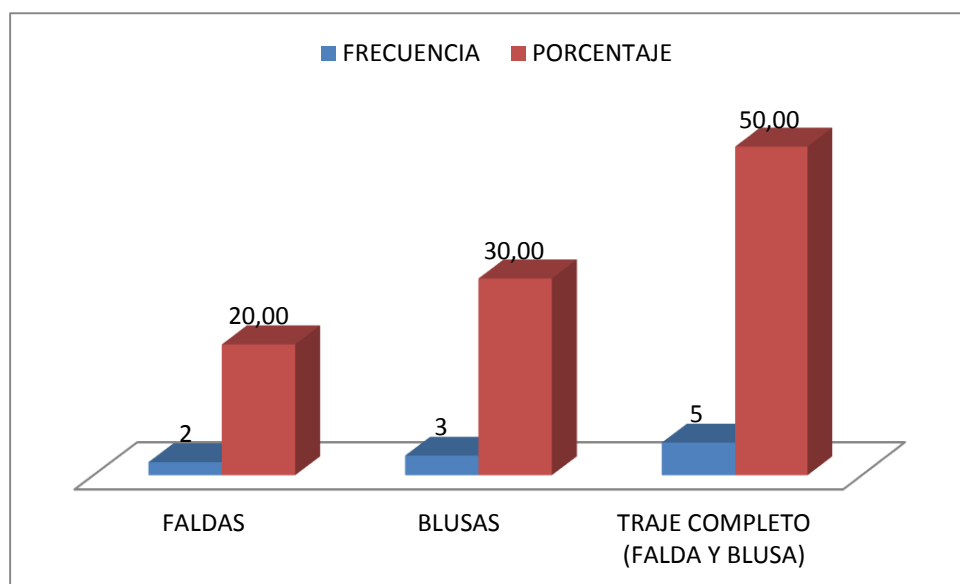
Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 15

Adquisición



Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

El 50% de los encuestados sostienen que comercializan trajes completos kayambi compuesto por la falda y blusa. Otra parte de ellos manifiestan que lo que más comercializan blusas es el 30% y solo el 20% manifiestan comercializan más faldas.

4. ¿Cuál es el crecimiento promedio de las ventas en los últimos cinco años?

Cuadro N° 13

Crecimiento promedio

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 - 5%	1	10,00
6 - 10%	1	10,00
11 - 15%	3	30,00
16 - 20%	5	50,00
TOTAL	10	100

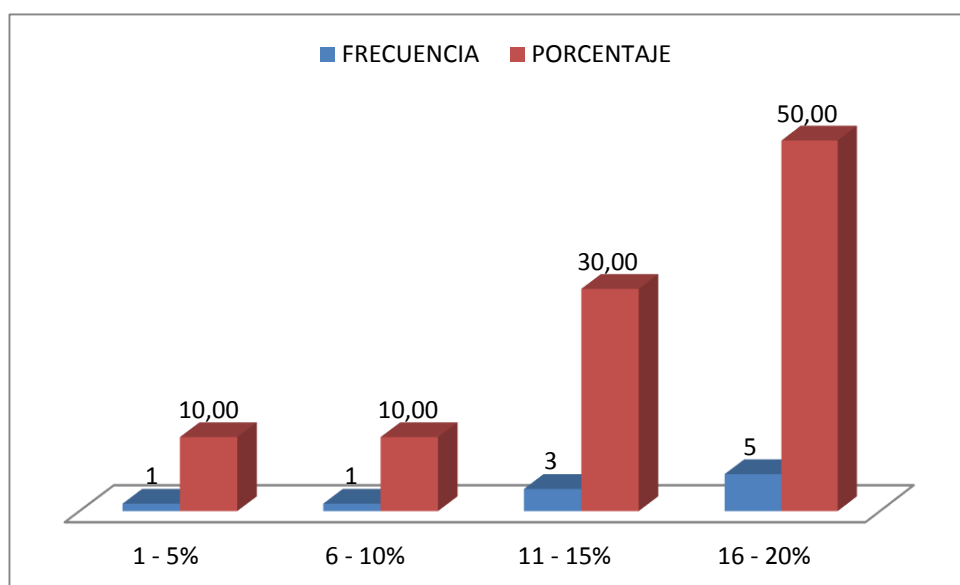
Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 16

Crecimiento promedio



Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

En relación al crecimiento que han tenido las ventas en los últimos cinco años, la mayoría de los propietarios encuestados sostienen que es del 16 al 20%, otra parte de ellos afirman que es del 11 al 15%.

5. ¿Las faldas o folleras que más comercializa en su local son?:

Cuadro N° 14

Faldas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CON CROCHET	6	60,00
SIN CROCHET	4	40,00
TOTAL	10	100

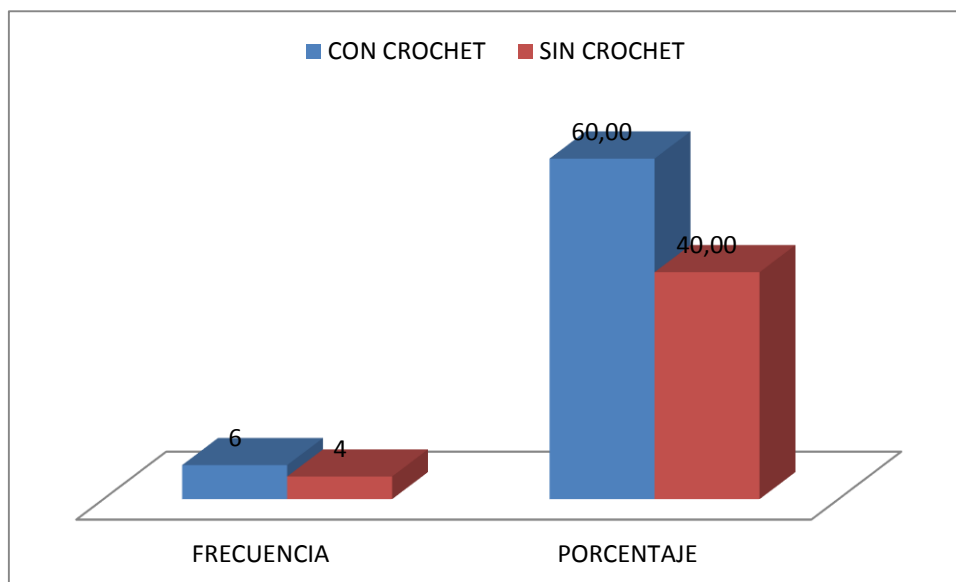
Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 17

Faldas



Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

En gran parte de los encuestados responden que comercializan faldas con crochet y muy pocos sin crochet.

6. ¿Las blusas que más comercializa son?:

Cuadro N° 15

Blusas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BORDADAS A MAQUINA	7	70,00
BORDADAS A MANO	3	30,00
TOTAL	10	100

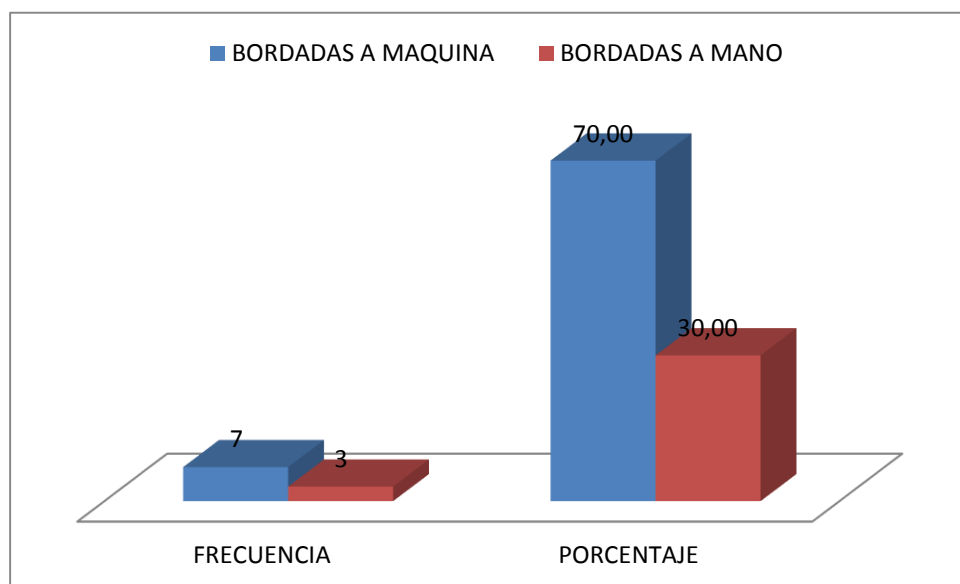
Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 18

Blusas



Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

La mayoría de los encuestados sostienen que comercializan blusas bordadas a máquina, por ser más económicas para los clientes y muy pocos comercializan blusas bordadas a mano.

7. ¿Cuál es el precio promedio de una falda o follera?

Cuadro N° 16

Precio de la falda

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$20 - \$25	3	30,00
\$25 - \$30	5	50,00
\$30 - \$35	1	10,00
\$35 - \$40	1	10,00
TOTAL	10	100

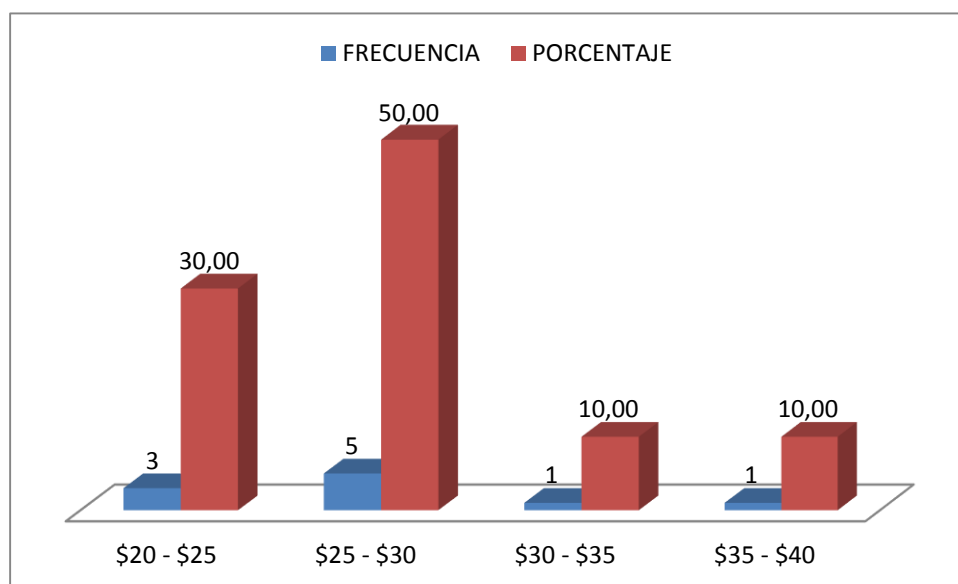
Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 19

Precio de la falda



Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

El precio promedio de una falda, la mayoría de los encuestados sostienen que entre los \$25.00 a \$30.00. Otra parte de ellos manifiestan que venden las faldas entre \$20.00 a \$25.00, otros de \$30.00 a \$35.00 y muy pocos venden de \$35.00 a \$40.00 las faldas.

8. ¿Cuál es el precio promedio de las blusas?

Cuadro N° 17

Precio de blusas

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$30 - \$40	2	20,00
\$40 - \$50	5	50,00
\$50 - \$60	2	20,00
\$60 - \$70	1	10,00
TOTAL	10	100

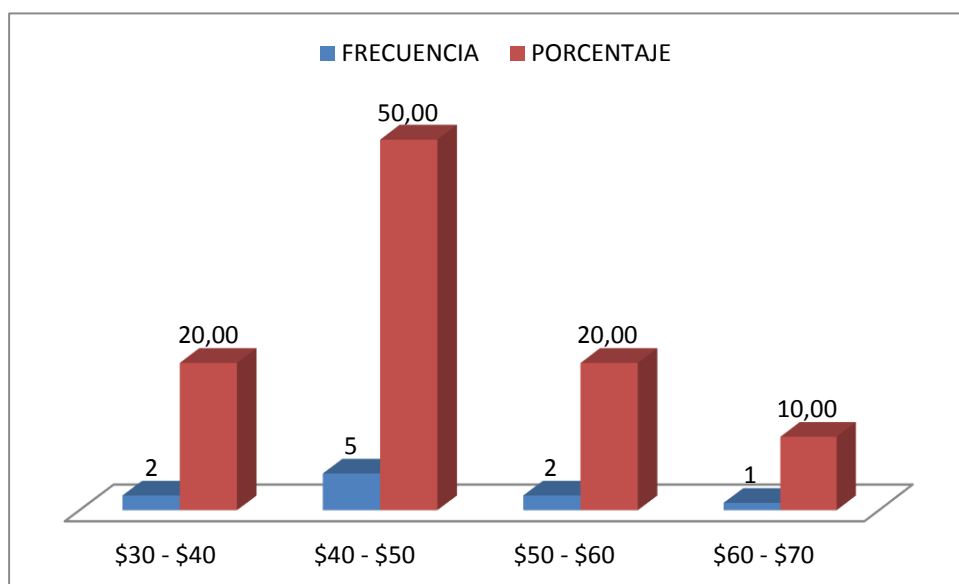
Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 20

Precio de blusas



Fuente: Encuestas (10 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

La mayoría de los encuestados sostienen que comercializan las blusas de \$40.00 a \$50.00, otra parte de los encuestados sostienen que el precio es de \$30.00 a \$40.00, otros de \$50.00 a \$60.00 y muy pocos de \$60.00 a \$70.00.

3.6.2 Tabulación y Análisis de la encuesta aplicada a la PEA femenina de la etnia kayambi de la parroquia González Suárez

1. ¿En qué sector o ciudad adquiere sus prendas de vestir (falda y blusa)?

Cuadro N° 18

Sector

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
OTAVALO	225	74,01
IBARRA	45	14,80
CAYAMBE	34	11,18
TOTAL	304	100

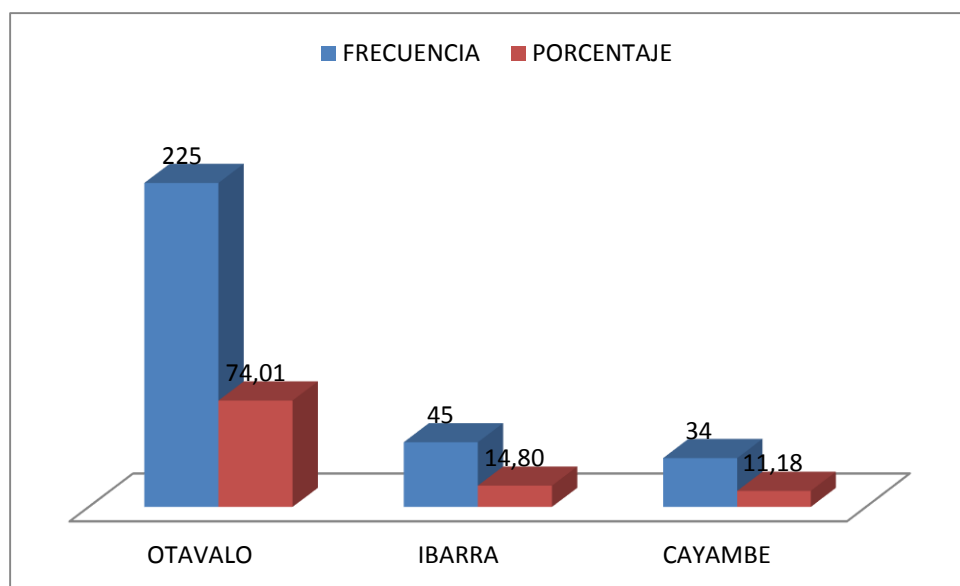
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 21

Sector



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

El sector o ciudad donde generalmente adquieren la mujeres de la etnia kayambi su vestuario es en la ciudad de Otavalo, otra parte de ellas sostienen que adquieren en la ciudad de Ibarra y muy pocos en la ciudad de Cayambe.

2. ¿Dónde adquiere actualmente sus prendas de vestir (falda y blusa)?

Cuadro N° 19

Lugar

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CENTROS COMERCIALES	32	10,53
BOUTIQUE	15	4,93
ALMACENES	145	47,70
PLAZA DE PONCHOS	112	36,84
TOTAL	304	100

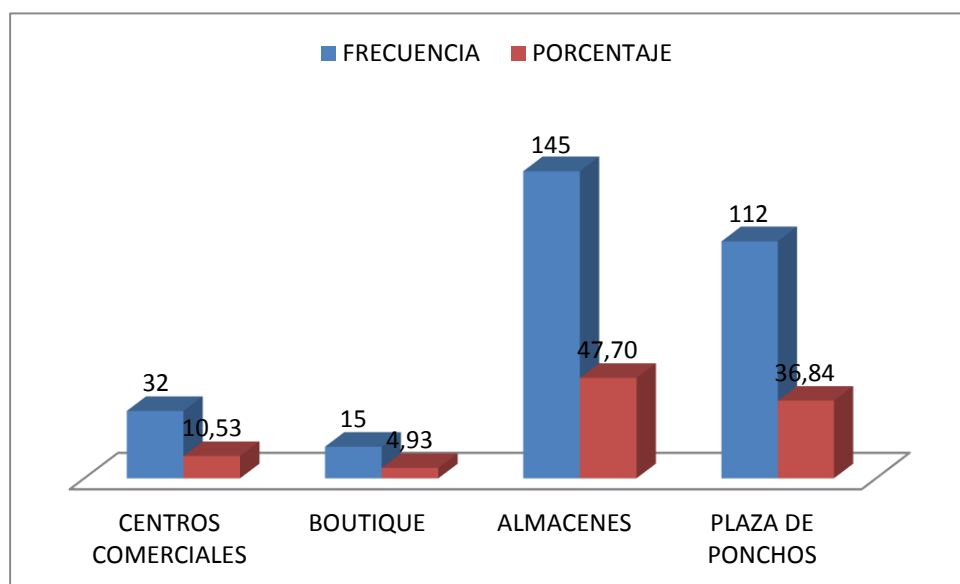
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 22

Lugar



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

Generalmente la mayoría de las encuestadas afirman que adquieren estos trajes en los almacenes de la ciudad de Otavalo, otra parte de ellas, adquieren en la Plaza de Ponchos, y muy pocas mujeres adquieren en los centros comerciales y en boutique.

3. ¿Cuántos trajes (blusa y falda) de la etnia kayambi adquiere anualmente?

Cuadro N° 20

Cantidad de trajes

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 3	223	73,36
4 a 5	48	15,79
> 5	33	10,86
TOTAL	304	100

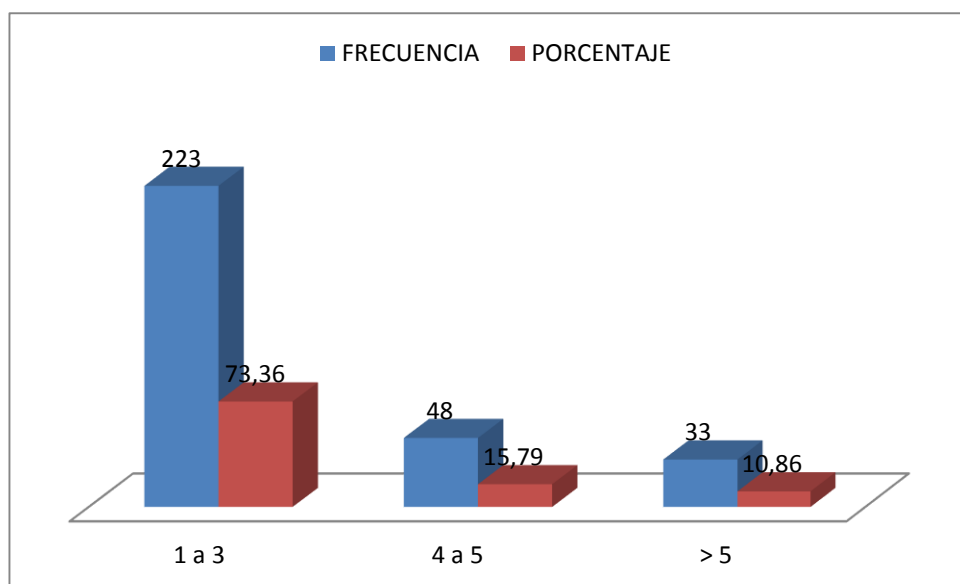
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 23

Cantidad de trajes



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

En relación a la cantidad de trajes que adquieren anualmente las mujeres kayambi, la mayoría de ellas sostienen que compran de 1 a 3 trajes al año, otras de 4 a 5 y muy pocas más de 5 trajes.

4. ¿Se encuentra satisfecha con sus prendas de vestir (falda y blusa) que actualmente adquiere en estos lugares?

Cuadro N° 21

Nivel de satisfacción

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	65	21,38
NO	132	43,42
A VECES	107	35,20
TOTAL	304	100

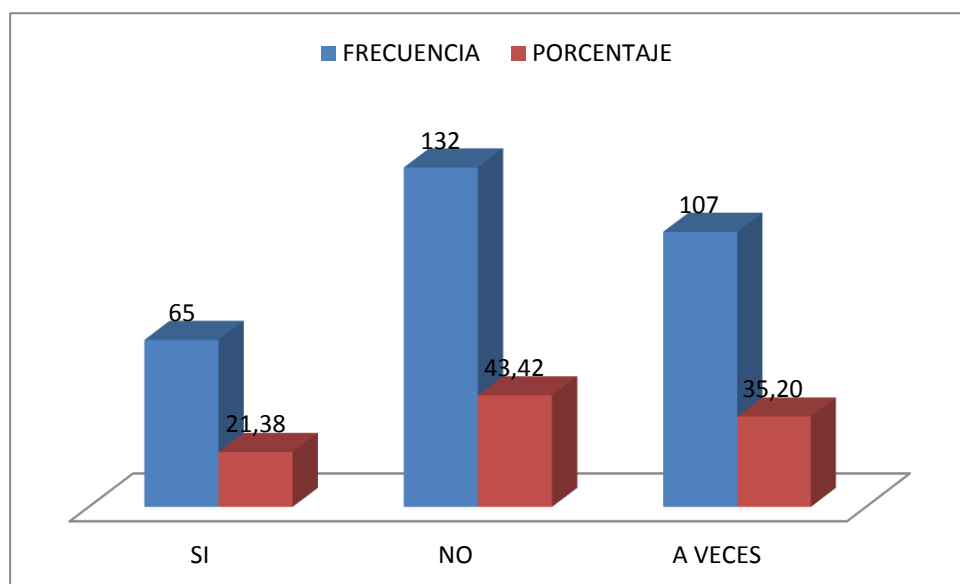
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 24

Nivel de satisfacción



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

La mayoría de las encuestadas sostienen que no se encuentran satisfechas con las prendas de vestir que actualmente adquieren es los almacenes, debido a que no tienen variedad de colores y no están acorde a la temporada.

