



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS  
ELABORADOS CON FIBRA DE ALPACA Y ALGODÓN EN LA PARROQUIA DE  
ANDRADE MARÍN DEL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.

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

**AUTORA:** MONTALVO CHIZA, Elsa Yolanda

**DIRECTOR:** VALLEJOS, Marcelo

IBARRA, MAYO, 2016

## RESUMEN EJECUTIVO

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de sacos elaborados con fibra de alpaca y algodón en la parroquia de Andrade Marín del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura fue realizada con la finalidad de crear fuentes de trabajo para los habitantes de esta parroquia, para contribuir al desarrollo económico, social y al mejoramiento de la calidad de vida de las familias ya que se utilizará mano de obra para la producción, comercialización de este producto. El lugar donde se establecerá el proyecto es un destino turístico de compras de productos textiles todos los días del año, además al encontrarse cerca de la línea férrea, la mano de obra disponible al ubicarse en el centro de la provincia es muy beneficioso para la producción de sacos de fibra de alpaca y algodón, porque gracias a estas bondades los visitantes nacionales podrán conocer los sacos de alpaca y algodón, adquirirlo y ver la calidad de los mismos. En este proyecto primeramente se realizó un diagnóstico situacional para conocer todo referente a la situación del cantón para tener una mayor visión de la industria textil en este sector, para respaldar teóricamente el proyecto se hizo la investigación bibliográfica, mediante el estudio de mercado se obtuvo información acerca de la oferta, demanda y los precios que se están manejando actualmente en el mercado. En el estudio técnico se pudo determinar el tamaño óptimo para llevar a cabo el proyecto. Mediante el estudio financiero se pudo fijar cuánto de inversión se requiere y determinar la factibilidad del proyecto mediante los indicadores financieros. Con la estructura orgánica se pudo determinar un modelo administrativo eficaz que nos garantice la productividad en las operaciones. Finalmente se determinó los posibles impactos que generará la ejecución de este proyecto.

## ABSTRACT

The feasibility study for the creation of a micro-company dedicated to produce and marketing of sweaters made of alpaca and cotton fiber that will be located in Andrade Marin, a town of Antonio Ante town in Imbabura province. This study was made in order to create jobs for the people of this parish, thus contributing to economic and social development and thus to improve families' lifestyle and to generate workforce that will be used for the production and marketing of this product. The project will be located in a touristic shopping place, dedicated to shop textile products all days of the year, additionally, to being close to the railway line and located in the center of the province it is advantageous because as a result, visitors can meet the national production of alpaca and cotton sweaters, buy it and see the quality of them. To begin this project it was necessary do a situational diagnosis to know everything concerning to the status of the town to get a better view of the textile industry in this sector, to support theoretically the project was done a bibliographic and field researches in the market to get information about supply, demand and prices that are currently driving the market. With the technical study could be determined the optimal size of the project. Through the financial study could set the investment required to determine the feasibility of the project by financial indicators. The organizational structure could determine an effective management model that guarantees productivity in operations. Finally the potential impacts created by implementation of this project were determined.

## DECLARACIÓN

Yo, **Elsa Yolanda Montalvo Chiza**, portadora de la cédula de ciudadanía número 1004561922, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito **“Estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos elaborados con fibra de alpaca y algodón en la Parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura”** es mi autoría que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional y que he consultado e investigado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



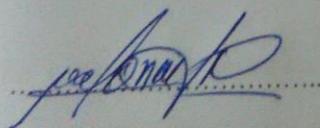
Elsa Yolanda Montalvo Chiza

C.C 1004561922

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la estudiante **Elsa Yolanda Montalvo Chiza**, para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría – C.P.A., cuyo tema es: “Estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos elaborados con fibra de alpaca y algodón en la Parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura”. Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 13 días del mes de Junio del 2016.



Ing. Marcelo Vallejos

C.I.1001813821

DIRECTOR DE TESIS

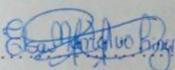


## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **Elsa Yolanda Montalvo Chiza**, con cédula de ciudadanía No. 1004561922 respectivamente, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte, los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado **“Estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos elaborados con fibra de alpaca y algodón en la Parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura”** que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

.....  


Elsa Yolanda Montalvo Chiza

C.C 1004561922



## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información.

<b>DATOS DE CONTACTO</b>	
<b>CEDULA DE CIUDADANÍA:</b>	1004561922
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Montalvo Chiza Elsa Yolanda
<b>DIRECCIÓN:</b>	San Roque/Comunidad de Jatún Rumi
<b>EMAIL:</b>	elsymontalvo7777@gmail.com
<b>TELÉFONO:</b>	0986377820 / 0986667344
<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO</b>	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos elaborados con fibra de alpaca y algodón en la parroquia de Andrade Marín del cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.
<b>AUTORA</b>	Montalvo Chiza Elsa Yolanda
<b>FECHA:</b>	
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA</b>	Pregrado   Posgrado
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría
<b>ASESOR/DIRECTOR:</b>	Ing. Marcelo Vallejos

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

Yo, ELSA YOLANDA MONTALVO CHIZA, con cédula de ciudadanía No. 1004561922, en calidad de autora de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en forma 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 como apoyo a la educación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

### 3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 13 días del mes de Junio del 2016.

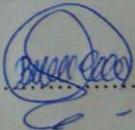
LA AUTORA



Elsa Montalvo Chiza.

C.C: 1004561922

ACEPTACIÓN



Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario.

## DEDICATORIA

A mis padres José Alberto Montalvo y María Mercedes Chiza quienes han hecho posible que llegue hasta aquí, gracias a sus contantes sacrificios y apoyo hicieron, posible la culminación de lo que un día comencé con tanto anhelo y gracias al ejemplo de mis padres aprendí que nada es imposible en la vida si uno se esfuerza y da lo mejor de sí y aún si lo hace con una actitud positiva se puede lograr los objetivos.

A mis hermanas Esthela y Michelle por sus apoyos moral, ya que con su amor y ternura me han dado la fuerza e inspiración para seguir adelante y poder cumplir una de mis metas más grandes para mi vida.

Elsa Montalvo

## AGRADECIMIENTO

A Dios por estar siempre conmigo en las buenas y en las malas, dándome las fuerzas necesarias para seguir adelante, por guiarme por el buen camino para poder alcanzar las metas que me he propuesto y por ayudarme a vencer cada uno de los obstáculos que se han presentado en este lapso de tiempo.

A mis padres por el constante sacrificio que han hecho día a día para poder darme el estudio y darme la oportunidad de estudiar una carrera y por su apoyo incondicional que siempre me han brindado.

A la Universidad Técnica del Norte por abrir las puertas y por darme la oportunidad de estudiar y formarme en esta prestigiosa institución.

A mis profesores por prepararme y guiarme en toda esta trayectoria de tiempo siempre apoyándonos y fortaleciéndonos con nuevos conocimientos cada día y por inculcarnos valores y principios para nuestra vida profesional.

Al Ingeniero Marcelo Vallejos por guiarme, por su ayuda y recomendaciones que hace para mejorar el proyecto de investigación.

Elsa Montalvo

## PRESENTACIÓN

La presente investigación consiste en el **“Estudio de factibilidad para la creación de una Microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos elaborados con fibra de alpaca y algodón en la Parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura”** el cual consta de siete capítulos desarrollados, en el presente trabajo.

Para su mejor comprensión se explicará detalladamente en un lenguaje sencillo y claro cada uno de los capítulos de forma analizada, ordenada y actualizada.

**CAPÍTULO I** en este capítulo se realiza el diagnóstico situacional que es importante para conocer todo referente a la situación del cantón como: los aspectos geográficos, demográficos y socioeconómicos para determinar los factores que beneficiarán, mediante un análisis de los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del entorno para el desarrollo del proyecto.

**CAPÍTULO II** esta sección se enfoca al marco teórico con el propósito de establecer las bases teóricas científicas que respalden al proyecto mediante la investigación bibliográfica las cuales se obtienen a través de fuentes bibliográficas como libros, documentos y del internet.

**CAPÍTULO III** para el desarrollo del proyecto se requirió un estudio de mercado con la finalidad de conocer: la oferta, la demanda, la demanda potencial, el nivel de aceptación, los precios que se están manejando en el mercado y la estimación del precio que los clientes estarían dispuestos a pagar por el producto. Estos datos se obtendrán mediante la fuente primaria aplicando las técnicas de las encuestas, entrevistas y fichas de observación, las cuales se aplicó a la Población Económicamente Activa de la ciudad y a los visitantes el Cantón Antonio Ante y a las empresas de tejeduría, las entrevistas se realizó a los propietarios de las empresas de tejeduría y las fichas de observación se las hizo en los locales comerciales de Atuntaqui.

**CAPÍTULO IV** esta parte pertenece al estudio técnico, que se realizó con el fin de demostrar si el proyecto de inversión es o no factible analizando desde un punto de vista económico la selección de materiales, tamaño, localización óptima e ingeniería del proceso productivo para abastecer el mercado demandante de los sacos de fibra de alpaca y algodón.

**CAPÍTULO V** para determinar la inversión, la proyección de ingreso y gastos, flujos de efectivo, se realizó un estudio financiero que ayude a determinar la factibilidad del proyecto. Se realizó el cálculo de los costos en los que se recurrieron desde el estudio de factibilidad hasta la ejecución del proyecto.

**CAPÍTULO VI** se elaboró una estructura organizacional de la microempresa para conocer la misión, visión, objetivos, políticas, código de ética y reglamento interno para el buen funcionamiento del proyecto para alcanzar el éxito y lograr los objetivos de manera eficiente y eficaz.

**CAPÍTULO VII** para determinar los posibles impactos que causará con la implementación de la microempresa de sacos de fibra de alpaca y algodón, se realizó una matriz de impactos en el que se establece el nivel de ponderación.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
ABSTRACT.....	iii
DECLARACIÓN.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
DEDICATORIA .....	viii
AGRADECIMIENTO .....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE GENERAL .....	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxiv
ÍNDICE DE TABLAS .....	xxix
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxxi
JUSTIFICACIÓN .....	xxxiv
Objetivo general.....	xxxv
Objetivo específico .....	xxxv
Metodología utilizada .....	xxxvii
CAPÍTULO I .....	38
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	38
1.1 Antecedentes.....	38

1.2. Objetivos del diagnóstico.....	40
1.2.1 Objetivo general.....	40
1.2.2 Objetivo específicos.....	40
1.3 Matriz de relación diagnóstica.....	41
1.4 Mecánica operativa.....	43
1.4.1 Técnicas e Instrumentos.....	43
1.4.2 Información secundaria.....	43
1.5 Aspectos geográficos.....	43
1.5.1 Historia.....	43
1.5.2 Ubicación Geográfica.....	44
1.5.3 Límites.....	45
1.5.4 Clima.....	46
1.6 Aspectos demográficos.....	46
1.6.1 Población y etnia.....	46
1.6.2 Grupo por edades.....	48
1.6.3 Género.....	49
1.7 Aspecto socio-económica.....	50
1.7.1 Población en edad de trabajar.....	50
1.7.2 Población Económicamente Activa (PEA) y tasa de desempleo.....	50
1.7.3 Turismo en el cantón Antonio Ante.....	55
1.7.4 Actividades económicas.....	58
1.8 Fibra de alpaca.....	60
1.8 Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.....	61
1.9 Determinación de la Oportunidad de Inversión.....	62
CAPÍTULO II.....	63

2.	MARCO TEÓRICO .....	63
2.1	Fibras naturales.....	63
2.1.1	Tipo .....	64
2.2	Fibra de alpaca.....	65
2.2.1	Propiedades de la fibra de alpaca .....	66
2.3	El algodón.....	68
2.4	Insumos.....	69
2.5	La maquinaria .....	70
2.6	MYPES.....	71
2.7	Microempresa .....	71
2.8	Importancia de la microempresa .....	71
2.9	Manufactureras o de transformación .....	72
2.10	Persona natural .....	72
2.10.1	Personas naturales obligadas a llevar contabilidad. ....	73
2.11	Los microempresarios obligados a llevar contabilidad .....	74
2.12	Marco legal de una microempresa.....	75
2.12.1	Registro Único Del Contribuyente:.....	75
2.12.2	Licencias y Patentes municipales:.....	76
2.12.3	Propietarios y trabajadores afiliados al IESS .....	78
2.13	Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) .....	79
2.14	Instituto Ecuatoriano de Normalización .....	80
2.15	La etiqueta .....	81
2.15.1	Clasificación.....	81
2.15.2	Requisitos de etiquetado .....	82
2.16	Centro de fomento productivo Fabrica Imbabura (textil confección) .....	83

2.16.1 Portafolio de servicios del laboratorio de calidad y normalización .....	83
2.17 Beneficios para nuevas empresas .....	84
2.18 Estudio de mercado .....	85
2.19 Mercado .....	85
2.20 Población en Edad de trabajar .....	86
2.22 Desempleados.....	86
2.23 Subempleados.....	87
2.24 Ocupados plenos.....	87
2.25 Tasa de desempleo.....	87
2.26 Oferta.....	88
2.27 Demanda.....	88
2.28 Demanda potencial .....	89
2.29 Canal de distribución.....	89
2.30 Variables de marketing mix.....	89
2.30.1 Producto .....	89
2.30.2 Precio.....	90
2.30.3 Distribución.....	90
2.30.4 Promoción .....	90
2.31 La contabilidad financiera .....	91
2.32 Contabilidad de costos.....	91
2.33 Costo.....	91
2.34 Gasto.....	92
2.35 Elementos del costo .....	92
2.36 Costos de producción .....	92
2.37 Costos variables de producción .....	93

2.38	Materia prima directa .....	93
2.39	Mano de Obra Directa .....	93
2.40	Costos Indirectos de Fabricación.....	94
2.41	Gastos de administración.....	94
2.42	Gastos de venta.....	95
2.43	Gastos financieros .....	95
2.44	Estudio técnico .....	95
2.45	Tamaño óptimo de la plata .....	96
2.46	Localización del proyecto.....	96
2.47	Ingeniería del proyecto .....	97
2.48	Proceso de producción.....	97
2.49	Distribución de la planta.....	97
2.50	Macro localización .....	98
2.51	Micro localización .....	99
2.52	Tamaño del proyecto .....	100
2.53	Estudio económico .....	100
2.54	Estado de resultados .....	101
2.55	Estado de situación financiera .....	101
2.56	Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo .	101
2.57	Valor Actual Neto (VAN) .....	102
2.58	Tasa interna de retorno (TIR) .....	102
2.58.1	Criterios para aceptar o rechazar un proyecto usando la TIR .....	103
2.59	Periodo de recuperación de la inversión.....	103
2.60	Punto de equilibrio .....	104
2.61	Planificación estratégica.....	104

2.61.1 Misión .....	104
2.61.2 Visión .....	105
2.61.3 Filosofía .....	105
2.61.4 Valores .....	106
2.61.5 Principios .....	106
2.61.6 Normas y políticas.....	106
2.62 Estructura organizacional .....	107
2.63 Economía a escala .....	107
2.64 Impactos .....	108
CAPÍTULO III.....	109
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	109
3.1 Identificación del producto.....	109
3.1.1 Tipos y diseños.....	110
3.1.2 Modelos de los sacos de alpaca y algodón.....	111
3.2 Bienes sustitutos .....	114
3.3 Objetivos del estudio de mercado.....	114
3.3.1 Objetivo general .....	114
3.3.2 Objetivos específicos .....	114
3.4 Matriz de estudio de mercado.....	115
3.5 Mecánica operativa.....	117
3.5.1 Identificación de la población .....	117
3.5.2 Identificación de la muestra .....	117
3.5.3 Técnicas e instrumentos .....	118
3.5.4 Información primaria .....	118
3.5.5 Información secundaria.....	119

3.6	Tabulación y análisis de la información .....	119
3.6.1	Encuesta dirigida a la PEA del cantón Antonio Ante y a los turistas. ....	119
	Cachemira .....	121
3.6.2	Entrevista dirigida al propietario de la microempresa Finatex .....	132
3.6.3	Encuesta aplicada a los productores de sacos en la ciudad de Atuntaqui .....	135
3.6.4	Observación.....	141
3.7	Análisis de la oferta .....	143
3.8	Análisis de la demanda .....	145
3.9	Análisis de precio .....	148
3.10	Balance oferta – demanda .....	149
3.11	Mercado meta .....	150
3.12	Estrategias de marketing.....	151
3.12.1	Sistemas de comercialización .....	151
3.12.2	Marketing directo .....	151
3.12.3	Estrategias de precios .....	152
3.12.4	Estrategias de posicionamiento .....	152
3.13	Presentación del producto.....	152
3.13.1	Logotipo .....	152
3.14	Conclusiones de estudio de mercado.....	154
	CAPÍTULO IV.....	156
4	ESTUDIO TÉCNICO.....	156
4.1	Tamaño del proyecto .....	156
4.1.1	Tamaño del mercado .....	156
4.1.2	Materia prima e insumos.....	157
4.1.3	Tecnología y equipos .....	158

4.1.4	Financiamiento.....	158
4.2	Localización del proyecto.....	160
4.2.1	Macro localización .....	160
4.2.2	Micro localización.....	160
4.3	Ingeniería del proyecto .....	165
4.3.1	Proceso productivo.....	165
4.3.2	Obras civiles.....	167
4.4	Presupuesto técnico .....	170
4.4.1	Inversiones .....	170
4.4.2	Maquinaria y equipo .....	171
4.4.3	Capital de trabajo .....	174
4.4.4	Inversión total del proyecto.....	181
4.4.5	Financiamiento .....	181
4.5	Operación del proyecto.....	182
4.5.1	Flujogramas.....	182
4.5.2	Proceso de producción y comercialización .....	183
5	ESTUDIO FINANCIERO.....	188
5.1	Determinación de ingresos proyectados .....	188
5.1.1	Proyección volumen de producción .....	188
5.1.2	Precios proyectados.....	188
5.2	Determinación de egresos proyectados .....	189
5.2.1	Costos de producción .....	189
5.2.2	Gastos administrativos .....	196
5.2.3	Gastos de ventas .....	196
5.3	Tabla de amortización .....	197