5. ¿Qué colores utiliza en su vestimenta?

Cuadro N° 22

Colores

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FUERTES	107	35,20
OSCUROS	165	54,28
PASTELES	32	10,53
TOTAL	304	100

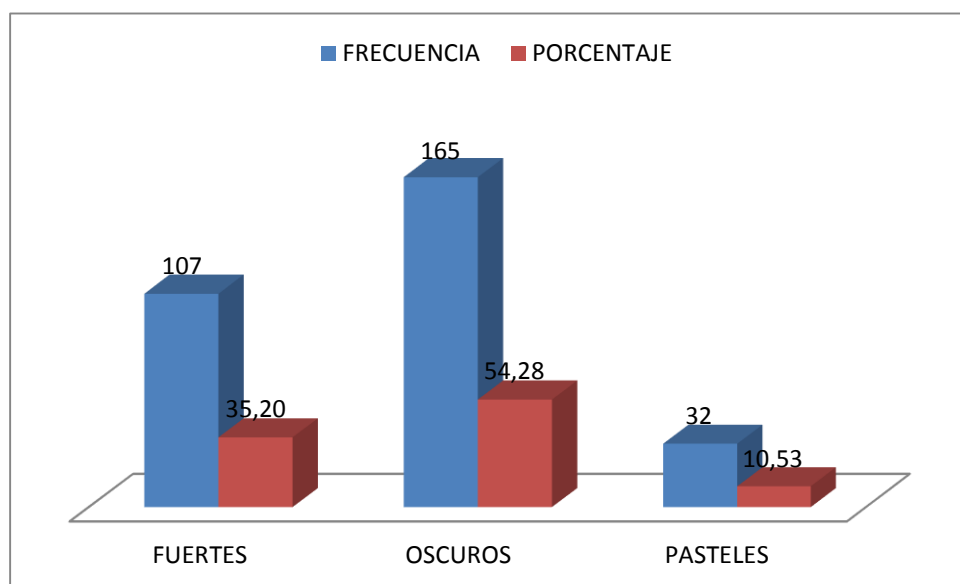
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 25

Colores



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

En relación a los colores, la mayoría de las mujeres de etnia kayambi manifiestan que les gusta los colores oscuros, otra prefieren los colores fuertes y muy pocas los colores pasteles.

6. ¿Cómo prefiere sus prendas de vestir (falda y blusa)?

Cuadro N° 23

Preferencia

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AJUSTADA	164	53,95
FLOJA	68	22,37
LARGA	56	18,42
CORTA	16	5,26
TOTAL	304	100

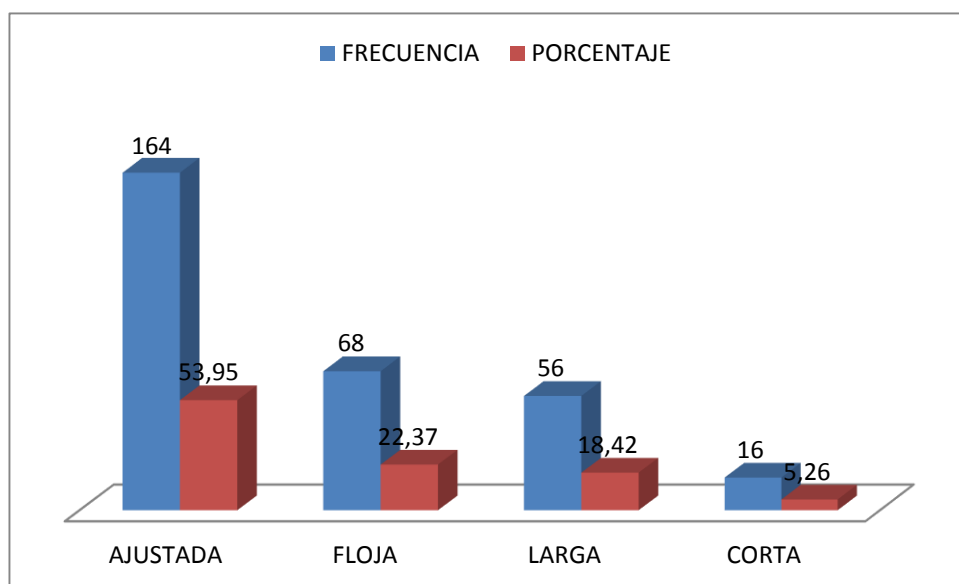
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 26

Preferencia



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

La mayoría de las encuestadas sostienen que les gusta estas prendas de vestir ajustadas, otras las prefieren flojas, otras larga y muy pocas corta.

7. ¿Qué factores considera usted al momento de adquirir sus prendas de vestir (falda y blusa)?

Cuadro N° 24

Factores de compra

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	94	30,92
COMODIDAD	155	50,99
CALIDAD	55	18,09
TOTAL	304	100

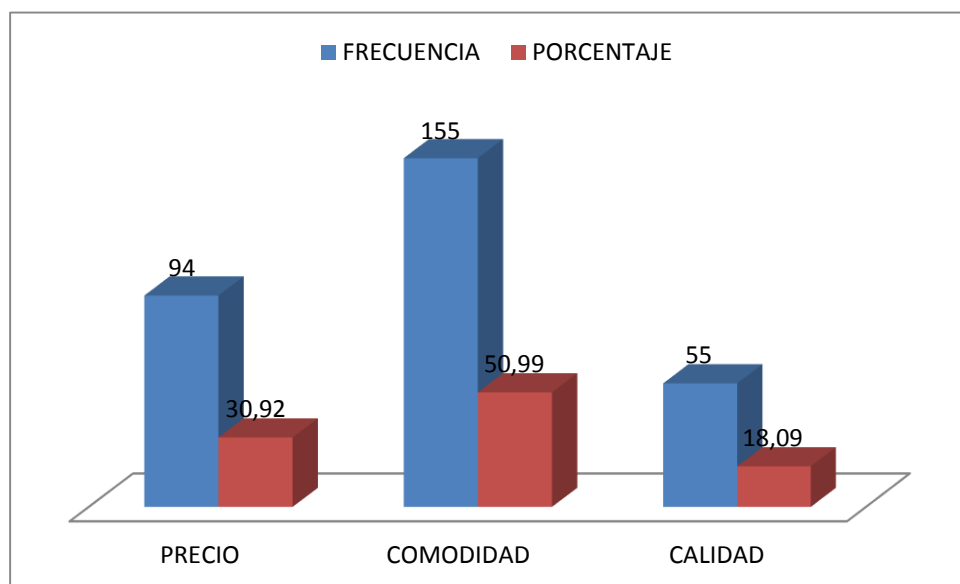
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 27

Factores de compra



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

Respecto a los factores de compra que tienen en cuenta las encuestadas al momento de realizar sus compras, la mayoría tiene en cuenta la comodidad de la prenda de vestir al usarla, otras se fijan en el precio y muy pocas en la calidad de la prenda.

8. ¿Está de acuerdo con que se implemente una microempresa de producción y comercialización de traje kayambi en la comunidad de Pijal?

Cuadro N° 25

Nivel de aceptación

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	269	88,49
NO	35	11,51
TOTAL	304	100

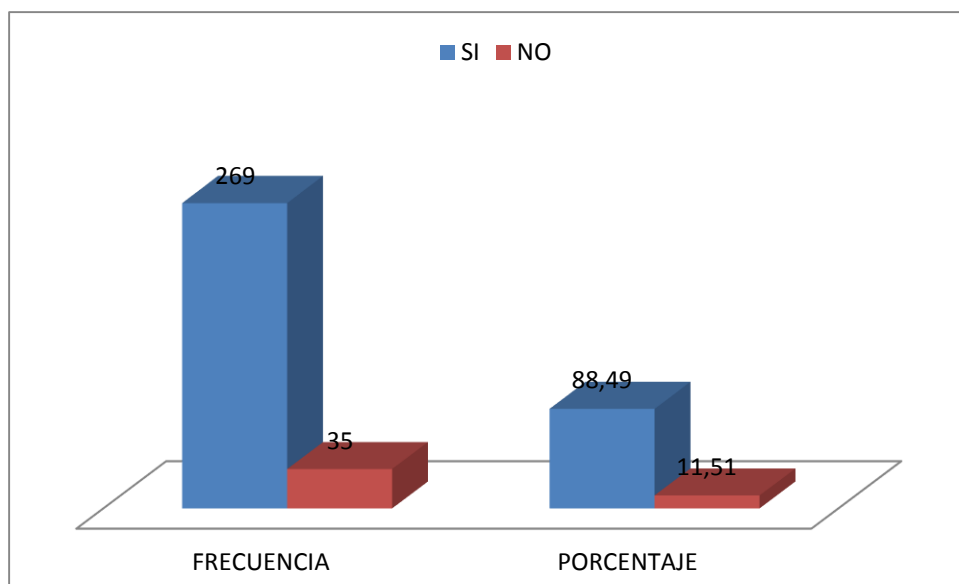
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 28

Nivel de aceptación



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

Respecto al nivel de aceptación sobre la creación de la microempresa de producción y comercialización de traje kayambi en la comunidad de Pijal, la mayoría de las encuestadas sostienen que si están de acuerdo, en vista de que tendrían un lugar donde realizar sus compras directamente.

9. ¿El precio que deberá manejar la microempresa en la comercialización de traje kayambi deberá ser?:

Cuadro N° 26

Precio

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
IGUAL QUE LA COMPETENCIA	209	68,75
MENOR QUE LA COMPETENCIA	79	25,99
MAYOR QUE LA COMPETENCIA	16	5,26
TOTAL	304	100

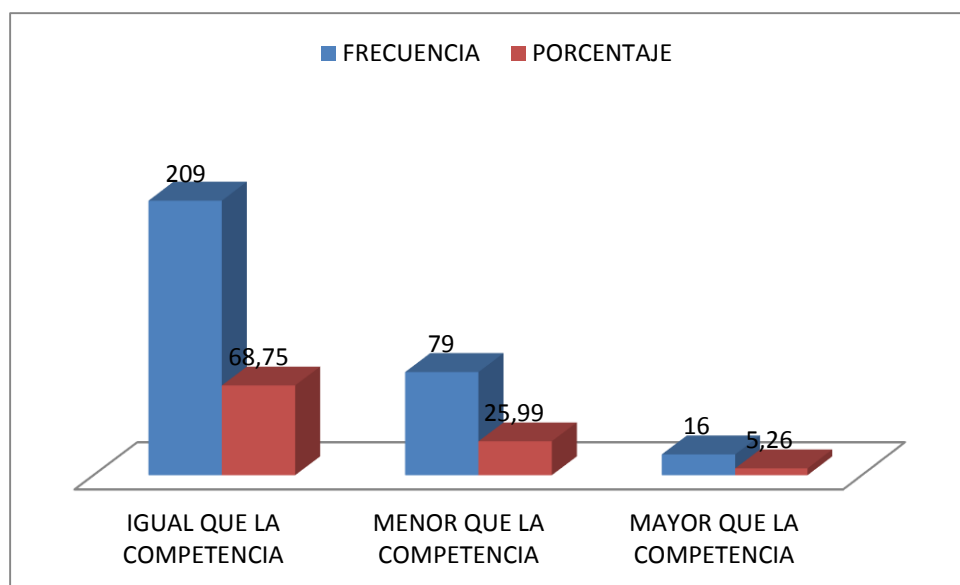
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 29

Precio



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

En relación al precio, la mayoría de las encuestadas manifiestan que la microempresa deberá manejar un precio igual que la competencia, otras prefieren que sea menor y muy pocas responden que sea mayor a la competencia.

10. ¿Dónde le gustaría encontrar un punto de venta de este tipo de trajes?

Cuadro N° 27

Punto de venta

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GONZÁLEZ SUÁREZ	211	69,41
SAN PABLO	79	25,99
OTAVALO	14	4,61
TOTAL	304	100

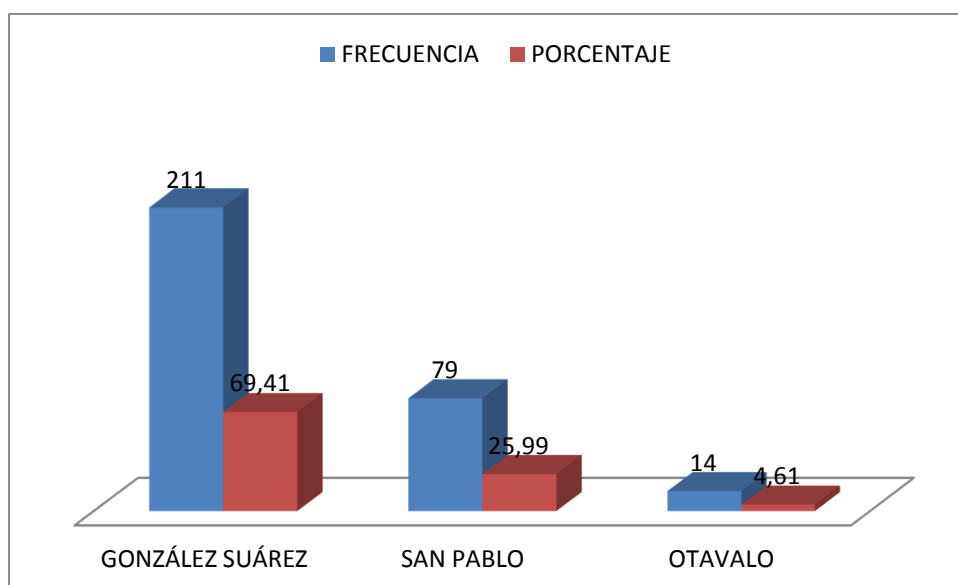
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 30

Punto de venta



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

Respecto al punto de venta, en gran parte de las encuestadas tienen preferencia porque el punto de venta sea en la Parroquia González Suárez, en vista de que no existe un local que comercialice este tipo de trajes.

11. ¿Qué tipo de publicidad debe utilizar la microempresa para ofertar sus productos?

Cuadro N° 28

Publicidad

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FOLLETOS	63	20,72
HOJAS VOLANTES	68	22,37
VALLAS PUBLICITARIAS	75	24,67
PAGINA WEB	98	32,24
TOTAL	304	100

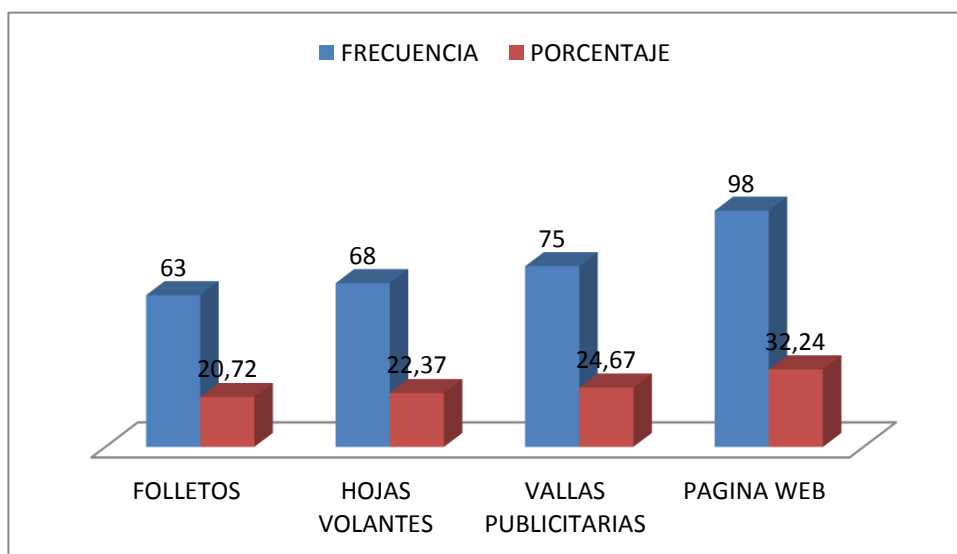
Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 31

Publicidad



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Análisis:

La mayoría de las encuestadas sostienen que la empresa debe crear una página web de la microempresa para dar a conocer sus productos a mujeres kayambis localizadas en otras parroquias y la provincia, otra parte de las encuestadas tienen preferencia porque la empresa utilice folletos, hojas volantes y vallas publicitarias.

3.7 Análisis: de la oferta

La oferta de prendas de vestir (faldas y blusas) de la etnia kayambi, se comercializan en diez locales ubicados en la ciudad de Otavalo, como muestra el siguiente cuadro:

Cuadro N° 29

Locales que comercializan prendas de vestir (faldas y blusas) kayambi

No.	Nombre	Dirección
1	Comercial Dorian	Calle Vicente Piedrahita 5-25
1	Artesanías los Andes	Calle Modesto Jaramillo 4-22
8	Puestos comerciales	Mercado de los Ponchos
10	Total de locales comerciales	

Fuente: investigación directa
 Elaborado por: La autora
 Año: 2013

Mediante investigación directa en la Cámara de Comercio de Otavalo, se establece que no se registran empresas que elaboren blusas y faldas de la etnia kayambi. En ésta ciudad. Teniendo como competidores indirectos los diez locales de comercialización de estas prendas de vestir.

Según información obtenida en el sitio, se determina que en la parroquia de González Suárez no se localiza una microempresa de producción y comercialización de blusas y faldas de la etnia kayambi.

3.7.1 Oferta actual (Volumen que comercializa)

Al analizar la oferta actual del volumen de ventas de faldas y blusas de la etnia kayambi, de las encuestas aplicadas a los propietarios de los locales que comercializan estas prendas de vestir en la ciudad de Otavalo, en la pregunta No. 2 se puede determinar un volumen de ventas anual de 1.350 juegos (faldas y blusas) de la etnia kayambi.

3.7.2 Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se consideró la oferta actual del año 2012, y de acuerdo a la pregunta No. 4 de las encuestas aplicadas a los propietarios de los locales que comercializan esta vestimenta, se establece un crecimiento del 3.6% anual del periodo 2008 – 2012, con esta tasa de crecimiento se procedió a proyectar la oferta futura, aplicando la siguiente fórmula:

$$Mn = Mo (1 + t)^n$$

Donde:

Mn= Oferta futura

Mo= Oferta actual (año 2012).

n= años proyectados.

1= constante.

t= Tasa de crecimiento histórica

Cuadro N° 30

Proyección de la oferta

Proyección de la oferta en número de trajes kayambi	
Años	Mn = Mo(1+0.036)ⁿ
2013	1.399
2014	1.449
2015	1.501
2016	1.555
2017	1.611

Fuente: Tasa de crecimiento.
Elaborado por: la autora
Año: 2013

Con la tasa de crecimiento del 3.6% y considerando el volumen de ventas del año 2012, las tendencias de comercialización que tienen los almacenes localizados en la ciudad de Otavalo es como muestra el cuadro N° 17

3.8 Análisis: de la demanda

3.8.1 Naturaleza del cliente

Las características de los clientes de faldas y blusas de la etnia kayambi son las mujeres, localizadas en la parroquia de González Suárez y la parroquia de San Pablo del Lago del cantón Otavalo, así como en los cantones de Ibarra (parroquia de la Esperanza y Angochagua), Cayambe, Pedro Moncayo y Pimampiro; que según algunos cronistas esta cultura etnia se localiza al norte desde el río Chota y Pimampiro y al sur hasta el río Guallabamba, que comprende las provincias de Pichincha e Imbabura.

Las comunidades asentadas en estos cantones son representativas y conservan las mujeres la vestimenta tradicional que consta de la falda, blusa, sombrero, chalina, walkas o gargantillas que son de mullos brillantes (rojo o dorado) tienen de 20 a 24 vueltas y demuestran en las campesinas la condición económica. Usan un gran número de binchas e invisibles de colore y fajas de colores, en las muñecas llevan manillas de pequeños mullos generalmente de color rojo, usan alpargatas aunque en la gran mayoría utilizan zapatos bajos.

3.8.2 Demanda actual

La demanda actual de la vestimenta kayambi (faldas y blusas) se obtuvo, considerando la PEA femenina de las dos parroquias, información recopilada del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago, determinándose que se localizan 1.455 mujeres en la primera parroquia y 1.568 en la segunda, obteniéndose una demanda potencial o demanda real de 3.023 mujeres de la etnia kayambi.

Para determinar la cantidad de trajes actual o demanda actual se obtuvo a través de las encuestas aplicadas a la PEA femenina en la pregunta No. 3 en la que se establece la frecuencia de adquisición de trajes que adquieren al año que es de 2 trajes anuales.

Para el cálculo de la demanda actual se consideró la población a la cual se dirige el proyecto que son las mujeres de la etnia kayambi de las dos parroquias (González Suárez y San Pablo del Lago) y se consideró la frecuencia compra.

- Demanda actual: PEA femenino 3.023
- Frecuencia de adquisición (2 juegos (falda y blusa) anual)
- Demanda = 3.023 * 2 = 6.046 trajes kayambi

3.8.3 Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda faldas y blusas de la etnia kayambi se estableció como línea de base la demanda actual del año 2012 que es de 6.046 trajes kayambi y la frecuencia de adquisición que generalmente tienen las mujeres de las dos parroquias. Para su proyección se utilizó el coeficiente de la tasa de crecimiento poblacional de la parroquia de González Suárez que es del 0.58% anual, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (año 2010). Según este mismo instrumento de la parroquia San Pablo del Lago el crecimiento poblacional es del 0.81% anual, de esta forma se obtuvo un crecimiento promedio poblacional de 0.65%. Para su cálculo se utilizó la siguiente ecuación.

$$M_n = M_o (1 + t)^n$$

Donde:

M_n= Oferta futura

M_0 = Oferta actual (año 2012).

n = años proyectados.

l = constante.

t = Tasa de crecimiento histórica

Cuadro N° 31

Proyección de la demanda

Proyección de la demanda en trajes kayambi	
Años	$M_n = Mo(1+0.0065)^n$
2013	6.085
2014	6.125
2015	6.165
2016	6.205
2017	6.245

Fuente: Tasa de la Demanda histórica.