5.4	Gastos financieros .....	200
5.5	Tabla de depreciación.....	200
5.6	Estado de resultados proyectados .....	202
5.7	Estado de resultados .....	203
5.8	Flujo de caja proyectado.....	204
5.9	Evaluación financiera .....	205
5.9.1	Costo de oportunidad .....	205
5.9.2	Tasa de Rendimiento Medio .....	205
5.9.3	Cálculo del Valor Actual Neto (VAN) .....	205
5.9.4	Cálculo de la TIR .....	206
5.9.5	Tiempo de recuperación del dinero.....	207
5.9.6	Recuperación del dinero con flujos descontados .....	208
5.9.7	Tasa de rendimiento beneficio/costo (TRBC).....	209
5.9.8	Punto de equilibrio .....	209
5.9.9	Resumen de evaluación financiera.....	212
5.10	Conclusiones del estudio financiero .....	212
CAPÍTULO VI.....		213
6	ESTUDIO ORGANIZACIONAL .....	213
6.1	Análisis interno de la microempresa .....	213
6.1.1	Logotipo .....	213
6.1.2	Razón social.....	213
6.1.3	Misión.....	214
6.1.4	Visión .....	214
6.2	Objetivos organizacionales.....	214
6.3	Código de ética .....	215

6.3.1. Objetivo.....	215
6.3.2. Ámbito de aplicación .....	215
6.3.3. Valores y principios .....	215
6.4. Reglamento Interno. ....	216
6.5. Organización estructural y funcional de la empresa.....	231
6.5.1. Organigrama estructural.....	231
6.5.2. Niveles administrativos.....	231
6.6. Matriz de relación de puesto perfiles y funciones del personal.....	233
CAPÍTULO VII .....	238
7. IMPACTO .....	238
7.5. Impacto socio-económico.....	239
7.6. Impacto empresarial .....	240
7.7. Impacto comercial .....	241
7.8. Impacto laboral.....	242
7.9. Impacto ambiental .....	243
7.10. Impacto general .....	244
CONCLUSIONES .....	246
RECOMENDACIONES.....	248
Bibliografía .....	250
Anexos .....	255
ANEXOS No. 1 Empresas de tejeduría Antonio Ante .....	256
ANEXOS No. 2 Proforma Equipo de computación .....	258
ANEXOS No. 3 Anexo de equipo de computación.....	259
ANEXOS No. 4 Proforma de suministro de oficina.....	260
ANEXOS No. 5 Proforma Suministro de oficina.....	261

ANEXOS No. 6 Proforma Maquinaria.....	262
ANEXOS No. 7 Proforma suministro de limpieza.....	263
ANEXOS No. 8 Anexo Equipo de ventas .....	264
ANEXOS No. 9 Proforma Equipo de oficina.....	265
ANEXOS No. 10 Proforma Muebles y enseres.....	266
ANEXOS No. 12 Encuesta dirigida a la PEA del cantón Antonio Ante y a los turistas.....	268
ANEXOS No. 13 Entrevista dirigida a los productores de sacos .....	270
ANEXOS No. 14 Anexo ficha de observación.....	271
ANEXOS No. 15 Encuesta dirigida a los propietarios de las empresas de tejeduría del cantón Antonio Ante.....	273
ANEXOS No. 16 Proceso productivo confecciones finatex .....	274

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1 Tasa de crecimiento.....	47
Cuadro No. 2 Organización territorial según hectareas .....	47
Cuadro No. 3 Etnias canton Antonio Ante .....	48
Cuadro No. 4 Grupo por edades .....	49
Cuadro No. 5 Poblacion por genero.....	49
Cuadro No. 6 Poblacion en edad de trabajar de Antonio Ante.....	50
Cuadro No. 7 PEA y PEI del canton Antonio Ante.....	51
Cuadro No. 8 Division de la PEA.....	52
Cuadro No. 9 Poblacion ocupada AntonioAnte.....	53
Cuadro No. 10 Poblacion ocupada por rama de actividad PORA .....	54
Cuadro No. 11 Llegada de visitantes al canton Antonio Ante.....	57
Cuadro No. 12 Proyeccion de los visitantes al canton .....	58
Cuadro No. 13 Poblacion ocupada por rama de actividad.....	58
Cuadro No. 14 Actividades manufactureras del canton Antonio Ante FIAPAA 2015 .....	59
Cuadro No. 15 Declaraciones .....	74
Cuadro No. 16 Pago de patentes .....	77
Cuadro No. 17 Medidas y tallas .....	111
Cuadro No. 18 Adquisicion de los sacos .....	120
Cuadro No. 19 Materia prima .....	121
Cuadro No. 20 Lugar de compra.....	122
Cuadro No. 21 Almacenes de mayor compra .....	123
Cuadro No. 22 Frecuencia de compra y cantidad demandada.....	124
Cuadro No. 23 Precio.....	125
Cuadro No. 24 Tallas que utilizan .....	126

Cuadro No. 25 Gustos y preferencias .....	127
Cuadro No. 26 Aceptacion del producto.....	128
Cuadro No. 27 Precios que estan dispuestos a pagar.....	129
Cuadro No. 28 Medios de publicidad .....	130
Cuadro No. 29 Materia prima .....	136
Cuadro No. 30 Cantidad de produccion.....	137
Cuadro No. 31 Producto de mayor preferancia .....	138
Cuadro No. 32 Precio.....	139
Cuadro No. 33 Datos historicos en volumen de produccion .....	140
Cuadro No. 34 Promedio de los datos historicos.....	144
Cuadro No. 35 Oferta proyectados en sacos .....	145
Cuadro No. 36 Demanda.....	146
Cuadro No. 37 Turistas .....	146
Cuadro No. 38 Proyeccion de la demanda.....	147
Cuadro No. 39 Proyeccion volumen de compra de sacos año 2016.....	148
Cuadro No. 40 Demanda proyectada en sacos.....	148
Cuadro No. 41 Precios de los sacos en el mercado.....	149
Cuadro No. 42 Precios proyectados.....	149
Cuadro No. 43 Balance .....	150
Cuadro No. 44 Demanda a cubrir .....	157
Cuadro No. 45 Demanda a cubrir .....	157
Cuadro No. 46 Niveles de evaluacion en escala .....	161
Cuadro No. 47 Matriz factor ponderado .....	162
Cuadro No. 48 Terreno .....	170
Cuadro No. 49 Edificio .....	170

Cuadro No. 50 Maquinaria y equipo.....	171
Cuadro No. 51 Equipo de seguridad industrial.....	171
Cuadro No. 52 Equipo de computacion.....	172
Cuadro No. 53 Equipo de oficina.....	172
Cuadro No. 54 Muebles y enseres.....	173
Cuadro No. 55 Equipo de ventas.....	173
Cuadro No. 56 Resumen activos no corrientes.....	174
Cuadro No. 57 Materia prima fibra de alpaca y algodón.....	174
Cuadro No. 58 Materia prima hilo chino.....	175
Cuadro No. 59 Materia prima hilo poliester.....	175
Cuadro No. 60 Resumen materia prima.....	176
Cuadro No. 61 Materia prima indirecta.....	176
Cuadro No. 62 Materia prima indirecta.....	177
Cuadro No. 63 Resumen de materia prima indirecta.....	177
Cuadro No. 64 Mano de obra directa.....	178
Cuadro No. 65 Costos Indirectos de Fabricacion.....	178
Cuadro No. 66 Remuneracion administrativa.....	179
Cuadro No. 67 Gastos servicios profesionales.....	179
Cuadro No. 68 Gastos Administrativos.....	179
Cuadro No. 69 Remuneracion personal de ventas.....	180
Cuadro No. 70 Gastos de ventas.....	180
Cuadro No. 71 Capital de trabajo.....	181
Cuadro No. 72 Inversion total.....	181
Cuadro No. 73 Financiamiento.....	182
Cuadro No. 74 Volumen de produccion.....	188

Cuadro No. 75 Precios proyectados.....	189
Cuadro No. 76 Presupuesto de ingresos proyectados .....	189
Cuadro No. 77 Proyeccion materia prima directa.....	190
Cuadro No. 78 Proyeccion materia prima indirecta.....	191
Cuadro No. 79 Sueldo basico unificado historico .....	192
Cuadro No. 80 Sueldo basico proyectado .....	192
Cuadro No. 81 Proyeccion de mano de obra directa .....	193
Cuadro No. 82 Suministro de oficina .....	194
Cuadro No. 83 Suministro de limpieza.....	194
Cuadro No. 84 Suministro de tejeduria.....	195
Cuadro No. 85 CIF proyectados .....	195
Cuadro No. 86 Remuneracion administrativo .....	196
Cuadro No. 87 Gastos administrativos .....	196
Cuadro No. 88 Gastos de ventas .....	196
Cuadro No. 89 Gastos de ventas .....	197
Cuadro No. 90 Tabla de amortizacion .....	198
Cuadro No. 91 Gastos financieros .....	200
Cuadro No. 92 Abono de capital.....	200
Cuadro No. 93 Porcentajes de depreciacion .....	200
Cuadro No. 94 Depreciacion de activos fijos .....	201
Cuadro No. 95 Calculo de la tasa de redescuento.....	205
Cuadro No. 96 Calculo Valor Actual Neto.....	206
Cuadro No. 97 Calculo de la tasa interna de retorno .....	207
Cuadro No. 98 Valores corrientes.....	207
Cuadro No. 99 Valores reales .....	208

Cuadro No. 100 Punto de equilibrio .....	209
Cuadro No. 101 Punto de equilibrio año 1 .....	210
Cuadro No. 102 Punto de equilibrio .....	211
Cuadro No. 103 Resumen de evaluacion financiera.....	212
Cuadro No. 104 Valoracion de impacto .....	239
Cuadro No. 105 Impacto socio-economico .....	239
Cuadro No. 106 Impacto empresarial .....	240
Cuadro No. 107 Impacto comercial .....	241
Cuadro No. 108 Impacto laboral.....	242
Cuadro No. 109 Impacto ambiental .....	243
Cuadro No. 110 Impacto General .....	244

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Matriz de relacion diagnostica .....	41
Tabla No. 2 MATRIZ AOOD .....	61
Tabla No. 3 Proveedores para el Ecuador .....	68
Tabla No. 4 Proveedores de insumo .....	69
Tabla No. 5 Proveedor de maquinara .....	70
Tabla No. 6 Caracteristicas de los productos ofertados .....	110
Tabla No. 7 Matriz de estudio de mercado .....	115
Tabla No. 8 Caracteristicas de los demandantes .....	131
Tabla No. 9 Propietarios empresas de tejeduria .....	135
Tabla No. 10 Empresas de tejeduria .....	141
Tabla No. 11 Almacen Karmama .....	142
Tabla No. 12 Almacen Carlex .....	142
Tabla No. 13 Almacen Protexsil .....	143
Tabla No. 14 Financiamiento .....	159
Tabla No. 15 Local comercial .....	164
Tabla No. 16 Distribucion de la planta .....	167
Tabla No. 17 Elementos de operacion .....	182
Tabla No. 18 Proceso productivo .....	184
Tabla No. 19 Proceso productivo .....	186
Tabla No. 20 Proceso productivo .....	187
Tabla No. 21 Matriz de relacion Gerente General .....	233
Tabla No. 22 Matriz de relacion Contador .....	234
Tabla No. 23 Matriz de relacion Tejedor .....	235
Tabla No. 24 Matriz de relacion Operarios .....	236

Tabla No. 25 Matriz de relacion vendedora.....237

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Ubicación Geografica .....	44
Gráfico No. 2 Mapa organización territorial.....	45
Gráfico No. 3 Poblacion Alpaquera mundial.....	60
Gráfico No. 4 Alpaca .....	63
Gráfico No. 5 Tipo de alpaca .....	64
Gráfico No. 6 Fibra de alpaca .....	65
Gráfico No. 7 Sacos de alpaca .....	66
Gráfico No. 8 El algodón .....	68
Gráfico No. 9 Maquinaria .....	70
Gráfico No. 10 Etiquetas .....	82
Gráfico No. 11 Modelos para damas .....	112
Gráfico No. 12 Modelos para caballeros .....	113
Gráfico No. 13 Adquisicion de los sacos.....	120
Gráfico No. 14 Materia prima.....	121
Gráfico No. 15 Lugar de compra .....	122
Gráfico No. 16 Almacenes de mayor compra.....	123
Gráfico No. 17 Frecuencia de compra .....	124
Gráfico No. 18 Precio .....	125
Gráfico No. 19 Talla .....	126
Gráfico No. 20 Gustos y preferencias.....	127
Gráfico No. 21 Aceptacion del producto .....	128
Gráfico No. 22 Precios que estan dispuestos a pagar .....	129

Gráfico No. 23 Medios de publicidad.....	130
Gráfico No. 24 Materia prima.....	136
Gráfico No. 25 Precio .....	137
Gráfico No. 26 Talla .....	138
Gráfico No. 27 Precios.....	139
Gráfico No. 28 Logotipo.....	153
Gráfico No. 29 Ubicación Geografica .....	160
Gráfico No. 30 Ubicación del proyecto .....	163
Gráfico No. 31 Plano distribucion de la planta.....	168
Gráfico No. 32 Distribucion de la planta .....	169
Gráfico No. 33 Fachada .....	169
Gráfico No. 34 Flujograma proceso de compra de materia prima.....	183
Gráfico No. 35 Flujograma proceso de produccion de sacos .....	185
Gráfico No. 36 Flujograma proceso de venta .....	187
Gráfico No. 37 Logotipo.....	213
Gráfico No. 38 Organigrama estructural .....	231
Gráfico No. 39 Niveles administrativas.....	231

**SIGLAS**

**INEC:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

**BNF:** Banco Nacional de Fomento.

**TIR:** Tasa Interna de Retorno.

**VAN:** Valor Actual Neto.

**TRM:** Tasa Interno de Retorno.

**Ck:** Costo de Oportunidad.

**BCE:** Banco Central del Ecuador.

**RUC:** Registro Único del Contribuyente.

**FIAPAA:** Federación de Instituciones Artesanales Profesionales de Antonio Ante.

**PEA:** Población Económicamente Activa.

**PEI:** Población Económicamente Inactiva.

**CFN:** Corporación Financiera Nacional.

## JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de investigación es de primordial importancia y es justificable porque, podrá contribuir al desarrollo económico de la parroquia de Andrade Marín y al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, las actividades textiles como la confección de sacos elaborados con fibras naturales son productos que tienen una gran aceptación, dentro del país y en otros países, por su calidad, flexibilidad, resistencia y durabilidad, razón por la cual se ha escogido este proyecto como una alternativa para la producción y comercialización. Con la creación de esta microempresa productora se podrá introducir al mercado un producto de calidad, con mejores diseños y a precios accesibles para satisfacer las expectativas de los clientes.

La temática de este proyecto es de fundamental interés, porque el lugar donde se establece es un destino turístico de compras de productos textiles todos los días del año, esto es muy beneficioso para el proyecto porque gracias a estas bondades los turistas nacionales e internacionales podrán conocer el producto, adquirir y ver la calidad de los mismos. Los materiales que se utilizará para la producción son la fibra de alpaca y algodón en múltiples colores. La maquinaria que se utilizará son las máquinas eléctricas, y las máquinas industriales de coser los cuales son indispensables para la fabricación.

Todos los recursos utilizados en la elaboración serán aprovechados al máximo para optimizar los recursos y reducir los costos de fabricación y de esta manera se podrá ofrecer a los clientes un producto de calidad a precios accesibles.

Además este proyecto generará fuentes de trabajo en donde se beneficiarán las familias y mujeres de esta parroquia que podrán obtener ingresos para cubrir los gastos del hogar porque se utilizará mano de obra para la producción y comercialización de este producto y así se podrá

contribuir al desarrollo económico de la parroquia y por ende al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Este proyecto es factible en el ámbito económico porque dentro de la microempresa se utilizarán adecuadamente los recursos, para la maximización de utilidades a través de la minimización de costos y procesos, en lo ético-laboral porque todo se realizará en base a las leyes y normas establecidas, y se generará fuentes de trabajo para las personas de esta parroquia, en el ámbito empresarial porque se podrá ofrecer a los clientes un producto de calidad lo cual permitirá posicionarse en el mercado e impulsar el emprendimiento, la innovación y la creatividad.

### **Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos elaborados con fibra de alpaca y algodón en la Parroquia de Andrade Marín del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura.

### **Objetivo específico**

- Realizar un diagnóstico situacional para conocer los aspectos generales y así determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que afectan el proyecto, mediante un análisis de la matriz AOOR.
- Establecer las bases teóricas científicas que respalden al proyecto mediante la investigación bibliográfica.
- Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta, la demanda, el precio, la demanda potencial a satisfacer y el nivel de aceptación de los sacos de alpaca y algodón.

- Realizar un estudio técnico, para determinar el tamaño del proyecto, talento humano y la inversión que requiere el proyecto.
- Realizar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto, mediante el uso de indicadores económicos.
- Generar una estructura organizacional que permita la eficiencia y productividad en las operaciones para el buen funcionamiento del proyecto.
- Realizar el análisis de los posibles impactos que causará con la creación de la microempresa de sacos de fibra de alpaca y algodón.

## **Metodología utilizada**

### **Metodología de la investigación**

Para la elaboración del presente proyecto se utilizó técnicas y procedimientos metodológicos más adecuados. Entre ellos tenemos el método inductivo, sintético y de análisis.

#### **Método inductivo**

Este método se utilizó para llegar a conclusiones de carácter general, con un estudio individual que se realizó. Se utilizó al momento de recopilar los datos con las encuestas, análisis del problema de investigación en donde se encontró las necesidades de los posibles consumidores.

#### **Método sintético**

Se utilizó para esquematizar los componentes que comprenden los capítulos del proyecto y para la redacción de las conclusiones y las recomendaciones.

#### **Método analítico**

Este método ayudó a establecer y analizar cada uno de los componentes que conforman la estructura del proyecto, con el objeto de mejorar los resultados esperados durante el proceso de investigación. Analizando los aspectos de mayor importancia para una mejor comprensión de los lectores.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1 Antecedentes

El sector microempresarial del país tiene un aporte significativo, ya que contribuye al proceso de consolidación del sistema productivo y a la generación de empleo del sector, las microempresas son asociaciones de una o más personas emprendedoras con la idea de formar su propio negocio de producción, comercialización de bienes o servicios sin la necesidad de invertir un gran capital, los factores productivos como: la producción y comercialización son imprescindibles para crear productos en un tiempo determinado y para lograr que el producto llegue al lugar indicado y en su debido momento.

Desde los inicios del siglo XX, la historia de Antonio Ante se ha escrito junto a la Fábrica Imbabura, que fue el centro industrial más importante del cantón y la provincia. Fue una de las 15 industrias que en la década de los 30 se crearon en el Ecuador. La fábrica, fundada el 6 de mayo de 1924, se convierte en el eje del desarrollo económico de Atuntaqui, sustento primordial de sus habitantes y centro del comercio del hilo y telas de algodón de la mejor calidad en el país y sur de Colombia.

Cuando la Fábrica Imbabura cerró sus puertas causó problemas en los trabajadores y en la población en general. Sin embargo los anteños se esforzaron por crear la industria, la artesanía y el comercio. Y en la actualidad, el cantón es conocido en todo el país por ser una ciudad textil y es visitado por muchos turistas.