Elaborado por: la autora

Año: 2013

De esta forma se establece que la demanda pronosticada, para el año 2013 sería de aproximadamente 6.085 trajes kayambi (faldas y blusas), considerando los factores de cálculo de la ecuación.

3.9 Balance oferta - demanda

Una vez que se analizó la oferta y demanda proyectada, se procedió a realizar el balance oferta – demanda que tiene la comercialización trajes kayambi.

Cuadro N° 32**Balance oferta – demanda**

Año	Oferta (No. trajes kayambi)	Demanda (No. trajes kayambi)	Demanda Insatisfecha
2013		1.399	6.085 4.686
2014		1.449	6.125 4.676
2015		1.501	6.165 4.664
2016		1.555	6.205 4.650
2017		1.611	6.245 4.634

Fuente: Proyección Oferta – Demanda 2013-2017.

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Del balance oferta – demanda se establece que existe una demanda insatisfechas de 4.686 trajes kayambi para el año 2013, que actualmente adquieren estas prendas en almacenes de la ciudad de Otavalo, Cayambe e Ibarra.

3.10 Participación del proyecto

De acuerdo a la capacidad operativa que tendrá la microempresa que es de confeccionar 1.200 trajes anuales se aspira cubrir el 25,60% de la demanda insatisfecha del año 2013 que es de 4686 trajes, una vez determinada la estructura de la demanda y la oferta, en relación a las series históricas y a su proyección. El proyecto prevé en lo posterior tener un posicionamiento a nivel de los otros sectores geográficos donde se localizan la etnia Kayambi.

3.11 Precio

Según los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los propietarios de los locales que comercializan este tipo de vestimenta los precios actuales son los siguientes:

Cuadro N° 33**Precios referenciales de los trajes kayambi**

Tipo de prendas	Precio referencial
Faldas con encajes en el filo de la parte baja de la falda	\$40.00 a 45.00
Faldas sin encajes en el filo	\$25 a 30.00
Blusas con bordado a maquina	\$45.00 a 50.00
Blusas con bordados realizado mano	\$80.00 a 110.00

Fuente: Investigación directa propietarios de locales que comercializan en Otavalo

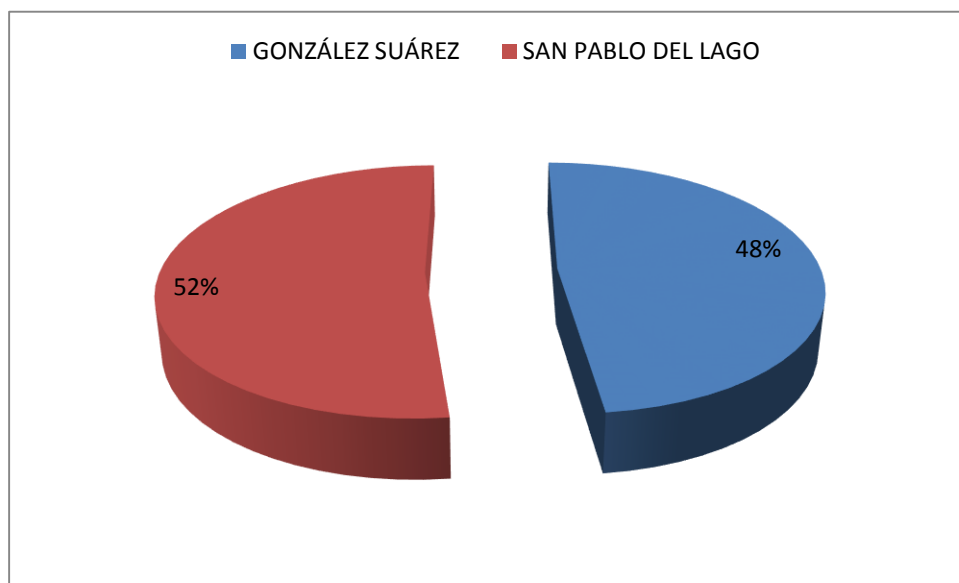
Elaborado por: la autora

3.11.1 Fijación de precios

Para fijar los precios de venta de la prendas de vestir que elaborara la microempresa se consideró los resultados de las encuestas aplicadas (pregunta 15), a PEA femenina de las dos parroquias y se establece que el precio debería ser 45 dólares para las blusas con bordados a máquina y de 32 dólares para las faldas. Estos precios tendrán que ser considerados para el análisis de costos e ingresos.

3.12 Estructura y segmentación de mercado**3.12.1 Segmentación del mercado****1 Segmentación geográfica**

De acuerdo a la información obtenida de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de las dos parroquias González Suárez y San Pablo se determinó que en Gonzales Suárez se localizan el 48, 13% de la población femenina sujeta a estudio de mercado y en la parroquia de San Pablo el 51,87%.

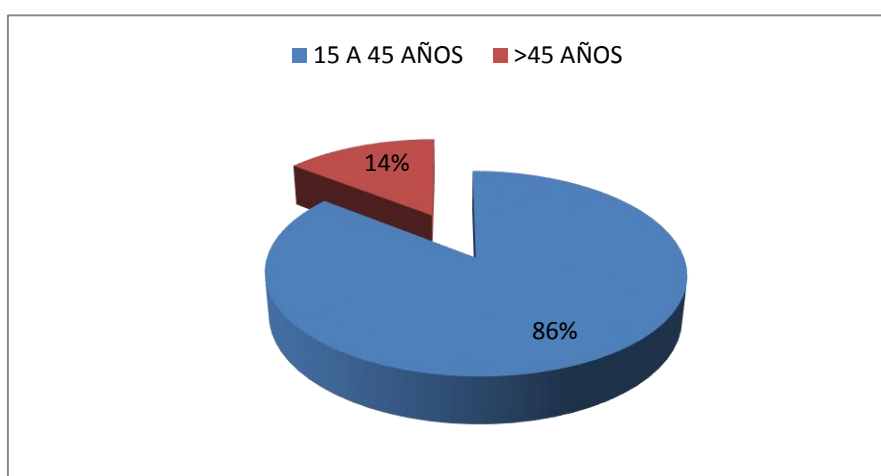
Gráfico N° 32**Segmentación geográfica**

Fuente: Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de González Suárez y San Pablo.

Elaborado por: la autora

2 Segmentación según la edad

La segmentación según la edad del mercado establece los rangos de edad de 15 a 45 años como primer grupo con un porcentaje del 85,64% y de más de 45 años el 14,36% del mercado meta del proyecto. Desde este punto de vista el mercado más optimista es de edades de 15 a 45 años.

Gráfico N° 33**Segmentación según la edad**

Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

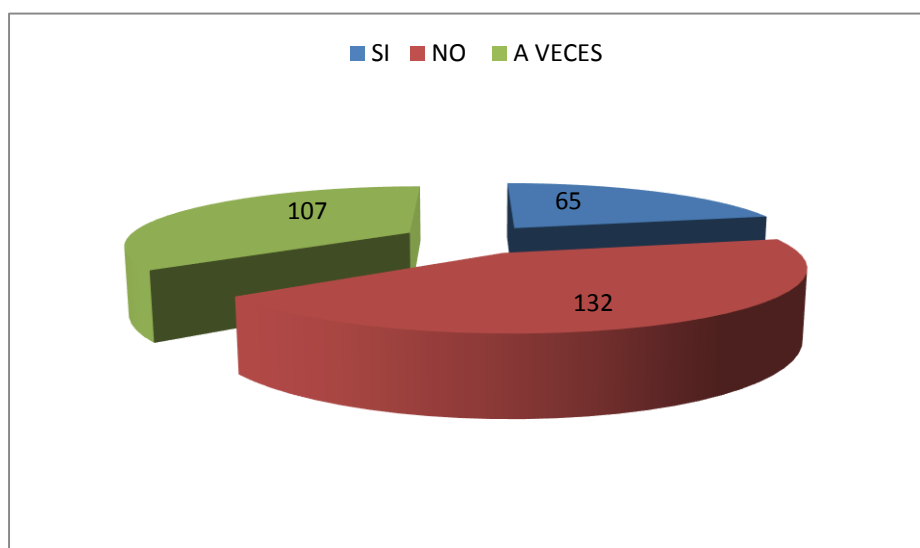
Año: 2013

3 Segmentación por el nivel de satisfacción

Se segmentó el mercado de acuerdo al nivel de satisfacción que tienen actualmente las mujeres Kayambis de las dos parroquias objeto del estudio de mercado, respecto a las prendas de vestir que actualmente adquieren en los locales que comercializan este tipo de vestuario

Gráfico N° 34

Segmentación por el nivel de satisfacción



Fuente: Encuestas (304 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

3.13 Mercado meta

El mercado meta de la microempresa de producción y comercialización de trajes de mujeres Kayambi son las que se localizan en las dos parroquias de González Suárez y de San Pablo del cantón Otavalo provincia de Imbabura. El proyecto prevé en un futuro ampliar su posicionamiento a otros mercados donde se localizan la etnia Kayambi en los cantones de Ibarra, Pedro Moncayo, Cayambe y Pimampiro que ofrece una probabilidad significativa de posicionarse en el mercado.

3.14 Estrategias de mercado

Siendo el objetivo el proceso de comercialización, alcanzando un óptimo nivel de ventas para lograr los resultados esperados dentro de la empresa, se debe analizar ciertos parámetros relacionados con la comercialización como son:

3.14.1 Estrategias de precio

La estrategia de precio que aplicará la microempresa se enfocará en la aplicación de un sistema de costos por órdenes de producción que le permita determinar el costo de los productos que elaborará con la finalidad de establecer la utilidad real de los periodos respectivos y tener fundamentos para el Análisis: del estado de resultados respectivo

Con la aplicación del sistema de costos la microempresa podrá tener precios competitivos de sus productos y aplicar estrategias de descuentos por cantidades de productos vendidos y motivar a los clientes de tipo corporativo como alumnos de colegios, organizaciones y otras de tipo corporativa.

Se aplicará la estrategia de descuentos estacionales de acuerdo a la temporada del año como el día de la madre, navidad fiestas de las comunidades ferias en general donde participe la microempresa. Se esforzará para obtener los costos de producción y comercialización más bajos que sus competidores y así conseguir una mayor participación en el mercado. Esta estrategia se aplicará en vista de que los clientes son sensibles a los precios al adquirir el vestuario.

3.14.2 Estrategias de promoción

La estrategia de promoción del producto se realizará al mercado meta por distintos medios como trípticos de la empresa con sus productos a los potenciales clientes que visiten el

centro de ventas que tendrá en el parque central del centro poblado de González Suárez para así dar a conocer la calidad de las prendas de vestir que ofrecerá la empresa, al igual que se promocionará en los medios de comunicación como: internet mediante la creación de una página web.

3.14.3 Estrategia de producto

Los productos que ofertará la microempresa se ajustarán a principios de calidad en cuanto a las materias primas principales como son las telas hilos de bordado, crochet y los procesos de elaboración de las prendas de vestir. Para cumplir con esta estrategia se fundamenta en los controles de calidad que se aplicará en todos los procesos desde la recepción de materias primas su confección almacenamiento de los productos y presentación en las perchas de exhibición de la microempresa.

3.14.4 Estrategia empresarial

Esta estrategia es definida como un plan general de acción mediante el cual la microempresa busca alcanzar sus objetivos. El objetivo básico de esta estrategia consiste en lograr una ventaja competitiva, se fundamentará en los recursos, capacidades (habilidades) existentes para sustentar una ventaja competitiva del producto en el mercado, para lo cual la empresa se basará en las siguientes estrategias:

1 Estrategia de diferenciación

Se concentra en alcanzar mejores resultados con base en alguna ventaja importante del producto, por lo que la empresa deberá saber lo que el cliente desea y concentrarse en aquellas fortalezas que contribuyan la diferenciación del producto basado en calidad, logrando así ser mejores que la competencia.

2 Estrategia de enfoque

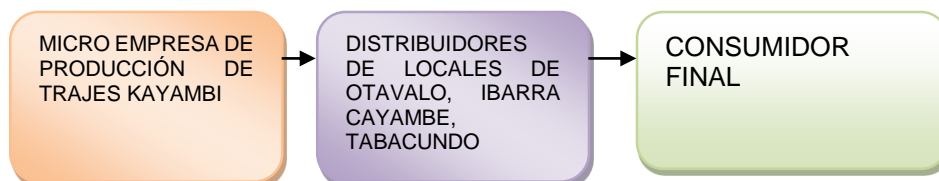
La empresa deberá tener un enfoque de mercado, articulando alianzas estratégicas de comercialización con los segmentos de mercado meta así como con posibles almacenes distribuidores de la ciudad de Otavalo, Ibarra, Cayambe, Tabacundo que son los sectores de demanda de este tipo de vestimenta. Para la aplicación de esta estrategia se efectuara un mapeo de posicionamiento de las empresas que distribuyen y comercializan estas confecciones.

3.15 Estrategias de plaza o canales de distribución

El canal de distribución que aplicará la empresa cuando se trate de ventas a distribuidores de sus productos estará configurado como muestra el siguiente gráfico.

Gráfico N° 35

Canal de venta a distribuidores



Elaborado por: La autora. Año: 2013

La estrategia de entrega de los productos será de acuerdo a fechas establecidas manteniendo políticas de cumplimiento de plazos de acuerdo a las necesidades de los almacenes distribuidores de la microempresa, para lo cual se deberán establecer actividades de manejo de inventarios, controles de los ciclos de producción, controlar los tiempos de fabricación.

El local de ventas de la microempresa tendrá una distribución de sus elementos de exhibición con la capacidad de mostrar los productos en forma técnica directa a sus clientes potenciales. Se considerara un área para vestidores con los espejos respectivos

3.16 Conclusiones del estudio

- Los productos que elaborará la microempresa son blusas y faldas de mujer de la etnia Kayambi de acuerdo a patrones establecidos de este tipo de trajes.
- Del análisis de la oferta de trajes de mujeres Kayambi específicamente de blusas y faldas se establece que en la ciudad de Otavalo se localizan diez locales de venta de este tipo de vestimenta. Se establece que en la parroquia de Gonzales Suárez no existe empresas que fabriquen este tipo de producto
- Según las encuestas aplicadas a los propietarios de los locales de venta de estos productos se establece una oferta de 1.399, juegos cada juego corresponde a una blusa y una falda para el año 2013.
- Del análisis de la demanda de estas prendas de vestir se determina que la demanda para el 2012 es de 6046 juegos de estos trajes. La demanda proyectada de estos trajes para el año 2013 es de 6.085 juegos. La participación de la empresa de producción y comercialización de trajes de mujer de la etnia Kayambi es de 25,60 % de la demanda insatisfecha, lo que corresponde a un posicionamiento en el mercado de un volumen de 1200 juegos de trajes al año.
- El mercado meta o destino de la microempresa de producción y comercialización de trajes son las mujeres de la etnia Kayambi que se localizan en las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago del cantón Otavalo.
- Se concluye que la creación de la microempresa de producción y comercialización de trajes de mujer de la etnia Kayambi en la comunidad de Pijal tiene factibilidad de mercado porque

existe una demanda insatisfecha que se puede cubrir brindando productos de calidad y precios competitivos.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del proyecto

Para definir el tamaño que tendrá la microempresa se procedió a verificar los factores más relevantes que establezcan la capacidad de diseño o instalada y la capacidad operativa o de producción que ejecutará la organización en sus primeros años de funcionamiento. Las variables que fundamentan el tamaño del proyecto son las siguientes:

4.1.1. El tamaño del proyecto y la demanda

Existe una demanda altamente potencial de prendas de vestir de mujeres de la etnia Kayambi específicamente faldas y blusas en las dos parroquias sujetas a estudio de mercado que son las parroquias de González Suárez y la de San Pablo del Lago del cantón Otavalo provincia de Imbabura. Se tiene una demanda actual aproximada de 6046 juegos que corresponde cada juego a una falda y una blusa. Para el año 2013 la demanda proyectada es de 6085 juegos de este tipo de vestimenta, la demanda insatisfecha de esta vestimenta es de 4686 juegos de los cuales la microempresa podría captar el 25,60% que significa producir 1200 juegos anuales que vendría hacer la capacidad operativa de la microempresa es decir del proyecto.

4.1.2 El tamaño del proyecto y la tecnología.

La tecnología que usualmente se utiliza para este tipo de confecciones es bajo los principios de tecnología fundamentada en el sistema modular que es el más adecuado y flexible para este tipo de fabricación de prendas de vestir. Con este sistema permitirá a la microempresa

tener programaciones de operaciones controladas por cada operaria dentro del módulo y establece fuentes de verificación en cuanto a tiempos y movimientos por lo que se obtiene óptimos niveles de productividad, competitividad, eficacia y eficiencia de los recursos organizacionales. En relación a los equipos, maquinaria que es necesario para el funcionamiento de la microempresa, estas se comercializan en almacenes de la ciudad de Atuntaqui.

4.1.3 El tamaño del proyecto en relación a proveedores.

Existe la disponibilidad de proveedores de telas e insumos que requiere la microempresa para la producción de las prendas de vestir de mujeres. Los proveedores de estas materias primas generalmente son empresas comerciantes como: Texpack, Encador, Marcoer, La Casa del Cierre y otras que actualmente comercializan en la ciudad de Otavalo

4.1.4 El tamaño del proyecto y su financiamiento.

Al analizar el tamaño del proyecto y su financiamiento se determina que se requiere una inversión inicial de 54.900 dólares. El financiamiento se considera a través de aportes propios de 16.470 dólares y a través de un crédito en la Corporación Financiera Nacional de la ciudad de Ibarra con un monto de 38.430 dólares. La tasa actual activa que oferta esta entidad financiera del estado es del 10% anual.

4.1.5 Tamaño del proyecto y la organización

La organización estructural y operativa de la empresa estará basada en la administración por procesos. Este tipo de estructura organizacional tiene la finalidad de que los procesos de la organización sean estandarizados y permitan la evaluación monitoreo y auditoria de sus procesos de producción, ventas, administrativos contables financieros.

4.1.6 Capacidad instalada

La capacidad instalada que tendrá la empresa es la que muestra el siguiente cuadro:

Cuadro N° 34

Capacidad instalada

Nombre de la Unidad prenda	Unidad	Cant./ día	Cant./ mes	Cant./año
Blusas	u	8	160	1920
Faldas	u	8	160	1920

Investigación directa
Elaborado por: la autora

4.1.7 Capacidad operativa

La capacidad operativa se considera en relación a los siguientes factores: 22 días al mes, jornadas de trabajo diarias de 8 horas, la capacidad operativa en relación a el rendimiento del talento humano del área de producción en los distintos procesos que se requieren para la elaboración de estas prendas así como en el rendimiento de la maquinaria y disposición de la infraestructura física. De tal forma que se obtenga indicadores óptimos de eficacia, eficiencia, efectividad, economía.

Cuadro N° 35

Capacidad operativa

Nombre de la Unidad prenda	Unidad	Cant./ día	Cant./ mes	Cant./año
Blusas	u	5	100	1200
Faldas	u	5	100	1200

Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora

4.2. Localización del proyecto

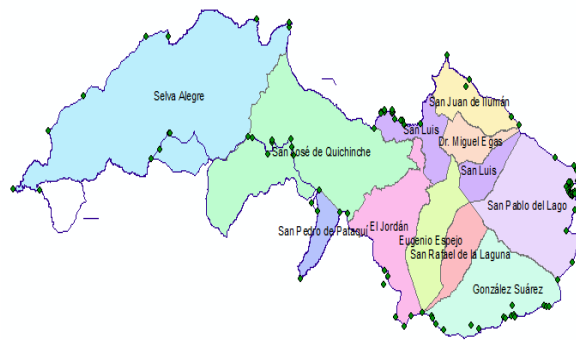
Para determinar la macro localización de la microempresa se consideró la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, parroquia de González Suárez comunidad de Pijal y se fundamentó

en el análisis de los factores determinados en el diagnóstico situacional y en los siguientes factores locacionales.

4.2.1 Macro localización

Mapa N° 2

Macro localización



Fuente: investigación directa
Elaborado por: la autora

Los factores que influyen en la decisión de la localización de la empresa de producción y comercialización de ropa femenina kayambi, se definieron en las alternativas al comparar fuerzas locacionales como elementos de referencia para su evaluación y fueron los siguientes.

- a) **Factores geográficos.-** Se consideró como factor geográfico para la ubicación de la empresa el Cantón Otavalo, parroquia de González Suárez comunidad de Pijal en vista de que existe una posición de apoyo del Gobierno Descentralizado de esta parroquia para este tipo de emprendimientos y las posibles socias que van a formar parte de la microempresa que son personas que tienen conocimiento en la confección de este tipo de prendas de vestir.
- b) **Factores Legales y Reglamentos.-** Las empresas de confecciones en general se ajustan a los factores legales que se exige para su funcionamiento como: patente municipal, Registro

Único de Contribuyentes, normas y reglamentos ambientales. normas y reglamentos del Ministerio de Relaciones Laborales ,

- c) **Cercanía al mercado,-** el mercado meta son los almacenes de venta de este tipo de prendas de la ciudad de Otavalo y la población de la parroquias de González Suárez, San Pablo del Lago que es el radio de acción del proyecto.
- d) **Comunicación y Servicios Básicos.-** La localización de la microempresa requiere de servicios básicos que en la comunidad de Pijal si se localizan como agua , alcantarillado, energía eléctrica servicios de telefonía móvil, recolección de basura , dispone de vías de comunicación, de primer orden como la carretera Panamericana Otavalo Cajas y hasta la comunidad en camino de segundo orden tipo empedrado

4.2.2 Micro localización

Los factores de micro localización que definirán la ubicación de la empresa son los siguientes:

- a) **Precio del arriendo de locales.-** este factor es uno de los más importantes desde el punto de vista económico – financiero, ya que el costo de arrendamiento del local donde funcionará el punto de ventas de la microempresa será en el parque del centro poblado de González Suárez.
- b) **Aceptación social.-** Este factor determina la aceptación social que puede tener la microempresa en relación a la población que reside en el sector de Pijal, donde se ubicara la misma. Esto significa que el grado de socialización de la operatividad de la microempresa debe ser compartido con la población cercana donde se ubique la microempresa para que exista viabilidad y sensibilidad de la población para la localización y funcionamiento de la microempresa.