Las actividades textiles en Atuntaqui son fundamentales, debido a que, han contribuido al desarrollo económico, cultural y social del norte del país, además es uno de los centros

productivos más importantes, la fuerza emprendedora de sus habitantes ha hecho de esta ciudad un centro de la Industria Textil del Ecuador. En Andrade Marín se confeccionan sacos en fibras de algodón, poliéster, nylon y lana acrílica, la fabricación de estos productos se han basado únicamente en materiales comunes, además se han orientado a satisfacer únicamente la demanda nacional, estos factores han limitado la oportunidad de ser reconocidos en otros mercados internacionales.

La diversificación en el sector ha permitido que se fabriquen muchos productos textiles, lo cual puede dar lugar a la elaboración de sacos con fibra de alpaca y algodón, puesto que, este material posee cápsulas microscópicas de aire por lo que le hace una prenda liviana, térmica y transpirable. Además esta fibra se caracteriza por ser resistente, siete veces más caliente que otras fibras, y por su brillo natural.

Las fábricas textiles tanto de Atuntaqui como de Andrade Marín se enfocan únicamente en la utilización de fibras comunes mencionadas anteriormente, una de las causas puede ser que el empresario desea tener una producción común, porque la mayoría de empresas produce solo en estos materiales, para satisfacer la demanda nacional y no se enfoca en mejorar la calidad a través de la innovación y creatividad y los efectos que pueden generarse, es la repetición de modelos de la misma calidad, que puede producir una insatisfacción en los clientes. Ante esta situación se debe introducir productos con nuevos materiales, buscar nuevos mercados nacionales e internacionales, cambiando la matriz productiva, para que el Ecuador no solo sea un país exportador de materias primas, más bien para que sea un país que exporte productos con un valor agregado, de calidad y que sus empresas sean más competitivas.

## **1.2. Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1 Objetivo general**

Realizar un diagnóstico situacional para conocer los aspectos generales y así determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que afectan el proyecto, mediante un análisis de la matriz AOOR.

### **1.2.2 Objetivo específicos**

- Determinar los aspectos geográficos del cantón Antonio Ante.
- Analizar los aspectos demográficos del cantón Antonio Ante.
- Determinar los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto.

### 1.3 Matriz de relación diagnóstica

**Tabla No.1**

**Matriz de relación diagnóstica**

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Fuente de investigación
Determinar los aspectos geográficos del cantón Antonio Ante.	Aspectos geográficos	Historia	Secundaria	Investigación bibliográfica y Documental	Municipio de Antonio Ante. Documento: Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante. Dirección de Gestión del Desarrollo. Ing. Sandra Muñoz. Asistente de Gestión del Desarrollo. Dirección: Río Amazonas 11-19 y Julio M. Aguinaga Teléfono Institucional: (593)62906115 extensión: 112 Correo electrónico: munozs@antonioante.gob.ec Sitio Web: Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME).
		Ubicación		Investigación bibliográfica y Documental	Municipio de Antonio Ante. Doc. Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante. Dirección de Gestión del Desarrollo. Ing. Sandra Muñoz. Asistente de Gestión del Desarrollo.
		Geográfica		Investigación bibliográfica y documental	Municipio de Antonio Ante. Doc. Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante. Dirección de Gestión del Desarrollo. Ing. Sandra Muñoz. Asistente de Gestión del Desarrollo.
		Límites		Investigación bibliográfica y documental	Municipio de Antonio Ante. Doc. Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante. Dirección de Gestión del Desarrollo. Ing. Sandra Muñoz. Asistente de Gestión del Desarrollo.
		Clima		Investigación bibliográfica y documental	Municipio de Antonio Ante. Doc. Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante. Dirección de Gestión del Desarrollo. Ing. Sandra Muñoz. Asistente de Gestión del Desarrollo.

**FUENTE:** Diagnóstico situacional  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Fuente de investigación
-----------	-----------	-------------	--------	---------	-------------------------

Analizar los aspectos demográficos del cantón Antonio Ante.	Aspectos demográficos	Población y Etnia		Investigación bibliográfica y documental.	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Licda. Yolanda Chuquín. Atención a los Usuarios Dirección: Calixto Mirando 197 y Rafael Larrea. Telf.: 2956557
		Grupo por edades	Secundaria	Investigación bibliográfica y documental.	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Licda. Yolanda Chuquín. Atención a los Usuarios Dirección: Calixto Mirando 197 y Rafael Larrea. Telf.: 2956557
		Género		Investigación bibliográfica y documental.	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Licda. Yolanda Chuquín. Atención a los Usuarios Dirección: Calixto Mirando 197 y Rafael Larrea. Telf.: 2956557
		Población en Edad de trabajar		Investigación bibliográfica	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Licda. Yolanda Chuquín. Atención a los Usuarios Dirección: Calixto Mirando 197 y Rafael Larrea. Telf.: 2956557
Determinar los aspectos socio-económicos del área de influencia del proyecto	Aspecto socio-económica	PEA		Investigación bibliográfica y documental.	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Licda. Yolanda Chuquín. Atención a los Usuarios Dirección: Calixto Mirando 197 y Rafael Larrea. Telf.: 2956557
		Turismo	Secundaria	Investigación bibliográfica	Municipio de Antonio Ante, Jefatura de Turismo Cultura Seguridad y deporte Ing. Mauricio Ayala. Jefe Turis. Cult. Seg. Y Deporte. Dirección: Río Amazonas 11-19 y Julio M. Aguinaga Teléfono Institucional: (593)62906433 extensión: 125 Correo electrónico: ayalam@antonioante.gob.ec Municipio de Antonio Ante.
		Actividades económicas		Investigación bibliográfica	Doc. Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante. Dirección de Gestión del Desarrollo. Ing. Sandra Muñoz. Asistente de Gestión del Desarrollo. FIAPAA, Lcda. Mayra Teresa Rojas, Secretaria Telf: 2906564

**FUENTE:** Diagnóstico situacional  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

## **1.4 Mecánica operativa**

### **1.4.1 Técnicas e Instrumentos**

El diagnóstico situacional se realizó con los datos que se obtuvieron en el Municipio de Antonio Ante (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Antonio Ante), con la información que nos brindó el Instituto Nacional de Estadística y Censos y con los datos de la Federación de Instituciones Artesanales Profesionales de Antonio Ante (FIAPAA).

### **1.4.2 Información secundaria**

La investigación secundaria corresponde a la investigación bibliográfica que se hizo en el sitio web del GAD de Antonio Ante, del INEC y de la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas AME.

## **1.5 Aspectos geográficos**

### **1.5.1 Historia**

Según el padre Juan de Velasco, Atuntaqui se compone de dos palabras Hatun que significa grande y Taqui sinónimo de tambor, es decir “Gran Tambor”. Antonio Ante es un pueblo que ha ido configurando su identidad en el marco de un proceso histórico en el que resaltan importantes etapas, personajes y acontecimientos como referentes de emprendimiento, lucha, unidad y progreso hasta los tiempos actuales en los que se ha convertido en una experiencia de desarrollo.

El martes 6 de mayo de 1924 se empezó a construir la Fábrica Imbabura en donde cerca de 1.000 trabajadores emprendieron la obra con una labor diaria de entre 10 a 12 horas durante los seis días de la semana. Y este pueblo, en donde la agricultura era una de las principales actividades de los habitantes, se convirtió en el centro industrial más grande de la provincia,

gracias a “La Industria Algodonera” que contribuyó en el desarrollo socio-económico de este pueblo.

Dos hechos grandiosos que contribuyeron para el éxito de la cantonización fueron: la instalación de la Fábrica Textil Imbabura y la llegada del Ferrocarril, lo que dio una verdadera transformación a la población del Caserío Lourdes que de pronto se convirtió en parroquia rural (Andrade Marín) del cantón Ibarra; y después, transformando también a la futura ciudad (Atuntaqui).

### 1.5.2 Ubicación Geográfica

Es uno de los 6 cantones que integran la provincia de Imbabura, se encuentra ubicado en el centro, rodeado de un hermoso paisaje interandino, concretamente en el noroeste, a 9 km de la capital provincial Ibarra, a 94 Km de Quito capital del Ecuador y a 178,70 km de la frontera colombiana (Fuente Panavial agosto 2011). Está a 88,5 Km del nuevo aeropuerto de Quito (vía El Quinche) y a 18 km de la ciudad del conocimiento del cantón Urcuquí.

#### *Gráfico No. 1*

#### *Ubicación Geográfica*



**FUENTE:** Municipio de Antonio Ante  
**ELABORADO POR:** Municipio de Antonio Ante  
**AÑO:** 2016

### 1.5.3 Límites

Los límites son los siguientes:

**AL NORTE:** El cantón San Miguel de Urcuqui, cuyo accidente geográfico de limitación es el río Ambi aguas arriba y se dirige con rumbo al suroeste.

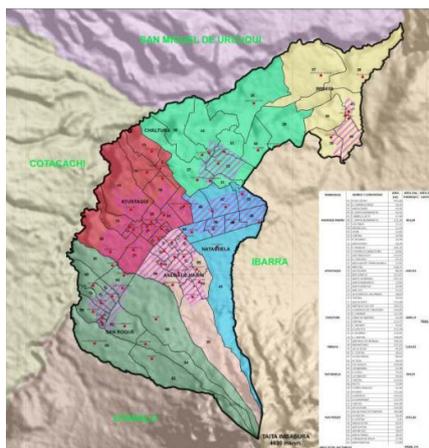
**AL OESTE:** El cantón Santa Ana de Cotacachi, cuyo accidente geográfico de limitación es el río Ambi aguas arriba hasta la intersección con la quebrada Oscura.

**AL SUR:** El cantón Otavalo y cantón Ibarra, en la intersección de la quebrada de Oscura y Río Ambi, se dirige con rumbo sureste cuyo accidente geográfico de límite es la quebrada Oscura.

**AL ESTE:** La parroquia rural de San Antonio del Cantón Ibarra, desde la parte alta del cerro Imbabura, se dirige con rumbo norte tomando como accidente geográfico la quebrada Farinango que es afluente de la quebrada San Antonio.

#### *Gráfico No. 2*

#### *Mapa organización territorial*



**FUENTE:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante  
**ELABORADO POR:** Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Antonio Ante  
**AÑO:** 2016

#### **1.5.4 Clima**

El clima es cálido semi-seco por encontrarse a 2.360 m.s.n.m. La temperatura promedio es de 17 °C, es de una humedad básica y media, con brisas y vientos constantes provenientes de los andes, la hacen ser un lugar ideal para la residencia; es la capital textil y de la moda en Ecuador, ya que cientos de fábricas y tiendas se hallan en la zona comercial de la ciudad, que es hogar de casi todas las marcas nacionales de prestigio, sus habitantes gozan de una calidad de vida alta. Muy similar al de la cercana Ibarra, teniendo un balance muy mediterráneo, con pocas lluvias, y con sequías frecuentes, dividido en tres etapas climáticas a lo largo del año, la época más lluviosa empieza en octubre y finaliza en febrero, mientras la más seca inicia en junio y termina en septiembre; es común muchos vientos principalmente durante agosto, septiembre y octubre.

### **1.6 Aspectos demográficos**

#### **1.6.1 Población y etnia**

La población de Antonio Ante es de 43.518 habitantes según, el Instituto Nacional de Estadística y Censos del año 2010.

El cantón es el de menor extensión territorial, con 79 km<sup>2</sup>, que significa el 1.8% de la provincia de Imbabura, pero su población representa el 10.5% de Imbabura, con una densidad que es 6 veces de la provincia.

La población crece (según datos de la agenda 21) a una tasa del 2.5%, superior a la nacional (2.1%) y a la de Imbabura (2.3%), lo que la ubica como la segunda en dinámica poblacional de la Provincia, después de Otavalo (4.29%).

**Cuadro No. 1****Tasa de crecimiento**

<b>Nombre del Cantón</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>
Antonio Ante	2.5%

**FUENTE:** Municipio de Antonio Ante

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

En el cantón Antonio Ante tenemos dos parroquias como: Urbana: Atuntaqui, Andrade Marín y cuatro parroquias rurales: San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya. Atuntaqui y Andrade Marín ocupa el primer lugar en superficie. En el siguiente cuadro se puede observar la superficie y el número de habitantes. La población rural tiene 22.420 habitantes y la urbana tiene 25.930 habitantes.

**Cuadro No. 2****Organización territorial según hectáreas**

<b>Densidad poblacional cantonal y parroquias</b>			
<b>Parroquias</b>	<b>Población</b>	<b>Has</b>	<b>Densidad poblacional</b>
Andrade Marín	23.299	863,04	10,44
Atuntaqui	22.420	1.367,03	
Población rural	22.420	47,99	
Imbaya	1.279	1.143,02	1,12
San Francisco de Natabuela	5.651	949,47	5,95
San José de Chaltura	3.147	1.689,13	1,86
San Roque	10.142	1.914,46	5,3
Población urbana	25.930	48,82	
<b>Cantón</b>	<b>43.518</b>	<b>7.926,15</b>	<b>5,49</b>

**FUENTE:** INEC CENSO AÑO 2010

**ELABORADO POR:** PDOT

**AÑO:** 2016

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos la distribución étnica, la mayoría la constituyen los mestizos con el 77,88 %, seguidos por los indígenas con el 17,88 % ubicados mayoritariamente en la parroquia de San Roque y con una escasa población negra 0,16 % y la población blanca 2,48 %.

**Cuadro No. 3****Etnias Cantón Antonio Ante.**

AUTOIDENTIFICACIÓN SEGÚN SU CULTURA Y COSTUMBRES POR CANTÓN Y SEXO									
SEXO	Indígena	Afroecuatoriano/a Afrodescendiente	Negro/a	Mulato/a	Montubio/a	Mestizo/a	Blanco/a	Otro/a	Total
CANTON	7754	406	75	287	97	33765	1107	27	43518
%	17,82	0,93	0,17	0,66	0,22	77,59	2,54	0,06	100
Hombre	3739	212	40	174	49	16289	550	16	21069
%	17,75	1,01	0,19	0,83	0,23	77,31	2,61	0,08	100
Mujer	4015	194	35	113	48	17476	557	11	22449
%	17,88	0,86	0,16	0,50	0,21	77,85	2,48	0,05	100

Fuente: Inec. CPV 2010. Elaboracion PDOT 2011

**FUENTE:** INEC CENSO AÑO 2010  
**ELABORADO POR:** PDOT  
**AÑO:** 2016

Dentro de un espacio y una interculturalidad compartida, cada parroquia, exhibe sus propios rasgos de identidad, como por ejemplo la productividad agrícola de Imbaya, la gastronomía de Chaltura que es reconocida por la preparación de cuy, la diversidad productiva y cultural de Natabuela, la presencia indígena en San Roque.

Atuntaqui, unida con Andrade Marín, se consolida como el centro textil y artesanal del cantón.

### 1.6.2 Grupo por edades

El INEC en el último censo del año 2010 determinó que la mayoría de la población la constituyen los grupos de 15 a 64 años en donde hay un predominio del sexo femenino, razón por la cual una gran cantidad de mujeres en edad productiva de trabajo se encuentran laborando en las fábricas textiles del cantón.

**Cuadro No. 4****Grupo por edades**

<b>Grandes grupos de edad</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
De 0 a 14 años	6.842	6.762	13.604
De 15 a 64 años	12.565	13.740	23.305
De 65 años y más	1.662	1.940	3.609
<b>Total</b>	<b>21.069</b>	<b>22.449</b>	<b>43.518</b>

**FUENTE:** INEC CENSO AÑO 2010  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

**1.6.3 Género**

En el cantón Antonio Ante el porcentaje de las mujeres es de 51,58% que corresponde a 22.449 mujeres del cantón, mientras que el 48,41% es de los hombres que es igual a 22.449 hombres. Se puede observar que la población femenina es la más alta.

Al ejecutarse el proyecto se debe tener muy en cuenta este dato debido a que es muy importante para fijar el nivel de producción para este género.

**Cuadro No. 5****Población por género**

<b>Cantón</b>	<b>Sexo</b>	<b>2010</b>	<b>%</b>
Antonio Ante	Hombres	21.069	48,41
	Mujeres	22.449	51,58
<b>Total</b>		<b>43.518</b>	

**FUENTE:** INEC CENSO AÑO 2010  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

## 1.7 Aspecto socio-económica

### 1.7.1 Población en edad de trabajar

Según el Sistema Integrado de Indicadores Sociales SIISE se considera como población de referencia, la edad de 10 años y más.

Tomando estas consideraciones la población en edad de trabajar según el censo del 2010 es de 34.573 personas, es decir el 79% de todos los habitantes del cantón, donde los hombres tienen valores inferiores a las mujeres, situación que se repite a nivel de provincia y país.

#### *Cuadro No. 6*

#### *Población en edad de trabajar de Antonio Ante*

<b>Sexo</b>	<b>Población total</b>	<b>Pers. 10 años y mas</b>
Hombres	21.069	16.571
Mujeres	22.449	18.002
Total	43.518	34.573

**FUENTE:** INEC CENSO AÑO 2010  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

### 1.7.2 Población Económicamente Activa (PEA) y tasa de desempleo

La Población Económicamente Activa del cantón Antonio Ante en el censo 2010, es de 18.974 personas, siendo las PEAs más alta la de Atuntaqui y Andrade Marín. De la PEA cantonal el 57,87% son hombres y el 43,13% mujeres.

La Población Económicamente Inactiva es de 15.599 personas que corresponde al 45,13% del total de la población en edad de trabajar, la cual está constituida por todas las personas de 10 años en adelante.

## Cuadro No. 7

## PEA y e PEI del Cantón Antonio Ante

Cantón	Parroquia	Sexo	Condición de Actividad (10 más años)			
			PEA	PEI	Total	
ANTONIO ANTE	ATUNTAQUI		PEA	PEI	<b>Total</b>	
		Hombre	6.011	2.887	8.898	
		Mujer	4.853	4.926	9.779	
		<b>Total</b>	10.864	7.813	18.677	
		IMBAYA		PEA	PEI	<b>Total</b>
			Hombre	373	146	519
	Mujer		182	316	498	
	<b>Total</b>		555	462	1.017	
	SAN FRANCISCO DE NATABUE			PEA	PEI	<b>Total</b>
			Hombre	1.507	650	2.157
		Mujer	1.029	1.330	2.359	
		<b>Total</b>	2.536	1.980	4.516	
		SAN JOSE DE CHALTURA		PEA	PEI	<b>Total</b>
			Hombre	789	423	1.212
	Mujer		542	799	1.341	
	<b>Total</b>		1.331	1.222	2.553	
	SAN ROQUE			PEA	PEI	<b>Total</b>
			Hombre	2.300	1.485	3.785
		Mujer	1.388	2.637	4.025	
		<b>Total</b>	3.688	4.122	7.810	
		<b>Total</b>		PEA	PEI	<b>Total</b>
			Hombre	10.980	5.591	16.571
	Mujer		7.994	10.008	18.002	
	<b>Total</b>		18.974	15.599	34.573	

FUENTE: INEC CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA AÑO 2010

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

AÑO: 2016

## 1.7.2.1 Población Económicamente Activa (ocupados plenos)

Según el INEC 2010 de la Población Económicamente Activa los que se encuentran plenamente ocupados son el 96,97% del total de la PEA, de la cual el mayor porcentaje está en el área urbana, en la parroquia de Andrade Marín y en Atuntaqui , además los 594 habitantes que representan el 2,58% de la población activa están desocupados; mientras que los 15.599

habitantes que representan el 45,13% del total de la población en edad de trabajar es inactiva la cual está compuesta por: estudiantes, personas que realizan quehaceres domésticos, discapacitados, rentistas, jubilados entre otros. **(Ver cuadro No.7 PEA y e PEI del Cantón Antonio Ante)**. Pag.51.

### **Cuadro No. 8**

#### **División de la PEA**

Categoría/Área	Antonio Ante		Área rural		Total
	Área urbana				
	Total	%	Total	%	
Activa (a)	9972	58,09%	9002	51,71%	18974
Ocupados	9715	97,42%	8665	96,26%	18380
Desocupados	257	2,58%	337	3,74%	594
Población Inactiva					
Inactiva (b)	7193	41,91%	8406	48,29%	15599
PET (a+b)	17165	100%	17408	100%	34573

**FUENTE:** INEC CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA AÑO 2010

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

En el cantón Antonio Ante la mayor parte de la población en edad de trabajar es económicamente activa y se dedica a actividades laborales pertinentes, como a trabajar en las empresas textiles del cantón Antonio Ante, en la prestación de servicios, algunos cuentan con negocios propios de comida, peluquerías, bazares, comercialización de prendas de vestir, calzados, artículos para el hogar entre otras actividades.

La población ocupada para el año 2015 será de 20.817 personas, dato que se calculó con 96,97% del total de la PEA. Este dato lo tomaremos en cuenta para realizar las encuestas en el estudio de mercado.

**Cuadro No. 9****Población Ocupada Antonio ante**

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>Crecimiento poblacional</b> $Pp = Po(1 + i)^n$	<b>PEA</b>	<b>Tasa de la PEA</b>	<b>Población Ocupada</b>	<b>Tasa bruta de ocupación</b>
2010	43.518	2,50%	18.974	43,60%	18.399	96,97%
2011	44.606		19.448		18.859	
2012	45.721		19.934		19.330	
2013	46.864		20.433		19.814	
2014	48.036		20.944		20.309	
2015	49.237		21.467		20.817	

**FUENTE:** INEC CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA AÑO 2010

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**1.7.2.2 Población Ocupada por Rama de Actividad (PORA)**

Las actividades económicas representativas del cantón Antonio Ante según datos del censo INEC 2010, mayoritariamente son aquellas que están vinculadas al sector terciario y representa el 39,05 % en su conjunto, sobresaliendo el comercio al por mayor y menor.

El segundo sector más ocupado es el secundario con 36,24 % en su conjunto; resaltando actividades como: las industrias manufactureras con 31,31 %, luego la construcción con 6,54 %. El sector primario es el que menor población ocupada tiene con 16,12 % en su conjunto, y abarca a las actividades relacionadas con la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

## Cuadro No. 10

*Población Ocupada por Rama de Actividad (PORA) según área urbana y rural*

SECTOR	RAMA DE ACTIVIDAD	URBANO	%	RURAL	%
PRIMARIO	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	871	8.73%	2166	24.00%
	Explotación de minas y canteras	8	0.08%	18	0.20%
SECUNDARIO	Industrias manufactureras	3122	31.31%	2201	24.39%
	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	18	0.18%	8	0.09%
	Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	17	0.17%	11	0.12%
	Construcción	652	6.54%	857	9.50%
TERCIARIO	Comercio al por mayor y menor	1673	16.78%	1012	11.21%
	Transporte y almacenamiento	472	4.73%	327	3.62%
	Actividades de alojamiento y servicio de comidas	296	2.97%	225	2.49%
	Información y comunicación	103	1.03%	39	0.43%
	Actividades financieras y de seguros	91	0.91%	33	0.37%
	Actividades inmobiliarias	6	0.06%	3	0.03%
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	148	1.48%	49	0.54%
	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	168	1.68%	112	1.24%
	Administración pública y defensa	412	4.13%	212	2.35%
	Enseñanza	502	5.03%	242	2.68%
	Actividades de la atención de la salud humana	270	2.71%	142	1.57%
	Artes, entretenimiento y recreación	49	0.49%	27	0.30%
	Otras actividades de servicios	166	1.66%	94	1.04%
	Actividades de los hogares como empleadores	249	2.50%	292	3.24%
	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	3	0.03%	2	0.02%
	No declarado		489	4.90%	669
Trabajador nuevo		187	1.88%	284	3.15%
<b>Total</b>		<b>9972</b>	<b>100,00%</b>	<b>9025</b>	<b>100,00%</b>

FUENTE: INEC CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA AÑO 2010

ELABORADO POR: Municipio de Antonio Ante

AÑO: 2016

**1.7.2.3 Tasa de desempleo**

Luis Bravo, ex-alcalde de Antonio Ante señaló que la industria textil local ofrece aproximadamente 5.000 empleos directos. Pero la creciente demanda de mano de obra obliga a buscar obreros en los cantones vecinos de Ibarra, Otavalo y Cotacachi. Ese factor ha determinado que este cantón de Imbabura registre una de las tasas de desempleo más baja del país, con el 1,1%. (Radio Espectaculo, 2014).

#### **1.7.2.4 Tasa bruta de participación Laboral**

Relaciona la PEA con la población total del cantón, en Antonio Ante en el censo del 2010 es de 43,60%. Los hombres presentan tasas más altas que las mujeres en todos los casos, la que menor tasa posee es San Roque.

#### **1.7.2.5 Tasa Bruta de ocupación laboral**

Relaciona el número de personas ocupadas con la PEA, en el cantón llega a 96,97% siendo mayor la tasa de las mujeres, siendo relativamente mayor que la tasa provincial y nacional.

### **1.7.3 Turismo en el cantón Antonio Ante**

El turismo es una actividad asociada al descanso, a la diversión, acceso a la cultura y a la naturaleza, puede constituirse en un medio de desarrollo local si se potencian los atractivos turísticos de un lugar para convertirlos en oferta turística.

La vegetación nativa del cerro Imbabura es una de las atracciones turísticas, por sus hermosos paisajes en donde se puede hacer actividades al aire libre como ciclismo de ruta y de montaña, baño en aguas naturales, caminatas, observación de aves. Otra de las atracciones que tiene relación con la industria textil es la fábrica Imbabura, posee maquinaria Inglesa y Alemana principalmente data de los años veinte y, se ha convertido en uno de los principales recursos turísticos del cantón. Como también la celebración de fin de año, que se declaró Patrimonio Cultural (navidad y 31 de diciembre).

La línea y estación del ferrocarril, el santuario del Señor del Santo Sepulcro, es una de las Arquitecturas Religiosas que posee el cantón. Dentro del aspecto cultural propio de los andes ecuatorianos es el paseo del Chagra, es un evento de gran interés en la población donde

se realiza el desfile y los jinetes hacen gala de sus mejores caballos y de la conducta manejable del corso. A continuación se detallan los sitios turísticos del cantón:

**Fiesta de los Inocentes y de Fin de Año.-** Se inicia desde el 26 de diciembre y culmina con los desfiles de comparsas el 31 de Diciembre.

**Semana Santa y Corpus Cristi.-** Se caracteriza principalmente por la organización de las “procesiones con cuadros vivos”. Las Comunidades Indígenas en San Francisco de Natabuela se caracterizan por su festejo único en esta fecha “La Virgen Tapada”.

**Día de difuntos.-** El festejo es uno de los más relevantes en el país, se efectúa el primero de noviembre en la noche en el Cementerio Público, con música y otras costumbres.

**Fiestas del Inti-Raymi.-** Se realiza bailes rituales en agradecimiento a la “pacha mama”. En el Cantón son las parroquias de San Francisco de Natabuela y San Roque, las que mayor predominio de población Indígena tiene y en consecuencia donde el festejo es más acentuado, sin descartar que éste se lo haga también en el centro de la ciudad de Atuntaqui con la concentración de las comunidades durante el mes de junio, organizado por el Pueblo Jatun Taki.

**Feria Textil.-** En Atuntaqui se exponen creaciones de alta calidad y precios bajos constituyéndose en una de las mejores Expoferias del país, se realizan en los meses de febrero y/o marzo en el feriado de Carnaval y en agosto de cada año aunque esta ha desaparecido y se ha institucionalizado la feria textil del mes de noviembre organizada por la Junta Parroquial Urbana de Andrade Marín, evento desarrollado en las instalaciones de Ex Fábrica Imbabura.

**Gastronomía.-** La deliciosa “fritada de Atuntaqui”, helados, cosas secas y la fritada de San Francisco de Natabuela (paraderos), en la parroquia de San José de Chaltura los cuyes. La

parroquia de San Luis de Imbaya por su diversidad agrícola es de mucha importancia para la provincia. La tradicional molienda y su trapiche de caña (fábrica casera de producción de panela) es un atractivo turístico relevante del sector ya que su ambiente es acogedor y muy singular. En San Roque la comida ancestral indígenas como los caldos de gallina.

Una desventaja encontrada en el Cantón Antonio Ante es precisamente conocer el número de turistas que visitan el cantón, debido a que no cuentan con un registro de los datos históricos pertinentes a los turistas, pero con la información brindada por el Ing. Mauricio Ayala Andrade, Jefe de Turismo, Cultura, Seguridad y Deporte del Municipio de Antonio Ante, quien brindó los datos del número de los turistas del año 2014, además manifestó que el crecimiento del turismo en el cantón es del 5% anual.

***Cuadro No. 11***

***Llegada de visitantes al cantón Antonio Ante***

<b>Feriados</b>	<b>No. Visitantes</b>
Feriado de carnaval	70 mil visitantes promedio
Feriado de fin de año	50 mil visitantes en 4 días
Feriado de semana santa	5 mil visitantes
Promedio de visitas nacionales mensuales de forma regular al cantón.	9.524 visitas mensuales 114.286 visitantes al año

**FUENTE:** MUCIPIO DE ANTONIO ANTE  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

Con los datos que nos brindó en el municipio se pudo determinar la proyección de los visitantes.

**Cuadro No. 12****Proyección de los visitantes al cantón.**

<b>Año</b>	<b>Visitantes</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>
2015	120.000	5%
2016	126.000	
2017	132.300	
2018	138.915	
2019	145.861	
2020	153.154	

FUENTE: MUCIPIO DE ANTONIO ANTE

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

**1.7.4 Actividades económicas**

Entre las principales actividades económicas a las que se dedica la Población Económicamente Activa se recalca el sector de la Industria Manufacturera con el 28,04% seguida por la agropecuaria con el 15,98%.

**Cuadro No. 13****Población Ocupada por Rama de Actividad**

<b>POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA 10 AÑOS Y MÁS SEGÚN RAMA DE ACTIVIDAD Y SEXO. CANTÓN ANTONIO ANTE</b>						
<b>SEXO %</b>	<b>Industrias manufactureras</b>	<b>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	<b>Comercio al por mayor y menor</b>	<b>Construcción</b>	<b>Transporte y almacenamiento</b>	<b>Total</b>
HOMBRES	2495	2312	1314	1480	765	10980
%	22,72	21,06	11,97	13,48	6,97	
MUJERES	2826	720	1371	29	34	7994
%	35,35	9,01	17,15	0,36	0,43	
TOTAL	5321	3032	2685	1509	799	18974
% TOTAL	28,04	15,98	14,15	7,95	4,21	

Fuente: Inec, Censo Población y vivienda 2010. Elaboración: Consultoría PDOT 2011

FUENTE: INEC CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA AÑO 2010

ELABORADO POR: Consultoría PDOT

➤ **Manufacturas**

La manufactura es la principal actividad económica del Cantón y se caracteriza por ser una ciudad textil además esta actividad es el motor de la economía anteña. Tiene mayor

incidencia en Atuntaqui, y en las parroquiales rurales. En el cantón se confecciona y se comercializa una gran variedad de productos textiles como: ropas deportivas, sacos, ropas de bebés, ropa interior, trajes de baño, lencerías para el hogar con hermosos diseños y colores las cuales son de excelente calidad y a precios accesibles.

En lo referente a la actividad manufacturera, según información emitida por la Lcda. Mayra Teresa Rojas, Secretaria del (FIAPAA) en el cantón existe alrededor de 410 socios dedicados a la actividad manufacturera, los cuales están conformados por sastres y modistas, tejedores, AIMA Asociación Interprofesionales de Maestros Artesanos y Operarios.

Según la Cámara de Comercio, los empresarios textiles, tienen dificultad en contratar mano de obra formada en los Centros Artesanales, porque les enseñan más a ser costureras que operarias de talleres.

#### ***Cuadro No. 14***

##### ***Actividades manufactureras del cantón Antonio Ante FIAPAA 2015***

<b>Actividad</b>	<b>Descripción</b>	<b>No. De Gremios</b>
Confección a Punto	Rama artesanal corte, confección y bordado	250
Rama Artesanal de Tejeduría	Tejido en lana y otros materiales	40
Diversos artes	Mecánica, Zapatería entre otros	120
<b>Total</b>		<b>410</b>

**FUENTE:** FIAPAA

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

La actividad turística en el cantón es fundamental y ha empezado su desarrollo en el campo industrial ya que cada año hay la feria textil de Atuntaqui, la cual atrae una gran afluencia de turistas locales, nacionales e internacionales, en la feria se oferta todo tipo de productos textiles además varios desfiles de moda y ferias gastronómicas.

## 1.8 Fibra de alpaca

La alpaca se cría en Perú, Ecuador, Bolivia y en otros países en los páramos sobre los 3.800 msnm, en Perú existe la mayor producción ya que ahí se produce el 87% de la fibra de alpaca. Perú es el principal proveedor de la fibra de alpaca.

### *Gráfico No. 3*

#### *Población Alpaquera Mundial*



**FUENTE:** Minag  
**ELABORADO POR:** Minag  
**AÑO:** 2016

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) está apoyando a las provincias de Cañar, Chimborazo y Azuay a través del Programa de Ganadería Sostenible, que les ha brindado asesoría técnica tanto en el manejo sanitario de animales como en las diversas etapas del proceso de producción para la obtención de fibras de alta calidad. El proyecto se efectúa desde el año 2000; busca garantizar la crianza de alpacas en los páramos y la continuidad de esa actividad. Se han beneficiado más de 180 productores y sus familias. Y también el proyecto Nacional de Manejo y Comercialización de Camélidos, Ovinos y Caprinos, que busca revitalizar la crianza de estas especies asociada a proyectos de desarrollo productivo.

## 1.8 Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

**Tabla No. 2**

**MATRIZ AOOR**

ALIADOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo del gobierno a las microempresas, existen muchos programas creadas para apoyar a las microempresas como. El MIPRO, SERCOP, Centro de fomento Productivo.</li> <li>• Fácil disponibilidad de maquinaria en el mercado, la cual reduce el riesgo de importaciones de las maquinarias.</li> <li>• La ubicación del proyecto es estratégico para el desarrollo industrial, debido a que el cantón es reconocido como una ciudad textil.</li> <li>• Las vías de acceso son de primera línea, lo cual permite fácil movilidad.</li> <li>• Acceso a Financiamiento para las microempresas, el proyecto se puede ejecutar con facilidad.</li> <li>• Creación del centro de fomento productivo, las microempresas cuentan con asistencia técnica por expertos nacionales e internacionales.</li> <li>• Cambio de la matriz productiva, El país da prioridad a consumir lo nuestro.</li> <li>• Apoyo del MAGAP, para garantizar el manejo y crecimiento de las alpacas en los páramos para la obtención de fibras de alta calidad.</li> </ul>
OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La importación de productos, la naturaleza del producto hace posible la importación.</li> <li>• Existencia de productos sustitutos en otras fibras como las sintéticas.</li> <li>• Existencia de competidores posicionados, puede provocar que el proyecto tenga menor cobertura.</li> <li>• Tamaño y poder de la competencia, los competidores poderosos pueden reducir precios para captar mercados.</li> </ul>
OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran cantidad de demanda potencial, el producto puede tener gran aceptación en el mercado.</li> <li>• Nuevas tecnologías, mejora la producción textil, y contribuye a una producción mas limpia.</li> <li>• Tasa de desempleo muy bajo del cantón, incremento del poder adquisitivo de las personas.</li> <li>• Existencia de ferias, es ideal para promocionar los productos y abrir nuevos mercados.</li> <li>• Existencia de la materia prima e insumos, materias primas disponibles ampliamente, no se prevé escasez.</li> </ul>
RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios de los productos sustitutos más bajos, puede ocasionar la preferencia de los mismos.</li> <li>• Fidelización adquirida por parte de los pocos competidores existentes en el mercado. Las personas ya tienen un lugar específico para realizar las compras.</li> <li>• Desconocimiento de la mayoría de los clientes potenciales acerca de la fibra de alpaca, lo que puede ocasionar que tengan un mal concepto de esta fibra.</li> <li>• Falta de mano de obra calificada, existe el riesgo de que los productos no estén bien elaborados.</li> <li>• Cambio de políticas económicas del estado.</li> </ul>

**FUENTE:** Diagnostico Situacional y Estudio de mercado

**ELABORADO POR:** Elsa Montalvo

### **1.9 Determinación de la Oportunidad de Inversión.**

El cantón Antonio Ante tiene muchos atractivos turísticos que puede ofrecer a los visitantes, con la adecuación de la fábrica Imbabura, la rehabilitación del ferrocarril, con las ferias que se realizan cada año da apertura a un gran número de turistas nacionales que llegan de distintas ciudades principalmente de Quito, Tulcán, Ibarra, Otavalo, Cayambe y otros para realizar las compras de las prendas de vestir. Además al contar con la tasa de desempleo muy bajo, los habitantes tienen mayor poder adquisitivo y al no existir una empresa que fabrique sacos en fibra de alpaca y algodón se puede determinar que el proyecto es factible.