- c) **Mano de Obra directa.** Este factor se consideró por cuanto en este tipo de microempresas un factor importante es el requerimiento de mano de obra capacitada para que interactúe en los procesos de producción requeridos para la elaboración de las prendas de vestir.
- d) **Materias primas.** La empresa requiere de materias primas en forma continua como telas, insumos, que son necesarios para la producción de las prendas de vestir determinadas en el proyecto.
- e) **Mantenimiento de maquinaria.** Por ser una empresa del área de textil, en la ciudad de Atuntaqui se localizan empresas que prestan servicios de mantenimiento de maquinaria textil en general así como la venta de repuestos.

1 Métodos para evaluar la alternativa de localización.

Método cualitativo por puntos.- este método se utilizó con la finalidad de evaluar los factores de localización anteriormente analizados. El método consistió en evaluar los factores determinados de localización, y asignar valores ponderados de peso relativo de acuerdo a la importancia que tienen estos en la ubicación o localización de la microempresa. El peso relativo para cada factor se consideró en base al criterio de la autora del proyecto, para poder valorar en forma cuantitativa se le asignó una calificación para cada factor de 0 a 10 puntos. La calificación ponderada se obtuvo al multiplicar el peso relativo ponderado por la calificación asignada para cada factor. Los factores evaluados fueron los siguientes:

- a) Precio del arriendo de locales
- b) Aceptación social
- c) Mano de Obra directa
- d) Materias primas

e) Cercanía al mercado meta

Para aplicar este método se determinó tres ámbitos de localización opcionados para la localización de la empresa, estos sectores son los siguientes:

- Sector de la comunidad de Caluquí
- Sector de Pijal Alto
- Sector Pijal Bajo

Cuadro N° 36

Método cualitativo por puntos

FACTOR RELEVANTE	PESO	PIJAL BAJO		PIJAL ALTO		COMUNIDAD DE CALUQUI	
		Calf.	Calf.	Calf.	Calf.	Calf.	Calf.
		Pond.		Pond.		Pond.	
a) Precio del arriendo de locales	0.20	9	1.8	8	1.6	7	1.4
b) Aceptación social de la comunidad	0.15	10	1.5	8	1.2	8	1.2
c) Cercanía al mercado meta	0.30	10	3	8	2.4	6	1.8
d) Materias primas	0.20	7	1.4	8	1.6	7	1.4
e) Mano de obra directa	0.15	9	1.35	9	1.35	7	1.05
TOTAL	1.00		9.05		8.15		6.85

Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

Mediante esta Matriz de valoración cualitativa (Método cualitativo por puntos) se determina que, el sitio de micro localización (para la ubicación de la microempresa) de mayor puntaje corresponde Pijal Bajo con un puntaje de 9.05. La segunda opción sería la comunidad de Pijal Alto con un puntaje de 8.15 y la tercera opción la comunidad de Caluquí con 6.85 puntos.

4.3 Ingeniería del proyecto

4.3.1 Productos

Los productos que elaborará la micro empresa son ropa de mujer de la etnia Kayambi específicamente blusas y faldas tipo en diferentes colores y tipos de bordados. Estas prendas serán confeccionadas bajo la normativa específica en lo referente a tipo de materiales, como las telas que son específicas para las blusas y faldas. El hilo de algodón se aplicará para los bordados y para el diseño y confección se fundamentará en aspectos ergonómicos, detalles técnicos de diseño y de confección-acabados.

1 Características técnicas del diseño de las prendas

- **Diseño**

El diseño debe realizarse considerando que se facilite su correcta colocación y su permanencia en las condiciones previstas de uso, de acuerdo a los movimientos y posturas que la usuaria puede adoptar de las prendas, lo que permitirá garantizar la comodidad y elegancia. Para conseguir este fin, deben proveerse los medios apropiados, tales como sistemas de ajuste o gama de tallas adecuada que permitan que la ropa luzca adecuada y se adapte a la morfología de la usuaria.

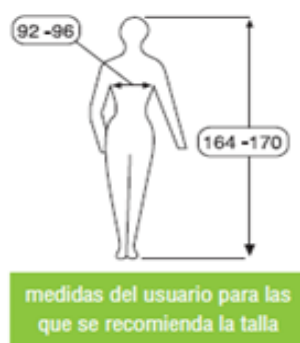
Cuadro N° 37**Especificaciones técnicas de diseño para blusas y faldas**

Descripciones técnicas		NORMA: INEN
Diseño	<ul style="list-style-type: none"> Tallas conforme medidas convencionales Puede ser juego completo blusa y falda Prenda tipo blusa o falda En la blusa la máxima distancia entre botones de 5 cm. costuras de acuerdo a especificaciones técnicas del diseño. 	Tallas conforme estipula la norma <ul style="list-style-type: none"> Blusa sin cuello Faldas plisadas y no plisadas bolsillos perdidos en las faldas Cierres : <ul style="list-style-type: none"> Que no creen pliegues o aberturas.
	No debe tener superficies y bordes ásperos. Se debe considerar las tallas	No debe tener superficies y bordes ásperos. Se debe considerar las tallas

Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

Tipo de confección	Dimensiones de control
Blusa l	Pecho/busto y altura
FALDA l	Cintura CADERA , ALTURA



2 Planificación del producto.

Para cumplir este articulado se planificará y desarrollará los diagramas y levantamiento de procesos y procedimientos necesarios para la elaboración de las blusas y las faldas. Para la planificación de los productos se seguirá los siguientes:

- a. Requisitos la confección de blusas y faldas.
- b. Requisitos generales del producto.
- c. Se elaborará bosquejos, anteproyectos y diseño definitivo

3 Relacionados con el cliente

- a. Requisitos específicos del cliente
- b. En ocasiones habrá que cumplir requisitos adicionales por los clientes.
- c. Cualquier requisito determinado por la empresa u organización (clientes)

4.3.2 Diseño y desarrollo.

1 Planificación del diseño y desarrollo.

La empresa planificará y controlará el diseño y desarrollo de los productos que elaborará en la etapa de planificación se considerará lo siguiente.

- a. Las etapas del diseño.(Bosquejo, anteproyecto, diseño definitivo)
- b. Se realizará la revisión y verificación del diseño definitivo.

Se deberá establecer si existieran no conformidades en el diseño las correcciones respectivas apropiadas para que se obtenga el diseño estándar de los productos a confeccionar y permita a medida que los clientes requieran

4.3.3 Elementos de entrada para el diseño de entrada para el desarrollo

1 Diseño (Resultado)

Los diseños serán ejecutados con el programa software AUDAZ en impreso y en digital. Será importante posteriormente transformar a escala 1:1 para elaborar las prendas en patronaje a través de la impresión de los diseños en el plotter.

4.3.4 Materia prima e insumos

1 Tela

Las telas que forman parte estructural de las faldas deberán tener las siguientes características físicas.

Cuadro N° 38

Especificaciones físicas de la tela para las faldas

Concepto	Unidad	Indulana	Poliéster inglesa	Popelina
Contenido de seda	%	98	98	98
Contenido de tinturado	%	2	2	2
Peso mínimo de la tela	g/m ²	250	305	
Peso máximo de la tela	g/m ²	260	330	

Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

La tela para las blusas son de color blanco de seda poliéster con la textura de dos caras con el nombre comercial galante, mientras que las telas para las faldas son de varias tonalidades como rojo, fucsia, cardenillo, rosado, azul eléctrico, azul añil, amarillo, tomate, verde en varias tonalidades

2 Hilos

Los hilos son de la marca Anchor, conocido en el mercado como hilo lavable por su resistencia y vistosidad, se adapta con las texturas de las telas

Los otros elementos que se agregan en estas prendas son cierres botones, hilo de costura Las características deben ser las siguientes:

- Los cierres deben de ser de materiales sintético del color de la falda.
- Botones o broches de acuerdo al color de la prenda o en concordancia con los bordados
- El hilo de costura de acuerdo al color de las telas
- Asegurarse que las materias primas cumplan con los requisitos técnicos específicos.
- Se evaluará y seleccionará a los proveedores de tal forma que el suministro sea el adecuado en cuanto a cantidad y tiempo de entrega. Deberá aplicarse criterios de selección de proveedores.
- Verificación de materias primas e insumos adquiridos mediante una inspección que asegure unos productos comprados cumpla con los requisitos adecuados.

3 Mercado general:

Cada blusa o falda estará marcada individualmente. e impreso con etiquetas adheridas a las prendas, fijado para que sea visible y legible, sujetos a cambios en el procesos de limpieza apropiados, el marcado y los pictogramas serán lo suficientemente grandes para su comprensión inmediata y para permitir el empleo de números legibles .

4 Mercado específico.

El mercado incluirá la siguiente información:

- Nombre, marca comercial de la microempresa.
- Designación del tipo de producto, nombre comercial o código.
- Designación de la talla.
- Precio al público.
- Etiqueta de cuidado. Las instrucciones de lavado o de limpieza se indicarán según la prenda

4.3.5 Equipos y maquinaria

1 Maquinaria y equipos de producción

A fin de poder cubrir los volúmenes de producción planteados en la capacidad operativa de la microempresa se requiere la adquisición de máquinas que incluyen máquinas para el área de corte, para la confección, para bordar y acabado. Para ello, se ha solicitado asesoramiento y cotizaciones a diversos proveedores del mercado local. En el cuadro se puede apreciar el número de unidades de cada tipo, agrupadas según el proceso productivo.

Cuadro N° 39**Máquinas y equipos de producción**

MÁQUINA	TIPO	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
RECTA	industrial 1/2 HP	1	780.00	780.00
OVERLOCK	modelo 757UX-516X2-56 marca SIRUBA, ½ HP	1	1.600	1.600
OJALADORA	Industrial, modelo BH780- CV marca SIRUBA.	1	1.200	1.200
BOTONERA	Industrial, modelo PK-511- C marca SIRUBA.	1	950.00	950.00
PRENSADORA	Industrial, modelo FA007- 364XL, marca SIRUBA	1	1.790	1.790
CORTADORA VERTICAL	Industrial, modelo JK-T3, marca JACK.	1	980.00	980.00
PLANCHA	Industrial, marca WEIJIE	1	250.00	250.00
BORDADORA	Industrial, modelo BH758- CV marca SIRUBA.	1	1.950	1.950
TOTAL				9.500

Fuente: Proforma proveedores

Elaborado por: la autora

2 Muebles y enseres

La empresa de producción y comercialización de traje kayambi dispondrá del siguiente mobiliario para el proceso de producción.

Cuadro N° 40**Muebles para la producción**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANT.	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Mesa de Planchar	u	2	95.00	190.00
Mesa para tendido y corte	u	1	450.00	450.00
Sillas ergonómicas con respaldo en la zona lumbar canastos.	u	5	112.00	560.00
Estanterías	u	4	75.00	300.00
Total				1.500

Fuente: Proformas proveedores

Elaborado por: la autora

Cuadro N° 41**Muebles y enseres administrativo**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	C. UNIT	C. TOTAL
Estación de trabajo	u	2	425.00	850.00
Juegos de star	u	1	350.00	350.00
Total				1.200

Fuente: proformas proveedores

Elaborado: La autora

Cuadro N° 42**Muebles y enseres de ventas y distribución**

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	C. UNIT	C. TOTAL
Estación de trabajo	u	1	425.00	425.00
Juegos de star	u	1	350.00	350.00
Vitrinas	u	3	108.33	325.00
Total				1.100

Fuente: proformas proveedores

Elaborado: La autora.

Cuadro N° 43**Equipo de informática para el área de producción, administración y ventas.**

DETALLE	Unida	CANTI	C.	C.
	d	DAD	UNIT	TOTA
				L
Equipo de computación completo con impresora HP	U	4	900.00	3.600.00
Total				900.00

Fuente: proformas proveedores

Elaborado: La autora.

4.3.6 Infraestructura física y obras civiles

La infraestructura física que tendrá la empresa se fundamenta en lo siguiente:

- Disponer de instalaciones adecuadas para la correcta aplicación de las buenas prácticas de confección
- Las áreas deberán estar físicamente interrelacionadas y ubicadas para evitar tiempos improductivos y la secuencia lógica de los procesos de producción

1 Diseño arquitectónico

El diseño arquitectónico de los espacios físicos que deben considerarse para la producción tipo micro empresarial son los siguientes un bloque para la elaboración o confección que es de 80 metros cuadrados, una área destinada a las actividades administrativas y una para despacho de las prendas y ventas que es de 40 metros cuadrados.

Cuadro N° 44**Diseño arquitectónico**

ESPACIOS FÍSICOS		
ÁREAS O AMBIENTES	m ² propuestos	TOTAL (m ² propuestos)
ÁREA DE PRODUCCIÓN		
Confección en general	40	80
Bodega de materias primas	15	
Bodega de productos terminados	15	
Baterías sanitarias	15	
ÁREA ADMINISTRATIVA		
Gerencia	12	
Contabilidad	12	
Sala de star	10	25
Batería sanitaria y vestidores	10	
ÁREA DE VENTAS		
Atención al cliente y Exhibición de las prendas	35	15
TOTAL		120

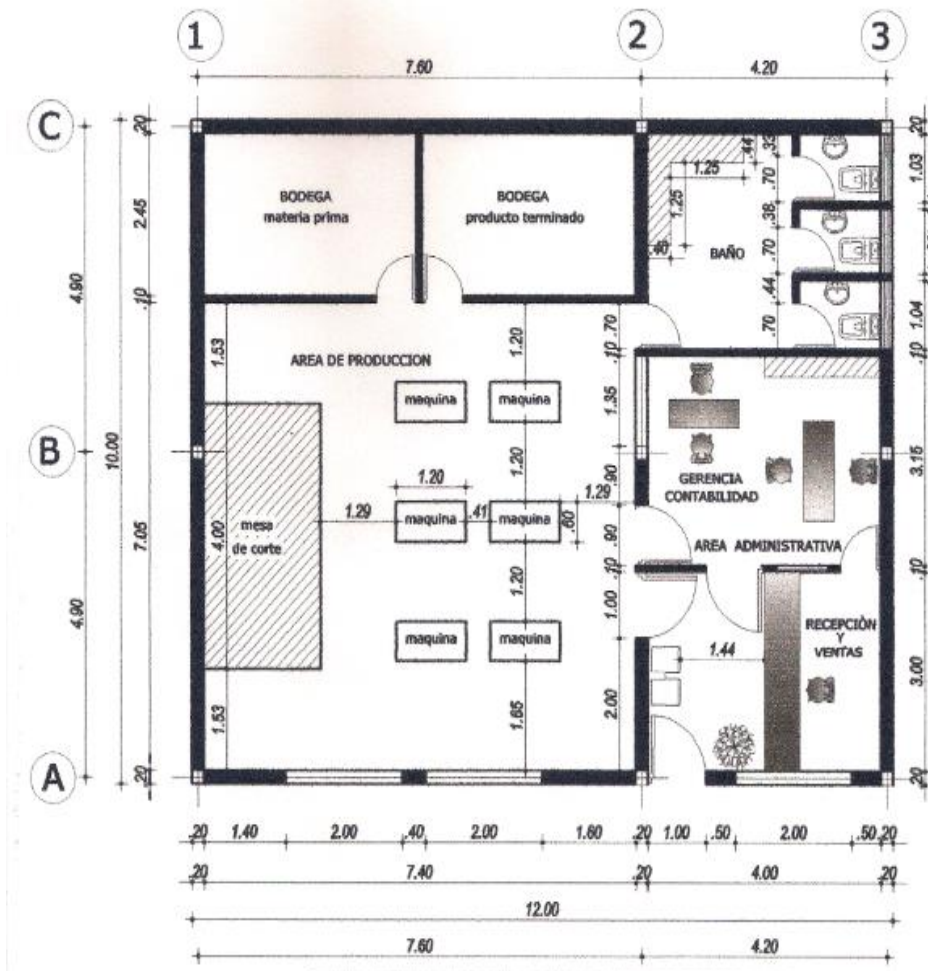
Elaborado por: la autora

El objetivo de la infraestructura es asegurar flujos en los procesos de producción, el uso adecuado de los materiales y los recursos que intervienen en los mismos de tal forma que se elimine los cuellos de botella y se minimice los tiempos improductivos.

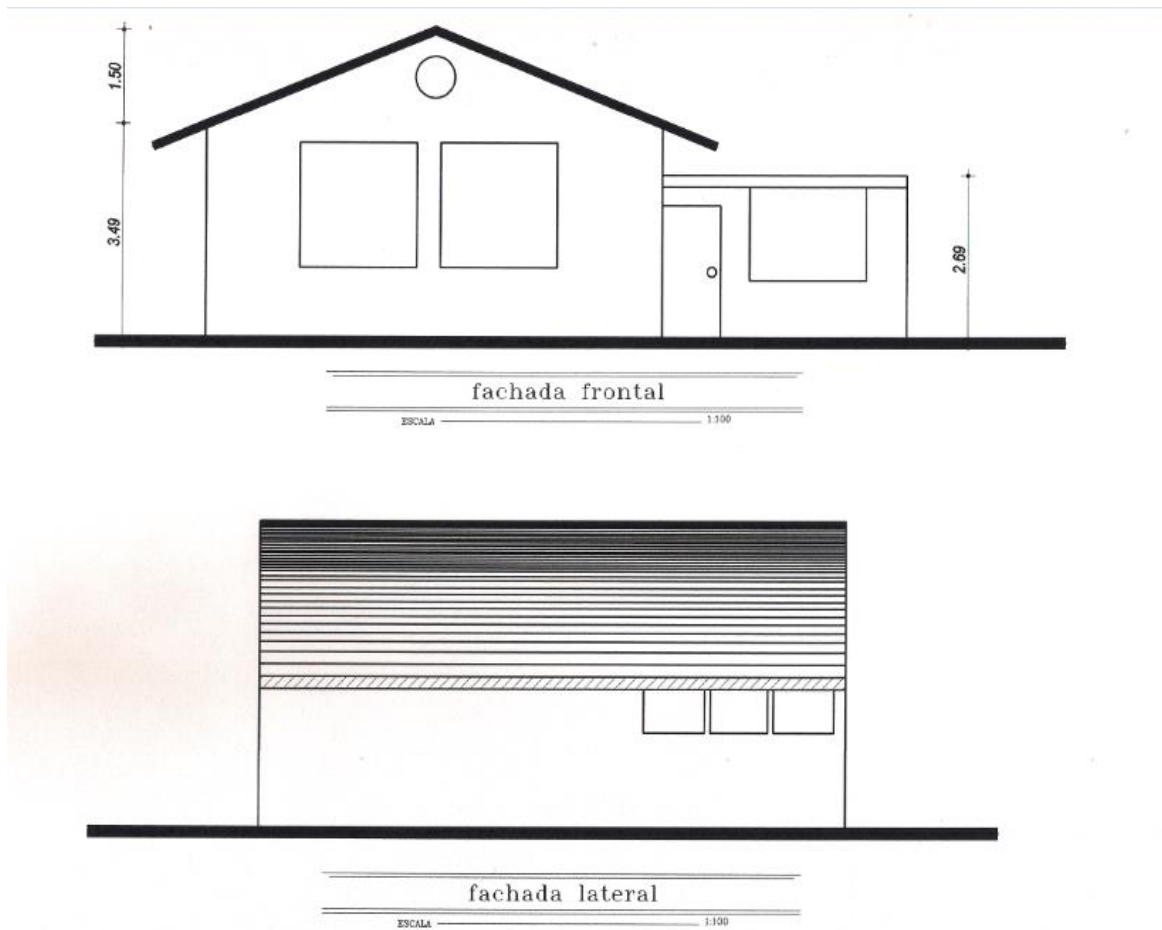
En el siguiente plano arquitectónico se implantan las áreas necesarias de la microempresa:

Gráfico N° 36

Planta arquitectónica de la microempresa.



Fuente: Arquitecto
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 37**Fachada frontal y lateral de la microempresa.**

Elaborado por: la autora

4.4 Presupuesto técnico**4.4.1 Inversiones fijas**

El conjunto de inversiones fijas que requiere la microempresa son para la adquisición de activos fijos, ubicación del capital de trabajo inicial y a gastos pre operativos y corresponden a las siguientes partidas:

Cuadro N° 45**Inversiones fijas**

AÑO	INVERSIÓN AÑOS PROYECTADOS					
	0	1	2	3	4	5
1. Inversiones fijas						
Terreno	3.000,00					
Construcción civil	20.000,00					
Equipo y maquinaria de producción	9.500,00					
Muebles y enseres de producción	1.500,00					
Muebles y enseres administrativo	1.200,00					
Muebles y enseres de ventas y distribución	1.100,00					
Equipos de informática de producción	900,00				900,00	
Equipos de informática de administración	1.800,00				1.800,00	
Equipos de informática de ventas	900,00				900,00	
Total inversiones fijas	39.900,00				3.600	
2. Gastos pre operativos	3.000,00					
3.Capital de trabajo	12.000,00					
Total inversiones	54.900,00				3.600	

Elaboración: La autora

Propiedad, planta y equipo son el grupo de cuentas de la adquisición del terreno, la construcción civil, maquinaria y equipos para la producción equipos de informática para administración y ventas y mobiliario en general.

4.4.2 Inversiones pre operativas

Los gastos pre operativos que tendrá que efectuar la microempresa son de gastos de constitución de la organización permisos de funcionamiento y gastos publicitarios de lanzamiento de la microempresa.