En el cantón existe mano de obra disponible la mayoría de los pobladores tienen conocimientos en la producción de los tejidos ya que trabajan en las fábricas del cantón. Este factor es importante porque no será difícil encontrar la mano de obra adecuada para la producción de los sacos de fibra de alpaca y algodón.

Con el programa que está impulsando el MAGAP para el crecimiento de las alpacas en los páramos del país, se podrá contar con la materia prima de alta calidad ya que la institución se encarga de garantizar el manejo y crecimiento de las alpacas.

Otro punto importante que cabe recalcar es que existe el centro de fomento productivo que es un organismo que ayuda a los productores a incrementar el valor agregado, la calidad y competitividad de las empresas de la industria textil, brindando servicios de soporte productivo apoyados en la innovación y transparencia tecnológica para una producción estandarizada y con control de calidad en los procesos. Además brindan capacitación en el manejo de desperdicios y optimización de procesos en una microempresa la cual es muy importante para optimizar los recursos y bajar los costos de producción.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Fibras naturales

(Alvarado, 2013) Expresa: “La fibra es un filamento plegable parecido a un cabello, cuyo diámetro es muy pequeño en relación a su longitud. Las fibras son las unidades fundamentales que se utilizan en la fabricación de hilos y textiles y telas”.

Las fibras naturales son materiales que se obtienen de forma natural sea de las plantas o de los animales para la fabricación de hilos y telas textiles en la industria textil.

#### *La alpaca*

#### *Gráfico No. 4*

#### *Alpaca*



**FUENTE:** Paqocha Ecuador  
**ELABORADO POR:** Paqocha Ecuador  
**AÑO:** 2016

(Asociacion Internacional, 2010) Define

La alpaca es la especie más pequeña de los camélidos domésticos. Es un animal de cuello erguido delicadamente delgado, de dorso curvo, hocico puntiagudo y corto, esbeltas extremidades, grandes ojos vivaces y un llamativo y finísimo pelaje. Es sigilosa y de

temperamento vivo, se alimenta de pastos naturales, cortos y tiernos, lo cual permite un continuo brote de los pastos.

La alpaca es un camélido que es valorado por su fibra, es un animal doméstico que vive en los páramos, se alimenta de pastos naturales, tienen piernas largas y colas cortas. Las alpacas han sido seleccionadas para la producción de fibra, se confeccionan prendas de alta calidad debido a que la fibra de alpaca es suave, caliente, hipoalergénica, resistente y por su brillo.

### 2.1.1 Tipo

(Asociación Internacional, 2010) Establece:

Podemos distinguir entre las alpacas dos razas: la Huacaya y la Suri.

#### *Gráfico No. 5*

#### *Tipos de alpaca*



**FUENTE:** Paqocha Ecuador  
**ELABORADO POR:** Paqocha Ecuador  
**AÑO:** 2016

#### ➤ **Huacaya**

Es un animal de buen desarrollo corporal, presenta contornos curvos y armoniosos, es de mayor alzada que la Suri siendo un tamaño aceptable 80 centímetros a la altura de la cruz. Es más resistente a los cambios de temperaturas. Su fibra es opaca y esponjosa,

posee un conjunto de rizos compactos y mechales voluminosas. El vellón o fibra que se obtiene es de menor peso.

### ➤ Suri

Las alpacas de esta raza se distinguen por su conformación regular y equilibrada, presenta contornos lineales y angulosos, que dan la sensación de delicadeza. Es más sensible a cambios bruscos de temperatura, por lo que su hábitat es limitado, localizándose solo entre los 4000 y 4400 m.s.n.m. su fibra es algo sedosa y brillante abundante y fina, por lo general es de color negro. El vellón o fibra que se obtienen es de mayor peso que el de la huacaya.

Existen dos tipos de alpacas la huacaya que se destaca por su tamaño y por ser resistente a los cambios de temperatura su fibra es esponjosa y opaca. La suri es más delicada su fibra es más sedosa y brillante y se obtiene mayor peso que el de la huacaya.

## 2.2 Fibra de alpaca

### *Gráfico No. 6*

#### *Fibras de alpaca*



**FUENTE:** Infoalpacas  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

La fibra de alpaca es una de las fibras más finas y lujosas del mundo se caracteriza por su capacidad térmica, su suavidad, resistencia y brillo. La alpaca presenta más de veinte colores naturales. En cuanto al diámetro y longitud ubica la calidad de la fibra de alpaca cerca al cachemira, porque tiene de diámetro de 18 a 40 micrones y de longitud de 74 a 400mm.

La fibra de alpaca es considerada como una de las mejores fibras del mundo por su calidad, por su brillo, por su suavidad y flexibilidad. Hay más de 20 colores naturales, que se puede obtener de la alpaca.

### **Gráfico No. 7**

#### **Sacos de alpaca**



**FUENTE:** Asociación de Artesanas TEXAL

**ELABORADO POR:** Asociación de Artesanas TEXAL

**AÑO:** 2016

#### **2.2.1 Propiedades de la fibra de alpaca**

(Asociacion Internacional, 2010) Indica:

Entre las propiedades más importantes de la fibra de alpaca tenemos:

- **Elasticidad y capacidad de tensión al hilado:** Otorgada por la uniformidad y sincronizado del rizo que se da en el crecimiento natural de la fibra.

- **Sensación de suavidad:** Esta dada por la tersura, la humedad y el carácter mismo de la fibra.
- **Propiedad Térmica:** Actúa como un aislante que mantiene la temperatura corporal en sus niveles normales; esto debido a la cavidad o vacío de aire que posee cada una de las fibras.
- **Resistencia a la tracción y flexibilidad:** Sobresaliendo en resistencia ampliamente a comparación de otras fibras como la lana de Merino y el Mohair.
- **Durabilidad:** Se conserva admirablemente en el tiempo, no sufriendo daños por hongos u otros microorganismos.
- **Color:** Obteniéndose más de veinticinco colores naturales, tonos que van desde blancos, grises, marrones hasta llegar al negro.

La fibra de alpaca tiene muchas propiedades entre ellas se destaca por su elasticidad, su suavidad, resistencia comparada con otras fibras, durabilidad ya que esta fibra de conserva en el tiempo y se puede encontrar en múltiples colores naturales.

En el Ecuador la fibra de alpaca y algodón, se puede encontrar en la Hilandería Guijarro que distribuye la fibra de alpaca en todos los colores, esta factoría está ubicado en la provincia de Chimborazo en el Cantón Guano, en Quito hay Confecciones Lancaster S.A que comercializa la fibra de alpaca importada de Perú y en la provincia del Cañar Grupo Salinas, que es una organización que ayuda a los campesinos de los páramos del Ecuador en la producción y comercialización de lana de oveja y alpaca.

**Tabla No. 3****Proveedores para el Ecuador**

<b>Proveedor</b>	<b>Fibras</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Contactos</b>	<b>Precios</b>
Hilandería Guijarro	Alpaca Huancaya	Chimborazo- Cantón de Guano	Ing. Marco Guijarro Jefe de producción 032900352/ 0997865514	1 cono 1 Kilo. Precio: 1 8,00
Confecciones Lancaster S.A	Haku Alpaca Alpaca- algodón.	Quito Selva alegre oe 325 y Versalles.	Ing. Marisol Carrión Telf: 326 1231 Cel: 0995317783 www.lancaster.com.pe	1 Kilo Precio:\$ 20 100 grs. Precio: \$ 3,50
Grupo Salinas	Alpaca Huancaya	Cañar- Tucayta	Telf: 473-6639 Fax:(511)473-5775 www.elsalinerito.com.ec	100 gramos Precio: \$3,50

**FUENTE:** Distribuidores de la fibra de alpaca

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

### 2.3 El algodón

#### *Gráfico No. 8*

#### *El algodón*



**FUENTE:** Pecaltex

**ELABORADO POR:** Pecaltex

(Pecaltex, 2013) Define:

El algodón es la planta textil de fibra más importante del mundo y su cultivo es de los más antiguos. En un principio la palabra algodón significaba tejido fino. Distintas características hacen del algodón un producto único: sus fibras son blandas y

aislantes, resisten la rotura por tracción como para permitir la confección de tejidos, admiten el blanqueado y teñido.

El algodón es una fibra natural más importante en el mundo de la industria textil porque simplemente el algodón significa tejido fino y se caracteriza por su suavidad y por la facilidad del blanqueado y teñido.

## 2.4 Insumos

Los sacos de alpaca y algodón tienen accesorios que se utilizan para su acabado tales como: botones, cierres, etiquetas, e hilos para ensamblar las piezas. Esto depende de los modelos de los sacos que se producen.

**Tabla No. 4**

### *Proveedores de insumo*

Proveedor	Producto	Ubicación	Contactos	Precio
ENKADOR	Fibras sintéticas y textiles	Atuntaqui: calle Río Amazonas No. 1212 y Juan de Velasco esquina	Srta. Wilma Bolaños Vendedora Telf: 023959260 www.enkador.com	Hilo poliéster Peso: ½ kilo Precio:\$ 3,36
Importadora Santi	Insumos textiles	Atuntaqui: calle Río Amazonas y Juan de Velasco	Srta.Yolanda Santillan Vendedora Telf: 0992489517	Hilo chino 10.000 yardas Precio:\$ 2,30 Hilo marathón 10.000 yardas Precio:\$ 2,60 Botones: 0.05 c/u.
Artesanías Textil Inti Raymi	Botones de tahua, etiquetas y Breatas	Otavalo: calle bolívar 12-14 entre Quiroga y salinas	Pedro José Males Cachimuel Telf: 922476	Botones de tahua 1000 unidades a \$9,00 Rollo 50 metros a 4,50.
Distribuidora Maury	Hilos, botones, agujas	Atuntaqui: calle Río Amazonas	Sr. Mario Ruiz Vendedor Telf: 093437555	Botones 0,04 centavos c/u Hilos fénix overlock Blanco: \$2.85 Colores: \$3.65

**FUENTE:** Proveedores de suministros

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

## 2.5 La maquinaria

La maquinaria que se utiliza para la confección de los sacos son: overlock, recta, recubridora, ojaladora, botonera y máquina de tejer rectilínea. Los cuales podemos encontrar en MAINCO (Ver Anexos No. 6).Pág. 262

**Tabla No. 5**

**Proveedor de maquinarias**

Proveedor	Producto	Ubicación	Contactos	Precio
MAINCO	Máquinas industriales de confección	Atuntaqui: panamericana norte y Olmedo	Paulo Cesar Aguirre C. Gerente Telf: (593-6)2530-743 Fax: (593-6)2530 558 grupomainco@andinanet.net	Ver proforma ANEXO No. 6

FUENTE: MAINCO

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 9**

**Maquinaria**



FUENTE: MAINCO

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

## **2.6 MYPES**

(SERCOP, 2015) EL Artículo 53 del código de la producción, comercio e inversiones define a las MYPES como la Micro, Pequeñas y Mediana empresa, (persona natural o jurídica) que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción , comercio y/o servicio y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría.

El código de la producción define MYPES a las microempresas, pequeñas y medianas empresas las cuales pueden ser constituidas por personas naturales o jurídicas, las cuales pueden dedicarse a la producción de bienes o a la prestación de servicios.

## **2.7 Microempresa**

(SERCOP, 2015) Manifiesta:

Microempresa aquella organización de producción que tenga entre 1 a 9 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos de hasta cien mil dólares.

Microempresas son organizaciones de una o más personas con el deseo de emprender un negocio y generar una rentabilidad, en la cual, no es necesario invertir un gran capital para desarrollar las actividades de transformación de bienes o prestación de servicio.

## **2.8 Importancia de la microempresa**

(Scott, 2010) Afirma que “La importancia de sector micro empresarial del país, lo constituye su contribución desarrollo como un medio para adelantar procesos eficientes de distribución de ingresos y generación de empleo”.

Las microempresas en el Ecuador son fundamentales porque contribuyen a la generación de fuentes de trabajo y por ende al desarrollo económico del país. Y en los últimos años se han incrementado las microempresas porque para su formación no se necesita de un gran capital y lo puede formar una persona natural o jurídica.

## **2.9 Manufactureras o de transformación**

(Guajardo Cantu & Andrade de Guajardo, 2014) Expresa “Este tipo de empresa se dedica a la compra de materias primas para que, mediante la utilización de mano de obra y tecnología sean transformados en un producto terminado para su posterior venta”. (Pág.9)

Una empresa de manufactura se encarga de la transformación de materiales en nuevos productos terminados con un valor agregado para ofertar en el mercado y así poder satisfacer las necesidades de los consumidores.

## **2.10 Persona natural**

(Servicio de Rentas, Personas Naturales, 2014) Define como:

Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales son todas aquellas personas que realizan actividades económicas lícitas en el país, quienes están obligados a inscribirse en el Registro Único del Contribuyente y cumplir con las obligaciones tributarias.

### **2.10.1 Personas naturales obligadas a llevar contabilidad.**

(Servicio de Rentas, Personas Naturales, 2014) Expresa:

Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deben cumplir con todo lo que la Administración Tributaria les impone, una de ellas es llevar contabilidad con la firma de un contador por el sistema de partida doble y presentar las declaraciones y anexos pertinentes.

**Cuadro No. 15**  
**Declaraciones**

NOVENO DIGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

**FUENTE:** SERVICIO DE RENTAS INTERNAS  
**ELABORADO POR:** SERVICIO DE RENTAS INTERNA  
**AÑO:** 2016

### 2.11 Los microempresarios obligados a llevar contabilidad

(Maldonado, 2012) Expresa:

- Los microempresarios que han aportado más de USD 60.000 en efectivo o en activos (maquinaria etc.) de su propio bolsillo para iniciar su negocio.
- Los microempresarios que tienen ingresos totales superiores a USD 100.000 en el año anterior (1 de enero al 31 de diciembre).
- Los que presenten costos y gastos cada año que superan a los USD 80.000.

Los microempresarios también pueden llegar a llevar contabilidad cuando cumpla con cualquiera de los tres requisitos que se suscitan en la parte superior, cuando el microempresario aporsto de su bolsillo los USD 60.000, si sus ingresos durante el periodo contable fueron superior a los USD 100.000, o en el año se presentaron costos y gastos superior a los USD 80.000 ya está obligado a llevar la contabilidad con la firma de un contador,

## 2.12 Marco legal de una microempresa

Según (Observatorio, 2012)

### 2.12.1 Registro Único Del Contribuyente:

Documento obligatorio para las personas que realicen actividades económicas, el objetivo es registrar e identificar con fines impositivos para la administración tributaria.

El Registro Único del Contribuyente es un requisito fundamental para todas aquellas personas naturales o jurídicas que realicen actividades económicas en el país debido a que es un deber formal de los contribuyentes que deben cumplir.

Además el RUC es un instrumento para la Administración Tributaria para que pueda identificar a los contribuyentes con fines impositivos.

- **Requisitos generales para la obtención del RUC (persona natural)**

(Servicio de Rentas, Personas Naturales, 2014) Manifiesta:

- Original y copia de la cedula de identidad o de ciudadanía
- Original del certificado de votación o certificado de presentación.
- Copia de Factura, planilla, comprobante de pago de servicios básicos u otros servicios
- La vigencia del requisito será de cualquiera de los tres (3) meses anteriores a la fecha de inscripción o actualización del RUC, tomando en cuenta la fecha de emisión, corte, o pago.

- **Requisitos específicos para inscripción o actualización de ruc de personas naturales según actividad económica**

- Original y copia de Calificación emitida por el organismo competente:

Junta Nacional de Defensa del Artesano o MIPRO

### **2.12.2 Licencias y Patentes municipales:**

Según (Municipio, 2015) patentes municipales define: Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económico.

- **Requisitos para la obtención de la patente municipal**

Personas naturales obligadas a llevar contabilidad

- Formulario de 1.5 activos totales
- Formulario de solicitud y declaración de la patente
- Certificado de no adeudar a la municipalidad
- Copia de la cédula y certificado de votación.
- Copia del RUC
- Permiso del cuerpo de bomberos.
- Permiso ambiental

\*Respaldo de pasivos corrientes: tabla de amortización y detalle de proveedores que adeuda.

El valor de la patente es en base al patrimonio que tenga la empresa. Y el cálculo es de acuerdo a la siguiente tabla:

**Cuadro No. 16****Pago de patente**

Desde	Hasta	Impuesto fracción básica	Impuesto fracción excedente
-	2000	20	
<b>2001</b>	4000	20	1%
<b>4001</b>	10000	40	0,90%
<b>10001</b>	20000	94	0,80%
<b>20001</b>	50000	174	0,70%
<b>50001</b>	100000	384	0,60%
<b>100001</b>	300000	684	0,50%
<b>300001</b>	600000	1684	0,40%
<b>600001</b>	900000	2884	0,30%
<b>900001</b>	1200000	3784	0,20%
<b>1200001</b>	2000000	4384	0,10%

FUENTE: Municipio de Antonio Ante

ELABORADO POR: Municipio de Antonio Ante

- **Requisitos del cuerpo de bomberos.**

- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia de papeleta de votación
- Copia de impuesto predial
- Hoja de inspección

\*(Al momento de realizar la inspección la microempresa o local debe tener: un extintor de 10 libras PQS, un detector de humo y números de emergencia y el plan de contingencias si lo requiere).

- **Requisito permiso de uso del suelo**

(Municipio, 2015)

- Oficio dirigido al director de planificación.
- Copia de cédula y papeleta de votación.

- Croquis del proyecto con datos detallados de acuerdo a su finalidad.
- Coordinar fecha de inspección con VSM (Ventanilla Única de Servicio Municipales).
- Pago del impuesto predial actualizado.
- Certificado de no adeudar al Municipio.
- Si el local es arrendado traer el contrato de arriendo y si es propio traer la copia de la escritura.

### **2.12.3 Propietarios y trabajadores afiliados al IESS**

Son sujetos de afiliación del seguro social obligatorio, todos los empleados privados y particulares para el cual deberá sacar el número patronal.

(Ecuador, 2015) Define: “Los derecho de los trabajadores bajo relación de dependencia a la seguridad social son irrenunciables (Art. 34 de la constitución de la república del Ecuador y Art. 4 del Código del Trabajo)”.

Los trabajadores tienen derecho al seguro de enfermedad, maternidad, invalidez, vejez, cesantías, muerte y de riesgos de trabajo, en las mismas condiciones que se otorgó para el seguro General.

Los trabajadores cotizan un total del 20,60% del salario o sueldo, correspondiente al patrono el 12,15% y al trabajador el 9,45%.

El empleador tiene la obligación de afiliar al trabajador en el Seguro General Obligatorio desde el primer día de labor y a registrar en la página del IESS mediante el aviso de entrada dentro de los primeros 15 días. Y cualquier novedad que se suscite con el trabajador, el empleador debe dar aviso al IESS dentro de los 3 días posteriores a la ocurrencia.