Cuadro N° 46**Activos pre operativos**

CONCEPTO	MONTO
Permiso de funcionamiento	950.00
Constitución de la empresa	1.200
Gastos publicitarios	850.00
TOTAL	3.000

Elaboración: La autora

4.4.3 Capital de trabajo inicial

El capital de trabajo inicial que tendrá que disponer la microempresa se consideró en relación directa con la capacidad operativa proyectada, determinando los costos de materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de operación. Se establecieron los gastos de administración y de mercadeo que incurrirá la microempresa en los primeros años operativos. Con estos costos se establece que el capital de trabajo inicial será de \$12.000.

Cuadro N° 47**Capital de trabajo**

COSTOS Y GASTOS	VALOR
Costos de Producción	7.549
Gastos de administración	2.672
Gastos de ventas	1.779
TOTAL	10.000

Elaboración: La autora

4.4.4 Inversiones totales del proyecto

El proyecto contará con una inversión inicial fija de \$ 54.900 el cual está integrado por: propiedad, planta y equipo con un valor de \$ 39.900; Activo circulante o capital de trabajo de \$12.000 y Gastos pre operativos \$3.000. Estas inversiones se detallan en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 48**Inversiones totales**

ACTIVOS	MONTO	%
Propiedad, planta y equipo	39.900,00	72,68
Capital de trabajo	12.000,00	21,86
Activos pre operativos	3.000,00	5,46
TOTAL	54.900,00	100

Elaboración: La autora

4.4.5 Financiamiento

El financiamiento previsto para la implementación de la microempresa será por aportes propios de \$16.470 que significa el 30% de la inversión total y mediante un crédito en la Corporación Financiera Nacional de \$38.430.

Cuadro N° 49**Fuentes de financiamiento**

ACTIVOS	MONTO TOTAL	FUENTES	
		RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO
1. PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			
Terreno	3.000,00	3.000,00	0,00
Construcción civil	20.000,00		20.000,00
Equipo y maquinaria de producción	9.500,00	3.070,00	6.430,00
Muebles y enseres de producción	1.500,00	1.500,00	0,00
Muebles y enseres administrativo	1.200,00	1.200,00	0,00
Muebles y enseres de ventas y distribución	1.100,00	1.100,00	0,00
Equipos de informática de producción	900,00	900,00	0,00
Equipos de informática de administración	1.800,00	1.800,00	0,00
Equipos de informática de ventas	900,00	900,00	0,00
Sub total	39.900,00	13.470,00	26.430,00
2. CAPITAL DE TRABAJO	12.000,00	0,00	12.000,00
3. ACTIVOS PREOPERATIVOS	3.000,00	3.000,00	0,00
TOTAL ACTIVOS	54.900,00	16.470,00	38.430,00
%	100%	30,00	70,00

Elaboración: La autora

4.4.6 Talento Humano

El talento humano que requiere la microempresa en su etapa operativa de acuerdo al organigrama estructural propuesto es el siguiente:

Cuadro N° 50

Talento humano

NOMBRE DEL CARGO	CANT.
Gerente general	1
Secretaria	1
Contadora	1
Operarias de producción	5
Personal de ventas para el local de exhibición y ventas	1
Total	9

Elaboración: La autora

4.5 Operación del proyecto

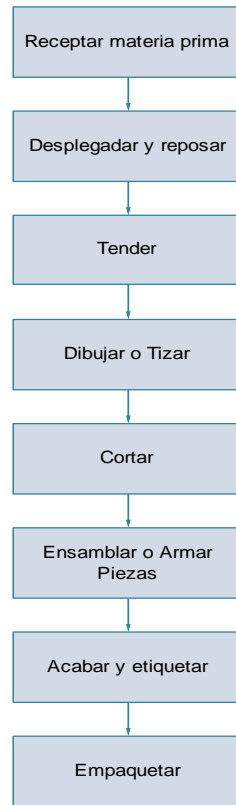
Se empleará procesos flexibles que permitan responder con rapidez a los constantes cambios y exigentes del mercado. Los diagramas de procesos propuestos permitirán a la microempresa tener niveles de productividad y competitividad.

4.5.1 Diagrama de bloques de producción

El proceso productivo que aplicará la microempresa tiene como elementos de entrada o input la tela y los insumos complementarios o complementos y elementos de salida u output las prendas de vestir debidamente encajadas y embaladas. Utilizando la simbología de diagrama de bloques se procedió a la representación de los subprocesos que son necesarios para la confección de las prendas de vestir planificadas:

Diagrama N° 1**Proceso productivo para la confección de las prendas de vestir.**

Elaborado por: [Nombre]



Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

4.5.2 Descripción de los procesos

De acuerdo al diagrama de bloques se procedió al levantar los procedimientos, las actividades necesarias para la elaboración de las dos prendas: blusas y faldas. El proceso productivo consta de las siguientes actividades y subprocesos que empleará la microempresa en su fase operativa:

Cuadro N° 51**Descripción de los procesos**

No.	PROCEDIMIENTO – ACTIVIDADES	RESPONSABLE
1	RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA: Recepción, control de recepción y almacenamiento de materia prima según estándares de calidad.	Gerente y responsable de producción
2	TENDIDO: Consiste en extender la tela sobre la mesa de corte en una forma acorde con lo que se quiere cortar.	Operaria Cortadora
3	TRAZADO O MARCACIÓN DE LAS TELAS: es el proceso de marcado para el corte posterior de la tela utilizando moldes en el papel, madera o metal.	Operaria Cortadora
4	ESCALADO: Es el procedimiento de conseguir un rango de tallas a partir del patrón base del modelo, para lo cual se debe de considerar lo siguiente: el patrón base, la tabla de medidas, el eje o hilo natural de la pieza y el esquema de puntos o síntesis de escala.	Operaria -Modista
5	CORTE: Realizar el proceso de corte de la tela, según el diseño de prenda a ser confeccionada, en las dimensiones apropiadas y acorde a las cantidades requeridas por tallas y colores.	Operaria -cortadora
6	CLASIFICACIÓN POR TALLA: Obtenidas las piezas cortadas se procede a una revisión total y la clasificación por tallas, con la finalidad de cambiar aquellos que están fallidos y finalmente el habilitado correspondiente para su ingreso a costura.	Operaria-Modista
7	CONFECCIÓN: Realizar las operaciones sucesivas de ensamble de las partes habilitadas, en función al desarrollo de una serie de operaciones generales de pre armado (como mangas) y de armado (como unión de mangas al cuerpo) de las prendas así como las operaciones manuales que sean necesarias. En las blusas se aplicara el proceso de bordado a máquina con los diseños establecidos y los colores de hilo asignados en el diseño	Operaria- Modista
8	ACABADO: Será el paso final que se realizará a las prendas, en este proceso se dará ciertas características y propiedades a la misma.	Operaria –modista
9	REVISADO: Inspección final de la prenda ensamblada, el cual es una actividad básicamente manual que evalúa las actividades de costura, puesto que los controles de materiales ya se suponen ejecutados en las etapas de recepción, corte y habilitado.	Operaria –modista
10	PLANCHADO Y EMPACADO: Otorgar una presentación final a las prendas en lo que respecta a dimensiones, formas y textura superficial en algunos casos, todo esto se realiza en las planchas vaporizadores. Inspección de medidas, el etiquetado, doblado y embolsado. Sellar las fundas. Encajar las prendas combinando tallas y colores. Embalaje en fundas de polietileno y después se llevan a la bodega de productos terminados y al almacén de de exhibición y ventas.	Operaria







Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

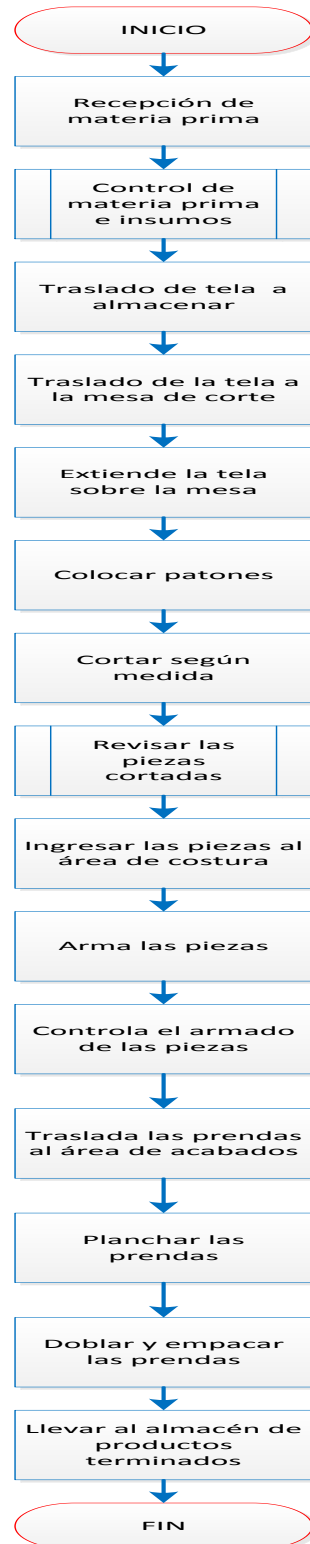
4.5.3 Diagrama de flujo operativo

Para la estructuración del diagrama de flujo del proceso de elaboración de las dos prendas de vestir tipo se utilizó la nomenclatura ANSI para la representación de las actividades que se realizan en los procesos de producción

Cuadro N° 52**Nomenclatura normas ANSI**

	INICIO/FIN
	OPERACIÓN: Proceso de transformación de la materia prima
	TRANSPORTE: Desplazamiento del Producto y operarios.
	INSPECCIÓN: Examinar el producto su calidad.
	ALMACENAMIENTO: Llevar al área de almacenamiento la materia prima, productos en proceso y productos terminados.
	DEMORA: Tiempo que permanece en espera un producto para pasar de una operación a otra.

Elaborado por: la autora

Diagrama N° 2**Proceso productivo para la confección de las prendas de vestir.**

Elaborado por: la autora

4.5.4 Sistema de manufactura modular

La estrategia de operatividad para mejorar la competitividad en la planta de confección, se basará en el Sistema de Manufactura Modular de siete operarios, distribución en paralelo cara a cara, que permitirá organizar de tal forma que el producto fluya de forma rápida y sincronizada de acuerdo al orden y posición de las operaciones. Para lograrlo, es necesario previamente estimar los tiempos de producción por cada operación y mediante la aplicación de expresiones matemáticas, llegar a un modelo de distribución de cargas de trabajo o balanceo modular, buscando el aprovechamiento del factor humano, las máquinas y el espacio, logrando un verdadero equipo de trabajo, con parámetros de calidad ajustado con las normas antes señaladas y aplicando una estrategia de Mejoramiento Continuo.

4.5.5 Metodología de la planeación

Para la producción, se realizará una planeación eficaz, con un programa que le sirva para proyectar una fecha certera de entrega a sus clientes basándose en la información real de las capacidades existentes de la microempresa. Se utilizará el sistema PHVA, y el sistema de Programación de Procesos siguiendo la Ruta Crítica y controlando con el sistema PERT. De esta forma se podrá efectuar monitoreos y control de procesos con el sistema CEP (Control Estadístico de Procesos).

4.5.6 Metodología de programación

Se efectuará por módulos de trabajo, donde se especificará las operaciones que le corresponden a cada una de las operarias (Talento humano) elaborar dentro de este, con la programación se determinan posibles cargas de trabajo que exceden los turnos rotativos de 480min/día. Con la programación se podrá ejercer un mejor control y monitoreo de todos los

procesos y subprocesos y actividades que corresponden a los flujos de producción de cada una de las prendas a confeccionar y de los lotes a producir.

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1 Estado de situación financiera inicial

El Estado de Situación Financiera Inicial tuvo como objetivo determinar la posición financiera que tendrá la empresa, mediante el cual se determina el comportamiento de las cuentas de activos, pasivos y patrimonio.

Cuadro N° 53

Estado de situación inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
A. CORRIENTE		Pasivo a Largo Plazo	
		Préstamo	38.430,00
Capital de trabajo	15.000,00	TOTAL PASIVOS	38.430,00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	15.000,00		
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO			
Terreno	3.000,00		
Construcción civil	20.000,00		
Equipo y maquinaria	9.500,00	TOTAL PASIVOS	38.430,00
Muebles y enseres	3.800,00		
Equipos de informática	3.600,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS	39.900,00	PATRIMONIO	
		Capital Social	16.470,00
		TOTAL PATRIMONIO	
		TOTAL PASIVO Y	
TOTAL DE ACTIVOS	54.900,00	PATRIMONIO	54.900,00

Fuente: Estados financieros
Elaborado por: La Autora

5.2 Determinación de los ingresos proyectados

Los ingresos proforma para el primer año que tendrá la empresa son de 102.000 dólares. Para el quinto año proforma los ingresos en un escenario optimista serán de 117.818 dólares.

Cuadro N° 54

Determinación de ingresos proyectados

	AÑOS	1	2	3	4	5
PRODUCTO						
Producto trajes kayambis (faldas y blusas)		1200	1200	1200	1200	1200
Precio		85	88,12	91,35	94,71	98,18
TOTAL		102.000	105.743	109.624	113.647	117.818

Elaboración: La autora

Cuadro N° 55

Ingresos proforma

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos proyectados	102.000	105.743	109.624	113.647	117.818
TOTAL	102.000	105.743	109.624	113.647	117.818

Elaborado por: La autora

5.3 Determinación de egresos proyectados

5.3.1 Costos de producción

Los costos de producción que tendrá la microempresa corresponden a materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción. Por el rubro de materiales directos para el primer año proyectado se tiene un valor de \$19.830, en el rubro mano de obra directa \$25.944; y en el rubro Costos indirectos de producción 3.263 dólares, teniendo un costo total de 49.037 dólares. Para los siguientes años son los que muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 56**Costos de producción proforma**

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Materiales directos	19.830,00	20.557,76	21.312,23	22.094,39	22.905,25
Mano de obra directa	25.944,66	28.731,79	29.786,24	30.879,40	32.012,67
Costos indirectos de producción	3.263,00	3.310,56	3.359,87	3.410,99	3.463,98
TOTAL	49.037,66	52.600,11	54.458,35	56.384,78	58.381,91

Elaborado por: La Autora

Detalle de costos

Se procedió a realizar el detalle de los costos de producción, correspondiente a materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Costo de materiales directos

Se realizó la estimación de los costos de los materiales directos que se requieren para la elaboración de los dos tipos de prendas de vestir que tiene como objetivo, elaborar la microempresa. El detalle de los materiales directos por cada prenda es el siguiente:

Costos de materiales directos por unidad

Producto: Falda (centro) con tablonos o plisada

Tallas: S,M,L

Cuadro N° 57**Falda (centro) con tablonos o plisada**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO	
			UNIT.	TOTAL
TELA INDULANA PARA FALDA	M	3	4,00	12.00
ENCAJE PARA FALDA	M	4	0,40	1.60
	CONO			
HILO PARA FALDA	(1000MTS)	0.5	1,20	0.60
CIERRE NYLON DIENTE FINO	U	1	0,20	0.20
GRECA PARA FALDA	m	4.5	0,75	3.38
BARREDERA PARA FALDA	m	4.5	0,75	2.25
BOTONES PARA FALDA	u	1	0,05	0.05
COSTO TOTAL				20.08

Fuente: Otavalo calle Piedrahita

Elaboración: La autora

Producto: Blusa**Tallas:** S,M,L**Cuadro N° 58****Blusa**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO	
			UNIT.	TOTAL
TELA POLIÉSTER INGLESA				
POPOLINA PARA BLUSA	M	2	4,30	8.60
ENCAJE PARA BLUSA	M	2	0,40	0.80
HILO DE BORDAR DE SEDA	Madeja	3	0,80	2.40
BOTONES	U	1	0,05	0.05
COSTO TOTAL				11.85

Fuente: Otavalo calle Piedrahita

Elaboración: La autora

Detalle de costos de materiales directos anual

Cuadro N° 59

Detalle de costos de materiales directos anual

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
TELA INDULANA PARA FALDA	M	1.800,00	4,00	7.200,00
ENCAJE PARA FALDA	M	2.400,00	0,40	960,00
CONO				
HILO PARA FALDA	(1000MTS)	300,00	1,20	360,00
CIERRE NYLON DIENTE FINO	U	600,00	0,20	120,00
GRECA PARA FALDA	M	2.700,00	0,75	2.025,00
BARREDERA PARA FALDA	M	2.700,00	0,75	2.025,00
BOTONES PARA FALDA	U	600,00	0,05	30,00
TELA POLIÉSTER INGLESA				
POPOLINA PARA BLUSA	M	1.200,00	4,30	5.160,00
ENCAJE PARA BLUSA	M	1.200,00	0,40	480,00
HILO DE BORDAR DE SEDA	Madeja	1.800,00	0,80	1.440,00
BOTONES	U	600,00	0,05	30,00
COSTO TOTAL ANUAL				19.830,00

Elaboración: La autora

Para la proyección anual de costos de materiales directos tanto para la falda como para la blusa se utilizó la tasa de inflación que es del 3.67% según el Banco Central en el año 2013, para mantener la correlación entre costo y utilidad.

Cuadro N° 60

Proyección de materiales directos

CONCEPTO	1	2	3	4	5
MATERIALES					
DIRECTOS	19.830,00	20.557,76	21.312,23	22.094,39	22.905,25
COSTO TOTAL ANUAL	19.830,00	20.557,76	21.312,23	22.094,39	22.905,25

Elaboración: La autora

Cuadro N° 61**Mano de obra directa**

AÑOS	1	2	3	4	5
CONCEPTO					
5 OPERARIAS	354	366,99	380,46	394,42	407,8
TOTAL	354	366,99	380,46	394,42	407,8

Elaboración: La autora

Para la proyección anual del pago de mano de obra directa, se utilizó la tasa de inflación que es del 3.67% según el Banco Central en el año 2013, para mantener el principio de la correlación.

Cuadro N° 62**Remuneración anual (Mano de obra directa)**

AÑOS	1	2	3	4	5
CONCEPTO					
SUELDO BASICO UNIFICADO	21.240	22019,4	22827,6	23665,2	24468
APORTE PATRONAL 12.15%	2580,66	2675,36	2773,55	2875,44	2972,86
FONDOS DE RESERVA		1834,95	1902,3	1972,18	2039
DECIMO TERCER SUELDO	1770	1834,95	1902,3	1972,18	2039
DECIMO CUARTO	353	366,99	380,46	394,42	407,8
TOTAL	25.945	28.731,62	29786,24	30880,44	32012,67

Elaboración: La autora

1 Costos indirectos de producción

Los costos indirectos de producción que tendrá el proyecto para los primeros años de operación son efectivos y no efectivos. Los efectivos son los que corresponde a los rubros de materiales indirectos, y servicios básicos, los costos no efectivos son los de depreciación. Los valores que corresponden a estos rubros son los siguientes:

Cuadro N° 63**Presupuesto de costos indirectos de producción**

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Materiales indirectos	276,00	286,13	296,63	307,52	318,80
Servicios básicos	1.020,00	1.057,43	1.096,24	1.136,47	1.178,18
Subtotal	1.296,00	1.343,56	1.392,87	1.443,99	1.496,98
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de edificio	570,00	570,00	570,00	570,00	570,00
Depreciación de equipo y maquinaria de producción	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00
Depreciación de muebles y enseres de producción	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Depreciación de equipo de informática de producción	297,00	297,00	297,00	297,00	297,00
Subtotal	1.967,00	1.967,00	1.967,00	1.967,00	1.967,00
Total	3.263,00	3.310,56	3.359,87	3.410,99	3.463,98

Elaboración: La autora

Cuadro N° 64**Materiales indirectos**

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO	PRECIO
			UNIT.	TOTAL
ETIQUETAS	U	1.200,0	0,03	36,00
FUNDAS	U	2400,00	0,10	240,00
COSTO TOTAL ANUAL				276,00

Elaboración: La autora

Cuadro N° 65**Servicios básicos**

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	216.64	0.25	54.16	650.00
Agua	Metros 3	33.33	0.30	10.00	120.00
Teléfono	Líneas	1		20.83	250.00
TOTAL					1.020

Elaboración: La autora

5.3.2 Gastos administrativos

Los gastos administrativos en los que incurrirá la empresa por pago de personal administrativo es de 17.804 dólares, servicios básicos de \$300.00, insumos de oficina de \$72.20, mantenimiento \$400 teniéndose un total de 18.576 dólares que representan gastos desembolsables. Los gastos que no representan desembolsos son de \$864.00. Por tanto los gastos de administración para el primer año serán de 19.440.56 dólares, para el quinto año proyectado se tendrá un valor de \$23.659. En el cuadro siguiente se muestran los valores correspondientes:

Cuadro N° 66

Gastos administrativos

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Pago de personal administrativo	17.804,36	19.658,28	20.379,74	21.127,68	21.903,06
Servicios básicos	300,00	311,01	322,42	334,26	346,52
Insumos de oficina	72,20	74,85	77,60	80,44	83,40
Mantenimiento	400,00	414,68	429,90	445,68	462,03
Subtotal	18.576,56	20.458,82	21.209,66	21.988,06	22.795,02
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de Edificio	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Depreciación de muebles y enseres administrativos	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Depreciación de equipos de informática administrativos	594,00	594,00	594,00	594,00	594,00
Subtotal	864,00	864,00	864,00	864,00	864,00
TOTAL	19.440,56	21.322,82	22.073,66	22.852,06	23.659,02

Elaboración: La autora

Cuadro N° 67**Desglose de sueldo del personal administrativo**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
1 GERENTE	450	466,52	483,46	501,39	519,19
1 SECRETARIA	354	366,99	380	394,42	408,9
1 CONTADORA	354	366,99	380	394,42	408,9
TOTAL	1158	1200,5	1243,46	1290,23	1336,99

Elaboración: La autora

Para la proyección anual de remuneración del personal administrativo se utilizó la tasa de inflación que es del 3.67% según el Banco Central en el año 2013, para mantener el principio de la correlación.

Cuadro N° 68**Remuneración anual de gastos administrativos**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
SUELDO BASICO UNIFICADO	13.896	14406	14934,72	15482,8	16051,08
APORTE PATRONAL 12.15%	1688,36	1750,4	1814,64	1881,24	1950,28
FONDOS DE RESERVA		1200,5	1244,55	1290,22	1337,57
DECIMO TERCER SUELDO	1158	1200,5	1244,55	1290,22	1337,57
DECIMO CUARTO SUELDO	1062	1100,88	1141,28	1183,17	1226,59
TOTAL	17.804	19.658,28	20379,74	21127,6	21903,09

Elaboración: La autora

Cuadro N° 69**Insumos de oficina**

CONCEPTO	UNIDAD	CANT.	P.	
			UNITARIO	TOTAL AÑO
CDS	U	12	0,35	4,20
SOBRES DE MANILA	U	50	0,25	12,50
PAPEL PARA FAX	U	3	3,50	10,50
TINTAS EN GENERAL	U	10	4,50	45,00
TOTAL				72,20

Elaboración: La autora

Cuadro N° 70**Servicios básicos**

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	40	0.25	10.00	120.00
Agua	Metros 3	23.6	0.30	7.08	85.00
Teléfono	Líneas	1		7.92	95.00
TOTAL					300.00

Elaboración: La autora

5.3.3. Gastos generales ventas

En el siguiente cuadro se muestra los gastos necesarios para mantener las actividades de ventas. Los gastos están conformados por los rubros de: salarios de personal, publicidad en general, arriendo de local que servirá como punto de venta para el producto elaborado y depreciaciones. Para el primer año proyectado son de \$ 7.979, para el quinto año son de \$ 9.562, cabe mencionar que para el cálculo de la proyección de cada año se toma en cuenta la tasa de inflación del 3,67% facilitado por el Banco Central, para mantener el principio de correlación.

Cuadro N° 71**Gastos generales de ventas**

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
1. EFECTIVOS	7.572,13	8.217,02	8.518,59	8.831,22	9.155,32
Salarios Personal	5.472,13	6.039,95	6.261,62	6.491,42	6.729,65
Publicidad en general	900,00	933,03	967,27	1.002,77	1.039,57
Arriendo de local	1.200,00	1.244,04	1.289,70	1.337,03	1.386,10
2. NO EFECTIVOS	407,00	407,00	407,00	407,00	407,00
Depreciación de muebles y enseres ventas y distribución	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Depreciación de equipos de informática ventas y distribución	297,00	297,00	297,00	297,00	297,00
TOTAL	7.979,13	8.624,02	8.925,59	9.238,22	9.562,32

Elaboración: La autora

Cuadro N° 72**Desglose de sueldo del personal ventas**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
1 VENDEDORA	354	366,99	380	394,42	408,9
TOTAL	354	366,99	380	394,42	408,9

Elaboración: La autora

Cuadro N° 73**Remuneración anual de gastos ventas**

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DÉCIMO CUARTO	DÉCIMO TERCERO	APORTE	TOTAL	TOTAL
				12.15%	SALARIO MES	SALARIO AÑO
VENDEDORA	354,00	29,50	29,50	43,01	456,01	5.472,13
TOTAL						5.472,13

Elaboración: La autora

5.4 Gastos financieros

Los gastos financieros que tiene la empresa corresponden al crédito de 38.430 dólares obtenidos a través de la Corporación Financiera Nacional, a una tasa de interés del 10% y a un plazo de 10 años. Por intereses (Gastos financieros) en el primer año se tendrá 3.843 dólares, para el quinto año 2.562 dólares. Los demás valores se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 74

Gastos de financiación

FASE	INVERSIÓN		AÑOS PROYECTADOS				
	AÑO	0	1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN							
COSTOS DE FINANCIACIÓN (INTERESES)		3.843,00	3.843,00	3.416,00	2.989,00	2.562,00	
PAGO DE CAPITAL		0,00	4.270,00	4.270,00	4.270,00	4.270,00	4.270,00

Amortización

CAPITAL	38.430,00	TOTAL AMORT:	38.430,00
INTERÉS	10,00%	TOTAL INTER:	23.058,00
PLAZO			
AÑOS	10	TOTAL CUOTA:	61.488,00
GRACIA	1	Fecha de inicio deuda	mayo 1, 2015
		Días interpagos	360

PERIODOS	CAPITAL INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA	CAPITAL REDUCIDO
1	38.430,00	0,00	3.843,00	3.843,00	38.430,00
2	38.430,00	4.270,00	3.843,00	8.113,00	34.160,00
3	34.160,00	4.270,00	3.416,00	7.686,00	29.890,00
4	29.890,00	4.270,00	2.989,00	7.259,00	25.620,00
5	25.620,00	4.270,00	2.562,00	6.832,00	21.350,00
6	21.350,00	4.270,00	2.135,00	6.405,00	17.080,00
7	17.080,00	4.270,00	1.708,00	5.978,00	12.810,00
8	12.810,00	4.270,00	1.281,00	5.551,00	8.540,00
9	8.540,00	4.270,00	854,00	5.124,00	4.270,00
10	4.270,00	4.270,00	427,00	4.697,00	0,00

Elaboración: La autora

5.5 Depreciación – amortización

La depreciación de los activos fijos es de 3.118 dólares anuales. El valor de salvamento es de 24.874 dólares. En el siguiente cuadro se muestra los valores que corresponde a cada rubro de los activos fijos.

*Cuadro N° 75**Depreciación – amortización*

CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE	DEPRECIACIÓN ANUAL					V.S
			1	2	3	4	5	
ACTIVO								
Construcción civil	20.000,00	0,03	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	17.000,00
Equipo y maquinaria de producción	9.500,00	0,10	950,00	950,00	950,00	950,00	950,00	4.750,00
Muebles y enseres de producción	1.500,00	0,10	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	750,00
Muebles y enseres administrativo	1.200,00	0,10	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00
Muebles y enseres de ventas y distribución	1.100,00	0,10	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	550,00
Equipos de informática de producción	900,00	0,33	297,00	297,00	297,00	297,00	297,00	306,00
Equipos de informática de administración	1.800,00	0,33	594,00	594,00	594,00	594,00	594,00	612,00
Equipos de informática de ventas	900,00	0,33	297,00	297,00	297,00	297,00	297,00	306,00
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	36.900,00		3.118,00	3.118,00	3.118,00	3.118,00	3.118,00	24.874,00

Elaboración: La autora

5.6 Gastos de operación y financiación

Los costos de operación y de financiación que tendrá la empresa en su etapa operativa son: para el primer año 80.300 dólares de los cuales por costos directos 49.037 dólares y por costos operativos 76.457 dólares, por gastos financieros 3.843 dólares. En el quinto año proyectado los costos de operación y financiación son de 94.165 dólares.

Cuadro N° 76

Costos de operación y de financiación

FASE	AÑOS PROYECTADOS				
	AÑO	1	2	3	4
NIVEL DE OPERACIÓN					
Materiales directos	19.830,00	20.557,76	21.312,23	22.094,39	22.905,25
Mano de obra directa	25.944,66	28.731,79	29.786,24	30.879,40	32.012,67
Costos indirectos de producción	3.263,00	3.310,56	3.359,87	3.410,99	3.463,98
1. Costo Directos	49.037,66	52.600,11	54.458,35	56.384,78	58.381,91
Gastos de administración	19.440,56	21.322,82	22.073,66	22.852,06	23.956,02
Gastos de ventas	7.979,13	8.624,02	8.925,59	9.238,22	9.562,32
2. Gastos Operativos	27.419,70	29.946,84	30.999,25	32.090,27	33.221,34
Costos Operativos (1+2)	76.457,36	82.546,96	85.457,59	88.475,05	91.603,25
Gastos de Financiar (intereses)	3.843,00	3.843,00	3.416,00	2.989,00	2.562,00
Total Gastos Operativos y No Operativos	80.300,36	86.389,96	88.873,59	91.464,05	94.165,25

Elaboración: La autora

5.7 Saldo de efectivo requerido en caja

El saldo de efectivo requerido en caja que necesitará la empresa en sus años operativos para que sus procesos de producción, administración y ventas y que no tengan paralizaciones es

de 6.421 dólares en el primer año de operación y de 7.708 dólares para el quinto año. El coeficiente de renovación máximo será de 12. Los días de cobertura mínimo son de 30 días.

Cuadro N° 77**Saldo de efectivo requerido en caja**

COSTO/GASTO	DÍAS DE COBERTURA	COEFICIENTE DE RENOVACIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
			1	2	3	4	5
Materiales Directos	30	12	1.652,50	1.713,15	1.776,02	1.841,20	1.908,77
Mano de obra directa	30	12	2.162,06	2.394,32	2.482,19	2.573,28	2.667,72
Costos indirectos de producción	30	12	271,92	275,88	279,99	284,25	288,67
Gastos de Administración	30	12	1.620,05	1.776,90	1.839,47	1.904,34	1.971,58
Gastos de ventas	30	12	664,93	718,67	743,80	769,85	796,86
Saldo de efectivo Requerido en caja			6.371,45	6.878,91	7.121,47	7.372,92	7.633,60

Elaboración: La autora

5.8 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias proforma que tiene la empresa operando la producción programada se obtienen una utilidad bruta en ventas en el primer año de 54.929 dólares, una utilidad operativa de 22.663 dólares, lo que origina una utilidad antes de Impuestos de 22.663 dólares. En este primer año después de descontar participación de utilidades a trabajadores e impuesto a la renta se genera una utilidad neta de 12.477 dólares. Para el quinto año proyectado la utilidad neta de 15.761 dólares. Los valores de los otros años se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 78

Estado de pérdidas y ganancias

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	102.000	105.743	109.624	113.647	117.818
Menos costo de producción	47.071	50.633	52.491	54.418	56.415
Utilidad Bruta	54.929	55.110	57.133	59.230	61.403
Menos Gastos de Administración	18.577	20.459	21.210	21.988	22.795
Gastos de ventas	7.572	8.217	8.519	8.831	9.155
Depreciación	3.118	3.118	3.118	3.118	3.118
Gastos diferidos	3.000	0	0	0	0
Utilidad Operacional	22.663	23.316	24.287	25.292	26.335
Costos Financieros	3.843	3.843	3.416	2.989	2.562
Utilidad Antes de Participación	18.820	19.473	20.871	22.303	23.773
15% Participación de Utilidades	2.823	2.921	3.131	3.346	3.566
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	15.997	16.552	17.740	18.958	20.207
Impuesto a la Renta	3.519	3.642	3.903	4.171	4.446
Utilidad Neta	12.477	12.911	13.837	14.787	15.761

Elaboración: La autora

5.9 Flujo neto de efectivo

El flujo neto de efectivo (Entradas de efectivo menos salidas de efectivo) que tiene el proyecto en la fase operativa por concepto de ingresos operativos se tiene un valor de 25.780 dólares; una salida total de efectivo de 10.185 dólares, lo que origina un saldo neto de efectivo de 15.595 dólares. El valor de salvamento o remanente en el último año es de 24.874 dólares como muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 79**Flujo neto de efectivo**

FASE	INVERSIÓN		AÑOS PROYECTADOS					VALOR
	0	1	2	3	4	5	REMANENTE LIBROS	
AÑO								
NIVEL DE PRODUCCIÓN								
ENTRADAS DE EFECTIVO								
Recursos Financieros	54.900,00							
Utilidad Operativa		22.662,64	23.316,44	24.286,59	25.292,34	26.335,00		
Depreciación		3.118,00	3.118,00	3.118,00	3.118,00	3.118,00		
Amortización		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
Valor Remanente en el Ultimo año							24.874,00	
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	54.900,00	25.780,64	26.434,44	27.404,59	28.410,34	29.453,00	24.874,00	
SALIDAS DE EFECTIVO								
Activos Fijos	39.900,00	0,00	0,00	0,00	3.600,00	0,00		
Capital de Trabajo	12.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
Activos Pre operativos	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		
Costos Financieros		3.843,00	3.843,00	3.416,00	2.989,00	2.562,00		
Pago a principal		0,00	4.270,00	4.270,00	4.270,00	4.270,00		
Impuestos		6.342,22	6.562,55	7.033,39	7.516,22	8.011,50		
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	54.900,00	10.185,22	14.675,55	14.719,39	18.375,22	14.843,50		
ENTRADAS MENOS SALIDAS	0,00	15.595,42	11.758,89	12.685,20	10.035,11	14.609,50	24.874,00	
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO (FNE)	0,00	15.595,42	27.354,32	40.039,52	50.074,63	64.684,13	89.558,13	

Elaboración: La autora.

5.10 Flujo de caja

El flujo de caja es similar al flujo neto de efectivo y su interpretación es válido desde el punto de vista contable y financiero, ya que es un instrumento que permite conocer el comportamiento y la proyección de fuentes y usos en efectivo, con la finalidad de prever su origen y aplicación:

Cuadro N° 80

Flujo de caja

CONCEPTO	INVERSIÓN					
	AÑOS PROYECTADOS					
	0	1	2	3	4	5
A. Ingresos Operativos		102.000,0	105.743,4	109.624,2	113.647,4	117.818,2
Recuperación Por ventas		102.000,0	105.743,4	109.624,2	113.647,4	117.818,2
B. Egresos Operacionales		76.457,4	82.547,0	85.457,6	88.475,1	91.603,3
Costo de Producción		49.037,7	52.600,1	54.458,3	56.384,8	58.381,9
Gastos de Administración		19.440,6	21.322,8	22.073,7	22.852,1	23.659,0
Gastos de Ventas		7.979,1	8.624,0	8.925,6	9.238,2	9.562,3
C. Flujo Operacional (A-B)		25.542,6	23.196,4	24.166,6	25.172,3	26.215,0
D. Ingresos no Operacionales						
Depreciación y amortización		3.118,0	3.118,0	3.118,0	3.118,0	3.118,0
Recursos Financieros	54.900,00					
E. Egresos no Operacionales		10.185,2	14.675,6	14.719,4	18.375,2	14.843,5
Pago de Intereses		3.843,0	3.843,0	3.416,0	2.989,0	2.562,0
Pago de Capital - Crédito		0,0	4.270,0	4.270,0	4.270,0	4.270,0
Pago de Participación de Utilidades		2.822,9	2.921,0	3.130,6	3.345,5	3.565,9
Pago de Impuestos		3.519,3	3.641,5	3.902,8	4.170,7	4.445,6
Adquisición de Activos Fijos	54.900,00					
Terreno	3.000,00					
Construcción civil	20.000,00					
Muebles y enseres	3.800,00					
Equipo y maquinaria de producción	9.500,00					
Equipos de informática	3600,00				3.600	
Capital de trabajo	12.000,00					
Activos pre operativos	3.000,00					
F. Flujo no Operacional (D-E)		-7.067,2	-11.557,6	-11.601,4	-15.257,2	-11.725,5
G. Flujo Neto Generado (C+F)		18.475,4	11.638,9	12.565,2	9.915,1	14.489,5
H. Saldo Inicial de Caja		0,0	18.475,4	30.114,3	42.679,5	52.594,6
I. Saldo Final de Caja (G+H)		18.475,4	30.114,3	42.679,5	52.594,6	67.084,1

Elaboración: La autora

5.11 Balance proforma

En el balance proforma se puede encontrar la posición financiera que tendrá la empresa en su fase de inversión y operacional. En el balance se determina que en el primer año los activos corriente son de 36.306 dólares; en propiedad, planta y equipos un valor de 36.782 dólares y en activos diferidos 2.400 dólares; teniendo un total de activos de 75.488 dólares. En pasivos corrientes en este mismo año se tendrá 20.040 dólares, en pasivo a largo plazo 38.430 dólares dando un total de pasivos 58.470.56 dólares. En patrimonio y capital 17.018 dólares lo que origina un total de pasivos más patrimonio de 75.488 dólares. El balance proforma para los cinco años considerados en el análisis, se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 81**Balance inicial y proyectado**

DETALLE	INICIAL	AÑOS PROYECTADOS				
		1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN						
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
Caja		6.371,45	6.878,91	7.121,47	7.372,92	7.633,60
Bancos	12.000,00	15.595,42	27.354,32	40.039,52	50.074,63	64.684,13
Cuentas por Cobrar		6.371,45	6.878,91	7.121,47	7.372,92	7.633,60
Inventario de materiales directos		1.652,50	1.713,15	1.776,02	1.841,20	1.908,77
Inventario de productos en proceso		1.176,77	1.265,83	1.312,28	1.360,44	1.410,37
Inventario de productos terminados		2.853,26	3.080,12	3.188,83	3.301,53	3.418,37
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	12.000,00	34.020,84	47.171,24	60.559,59	71.323,65	86.688,85
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO						
Terreno	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Construcción civil	20.000,00	19.400,00	18.800,00	18.200,00	17.600,00	17.000,00
Equipo y maquinaria de producción	9.500,00	8.550,00	7.600,00	6.650,00	5.700,00	4.750,00
Muebles y enseres de producción	3.800,00	3.420,00	3.040,00	2.660,00	2.280,00	1900 ,00
Equipos de informática de producción	3.600,00	2.412,00	1.224,00	36,00	2.412,00	1.224,00
TOTAL PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO	39.900,00	36.782,00	33.664,00	30.546,00	30.992,00	27.874,00
A. DIFERIDOS						
Gastos Pre operativos	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	3.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	54.900,00	70.802,84	80.835,24	91.105,59	102.315,65	114.562,85

PASIVOS

P. CORRIENTE						
Cuentas por Pagar		19.440,56	21.322,82	22.073,66	22.852,06	23.659,02
Pasivo a Largo Plazo						
Préstamo	38.430,00	38.430,00	34.160,00	29.890,00	25.620,00	21.350,00
TOTAL PASIVOS	38.430,00	57.870,56	55.482,82	51.963,66	48.472,06	45.009,02
PATRIMONIO						
Capital Social	16.470,00	454,85	12.441,52	25.304,73	39.056,48	53.792,34
Utilidad	0,00	12.477,42	12.910,89	13.837,20	14.787,11	15.761,50
TOTAL PATRIMONIO		12.932,3	25.352,42	39.141,93	53.843,59	69.553,83
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	54.900,00	70.802,84	80.835,24	91.105,59	102.315,65	114.562,85

Elaboración: La autora

En el Balance proyectado se establece un crecimiento en los activos totales de 70.802,84 a 114.652,85 con un crecimiento de 43.850,01 que significa un crecimiento del 38,25%, debido principalmente a las utilidades que genera el proyecto y se mantiene en activos corriente. En relación a los pasivos éste se ajusta en el balance con la cuenta capital social y utilidad.

5.12 Evaluación financiera

CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN (CK)

El costo de capital del proyecto consideró, la inversión total y sus Fuentes de financiamiento. Para su cálculo se consideró la tasa de inflación del año 2014 que es de 3.67% y la tasa activa del 10%, la tasa pasiva del 6%. Para su cálculo se utilizó el siguiente procedimiento:

Cuadro N° 82

Costo de oportunidad

Descripción	Valor	%	Tasa de (%) ponderación	Valor ponderado
Capital Propio	16.470	30	6	180,00
Capital Financiado –				
CFN	38.430,00	70	10	700,00
Total	54.900	100	16	880,00

Elaboración: La autora

$$CK = 880/100 = 8.80\%$$

$$Td = 8.80 + 3.67\% = 12.47\%$$

El costo de oportunidad (CK) el costo de oportunidad o la tasa de descuento del proyecto es de 12.47%.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“El criterio de análisis debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos los flujos netos que genera el proyecto en relación a la inversión inicial actualizada a la misma tasa”

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

Donde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de redescuento (12.47%)

n = Tiempo de proyección (10 años)

$$VAN_{(i)} = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE + VS_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_{(12.47\%)} = -54.900 + \frac{15.595}{(1+0.1247)^1} + \frac{11.758}{(1+0.1247)^2} + \frac{12.685}{(1+0.1247)^3} + \frac{10.035}{(1+0.1247)^4} + \frac{14.609 + 24.874}{(1+0.1247)^5}$$

$$VAN = -54.900 + 60.290$$

$$VAN = 5.389$$

El Valor Presente Neto del proyecto a una tasa de interés (i) o redescuento del 12.47%, rinde el 12.47% anual en términos constantes y en adición generará una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$ 5.389 por lo que se justifica la inversión del proyecto desde éste punto de vista financiero.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Los datos obtenidos en el cuadro de flujos netos de efectivo se procedió a calcular la TIR, considerando la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = -P + FCN_{(i)} = 0$$

El cálculo de la TIR será igual a

$$P = \sum FCN_{(i)}$$

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

La “i” que satisface la ecuación es la TIR

TIR = 16.50%

La “i” que satisface la ecuación es 0.165 que equivale al TIR del 16.50% del proyecto. Interpretando el resultado se tiene, que la inversión inicial es de \$54.900 y genera una rentabilidad anual del 16.50% que supera al costo de oportunidad (CK= 12.47%) en 4.03%.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Para determinar el periodo de recuperación de la inversión se consideró los Flujos Netos de Efectivo producidos por la empresa, actualizados a una tasa de descuento del 12.47% en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto.

$$PRI = \sum FCN_{(12.47\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Cuadro N° 83

Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	PRI
0	54.900,00			
1		15.595,42	13.866,30	
2		11.758,89	9.295,93	4 años, 9
3		12.685,20	8.916,35	meses y 2
4		10.035,11	6.271,56	días
5		39.483,50	21.939,77	
TOTAL			60.289,92	

Elaboración: La autora

En el valor 39.483,50 está incluido el valor del salvamento

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La relación beneficio / costo del proyecto considerando una tasa de redescuento del 12.47% es el cociente que resulta de dividir los Flujos de Caja Netos proyectados actualizados a la tasa de interés manifestada y dividida para la inversión inicial del proyecto. La ecuación usada es la siguiente:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(12.47\%)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R\ B/C = \frac{60.289}{54.900} = 1.10$$

Cuadro N° 84

Beneficio costo

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	B/C
0	54.900,00			
1		15.595,42	13.866,30	
2		11.758,89	9.295,93	
3		12.685,20	8.916,35	1,10
4		10.035,11	6.271,56	
5		39.483,50	21.939,77	
TOTAL			60.289,92	

Elaboración: La autora

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C de 1.10 que el proyecto es atractivo desde este punto de vista, con un retorno de 1.10 por cada dólar invertido.

5.13 Punto de equilibrio

En base al programa operativo proforma y a los presupuestos de ingresos y egresos totales se procedió a determinar el punto de equilibrio o producción mínima económica que

tendrá la empresa en los cinco años proyectados. El punto de equilibrio en el primer año proforma es de 61.705 dólares y para el quinto año proyectado 72.434 dólares.