- **Requisito afiliación al IESS empleado**

Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del patrono y del empleado a color.

Copia del contrato de trabajo debidamente legalizado en el Ministerio de Trabajo

Copia del comprobante del último pago de agua, luz o teléfono del patrono.

### 2.13 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)

(Herrera, 2014) Manifiesta que el: **RUM (Registro Único de Mipymes)**

Permite identificar el tamaño de una empresa a través de su plataforma informática, se considera microempresas cuando los montos de ventas totales anuales van desde los US\$ 1 a los US\$ 100.000.

Se pueden categorizar en el RUM, todas las empresas o establecimientos con actividades industriales como son: elaboración, fabricación y producción.

Los requisitos son:

- Registro único de contribuyentes
- Afiliación patronal

Una vez que cuenta con el certificado del RUM los beneficios son:

- Fortalecimiento y consolidación de capacidades de las MIPYMES

Talleres de capacitación.

1. Planes de negocio y necesidades de producción de acuerdo al sector.
2. Capacitación virtual permanente E-learning.
3. Asistencia y acompañamiento técnico (permisos de funcionamiento, registros sanitarios, buenas prácticas de manufactura, etc.)
4. Priorización para la participación en ferias a nivel nacional.

5. Fortalecimiento de las capacidades productivas de los sectores priorizados por el MIPRO por medio de la asistencia técnica en donde participarán expertos nacionales e internacionales.
  6. Priorización para la prestación de servicios que brindarán los centros de fomento productivo.
- Acompañamiento para acceso a financiamiento

En la banca pública y privada apoyan a las Mipymes con asesoría permanente para la obtención de crédito de acuerdo a los programas que dispongan, las entidades financieras públicas, en la banca privada podrán obtener créditos con tasas de interés, plazos y condiciones preferenciales.

El Ministerio de Industrias y Productividad es un organismo que lidera la transformación, calidad y competitividad para lograr con este objetivo el ministerio categoriza a las empresas por tamaño, además el MIPRO brinda asesoramiento continuo a las empresas para el mejoramiento de la misma.

#### **2.14 Instituto Ecuatoriano de Normalización**

(INEC, Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2012) Establece **(INEN 1875): Textiles.**

##### **Prendas de vestir. Etiquetas.**

En esta norma establece los requisitos para el etiquetado de las prendas de vestir, ropa de hogar y complementos de vestir, sean de fabricación nacional o importados, que se comercialicen en el país, con la finalidad de prevenir las prácticas que puedan inducir a error o engaño a los consumidores.

## 2.15 La etiqueta

(INEC, Instituto Ecuatoriano de Normalizacion, 2012) Establece “es cualquier rótulo, marbete, inscripción, marca, imagen u otro material descriptivo o gráfico que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve o adherido al producto, con el propósito de dar a conocer ciertas características específicas del producto.”.

La etiqueta es un rótulo que va adherido en la prenda de vestir para dar a conocer a los consumidores las características del producto que adquirió, como la composición del material, las indicaciones para el uso y cuidado.

### 2.15.1 Clasificación

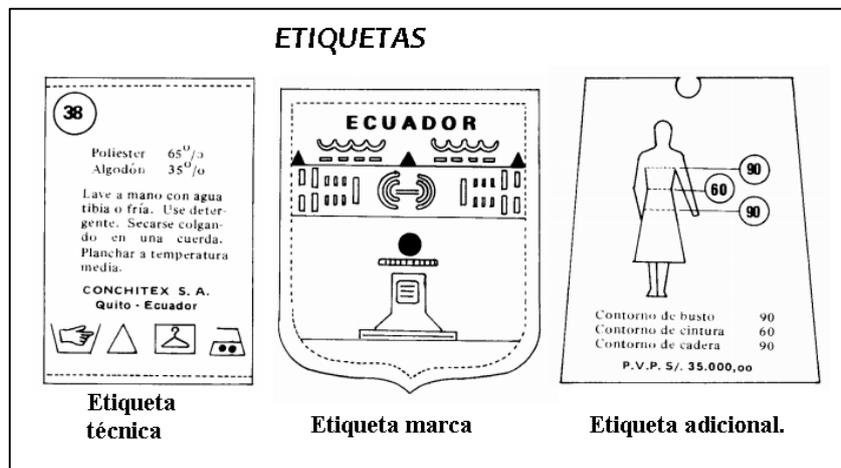
(INEC, Instituto Ecuatoriano de Normalizacion, 2012) Establece **Casificación**.

- **Etiquetas técnica.** Es aquella que indica las características técnicas del textil, confecciones de la prenda de vestir y ropa de hogar.
- **Etiqueta marca.** Es aquella que indica básicamente la marca comercial y/o logotipo.
- **Etiqueta adicional.** Es aquella que contiene información adicional que sirve para conocer las características de la prenda, como precio, medida etc.

Existen tres clases de etiquetas que van adherido en el producto confeccionado cada uno de las etiquetas indican las características importantes que debe conocer el consumidor como las características técnicas del textil confeccionado, la marca comercial, precio entre otras.

## Gráfico No. 10

### Etiquetas



FUENTE: INEN 1875  
 ELABORADO POR: INEN 1875  
 AÑO: 2016

### 2.15.2 Requisitos de etiquetado

(INEC, Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2012) **Requisitos etiquetas permanente.**

- La información debe expresarse en idioma español, sin perjuicio de que además se presente información en otros idiomas.
- Previo a la importancia o comercialización de productos nacionales deben estar colocadas las etiquetas permanentes en un sitio visible o de fácil acceso para el consumidor.
- La etiqueta permanente debe contener la siguiente información mínima:
- Talla para prendas y complementos de vestir.
- Dimensiones para ropa de hogar.
- Porcentaje de fibras textiles y/o de cuero utilizado.
- Razón social e identificación fiscal (RUC) del fabricante o importador.
- País de origen.
- Instrucciones de cuidado y conservación.

La etiqueta permanente debe garantizar la permanencia de la información en el producto además debe ser legible y estar en un lugar visible, debe contener la información mínima requerida en el numeral 5.1.3.

## **2.16 Centro de fomento productivo Fabrica Imbabura (textil confección)**

(Ortega , 2015) Expresa

A fin de incrementar el valor agregado, la calidad y competitividad de las empresas de la industria Textil el Centro de Fomento Productivo brinda servicios de soporte productivos apoyados en la innovación y transferencia tecnológica para una producción estandarizada y con control de calidad en los procesos.

El centro de fomento productivo Fábrica Imbabura se creó con el objetivo de brindar asesoramiento a las microempresas para mejorar el producto con un valor agregado que les permita diferenciarse de la competencia a través de soportes productivos.

### **2.16.1 Portafolio de servicios del laboratorio de calidad y normalización**

(Ortega , 2015) Expresa

El objetivo del laboratorio es ser un aliado estratégico de los empresarios pequeños y grandes del sector textil al ofrecer una amplia gama de ensayos de calidad de acuerdo a normas internacionales y nacionales en el más completo laboratorio acreditado con la norma ISO 17025 del país para aquellos que quieran evaluar la calidad de su producto ya sea hilo, tejido o artículo confeccionado de manera rápida y confiable.

El centro de fomento productivo ofrece a los pequeños empresarios y grandes del sector textil un laboratorio en donde pueden evaluar la calidad del producto para que sus productos sean más competitivos en el mercado.

## 2.17 Beneficios para nuevas empresas

(Nacional, 2010) Expresa

Art 13 inciso b

Inversión Nueva.- Para la aplicación de los incentivos previstos para las inversiones nuevas, entiéndase como tal al flujo de recursos destinado a incrementar el acervo de capital de la economía, mediante una inversión efectiva en activos productivos que permita ampliar la capacidad productiva futura, generar un mayor nivel de producción de bienes y servicios, o generar nuevas fuentes de trabajo, en los términos que se prevén en el reglamento.

Nuevas empresas Cinco años sin Impuesto a la Renta: una crítica que los sectores empresariales han realizado es el referente al período de vigencia de la exoneración total del Impuesto a la Renta (IR) para las empresas nuevas. Señalan que una compañía que empieza actividades tarda entre dos y tres años en generar rentabilidad.

Pero los expertos tributarios aclaran este particular al explicar que el Código establece que el beneficio corre desde el primer año que la nueva empresa genera ingresos gravables. De esta manera, se garantiza la exoneración del IR durante los cinco años que se ha delimitado.

Pero el requisito para optar por este beneficio es que las empresas deben realizar gastos adicionales por mejoras salariales, adquisición de nuevos activos para mejoras de productividad y producción más limpia. Para optar por este beneficio deberán haber realizado la inversión en el mismo año que declara sus impuestos.

Microempresario: este podrá beneficiarse del pago del Impuesto a la Renta por cinco años si realiza sus actividades en la industria de alimentos.

Además, el Gobierno tiene la obligación de realizar compras a estos sectores y de garantizar programas de co-financiamiento para emprendimientos e innovación, oferta exportable, mejoras de productividad y más.

El Servicio de Renta Interna para incentivar a las nuevas empresas garantiza la exoneración de Impuesto a la Renta durante los cinco años hasta que le empresa genere utilidades, además para apoyar a estas empresas el gobierno tiene la obligación de comprar los bienes y servicios a estos sectores y garantizar programas que les apoye.

### **2.18 Estudio de mercado**

(Baca Urbina, 2013) Define como:

Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda puede obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos. (Pág.7)

El estudio de mercado es el proceso fundamental de un proyecto porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos, por ende el estudio de mercado requiere de análisis complejos caso contrario ni el estudio técnico, ni el administrativo, ni el financiero se realizará al menos que exista una demanda potencial real.

### **2.19 Mercado**

(Araujo Arevalo, 2012) Expresa “Se entiende por mercado el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada”. (Pág.26)

El mercado es un lugar en donde existen compradores y vendedores en donde se interrelacionan para intercambiar los bienes o servicios para satisfacer sus necesidades.

## **2.20 Población en Edad de trabajar**

(INEC, Ecuador en cifras, 2013) Define Comprende a todas las personas de 10 años y más.

El Instituto Nacional de Estadística y Censo considera que la población en edad de trabajar son las personas de 10 años en adelante.

## **2.21 Población Económicamente Activa (PEA)**

(INEC, Ecuador en cifras, 2013) Define **PEA**

Persona de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora de la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (ocupado), o bien aquellas personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscar empleo (desocupados).

La Población Económicamente Activa comprende a las personas de 10 años en adelante que al menos trabajaron una hora en la semana o aquellas personas que están dispuestos a trabajar y buscan empleo.

## **2.22 Desempleados**

(INEC, Ecuador en cifras, 2013) Define **Desempleados**.

Personas de 10 años y más que, en el periodo de referencia, presentan simultáneamente las siguientes características: Sin empleo, no estuvo ocupado la semana pasada y están disponibles para trabajar. Buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores.

Los desempleados son las personas que se encuentran sin empleo que se encuentran en busca de ella y están dispuestos a trabajar.

### **2.23 Subempleados**

(INEC, Ecuador en cifras, 2013). Expresa.

Personas que trabajaron o tuvieron un empleo durante el periodo de referencia considerada, pero estaban dispuestos para modificar situación laboral a fin de aumentar la duración o la productividad de su trabajo.

Los Sub empleados son las personas que trabajaron durante un periodo de tiempo pero están dispuestos a aumentar la duración de su tiempo de trabajo.

### **2.24 Ocupados plenos**

(INEC, Ecuador en cifras, 2013) Define.

Población constituida por personas ocupadas de 10 años y más que trabajan, como mínimo, la jornada legal de trabajo y tienen ingresos superiores al salario unificado legal y no desean trabajar más horas (no realizaron gestiones), o bien que trabajaron menos de 40 horas y sus ingresos son superiores al salario unificado legal y no desean trabajar más horas (no realizaron gestiones).

Los ocupados plenos son las personas que se encuentran laborando como mínimo las 8 horas de la jornada laboral y que cuentan con ingresos superiores al salario unificado legal y no desean trabajar más.

### **2.25 Tasa de desempleo**

(INEC, Ecuador en cifras, 2013) Expresa.

Es el porcentaje que resulta del cociente entre el número de desocupados y la PEA.

La tasa de desempleo es el porcentaje que resulta entre de número de personas que se encuentran desocupadas y la Población Económicamente Activa.

## **2.26 Oferta**

(Baca Urbina, 2013) Dice “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Pág.54)

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que están dispuestos los vendedores a colocar en el mercado a un precio determinado.

## **2.27 Demanda**

(Baca Urbina, 2013) Comenta:

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarios y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera. . (Pág.28)

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores están dispuestos a comprar para satisfacer sus necesidades, la demanda está en función de ciertos factores como la tendencia, el precio el nivel de ingreso.

## **2.28 Demanda potencial**

(Baca Urbina, 2013) Define como:

Es la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Pág.43).

La demanda potencial es la cantidad de bienes y servicios que el mercado estaría dispuesto a consumir.

## **2.29 Canal de distribución**

(Baca Urbina, 2013) Expresa como: “Ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria”. (Pág.49)

El canal de distribución es el trayecto y los recursos involucrados que hace posible que el producto llegue a manos de los consumidores.

## **2.30 Variables de marketing mix.**

### **2.30.1 Producto**

(Schnarch Kirberg, 2013) Manifiesta que:

Es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. (Pág.64).

El producto es un bien o servicio que fue creado para satisfacer las necesidades de los consumidores.

### **2.30.2 Precio**

(Baca Urbina, 2013) Afirma que “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”. (Pág.44).

El precio es la cantidad de dinero que se paga a cambio de un producto que puede ser un bien o servicios que ofrecen las empresas.

### **2.30.3 Distribución**

(Vargas Belmonte, 2013) Define que:

La distribución incluye organizaciones que participan en el traslado de los productos desde el fabricante hasta el consumidor final, mientras que la distribución física comprende el conjunto de actividades que hacen llegar la cantidad adecuada de productos al lugar correcto en el tiempo preciso. (Pág.14).

La distribución es la ruta que sigue un producto hasta llegar a las manos de los clientes.

### **2.30.4 Promoción**

(Vargas Belmonte, 2013) Expresa que:

La promoción del producto incluye la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas. Con la promoción toda empresa pretende informar al cliente sobre el producto, por otro lado, también se pretende estimular al cliente a consumir el producto,

y por último el fin primordial, es que el cliente pruebe el producto y quede satisfecho para continuar consumiéndolo. (Pág.14).

La promoción es la publicidad que se hace para dar a conocer los productos que ofrece una empresa a los consumidores, se lo realiza con la finalidad de estimular el consumo del producto.

### **2.31 La contabilidad financiera**

(Lexus, 2013) Comenta “Tiene que ver con la clasificación, registro, interpretación y control de las operaciones comerciales de compra y venta”. (Pág.307).

La contabilidad es el arte de registrar, clasificar, interpretación y llevar el control de todas las transacciones de compra y venta que se lleven a cabo en una empresa.

### **2.32 Contabilidad de costos**

(Calleja Bernal, 2013) Define como “Es un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos de bienes o servicios para determinarlos global o unitariamente y facilitar la toma de decisiones, el control administrativo y la planeación”. (Pág.8)

La contabilidad de costos se encarga de clasificar, controlar y asignar los costos de bienes o servicios para determinar el costo unitario o total de producción, es muy importante porque gracias a la contabilidad de costos se puede tomar una buena decisión.

### **2.33 Costo**

(Sarmiento, 2010) Dice “Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable e inventariable”. (Pág.11).

El costo es una inversión que se hace para la producción de un producto, el costo es recuperable cuando se realice la venta de los productos.

### **2.34 Gasto**

(Sarmiento, 2010) Afirma que “Está relacionado directamente con los departamentos de administración, ventas y con los servicios financieros, en consecuencia es un valor no recuperable ni inventariable”. (Pág.11).

El gasto son todos los rubros que se emplea para cubrir los con los servicios del personal de administración, ventas y los servicios financieros, al contrario que el costo se considera que el gasto no es recuperable.

### **2.35 Elementos del costo**

(Calleja Bernal, 2013) Define como: “Los costos de producción están asociados con la fabricación de bienes o la prestación de servicios. Los costos de producción pueden clasificarse en materiales directos, mano de obra directa y gastos indirectos”. (Pág.11)

Los elementos de producción son todos aquellos que intervienen y son necesarios para la fabricación de un bien o prestación de un servicio, tales como la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación.

### **2.36 Costos de producción**

(Araujo Arevalo, 2012) Define como: “Son todas aquellas erogaciones que están directamente relacionadas con la producción de los bienes”; se dividen en: (Pág.107)

- Costos variables.
- Costos fijos

Los costos de producción son todos aquellos que están directamente relacionadas con la producción de los bienes los cuales pueden ser costos variables o costos fijos.

### **2.37 Costos variables de producción**

(Araujo Arevalo, 2012) Define como: “Son aquellos que están directamente involucrados en la elaboración y venta del producto final; por ello, varían en proporción directa al volumen de producción y están constituidos principalmente correctivos, suministros de operación y regalías, entre otros”. (Pág.107).

Los costos variables de producción son aquellos que están directamente relacionados con la elaboración del producto y venta de la misma, estos costos varían directamente de acuerdo con el volumen de producción.

### **2.38 Materia prima directa**

(Sarmiento, 2010) Indica que: “Es considerado como elemento básico del costo, es decir el incorporado en el producto, siendo este en muchos casos el más importante para la transformación en el artículo terminado”. (Pág.11).

La materia prima directa es el elemento básico del costo de producción porque permite la elaboración del producto.

### **2.39 Mano de Obra Directa**

(Sarmiento, 2010) Define como:

Es la fuerza de trabajo o el trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción; sea su trabajo manual o tecnificado

en las maquinas que están transformando en productos terminados, además el valor por pago de salarios se puede fácilmente determinar fácilmente en dicho producto. (Pág.13)

La Mano de Obra Directa son todas las actividades que llevan a cabo los trabajadores para la elaboración del producto hasta obtener el producto final, y es el valor que se paga a los trabajadores por la obtención del producto.

#### **2.40 Costos Indirectos de Fabricación**

(Sarmiento, 2010) Afirma que “Es considerado a todos los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron clasificados en los elementos anteriores, es decir que no son ni materia prima directa ni mano de obra directa”. (Pág.14)

Los Costos Indirectos de Fabricación son todos aquellos costos y gastos que fueron necesarios para la obtención del producto final, estos costos no intervienen directamente en la producción del producto pero son necesarios.