Cuadro N° 85

Punto de equilibrio

$$PE_s = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}} \quad CF = \text{Costos Fijos}$$

CV = Costos Variable

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Íngreso por ventas	102.000	105.743	109.624	113.647	117.818
Costos Totales	80.300	86.390	88.874	91.464	94.165
Costos Variables	47.071	50.633	52.491	54.418	56.415
Costos fijos	33.230	35.757	36.382	37.046	37.750
Punto de equilibrio \$	61.705	68.609	69.809	71.083	72.434

Elaboración: La autora

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

6.1 Nombre o razón social

La razón social con la cual va a funcionar la microempresa para realizar sus transacciones comerciales y actividades económicas, se determinó con el acuerdo y consentimiento de las socias de la microempresa. La microempresa se denominara ARTESANÍAS PIJAL

6.2 Descripción de la empresa.-

La microempresa será una unidad económica de producción y comercialización de prendas de vestir de mujer de la etnia Kayambi con la finalidad de ofertar productos de acuerdo a las exigencias del mercado y satisfacción de los clientes.

6.3 Administración y organización de la empresa

Para obtener una administración eficiente, eficaz y efectiva de los recursos disponibles de la empresa, se basará en el organigrama estructural en orden jerárquico. Para lo cual se enfoca los siguientes propósitos filosóficos de la organización.

6.3.1 Misión.-

Brindar a nuestras clientes trajes de la etnia Kayambi de excelente calidad a través de personal altamente calificado y que predomine factores competitivos de acuerdo a la innovación tecnológica y satisfacción del cliente.

6.3.2 Visión.-

Ser una microempresa líder en la producción y comercialización de ropa femenina de la etnia Kayambi y el ícono en normativas de calidad en la región Norte aplicando tecnologías de punta, mejoramiento continuo de sus procesos .

6.3.3 Objetivos organizacionales

1. Innovación: en los procesos de producción y comercialización y el servicio, mediante la adecuación creativa al entorno.
2. Servicio: actitud de satisfacer las necesidades de los clientes internos y externos superando las expectativas de quienes esperan un producto de calidad, generando un ambiente agradable.
3. Lograr una integración efectiva y eficaz de los productos con el mercado meta objetivo de la microempresa
4. Implementar disciplinas administrativas económicas financieras de marketing con el propósito de alcanzar mayor competitividad, confianza y credibilidad de la microempresa y de sus clientes.
5. Alcanzar una participación en el mercado de producción de ropa de trabajo de la Provincia de Imbabura
6. Incorporar tecnologías de punta en los procesos de producción de ropa de trabajo con la finalidad de obtener productos de calidad y satisfacción de los clientes a la vez minimizar costos

7. Contar con un equipo de trabajo con altos valores empresariales, empoderamiento. Sinergia y compromiso con la misión y visión de la organización

6.3.4 Políticas

Respecto a las políticas que deberá tomar la empresa son:

1. Diseñar y ejecutar planes de mejoramiento continuo de los procesos de producción y ventas que implemente la empresa.
2. Desarrollar programas que faciliten el crecimiento cualitativo de los procesos de producción en relación a las nuevas tecnologías para incorporarles a los procesos de la organización
3. Dotar de ambientes de trabajo que fomente la creatividad innovación constante de las estructuras organizacionales , impulsar procesos de empoderamiento y crear una constante cultura de trabajo en equipo

6.3.5 Valores de la organización.-

- Responsabilidad social
- Calidad de los productos
- Ética profesional
- Trabajo en equipo
- Solidaridad
- Respeto mutuo

6.3.6 Principios de la organización

- División del trabajo
- Autoridad y Responsabilidad.
- Unidad de Mando
- Unidad de Dirección
- Centralización
- Jerarquía o Cadena Escala

6.3.7 Factores organizacionales.-

Se desarrollará un enfoque sistemático para administrar en forma planeada e integrada que apunte a cumplir la misión y visión de la microempresa y requisitos específicos como:

- Consolidar el portafolio de proveedores.
- Dimensionar las operaciones de recepción de materia prima en el desarrollo del proceso operativo de la empresa.
- Establecer metas con los proveedores.
- Comunicación permanente con clientes
- Buzón de sugerencias y reclamos
- Atención al cliente en forma personalizada
- Hacer alianzas estratégicas con clientes corporativos

- Buscar lealtad en todos los segmentos de los clientes
- Aplicar planes de marketing – mix

Hacer realidad la visión de la empresa

6.4 Conformación jurídica

6.4.1 Constitución

De acuerdo con el objetivo de la microempresa se constituye como microempresa de Hecho industrial de confecciones de prendas de vestir, estando sujeta a cumplir con todas las obligaciones que se describe a continuación:

- Minuta de Constitución
- Escritura Pública
- Inscripción en el Registro Mercantil
- Obtención del R.U.C. Para obtener el R.U.C. se recurre a las oficinas del S.R.L., en este caso de Imbabura con los siguientes documentos:
 - Copia certificada de la escritura de constitución.
 - Resolución de la Superintendencia de Compañías.
 - Nombramiento del Gerente.
 - Copia de la cédula de identidad del Gerente.

Luego de presentar estos documentos la oficina llena los formularios que corresponde y posteriormente entregan el documento de la obtención del R.U.C.

Después de esto inmediatamente se tiene que mandar a elaborar las facturas en una imprenta autorizada por el S.R.I. y se tienen que hacer un sello para los diferentes trámites en los que debe incurrir la empresa ya que está enmarcada en el plano jurídico. Este sello debe tener los siguientes datos: Razón Social, R.U.C. y dirección.

6.4.2 Obtención de la patente municipal

Para obtener la Patente Municipal se debe pedir el formulario para la declaración del inicio de la actividad y los siguientes documentos:

- Copia del R.U.C.
- Autorización e inscripción del R.U.C.
- Nombramiento del gerente.
- Copia de la cédula y certificado de votación del Gerente.
- Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.

6.4.3 Obtención del número patronal del IESS

Para esto es necesario presentar los siguientes documentos:

- Tres avisos de entrada por cada trabajador.
- Dos avisos de entrada por el representante legal.
- Copia de la cédula de identidad del representante legal y los trabajadores.
- Copia certificada de la escritura pública.
- Nombramiento del Gerente de la empresa.

Luego de esto entregan el número patronal con el cual todos los empleados y personal administrativo tienen derecho a los beneficios que posee el I.E.S.S.

6.4.4 Obtención de la matrícula de comercio

Para la matrícula de comercio se necesita seguir los siguientes pasos:

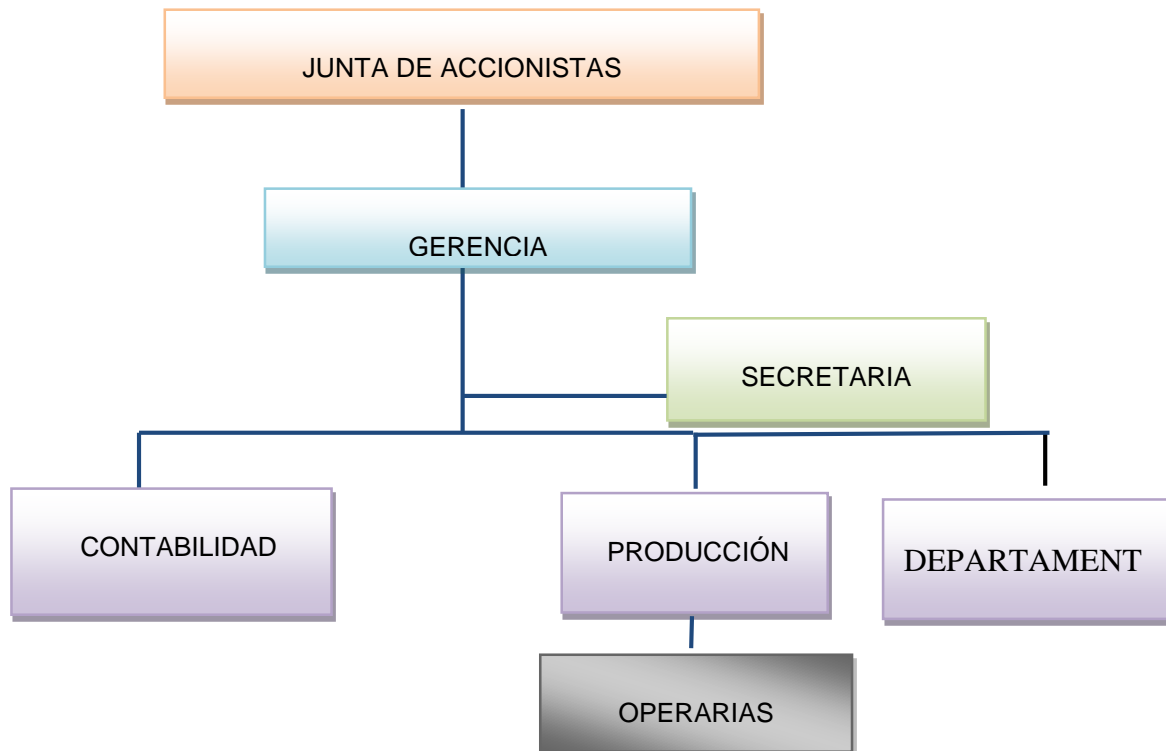
- Copia certificada de la escritura de constitución.
- Nombramiento del representante legal.
- Dos fotos tamaño carnet del gerente.
- Valor de afiliación según capital indicado en la escritura.

6.5 Organigrama estructural

El organigrama estructural para administrar la microempresa está proyectado por los sistemas de organización o funciones, cada uno de los cuales representan un cargo o puesto. Su estructura permite conocer las relaciones que existen entre los diversos puestos de la microempresa y en cada sección o departamento.

Diagrama N° 3

Organigrama estructural de la microempresa



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

6.6 Estructura funcional

Las funciones y responsabilidades de las personas que conforma la microempresa Artesanías Pijal se detallan a continuación:

6.6.1 Junta general de accionistas

Está constituido por los socios de la microempresa y serán los responsables de la conducción de la misma, para conseguir los objetivos y metas que persigue la organización.

Funciones:

- Legislar las políticas que deben ser estructuradas y aplicadas en la microempresa.
- Aprobar la planificación operativa anual

- Estructurar los presupuestos de la organización
- Elaborar los reglamentos internos
- Aprobar los planes, programas y presupuestos anuales.

6.6.2 Presidente de la junta de accionistas o socios

Descripción

Es la persona que la junta general de socios lo denomina, para que presida las sesiones y de cumplimiento con las funciones.

Funciones:

- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones, los acuerdos que sean determinados por la junta de socios.
- Presidir las sesiones de la junta de socios
- Vigilar las operaciones de producción, las administrativas y ventas de la microempresa.
- Aplicar as demás atribuciones que le confiere la ley y los estatutos de la microempresa.

6.6.3 Nombre del puesto o del cargo: Gerente

Naturaleza del puesto:

Es el responsable de toda el área interna como externa de la empresa. Su actividad es planificar, administrar, coordinar, controlar y evaluar el desarrollo normal de las actividades propias de la empresa, optimizando los recursos disponibles

Funciones:

- Ser el representante legal de la empresa

- Desarrollar políticas y programas que provean una estructura organizativa eficiente
- Tomar decisiones en base a resultados
- Solicitar informes de todo el personal para evaluar su rendimiento
- Analizar todos los procedimientos de selección, contratación, capacitación, motivación y políticas de pago de sueldo y horas extras al personal

Requisitos del cargo:**Personales:**

- Experiencia de 5 años en administración de empresas
- Personalidad dinámica, proactiva y capacidad de tomar decisiones

Académicos:

Ingeniero/a en administración de empresas

6.6.4 Nombre del puesto o del cargo:

Secretaria – contadora

Naturaleza del puesto:

Responsable de la organización de oficina y recepción de llamadas telefónicas, redacción de oficios, archivo de documentos.

Funciones:

- Organización de oficina y auxiliar de gerencia
- Manejo de agenda del gerente

- Recepción de llamadas telefónicas
- Clasificación y archivo de documentos
- Atención a clientes internos y externos de la empresa
- Brindar información pertinente
- Coordinar el trabajo con el área de producción para cumplir con los pedidos
- Control y ejecución de inventarios
- Preparar estados financieros
- Realizar las declaraciones al SRI

Requisitos del cargo:

Personales:

- Experiencia de 2 años en cargos similares
- Habilidad para relacionarse y comunicarse

Académicos:

Secretaria Ejecutiva o CPA

Conocimientos de paquetes básicos de informática

6.6.5 Nombre del puesto o del cargo: Vendedora

Naturaleza del puesto:

Atención al cliente y ofertar los productos

Funciones:

- Realizar un seguimiento de consumo de los clientes potenciales sobre sus gustos y preferencias
- Realizar informes sobre ventas
- Dar a conocer los atributos del producto
- Mantener informados a los clientes sobre nuevos diseños de bordados y colores.
- Colocar los productos en los mostradores
- Asesorar a los clientes que visitan el punto de venta

Requisitos del cargo:**Personales:**

- Experiencia de 2 años en puestos de venta de mostrador
- Disponibilidad de tiempo

Académicos:

- Cursar el nivel superior en ventas.

6.6.6 Nombre del puesto o del cargo: Operarias**Naturaleza del puesto:**

Controlar trazos y cortes de las prendas. Cumplir con los pedidos a la fecha establecida.

Funciones:

- Vigilar el correcto procedimiento en el corte
- Distribuir oportuna y ágilmente los cortes al área de confección
- Evitar desperdicios en la tela
- Realizar hoja de producción de prendas de acuerdo a los cortes
- Realizar programas de cortes diarios
- Solicitar la tela necesaria a bodega para el corte de la confección de las prendas
- Organizar la confección de prendas
- Controlar el cumplimiento de pedidos
- Realizar un registro de la producción
- Realizar pedidos de materia prima para la confección
- Controlar la confección de las prendas
- Diseñar los moldes para la confección de las prendas
- Recepción de prendas terminadas

Requisitos del cargo:**Personales:**

- Experiencia de 2 años en manejo de máquinas industriales de confección
- Disponibilidad de tiempo completo

Académicos:

Maestro/a en Corte y Confección

6.4. Imagen corporativa de la empresa “ARTESANÍAS PIJAL”

Gráfico N° 38

Logo



1

Artesanías Píjal

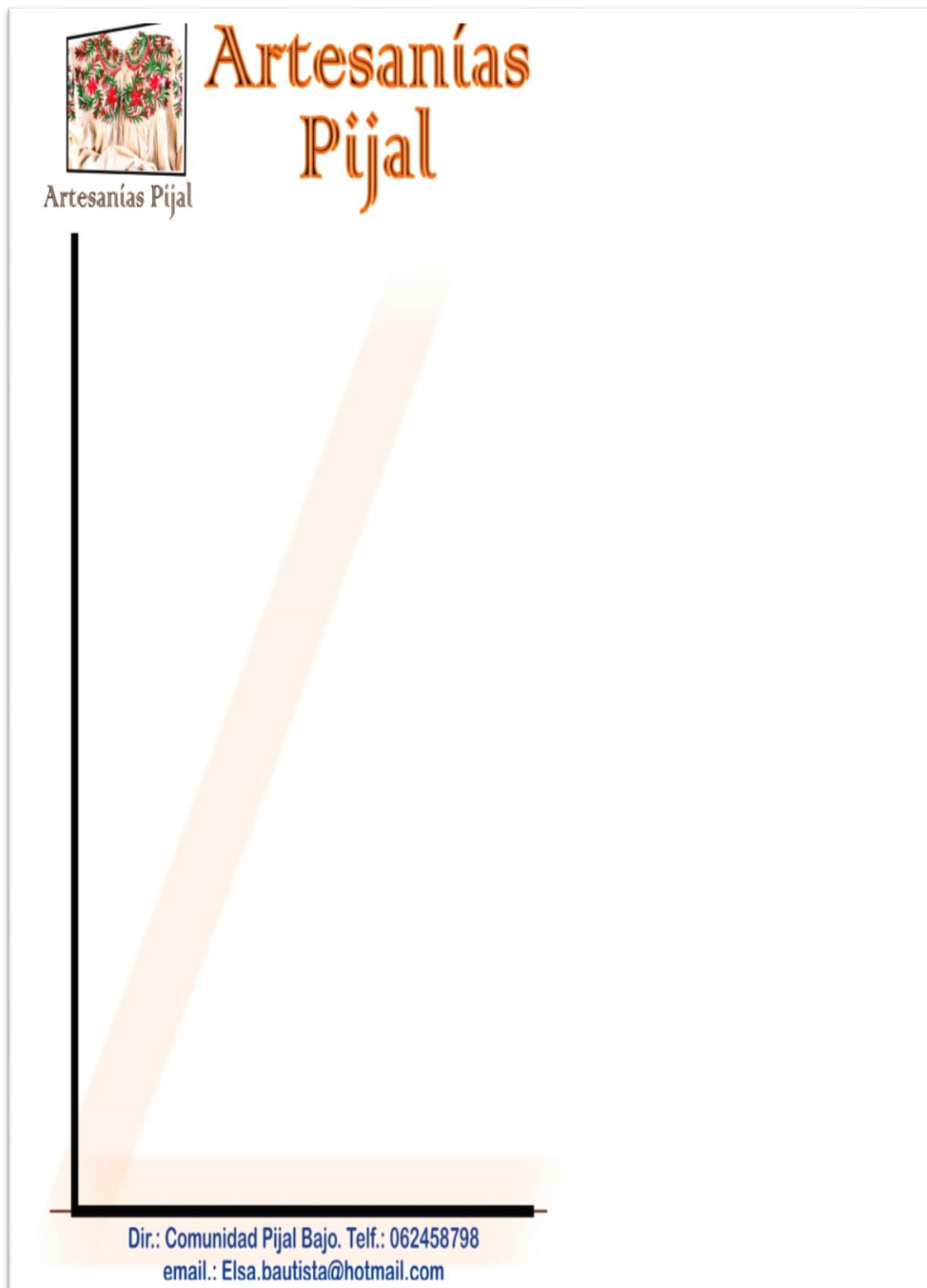
Gráfico N° 39

Slogan

**VESTIR CON
ELEGANCIA EN
NUESTRA
PROPUESTA**

Elaborado por: la autora

Gráfico N° 40
Hoja membretada



Elaborado por: la autora

Gráfico N° 41
Punto de venta



Elaborado por: la autora

Gráfico N° 42
Tarjetas de presentación



Elaborado por: la autora

Gráfico N° 43**Uniforme**

Elaborado por: la autora

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Herramienta de validación de impactos

En este capítulo se presenta la herramienta metodológica para validar los impactos positivos y negativos que posiblemente generará la microempresa.

Esta metodología tiene en común parámetros de validación de la siguiente manera:

Cuadro N° 86

Herramienta de validación de impactos

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

Estos valores al ser medidos los impactos pueden ser positivos o negativos según la magnitud y la medición subjetiva aplicada. Para sistematizar la evaluación se procedió a elaborar matrices para cada uno de los impactos sean estos negativos o positivos.

7.2. Impactos negativos

El sistema de gestión medio ambiental (SGMA) que está enmarcado bajo la norma ISO 14001 plantea que todos los proyectos productivos tienen efectos positivos y negativos lo que es pertinente que se identifiquen estos impactos.

Los impactos negativos que posiblemente podrá causar en la etapa de construcción del área física de la empresa y en la operatividad. Para identificar los principales impactos se determinó los procesos principales que tendrá la empresa; basado en la siguiente información:

- Diagrama de los procesos de elaboración de las prendas de vestir
- Infraestructura que tendrá la microempresa
- Equipos que se utilizará para la producción
- Personal que utilizará en la microempresa

Los posibles impactos negativos que tendrá la empresa son los siguientes:

7.2.1. Sobre el suelo.-

Los impactos que se puede ocasionar sobre el suelo es mínimo no significativo ya que la microempresa estará ubicada en un área urbana de la comunidad de Pijal por lo que no se altera ningún cambio edafológico o de contextura de los suelos aledaños donde se localizará la microempresa.

De acuerdo a la normatividad de evaluación ambiental nacional y en relación a la ordenanza para la protección de la calidad ambiental de derechos generados por esta actividad económica no son significativas y no alteran el medio ambiente y el entorno espacial donde se localizará la microempresa.

1 Calificación del impacto

La calificación de este impacto es la siguiente:

Cuadro N° 87**El suelo**

Componente	Construcción	Operatividad	de	la	Ventas	-
		microempresa			Comercialización	
Suelo	-1	-1			1	

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-1.00) en las acciones que se ejecutará que significa en valoración cualitativa impacto negativo Muy Bajo.

2 Descripción del impacto.-

El impacto sobre el suelo no es significativo y no se afecta a ninguna alteración del ecosistema, no se destruye ningún suelo en etapa de degradación tampoco se deteriora suelos de uso agrícola con alto significado de producción.

7.2.2 El aire.-

El proceso operativo de la microempresa asociativa no tiene riesgos referentes a la contaminación del aire debido a que en esta actividad económica no se emana ningún tipo de gas toxico al aire circundante donde se localice la microempresa.

1 Calificación del impacto

La calificación de este impacto es la siguiente:

Cuadro N° 88**El aire**

Componente	Construcción	Operatividad	de	la	Ventas	-
		microempresa			Comercialización	
Aire	-2	-1			-1	

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-1.33) en las acciones que se ejecutara que significa en valoración cualitativa impacto negativo Muy Bajo.

2 Descripción del impacto.

El impacto sobre el aire que genera este tipo de actividad económica no tiene riesgos para la población que se localice en su entorno ya que su toxicidad específica no tiene riesgos para la salud.

7.2.3 Vegetación y fauna.-

Este impacto negativo no existe por cuanto no se ocasionará daños a la vegetación y fauna. En el sitio donde se implementará el proyecto no existe una vegetación en vías de extinción, no existen especies forestales ni frutales que estén en procesos de desaparecer.

1 Calificación del impacto

La calificación de este impacto es la siguiente:

Cuadro N° 89

Vegetación y fauna

Componente	Construcción	Operatividad	Ventas - Comercialización
Vegetación y fauna	-2	-1	0

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-1.00) en las acciones que se ejecutará que significa en valoración cualitativa impacto negativo Muy Bajo.

2 Descripción del impacto.-

Los riesgos de alterar la flora y la fauna no existen por lo tanto sus valores son muy bajos, ya que no existe derrames filtraciones o vertidos de soluciones líquidas u otros materiales que podrán ser vertidos en el área de acción del proyecto y que cause un efecto negativo a la

fauna o flora del sector. No se tiene efectos tóxicos de tipo irreversible que afecte a este recurso natural.

7.2.4 En relación al ruido,

El funcionamiento de la microempresa asociativa, generará ruidos insignificantes que no afectan a su población circundante. El ruido será producido indirectamente por el funcionamiento de la maquinaria con sus respectivas molestias a los transeúntes y habitantes del área del sector. El valor de este impacto negativo es mínimo y se enmarca en primera categoría o tipo cero originados fuera de la microempresa asociativa.

1 Calificación del impacto

La calificación de este impacto es la siguiente:

Cuadro N° 90

En relación al ruido

Componente	Construcción	Operatividad	Ventas - Comercialización
Ruido	-1	-1	0

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La autora

El impacto tiene un valor cuantitativo negativo (-1.00) en las acciones que se ejecutará que significa en valoración cualitativa impacto negativo Muy Bajo.

2 Descripción del impacto.-

Los riesgos de producir ruido en el área de acción donde se ubicara la empresa es mínimo, ya que la maquinaria que se utiliza para la fabricación de este tipo de prendas de vestir, no ocasiona ruidos significativos, de decibeles que pueden ser escuchados fuera de la empresa.

7.2.5. En cuanto a riesgos,

Los riesgos específicos de la actividad comercial son mínimos y tienen los siguientes valores:

- Riesgos por aparatos sometidos a presión = 0
- Riesgos por explosión = 0
- Riesgos por incendios = 1

Este valor de 1 determina que se ubique en primera categoría según el Nivel de Categoría Ambiental (N.C.A). Por tanto no requiere aplicar normas de seguridad industrial para su mitigación, que son aquellas empresas que no requieren Manejo Ambiental y solo deben aplicar medidas de seguridad industrial e higiene en el trabajo para su funcionamiento.

7.3 Impactos positivos.

Los impactos positivos que generará el proyecto en forma hipotética pero tangibles de medir cuando ponga en acción las capitulaciones realizadas en los componentes del mismo y son principalmente de carácter interno a la microempresa asociativa; son los siguientes

7.3.1 Impacto económico

El sector textil de tipo micro empresarial en el sector rural es una herramienta de impacto económico en término que hace referencia a la creación de empleo e ingresos familiares como resultado de la actividad productiva que mejorar las condiciones de vida de nueve familias que formarán parte de la microempresa. Los indicadores medidos fueron los siguiente:

Cuadro N° 91**Matriz de impacto económico**

Indicadores	1	2	3	4	5
- Generación de trabajo local			x		
- Promover nuevas actividades generadoras de empleo para la mujer				x	
- Mejorar la cadena productiva de esta categoría de vestimenta			x		
- Acceso a vías de crédito directo para pequeñas microempresarias				x	
- Revalorización de la microempresa comunitaria			x		
- Desarrollo del sector productivo textil micro empresarial				x	
Total	0	0	9	12	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.5 que significa impacto positivo “Medio”

Este impacto es beneficioso y el más significativo para la microempresa porque la inversión ejecutada tendrá los reportes de rentabilidad esperados. Se aspira una rentabilidad operativa que maximiza las utilidades planeadas en las diferentes áreas organizacionales (administración, operativo, finanzas). Los flujos de fondos por conceptos de ventas de los servicios superan en forma significativa los costos y gastos que requiere la empresa por lo tanto le da una alta valoración económica a la organización. Su efecto externo puede ser cuantificable desde el punto de vista de la infraestructura productiva textil de tipo micro empresarial considerado de vital importancia para el desarrollo socioeconómico rural de la parroquia y que además influye de manera directa en la calidad y rendimiento de este sector económico; indicador que es el más significativo desde el punto de vista macroeconómico.

7.3.2 Impacto social

Los indicadores positivos sociales que tendrá el proyecto como efecto de su operación semi industrial son: factores socioeconómicos involucrados específicamente, de territorialidad como objetivo de tener territorios competitivos y propender el desarrollo local. Otro eje importante de impacto positivo es el desarrollo del sector textil de la comunidad de Pijal.

Los impactos sociales que generará el proyecto son internos y externos. Los internos están representados por el mejoramiento económico y de calidad de vida de las 9 personas que laborará en la misma. Otro indicador importante social es el aseguramiento de puestos de trabajo, salarios y beneficios sociales que tienen el recurso humano de la microempresa. El impacto social externo tiene relación directa con los aspectos de fortalecer la vestimenta de las mujeres de la etnia Kayambi de óptima calidad y satisfacción. Se pretende que la microempresa sea la líder en esta actividad y por lo tanto generará un mejoramiento social de la población de la comunidad de Pijal .

Cuadro N° 92

Matriz de impacto social

Indicadores	1	2	3	4	5
- Mejoramiento del nivel de vida	x				
- Fomento a la producción y comercialización socio-organizativa		x			
- Mejoramiento de trabajo en equipo		x			
- Desarrollo del sector micro empresarial textil a nivel local			x		
- La satisfacción de las clientes				x	
- Cultura micro empresarial de confecciones				x	
Total	1	4	3	8	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

La calificación cuantitativa de este impacto es de 3.5 que significa impacto positivo “medio”.

7.3.3 Educativo – Cultural.-

El impacto positivo en el ambiente educativo – cultural tiene las siguientes hipótesis sujetas a valoración

Cuadro N° 93

Matriz de impacto educativo - cultural

Indicadores	1	2	3	4	5
- Cultura de trabajo en equipo			x		
- Aprendizaje de nuevas tecnologías					x
- Acceso a la capacitación				x	
- Mejoramiento continuo de procesos					x
- Cultura organizacional					x
- Enfoque sistemático de gestión empresarial				x	
- Interrelación de habilidades, aprendizajes en la operación y administración de la microempresa asociativa.				x	
Total	0	0	3	12	15

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

La calificación cuantitativa de este impacto es de 4.28 que significa impacto positivo “alto”. Que significa un aporte a la educación y cultura del personal que trabaje en la organización; los indicadores de la matriz son los más significativos al analizar este impacto.

En el ámbito externo el impacto educativo cultural tendrá que ver con la estructura holística del proyecto que puede servir como una guía de todos los indicadores de la matriz.

7.3.4 Impacto comercial o de mercado

Los indicadores propuestos en este componente describen las relaciones de mercado que podrán tener con relación a la operatividad de la organización. Esta validación es una de las más importantes para el desarrollo económico, social y cultural de este sector económico.

Cuadro N° 94

Matriz de impacto comercial o de mercado

Indicadores	1	2	3	4	5
- Atender la demanda de ropa femenina de la etnia Kayambi			x		
- Cadena comercial directa				x	
- Precios acorde a la oferta y demanda			x		
- Canales de marketing apropiados para estos productos				x	
- Comercialización directa y sostenible			x		x
- Mejorar los procesos de oferta de esta vestimenta en las dos parroquias				x	
- Aumentar la oferta de confección de vestuario para mujeres Kayambi				x	
- Validación de los productos.					
Total	0	0	9	20	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

El valor cuantitativo de este impacto es de 3.62 que significa impacto positivo “Medio”

Este impacto es positivo y de validación para la implementación de la microempresa ya que ofertará de ropa femenina de mejor calidad por las características de su confección, materias primas, la atención al cliente, sus precios razonables lo que causa un impacto positivo en el desarrollo del sector textil micro empresarial de la parroquia de González Suarez y del cantón Otavalo de la Provincia de Imbabura. Tradicionalmente el abanico de actores

involucrados en la cadena productiva tradicional no se ha considerado al pequeño productor que ha sido el menos beneficiado de la rentabilidad que genera este importante sector, debido principalmente a limitantes como la tecnificación, canales de comercialización directa y el corto alcance de las iniciativas planteadas por parte de las instituciones estatales competentes.

7.3.6 Impacto general

Cuadro N° 95

Impacto general

INDICADOR	VALORACIÓN				TOTAL	
	CUANTITATIVA	1	2	3		4
Impacto Económico				x	3	
Impacto Social				x	3	
Impacto Educativo - Cultural					x	4
Impacto Comercial o mercado				x	3	
TOTAL				9	4	13

Elaborado por: La Autora.

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{13}{4} = 3.25 \text{ Positivo medio}$$

Con estos resultados se determina que el proyecto generará impactos positivos medio, lo que significa que la empresa de producción y comercialización de trajes kayambi es viable desde este punto de vista.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- El problema se establece considerando los niveles de, falta de emprendimientos en la parroquia de González Suarez específicamente en la comunidad de Pijal que permita potencializar y desarrollar capacidades artesanales que generalmente están presentes en las mujeres de la etnia Kayambi. La falta de una visión integral de desarrollo y por tanto de esfuerzos en este ámbito no han apuntado hacia un desarrollo sustentable que sintonice y armonice la dimensión económica con las otras dimensiones de desarrollo local como lo cultural, social y ambiental.
- Del análisis de la oferta de trajes de mujeres Kayambi específicamente de blusas y faldas se establece que en la ciudad de Otavalo se localizan diez locales de venta de este tipo de vestimenta. Se establece que en la parroquia de Gonzales Suárez no existe empresas que fabriquen este tipo de producto. Del análisis de la demanda de estas prendas de vestir se determina que la demanda para el 2012 es de 6046 juegos. La demanda proyectada de estos trajes par el año 2013 es de 6.085 juegos. La participación de la empresa de producción y comercialización de de trajes de mujer de la etnia Kayambi es de 25,60 % de la demanda insatisfecha, lo que corresponde a un posicionamiento en el mercado de un volumen de 1200 juegos de trajes al año.
- El mercado meta o destino de la microempresa de producción y comercialización de trajes son las mujeres de la etnia Kayambi que se localizan en las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago del cantón Otavalo.
- La localización de la microempresa de producción y comercialización de traje kayambi es en la comunidad de Pijal Bajo de la parroquia de González Suárez. El área de los

espacios físicos que se requiere para el funcionamiento de la microempresa es de 120m² de acuerdo a la capacidad instalada y operativa. La inversión que necesaria para la implementación de la empresa es de \$54.900.

- La empresa generará un VAN positivo de \$5.389, la TIR es del 16.50%, que supera al Costo de Oportunidad (12.47%) en 4.03%. El PRI es de 4 años, 9 meses y 2 días, el B/C de \$1.10
- La razón social de la microempresa de producción y comercialización de traje kayambi es: “ARTESANÍAS PIJAL”. Se estableció la filosofía empresarial y la estructura organización y funcional de manera que sustente un funcionamiento óptimo y productivo.
- La empresa generará impactos positivos con un nivel “medio”. Los impactos negativos se midieron considerando los aspectos que genera la empresa en los procesos de producción, tienen una valoración de muy bajos, por lo que no se requerirá elaborar un Plan de Manejo Ambiental, pero si elaborar una ficha ambiental.

RECOMENDACIONES

- Crear la microempresa de producción y comercialización de trajes de mujer de la etnia kayambi, cumpliendo todos los requisitos legales con la finalidad de garantizar su operatividad y brindando un emprendimiento asociativo en la comunidad de Pijal que fortalezca al desarrollo micro artesanal textil del sector.
- Realizar en forma continua análisis de mercado que les permita a los directivos de la microempresa considerar decisiones oportunas y sustentadas en estrategias de marketing, agrupando una serie de directrices básicas, con la finalidad de posicionarse en los segmentos de mercado meta.
- Aplicar las estrategias de marketing mix que están de precio, producto plaza, promoción con la finalidad de posicionarse en el mercado meta, alcanzar niveles de satisfacción de sus clientes y fortalecer el volumen de ventas que tiene propuesto el proyecto. Mantener óptimas relaciones comerciales con los clientes y posibles distribuidores del producto.
- Definir los procesos de producción, a través de la estructura y diagramación de procesos esquematizando las actividades y los criterios de desempeño aplicando métodos de planificación, control y mejora continua en las actividades básicas de línea dedicadas al diseño y fabricación de los productos. Los diseños de las blusas estarán orientadas al bienestar del cliente, como parámetro de calidad.
- Desarrollar un control de costos con la finalidad de tener costos y precios estandarizados y definir en forma técnica los costos unitarios reales que se ajusten a la operatividad de la empresa, los niveles de producción y establecer un precio de venta generando el margen de rentabilidad adecuado para alcanzar los flujos netos de efectivo pronosticados.

- Aplicar políticas de administración, fundamentado en la aplicación de la cultura organizacional, trabajo en equipo, que coadyuven a mejorar las actividades de las operaciones funcionales en la microempresa, dirigidos a la efectividad de sus recursos humanos, materiales, logrando las metas de eficiencia, efectividad y logro de satisfacción de sus clientes.
- Desarrollar actividades de seguridad industrial en todos los procesos de producción, aplicando las normativas vigentes, para este tipo de actividad económica, a fin de lograr el desempeño microempresarial, fortalecer las habilidades de la organización y el uso adecuado de sus recursos: financieros, físicos, humanos, tecnológicos y organizacionales de la microempresa.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

ANTEPROYECTO.- Es un esbozo, apenas el inicio para un trabajo científico.

BOSQUEJOS.- Es la primera traza, boceto o diseño para un plan de trabajo que establece el orden de la presentación de ideas.

CENEFAS.- Greca por tener un dibujo clásico.

COADYUVAN.- Contribuir a ayudar a la consecución de una cosa.

ECONOMIA.- Como ciencia que estudia la administración y gestión de los recursos ilimitados.

EFFECTIVIDAD.- Capacidad de lograr un objetivo trazado.

EFICACIA.- Hace referencia a los resultados obtenidos en relación con las metas y el cumplimiento de los objetivos. Como también se puede decir que es conseguir metas y objetivos empleando los medios de la mejor manera.

EFICIENCIA.- Capacidad para cumplir adecuadamente una función.

ESBOZO.- Primer diseño o proyecto de una obra, hecho de una manera provisional.

ESTRATEGIAS.- Conjunto de técnicas planeadas para conseguir un fin.

ETNIA.- Grupo de personas que comparte una misma raza, lengua, cultura.

INCURRIR.- Caer en un error

INDICADORES.- Dato o información que sirve para conocer un hecho.

LINKOGRAFIA.- Página de dónde sacó la información

MACRO LOCALIZACION.- Tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, es decir es la región seleccionada puede ser en el ámbito internacional nacional territorial.

MICRO LOCALIZACION.- elige un punto preciso, dentro de la zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa.

MICROEMPRESA.- es una empresa pequeña, consta máximo con 10 empleados, una facturación acotada, por otra parte, el dueño de la microempresa suele trabajar en la misma.

NOMENCLATURA.- Es el conjunto o sistema de nombres o términos empleados en alguna disciplina u oficio.

PEA.- Población Económicamente Activa

PROBABILIDAD.- Es un método por el cual se obtiene la frecuencia de un acontecimiento determinado.

SEGMENTACION.- es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños, la esencia de la segmentación es conocer a los consumidores.

VARIABLE.- son las características o cualidades medibles que poseen un individuo o una población.

FUENTE DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

ALMEIDA, R. (2007). *Vestido y adorno en las Sociedades Aborígenes del Ecuador*. Quito.

ARMSTRONG, G. K. (2008). *Fundamentos de la Mercadotecnia*.

BESLEY, S., & BRIGHAM, E. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: McGrawHill Interamericana Editores S.A.

COLLAHUAZO, J. (2008). *Manual de Evaluación de Proyectos*. Perú: San Marcos.

Diccionario de Contabilidad y Finanzas. (2008). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. Madrid - España: Inmagrage.

DOUGLAS, R. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Inmagrage.

DUANE, M. (2009). *Administración estratégica una herramienta para la competitividad*. California: 2da Edición.

ENCOMENDERO, A. D. (2008). *Gestión de empresas para ser competitivos*. Lima: Arnold.

ETZEL, M. (2009). *Proyectos, formulación, evaluación y control*. Quito: Publicaciones S.A.

FRIEND, G., & ZEHLE, S. (2008). *Como diseñar un plan de negocios*. Quito: El Comercio S.A.

GORDON, P., HILTON, R. W., & WELSCH, G. (2008). *Planificación y Control de Utilidades*. Mexico: Maureen Wilson.

ILLERA, C. (2009). *Administración de Empresas, Prácticas y Ejercicios*. Editorial Ramon Areces.

MALDONADO, H. (2008). *Manual de Contabilidad*. Quito - Ecuador: Editorial Consistencia LTDA.

MIPYMES. (25 de Enero de 2010). Recuperado el 24 de Diciembre de 2011, de www.pequeñasempresas.com

MIRANDA, J. J. (2008). *Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. Adventure.

MORENO, J. (2008). *Las Finanzas en la Empresa, Informacion, Analisis, Recursos y Planeación*. México: Mc Graw Hill.

OBANDO, S. (2007). *Tradiciones de Imbabura*. Ecuador: Abya-Yala.

ORTÍZ, A. (2008). *Gerencia Financiera un Enfoque Estrategico*. Bogotá - Colombia: McGrawHill.

PUJOL, B. (2010). *Dirección de Marketing y Ventas*. Madrid: G.F Printing.

ROJAS Medina, R. A. (2007). *Sistema de Costos un proceso para su implementación*. Colombia: Centro de Publicaciones.

SARMIENTOS, R. (2008). *Contabilidad General*. Quito: Adventure.

ANEXOS

ANEXO 1

**FORMATO DE LA ENTREVISTA APLICADA AL TGLO. MIGUEL CAMUEZ
EXPERTO EN CONFECCIONES**

Objetivo. Establecer los parámetros técnicos de confección de trajes kayambi que se requiere la microempresa.

1. **¿Cuál el proceso que realiza usted para la confección de ropa de mujer de la etnia kayambi específicamente blusas y faldas?**

.....

2. **¿Qué tipo de materia prima es la que se requiere para elaborar este tipo de traje?**

.....

3. **¿Qué maquinaria y equipos se requiere para una microempresa de producción y comercialización de ropa de mujer de la etnia kayambi?**

.....

4. **¿Qué número de operarias se requiere para la confección de estos trajes?**

.....

5. **¿Qué áreas debe tener la infraestructura física o edificio para este tipo de microempresa?**

.....

ANEXO 2**FORMATO DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS PROPIETARIOS DE LOS
LOCALES DE COMERCIALIZACIÓN DE TRAJE KAYAMBI DE LA CIUDAD DE
OTAVALO**

Objetivo. Identificar el comportamiento de comercialización de los trajes kayambi en los locales que venden estos trajes en la ciudad de Otavalo.

1. ¿En qué meses son los que más comercializa trajes kayambi?

Enero	()
Febrero	()
Marzo	()
Abril	()
Mayo	()
Junio	()
Julio	()
Agosto	()
Septiembre	()
Octubre	()
Noviembre	()
Diciembre	()

2. ¿Qué cantidad de trajes kayambi comercializa anualmente?

50 – 100 ()

100 – 150 ()

150 – 200 ()

200 – 250 ()

3. ¿Generalmente sus clientes adquieren?

Faldas ()

Blusas ()

Traje completo (falda y blusa) ()

4. ¿Cuál es el crecimiento promedio de las ventas en los últimos cinco años?

1 - 5% ()

6 - 10% ()

11 - 15% ()

16 - 20% ()

5. ¿Las faldas o folleras que más comercializa en su local son?:

Con crochet ()

Sin crochet ()

6. ¿Las blusas que más comercializa son?:

Bordadas a máquina ()

Bordadas a mano ()

7. ¿Cuál es el precio promedio de una falda o follera?

\$20 - \$25 ()

\$25 - \$30 ()

\$30 - \$35 ()

\$35 - \$40 ()

8. ¿Cuál es el precio promedio de las blusas?

\$30 - \$40 ()

\$40 - \$50 ()

\$50 - \$60 ()

\$60 - \$70 ()

GRACIAS

ANEXO 3**FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LA PEA FEMENINA DE LAS
PARROQUIAS DE GONZÁLEZ SUAREZ Y SAN PABLO DEL LAGO.**

Objetivo. Determinar el nivel de aceptación que tienen las mujeres de la etnia kayambi de las parroquias de González Suarez y San Pablo del Lago, en relación a la creación de la microempresa de producción y comercialización de trajes kayambi en la comunidad de Pijal.

1. ¿En qué sector o ciudad adquiere sus prendas de vestir (falda y blusa)?

Otavalo ()

Ibarra ()

Cayambe ()

2. ¿Dónde adquiere actualmente sus prendas de vestir (falda y blusa)?

Centros comerciales ()

Boutique ()

Almacenes ()

Plaza de ponchos ()

3. ¿Cuántos trajes (blusa y falda) de la etnia kayambi adquiere anualmente?

1 a 3 ()

4 a 5 ()

> 5 ()

4. ¿Se encuentra satisfecha con sus prendas de vestir (falda y blusa) que actualmente adquiere en estos lugares?

Si ()

No ()

A veces ()

5. ¿Qué colores utiliza en su vestimenta?

Fuertes ()

Oscuros ()

Pasteles ()

6. ¿Cómo prefiere sus prendas de vestir (falda y blusa)?

Ajustada ()

Floja ()

Larga ()

Corta ()

7. ¿Qué factores considera usted al momento de adquirir sus prendas de vestir (falda y blusa)?

Precio ()

Comodidad ()

Calidad ()

8. ¿Está de acuerdo con que se implemente una microempresa de producción y comercialización de traje kayambi en la comunidad de Pijal?

Si ()

No ()

Porque.....

9. ¿El precio que deberá manejar la microempresa en la comercialización de traje kayambi deberá ser?:

Igual que la competencia ()

Menor que la competencia ()

Mayor que la competencia ()

10. ¿Dónde considera usted que la microempresa debe poner su punto de venta de este tipo de trajes?

González Suárez ()

San Pablo ()

Otavalo ()

11. ¿Qué tipo de publicidad debe utilizar la microempresa para ofertar sus productos?

Folletos ()

Hojas volantes ()

Vallas publicitarias ()

Pagina web ()

GRACIAS