#### **2.41 Gastos de administración**

(Araujo Arevalo, 2012) Define como “En este rubro se agregan las erogaciones para el pago de sueldos del personal del área administrativa, contabilidad, asesoría legal, auditoria interna, compras, almacenes y demás sectores”. (Pág.109)

Los gastos de administrativos son todos los rubros que fueron necesarios para el pago del sueldo del personal del área administrativo como contabilidad, secretaria, asistentes entre otros.

## **2.42 Gastos de venta**

(Araujo Arevalo, 2012) Dice “Estas erogaciones incluyen el pago de comisiones a los agentes de venta, sus viáticos, materiales de promoción y publicidad, gastos de distribución, comunicaciones por teléfono, fax, etc.” (Pág.109)

Los gastos de venta son todos los rubros que están relaciones con la venta del producto final como el sueldo del vendedor, comisiones, publicidad, entre otros.

## **2.43 Gastos financieros**

(Araujo Arevalo, 2012) Expresa como “Estos gastos se refieren al pago de intereses sobre créditos presupuestados para el proyecto. La tasa de interés y las condiciones de pago dependen de la selección que se efectuó sobre diversas fuentes de recursos crediticios”. (Pág.109 - 110)

Los gastos financieros son los pagos de los intereses del crédito que se realizó para llevar a cabo el proyecto.

## **2.44 Estudio técnico**

(Baca Urbina, 2013) Indica “Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”. (Pág.6)

El estudio técnico es la determinación del tamaño óptimo de la planta, la localización adecuada, ingeniería del proceso productivo e inversiones fijas y variables que requiere el proyecto. El estudio técnico nos ayuda a determinar la localización óptima para establecer la microempresa con todos los equipamientos necesarios para la producción de un producto o para la prestación de un servicio.

#### **2.45 Tamaño óptimo de la planta**

(Baca Urbina, 2013) Expresa: “Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por un año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica”. (Pág.100).

El tamaño óptimo de la planta es la capacidad instalada para la producción del producto la cual se debe utilizar al máximo para maximizar la rentabilidad económica.

#### **2.46 Localización del proyecto**

(Meza Orozco, 2013) Manifiesta:

El objetivo es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio.

Se puede tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de materias primas, mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra y la configuración topográfico del sitio. (Pág.23).

La localización del proyecto es el lugar en donde va estar situado la planta y por ende debe ser un lugar estratégico es decir que tenga vías de comunicación, servicios básicos, disponibilidad de mano de obra para la determinación de la localización del proyecto se toma en cuenta factores importantes como seguridad, transporte, vías de acceso, servicios básicos, los espacios para futuras ampliaciones entre otros.

## **2.47 Ingeniería del proyecto**

(Baca Urbina, 2013) Expresa:

Resuelve todo lo concerniente a la instalación y el 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 jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Pág.112).

La ingeniería del proyecto tiene que ver con el funcionamiento de la planta desde la descripción del producto, proceso productivo, diagramas de flujo, maquinarias y equipos, requerimiento de la mano de obra, de materiales e insumos, obras civiles y costos de inversión.

## **2.48 Proceso de producción**

(Baca Urbina, 2013) Afirma que:

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura. (Pág.112)

El proceso de producción son todos los procedimientos que se realiza para la obtención del producto o prestación de servicio.

## **2.49 Distribución de la planta**

(Baca Urbina, 2013) Afirma que: “Es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores”. (Pág.116)

La distribución de la planta es la división del lugar de trabajo el cual debe de ser de una manera estratégica para la eficiencia de las operaciones y para garantizar el bienestar de los trabajadores en el lugar de trabajo.

## **2.50 Macro localización**

(Araujo Arevalo, 2012)

La selección del área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto se conoce como estudio de macro localización. Para una planta industrial, los factores de estudio de macro localización que inciden con mayor frecuencia son: (Pág.65 - 66)

- Proximidad al mercado de consumo
- Proximidad al mercado de materias primas

### **De manera secundaria debemos considerar:**

- Disponibilidad de mano de obra y aspectos laborales.
- Infraestructura física y de servicios, como:
- Suministros de agua.
- Tratamientos de desechos.
- Disponibilidad de energía eléctrica y combustibles.
- Carreteras.
- Marco jurídico en general.
- Otros servicios públicos.

La macro localización es muy importante ya que debe ser un lugar estratégico para el proyecto que garantice todos los recursos necesarios para el buen funcionamiento de las operaciones.

### **2.51 Micro localización**

(Araujo Arevalo, 2012) Manifiesta que “Una vez definida la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto”. (Pág.71)

La información requerida es:

Tipo de edificaciones que se van a construir.

Área requerida inicial y área para futura expansión.

Acceso al predio, vías de comunicación, carreteras, ferrocarril otros medios.

Disponibilidad de agua, energía eléctrica, gas, humos y otros contaminantes.

Instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria.

El micro localización es la determinación del terreno en donde va estar ubicada la planta del proyecto, se debe seleccionar de manera estratégico tomando en cuenta también los espacios para las futuras expansiones, y los recursos que serán necesarios para el desempeño de la microempresa y todos los recursos como transporte, servicios básicos, comunicación, cercanía al mercado de materiales entre otros aspectos que son fundamentales para el funcionamiento de la microempresa.

## **2.52 Tamaño del proyecto**

(Araujo Arevalo, 2012) Define como:

Se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerando normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión.

Esta capacidad se expresa en cantidades producidas por unidades de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados, por ciclo de operación o periodo definido. Alternativamente, en algunos casos la capacidad de la planta se expresa en función del volumen de materia prima que se procesa. (Pág.73).

El tamaño del proyecto depende del porcentaje de la demanda potencial que el proyecto va a cubrir, en una empresa manufacturera depende del volumen de producción que va a elaborar para fijar el tamaño de la planta.

## **2.53 Estudio económico**

(Baca Urbina, 2013) Manifiesta “Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”. (Pág.8).

El estudio económico se encarga de evaluar todos los costos y gastos necesarios que se van a recurrir en el proyecto, de esta manera para determinar la factibilidad de la misma. El estudio económico es fundamental para la toma de decisiones en la parte de la inversión y financiamiento.

## **2.54 Estado de resultados**

(Baca Urbina, 2013) Manifiesta “Calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto”. (Pág.182)

El estado de resultados puede ser positivo o negativo, si es positivo es porque genera ganancias y si es negativo es porque genera pérdidas.

El estado de resultados nos permite conocer el resultado de las operaciones al finalizar un periodo contable la cual puede ser positivo o negativo, si es positivo es porque genera ganancias y si es negativo es porque genera pérdidas, la cual es fundamental para la toma de decisiones.

## **2.55 Estado de situación financiera**

(Guajardo Cantu & Andrade de Guajardo, 2014) Manifiesta que presenta, en un mismo reporte, la información necesaria para tomar decisiones en las áreas de inversión o financiamiento” (Pág.48)

El Estado de situación financiera presenta el reporte de la información necesaria para la toma de decisiones, es el reporte en la cual se puede visualizar como se encuentra la empresa los bienes que posee y las obligaciones que tiene.

## **2.56 Métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo**

(Baca Urbina, 2013) Indica que: “El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo”. (Pág.181).

Las evaluaciones económicas son muy importantes porque nos permite analizar si un proyecto es factible.

### 2.57 Valor Actual Neto (VAN)

(Baca Urbina, 2013) Define como:

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (Pág.208)

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

El Valor Actual Neto mide el excedente después de obtener la rentabilidad y después de recuperar toda la inversión para ello calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer periodo de operación y de restar la inversión total expresada en el momento 0. El proyecto es factible cuando es mayor que cero y si el VAN es negativo puede ser que el proyecto sea rentable pero genera una rentabilidad inferior a la exigida o nos puede indicar que no genera rentabilidad y que parte de la inversión no se recupera.

### 2.58 Tasa interna de retorno (TIR)

(Baca Urbina, 2013) Define como “Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (Pág.209)

La TIR debe ser mayor que la TRM,

### **2.58.1 Criterios para aceptar o rechazar un proyecto usando la TIR**

(Meza Orozco, 2013) Manifiesta que:

Cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el proyecto se debe aceptar. El inversionista obtiene un rendimiento mayor del exigido; el inversionista gana más de lo que quería ganar.

Cuando la TIR es igual a la tasa de oportunidad, es indiferente emprender o no el proyecto de inversión.

Cuando la TIR es menor que la tasa de oportunidad, el proyecto se debe rechazar. El inversionista gana menos de lo que quería ganar. (Pág.155 - 156).

Los criterios para aceptar el proyecto nos indica que si la TIR es mayor que la tasa de oportunidad el proyecto es factible porque ofrece al inversionista una tasa mayor a la que desea ganar, si la TIR es igual a la tasa de oportunidad el proyecto es desinteresado, si la tasa es menor se debe rechazar el proyecto porque el inversionista gana menos de lo que quería ganar.

### **2.59 Periodo de recuperación de la inversión**

(Baca Urbina, 2013) Manifiesta

Este método, que también se conoce como PP por sus siglas en inglés (payback Period), consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de los flujos de efectivos futuros que generará el proyecto. (Pág.212).

Es un criterio fundamental porque nos permite evaluar el proyecto y nos permite conocer en qué tiempo se recupera toda la inversión que se realizó para el funcionamiento del proyecto.

### **2.59.1 Método Costo beneficio**

(Baca Urbina, 2013) Afirma que: “Consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener”. (Pág.212).

Este método nos permite tomar una decisión del VAN porque si es 0 la relación costo beneficio es igual a 1, si es mayor que 1 el VAN es mayor que 0, y si el VAN es negativo es la relación es menor que 1.

### **2.60 Punto de equilibrio**

(Baca Urbina, 2013) Define que: “Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”. (Pág.179).

El punto de equilibrio es el nivel en donde la empresa no gana ni pierde es decir todos los ingresos y ventas son iguales a los costos de producción.

### **2.61 Planificación estratégica**

#### **2.61.1 Misión**

(Palacios Acero, 2010) Define que:

Es la declaración formal y escrita que representa el credo y la identidad de la organización.

Es la razón de ser de la empresa, que condicionará sus actividades presentes y futuras; proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas.

La misión representa el quehacer de la entidad, responde a preguntas tales como: ¿para qué existe?, ¿Cuál es su negocio?, ¿Cuáles son sus productos y mercados?, ¿Cuál es su prioridad?, ¿Cuáles son sus valores?, ¿Quiénes son sus clientes y con quién están compitiendo?, ¿Cuáles son los deberes y derechos de los proveedores?, ¿Cuáles son sus objetivos organizacionales? Y ¿Cuál es su responsabilidad social y ambiental? (Pág.46).

La misión es fundamental en una empresa porque es la razón de ser de la empresa, es como se identifica y la razón por la que fue creada.

### **2.61.2 Visión**

(Palacios Acero, 2010) Indica

Es el acto de verse en el tiempo y el espacio. Debe ser amplia, retadora, posible, concreta.  
Es la identificación clara de lo que la organización quiere lograr en un tiempo determinado.  
Sirve de rumbo, guía o brújula; orienta, conquista, prepara y da imagen. (Pág.48).

La visión es a donde espera llegar la empresa al futuro, es como se ve reflejado después de algunos años, la cual debe ser amplia, posible y concreta.

### **2.61.3 Filosofía**

(Palacios Acero, 2010) Establece:

Es aquella que define el sistema de valores, supuestos, creencias, cultura y principios, que nos hace saber quiénes somos y en que creemos, es decir, nuestras ideas y valores, y nos permite saber cuáles son los preceptos, así como conocer nuestros compromiso y nuestras responsabilidad con nuestros clientes tanto internos como externos, con los proveedores, con los inversionistas, con el estado, la sociedad y el medio ambiente. (Pág.48).

La filosofía es la creencia, los valores, principios que tiene una empresa, es todo lo que nos define quienes somos y en que creemos y hacerles conocer cuáles son nuestros compromisos y responsabilidades con nuestros clientes.

#### **2.61.4 Valores**

(Palacios Acero, 2010) Define: “Son el conjunto de cualidades que hacen que una organización sea apreciada y reconocida” (Pág.149).

Los valores son las cualidades que hacen que una empresa gane prestigio y sea reconocida.

#### **2.61.5 Principios**

(Palacios Acero, 2010) Establece:

Representa la idea fundamental que sirve de base a un orden determinado de conocimiento sobre los que se apoya la empresa. Es una norma o idea fundamental que rige el pensamiento o la conducta de la institución en calidad, eficiencia, rentabilidad servicio. (Pág.49)

Los principios son las normas que rige la conducta de la organización en calidad, eficiencia, transparencia, rentabilidad y servicio.

#### **2.61.6 Normas y políticas**

(Palacios Acero, 2010) Expresa:

“Son los criterios o reglas de comportamiento que orientan y encausan el pensamiento y la acción para el logro de los objetivos” (Pág.49).

Para cumplir con los objetivos establecidos es necesario que las organizaciones cuenten con normas y políticas.

## **2.62 Estructura organizacional**

(Sanchez Gomez, 2014) Establece:

“Se refiere conjuntamente a los conceptos de distribución y orden. La distribución tiene que ver con los distintos elementos o partes que forman la organización, mientras que el orden alude a la relación entre los mismos”. (Pág. 250)

La estructura organizacional es fundamental en la organización porque permite el buen desempeño de las funciones, evitando la duplicidad de funciones y garantizando la eficiencia, para lograr con este objetivo se asigna funciones y responsabilidades a cada empleado y se encarga de coordinar las labores.

## **2.63 Economía a escala**

(Andrade, 2011) Define:

Economía de escala sirve para el largo plazo, y hace referencia a las reducciones en el coste unitario a medida que el tamaño de una instalación y los niveles de utilización del inputs aumentan, las fuentes habituales de economía de escala con el inventario (compra a gran escala de materiales a través de contratos a largo plazo) de gestión y logística (aumentando la especialización de los gestores), financiera (obteniendo costes de interés menores en la financiación de los bancos), marketing y tecnológicas (beneficiándose de los rendimientos de escala en la función de producción).

La economía de escala se refiere al poder que alcanza una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción, es decir cuando más produce, menos le cuesta producir por unidad de producto, esto lo logran gracias a la expansión y buenas estrategias que hayan aplicado a su entorno competitivo.

## **2.64 Impactos**

(Bello, 2009) Define:

El impacto está compuesto por los efectos a mediano y largo plazo que tiene un proyecto o programa para la población objetivo y para el entorno, sean estos efectos o consecuencias deseadas planificadas o sean no deseadas.

El impacto son los efectos que causarán al momento de desarrollar el proyecto las cuales pueden ser positivas o negativas. Los impactos positivos son los que pueden contribuir al mejoramiento de la sociedad, y los impactos negativos los efectos que vayan en contra de la sociedad.

## CAPÍTULO III

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### Presentación

Al realizar el estudio de mercado se busca determinar la oferta, la demanda potencial de los sacos y el precio que se está manejando, para esta investigación se recolectó información en la Ciudad de Atuntaqui y en la parroquia de Andrade Marín utilizando las técnicas de la encuestas, fichas de observación y la entrevistas, las cuales se aplicaron a la Población Económicamente Activa, a la categoría ocupados y a los turistas que visitan el cantón.

#### 3.1 Identificación del producto

Los sacos de fibra de alpaca y algodón son productos que tienen gran aceptación en el mercado ya que estas fibras son naturales, suaves e hipoalergenicos, la confección de esta prenda está hecha con los mejores materiales para garantizar la calidad, resistencia y durabilidad de los mismos.

Para satisfacer las necesidades de los clientes y cumplir con sus expectativas se elaborarán los sacos de acuerdo a la moda actual. En Atuntaqui solo existe una empresa que produce y comercializa sacos de alpaca, esta empresa es la fábrica Protexil que hace dos meses decidió diseñar sacos en este material, y según el Sr. Dario Posso propietario de la fábrica manifestó que los sacos de alpaca tienen una buena acogida, la mayor parte de la producción de sacos en este material es para los puntos de ventas que tienen en la ciudad de Quito, la mayoría de las fábricas producen sacos en fibras sintéticas por esta razón se ha visto la necesidad de crear un producto con estas características porque estas fibras son unas de las

mejores, y así para brindar a los clientes nuevas opciones y diseños en cuanto a prendas de vestir. Además este producto es adecuado para las temporadas frías, debido a que, estas fibras se caracterizan por ser siete veces más caliente que otras fibras.

La fibra de alpaca es suave y sedosa a diferencia de la lana que contiene lanolina además la alpaca no requiere de mantenimiento de agentes químicos para su procesamiento porque posee propiedades naturales lo que hace que sea hipoalergénica apropiado para pieles sensibles.

**Tabla No. 6**

***Características de los productos ofertados***

<b>Características</b>	<b>Descripción</b>
<b>Tangible</b>	Al producto se puede palpar
<b>Tamaño</b>	Se elaborarán en todas las tallas.
<b>Color</b>	De acuerdo a los gustos y preferencias de los clientes
<b>Modelo</b>	De acuerdo con la moda actual.
<b>Material</b>	alpaca y algodón

**FUENTE:** Estudio de mercado

**EL ABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

### **3.1.1 Tipos y diseños**

Se confeccionaran los sacos en fibras de alpaca y algodón, tomando en cuenta la moda actual, los colores, diseños, gustos y preferencias de los clientes. Para que puedan lucir y utilizar, de acuerdo al compromiso o el acto social y cultural con un estilo diferente. El diseño es el factor fundamental que se tomará en cuenta para la confección de los sacos debido a que se toma en cuenta las tendencias del mercado actual, para ofrecer al cliente productos de moda, con acabados de calidad, estos factores nos permitirán ser más competitivos en el mercado.

Este producto se presentará en varios modelos y diseños para damas y caballeros en las siguientes medidas.

**Cuadro No. 17****Medidas y tallas**

<b>Descripción</b>	<b>Talla</b>	<b>Definido</b>	<b>Medidas busto (cm)</b>	<b>Medida cintura (cm)</b>
Sacos para damas	36	S	105-110	42
	38	M	112-118	44
	40	L	116-128	46
	42	XL	125-135	48
<b>Descripción</b>	<b>Talla</b>	<b>Definido</b>	<b>Medidas pecho (cm)</b>	<b>Medida largo (cm)</b>
Sacos para caballeros	36	S	50	63
	38	M	52	65
	40	L	54	67
	42	XL	56	69

**FUENTE:** Estudio de mercado

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**3.1.2 Modelos de los sacos de alpaca y algodón**

Los sacos de alpaca y algodón se presentarán en varios colores y diseños para hombres y mujeres en diferentes tallas para satisfacer las expectativas de los clientes. Para las edades de 18 años en adelante, para un estrato económico medio y alto

Los sacos para damas se confeccionarán en colores naturales y colores vivos, los modelos varían de acuerdo a los gustos y preferencias por esta razón se elaboran sacos con botones los cuales serán abrigados y confortables ideal para temporadas de frías. Y también los sacos con cierre y con capucha con diseños que estén relacionadas con la cultura.

De la misma forma los sacos para los caballeros se elaboraran en colores naturales y en colores vivos, el diseño puede variar de acuerdo al gusto y preferencia de los mismos, debido a esto se elaboraran los sacos con capucha, en cuello redondo, cuello en v, con botones y con cierres.

- Modelos para damas

*Gráfico No. 11*

*Modelos para damas*



con botones

Abrigado y cómodo, diseño femenino.



con botones

Versátil y femenina para temporadas de invierno



con cierre

con adornos de flores



CON CAPUCHA

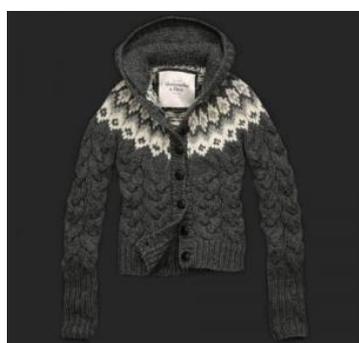
Con capucha y diseño a rayas para épocas frías.

**FUENTE:** Estudio de mercado  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

- Modelos para caballeros

**Gráfico No. 12**

**Modelos para caballeros**



CON CAPUCHA

Casual y moderno, ligera y muy abrigada



CUELLO REDONDO



CUELLO REDONDO

Diseño elegante



CUELLO EN V

Diseño casual y juvenil, perfecto para épocas frías.

### **3.2 Bienes sustitutos**

Los bienes sustitutos son los productos que se encuentran en el mercado como los sacos, las chompas, abrigos, chaquetas entre otros los cuales pueden encontrar en diferentes materiales como lana, acrílico, cuero, térmicas entre otras.

Los productos sustitutos son una amenaza para el desarrollo del proyecto debido a que los precios son más económicas, lo cual puede ocasionar que los clientes den preferencia a los mismos. Por esta razón es importante que la microempresa incremente un valor agregado a los sacos de alpaca y algodón garantizando la calidad a través de evaluaciones de calidad en los laboratorios que ofrece el centro de fomento productivo de acuerdo a las normas nacionales e internacionales. Lo cual permitirá ser más competitivo en el mercado y estos valores significativos podrán resaltar más en el producto y así ganar la lealtad de los clientes.

### **3.3 Objetivos del estudio de mercado**

#### **3.3.1 Objetivo general**

Realizar un estudio de mercado para conocer la oferta, la demanda, el precio, la demanda potencial a satisfacer y el nivel de aceptación de los sacos de alpaca y algodón.

#### **3.3.2 Objetivos específicos**

- Identificar la demanda potencial de sacos de alpaca y algodón en la ciudad de Atuntaqui.
- Analizar la oferta de los sacos de alpaca y algodón existentes en la ciudad de Atuntaqui.
- Definir las estrategias de comercialización de los sacos de alpaca y algodón en Atuntaqui.
- Determinar las características del producto sustituto que se oferta dentro del mercado

### 3.4 Matriz de estudio de mercado

**Tabla No. 7**

**Matriz de estudio de mercado**

<b>Objetivos específicos</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuente</b>	<b>Técnica</b>	<b>Población a investigar</b>
Identificar la demanda potencial de sacos de alpaca y algodón en la ciudad de Atuntaqui.	Demanda	Material del producto	Primaria	Encuesta	PEA Antonio Ante y Turistas.
		Lugar de compra	Primaria	Encuesta	PEA Antonio Ante y Turistas.
		Frecuencia de compra	Primaria	Encuesta	PEA Antonio Ante y Turistas.
		Cantidad demandada	Primaria	Encuesta	PEA Antonio Ante y Turistas.
		Precio	Primaria	Encuesta	PEA Antonio Ante y Turistas.
		Gustos y preferencias	Primaria	Encuesta	PEA Antonio Ante y Turistas.
		Aceptación del producto	Primaria	Encuesta	PEA Antonio Ante y Turistas.
		Medios de publicidad	Primaria	Encuesta	PEA Antonio Ante y Turistas.
Analizar la oferta de los sacos de alpaca y algodón existentes en la ciudad de Atuntaqui.	Oferta	Materia prima	Primaria	Encuesta y entrevista	Empresas de tejeduría del cantón Antonio Ante.
		Volumen de producción	Primaria	Encuesta y entrevista	Empresas de tejeduría del cantón Antonio Ante.
		Proveedores	Primaria	Entrevista	Taller de sacos Finatex.
		Precio	Primaria	Encuesta y entrevista	Empresas de tejeduría del cantón Antonio Ante.

**FUENTE:** Objetivos específicos

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnicas	Población a investigar
Definir las estrategias de comercialización de los sacos de alpaca y algodón en Atuntaqui.	Comercialización	Estrategias de marketing	Primaria	Entrevista	Taller de sacos Finatex.
		Canales de distribución	Primaria	Entrevista	Taller de sacos Finatex.
Determinar las características del producto sustituto que se oferta dentro del mercado	Producto	Presentación	Primaria	Observación directa	Almacén protextil. Karman, Carlex y
		Calidad	Primaria	Observación directa	Almacén protextil. Karman, Carlex y
		Modelos	Primaria	Observación directa	Almacén protextil. Karman, Carlex y
		Talla	Primaria	Observación directa	Almacén protextil. Karman, Carlex y
		Precio	Primaria	Observación directa	Almacén protextil. Karman, Carlex y
		Colores	Primaria	Observación directa	Almacén protextil. Karman, Carlex y

**FUENTE:** Objetivos específicos

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

### 3.5 Mecánica operativa

#### 3.5.1 Identificación de la población

Para el desarrollo del presente estudio se tomó las cifras del año 2010 del último censo, para esto se proyectó el número de habitantes para el año 2015, aplicando la tasa de crecimiento que es del 2,5%, luego se sacó la PEA con la tasa del 43,60% de esta cifra se obtuvo la población ocupada del año 2015 aplicando la tasa del 96,97% y se obtiene la proyección en el **(Cuadro No.9 Población ocupada Antonio Ante)** Pág. 53 donde se muestra que son 20.817 habitantes. A esta cifra se sumó el número de turistas que visitan el cantón de forma anual, este dato se muestra en el **(Cuadro No.11 Turistas que visitan el Cantón año 2015)** Pág. 57. Con un total de 120.000 turistas para el año 2015. De esta manera como resultado final es 140.817 personas.

#### 3.5.2 Identificación de la muestra

En vista a que la población a la cual se dirige es extensa, se utilizó la siguiente fórmula, para calcular el tamaño de la muestra en base al número de la población ocupada y los turistas que visitan el cantón.

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

En donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Poblacion total

Z = Nivel de confianza

e = Error muestral

Q = probabilidad

$\delta^2$  = Varianza

Cálculo de la muestra

N = 140.817

Z = 1.96

e = 0.05

Q = probabilidad

$\delta^2$  = 0.25

$$n = \frac{(140.817)(1.96)^2(0.5)^2}{(0.05)^2(140.817 - 1)(1.96)^2(0.5)^2}$$

$$n = \frac{135.240.6468}{17.602.96}$$

n = 383

En base a la información, se aplicó 383 encuestas.

### 3.5.3 Técnicas e instrumentos

Las técnicas que se utilizaron para la recopilación de datos son las fuentes primarias es decir se utilizaron: las encuestas, las entrevistas y las fichas de observación.

### 3.5.4 Información primaria

- **Encuesta**

Las encuestas se aplicaron a la Población Económicamente Activa del cantón Antonio Ante y a los turistas que visitan el cantón.

- **Entrevista**

Se realizó a los Propietarios de las empresas Finatex, Corte Ines, Faby Luna, Punto a Punto y Protexil. Ya que tienen experiencia en la producción y comercialización de sacos en diferentes materiales, la entrevista se hizo a estos productores por sus conocimientos y experiencias por años de trabajo como artesano.

- **Fichas de observación.**

Este trabajo de campo se realizó a los almacenes más reconocidos en Atuntaqui como son: Karman, Carlex y protexil con la finalidad de recopilar información directamente de los productos que manejan.

### **3.5.5 Información secundaria**

En este estudio de mercado también se utilizó la información secundaria, las cuales fueron muy importantes para aplicar las encuestas, porque gracias a esta técnica se determinó la Población Económicamente Activa del cantón y el número de turistas. Estos datos nos proporcionaron el municipio de Antonio Ante y el INEC.

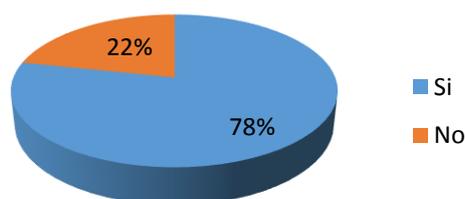
## **3.6 Tabulación y análisis de la información**

### **3.6.1 Encuesta dirigida a la PEA del cantón Antonio Ante y a los turistas.**

A continuación se interpretará en gráficos los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, los mismos que se utilizaron para el análisis del proyecto.

**Pregunta 1** ¿Compra usted sacos?**Indicador:** Adquisición del producto**Cuadro No. 18****Adquisición de los sacos**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	300	78%
No	83	22%
TOTAL	383	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa**Gráfico No. 13****Adquisición de los sacos****FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa**ANÁLISIS:**

De acuerdo a la Población Económicamente Activa y a los visitantes nacionales se pudo determinar que la mayoría de ellos les gusta y compran sacos, hechos en Atuntaqui, mientras que la minoría prefieren comprar camisetas, ropa deportiva, zapatos, edredones, entre otros.

**Pregunta 2** ¿De qué material compra usted los sacos?

**Indicador:** Material del producto

**Cuadro No. 19**

**Materia Prima**

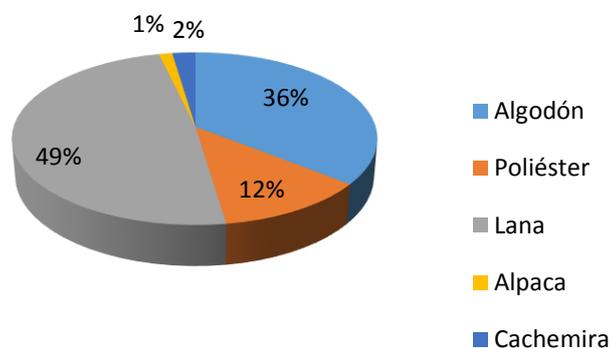
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Algodón	107	36%
Poliéster	36	12%
Lana	146	49%
Alpaca	4	1%
Cachemira	7	2%
Total	300	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 14**

**Materia Prima**



**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**ANÁLISIS:**

Los sacos de mayor demanda son los que están elaborados con lana, porque las personas encuestadas prefieren un saco hecho con fibras naturales, esto es ventajoso para el proyecto porque el material que se va a utilizarse para producir los sacos son fibras naturales que no causan alergia, y son resistentes.

**Pregunta 3** ¿En qué lugar prefiere adquirir los sacos?

**Indicador:** Lugar de compra

**Cuadro No. 20**

**Lugar de compra**

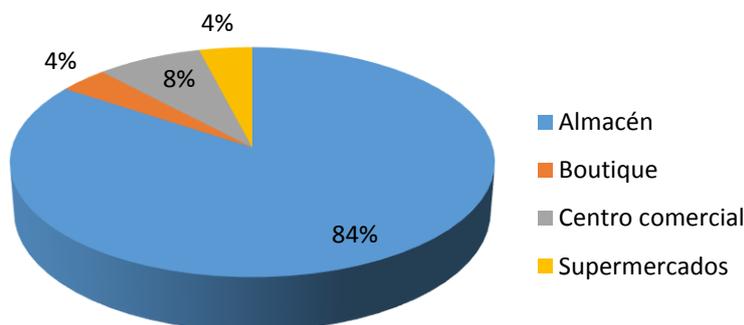
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Almacén	253	84%
Boutique	11	4%
Centro comercial	24	8%
Supermercados	12	4%
Total	300	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 15**

**Lugar de compra**



**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**ANÁLISIS:**

Los posibles clientes potenciales compran los sacos en los almacenes que se encuentran en el centro de la ciudad de Atuntaqui, este dato es importante para buscar un lugar estratégico para la comercialización de los sacos de alpaca y algodón.

**Pregunta 4** ¿Cuál es el almacén de su preferencia?

**Indicador:** Almacenes de preferencia

**Cuadro No. 21**

**Almacenes de mayor compra**

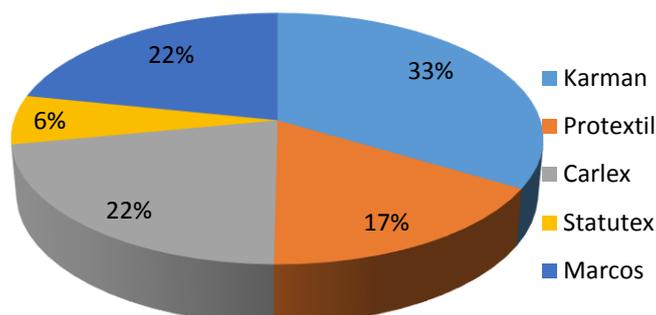
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Karman	85	34%
Protexsil	42	17%
Carlex	55	22%
Statutex	16	6%
Marcos	55	22%
Total	253	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 16**

**Almacenes de mayor compra**



**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**ANÁLISIS:**

Los clientes potenciales manifestaron que los almacenes de sus preferencias son: Karman porque en este almacén encuentran más modelos y colores para las damas, Carlex tiene gran variedad de productos y Protexsil porque consideran que los precios que maneja esta fábrica son más accesibles, con los datos obtenidos podemos ver que Karman, Carlex y Protexsil son las más grandes competencias que tiene el proyecto.

**Pregunta 5** ¿Con qué frecuencia compra usted los sacos? y ¿Cuánto adquiere?

**Indicador:** Frecuencia de compra y cantidad demandada

**Cuadro No. 22**

**Frecuencia de compra y cantidad demandada**

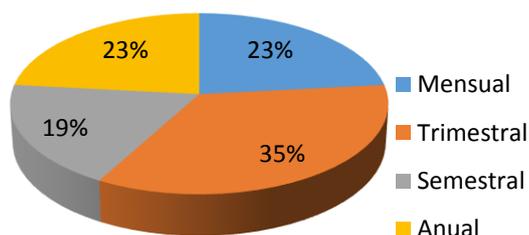
Alternativa	1 Unid.	2 Unid.	Total	Total	PORCENTAJE
Mensual	70	0	23%	0,00%	23%
Trimestral	100	4	33%	1,33%	35%
Semestral	52	4	17%	1,33%	19%
Anual	70	0	23%	0,00%	23%
Total	292	8	97%	3%	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 17**

**Frecuencia de compra**



**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

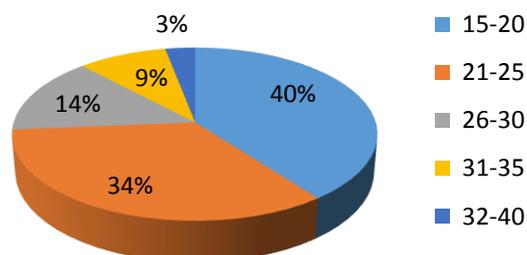
**AÑO:** 2016

**ANÁLISIS:**

La Mayoría de las personas adquieren los sacos en periodos trimestrales, mensuales y anual esta información es indispensable para establecer el nivel de rotación de la mercadería. Además la encuesta realizada indica que la mayoría adquieren un saco mensualmente y trimestralmente, datos importantes para establecer el nivel de producción.

**Pregunta 6** ¿Qué precio paga por un saco?**Indicador:** Precio**Cuadro No. 23****Precio que pagan**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15-20	119	40%
21-25	102	34%
26-30	43	14%
31-35	27	9%
32-40	9	3%
Total	300	100%

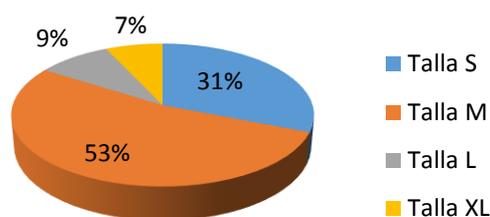
**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa**Gráfico No. 18****Precio que pagan****FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa**AÑO:** 2016**ANÁLISIS:**

De acuerdo a la presente encuesta se pudo determinar que la mayoría de los sacos que compran las personas encuestadas cuestan entre 15 a 20 dólares en los almacenes de Atuntaqui.

Aspecto a tomar en cuenta en la fijación del precio.

**Pregunta 7** ¿Qué talla prefiere?**Indicador:** Gustos y preferencias**Cuadro No. 24****Talla que utilizan**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Talla S	93	31%
Masculino	42	14%
Femenino	51	17%
Talla M	159	53%
Masculino	57	19%
Femenino	102	34%
Talla L	27	9%
Masculino	18	6%
Femenino	9	3%
Talla XL	21	7%
Masculino	15	5%
Femenino	6	2%
Total	300	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa**Gráfico No. 19****Talla que utilizan****FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa**ANÁLISIS:**

En cuanto a la preferencia de tallas la M y S son las más solicitadas por el mercado, este dato es fundamental para confeccionar los sacos en estas tallas porque hay más demanda en estas características, sin olvidar las demás tallas que son solicitadas pero en menor escala.

**Pregunta 8** ¿Al momento de comprar un saco, que es lo primero que toma en cuenta?

**Indicador:** Gustos y preferencias

**Cuadro No. 25**

**Gustos y preferencias**

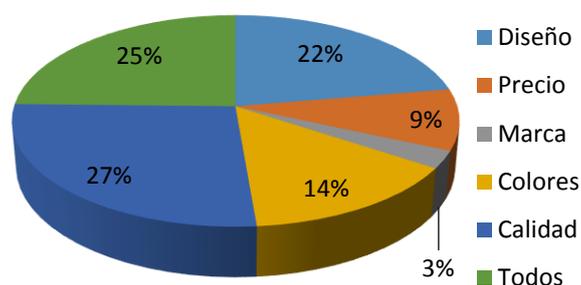
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diseño	67	22%
Precio	28	9%
Marca	8	3%
Colores	43	14%
Calidad	80	27%
Todos	74	25%
Total	300	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 20**

**Gustos y preferencias**



**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas manifiestan que lo más importante de un producto es la calidad, mientras que el resto consideran que el precio, la calidad, los colores, el diseño y la marca son los factores que se toman en cuenta antes de adquirir un producto. Aspectos a tomar en cuenta para el desarrollo de la propuesta.

**Pregunta 9:** ¿Le gustaría que exista una microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos de alpaca y algodón?

**Indicador:** Aceptación del producto

**Cuadro No. 26**

**Aceptación del producto**

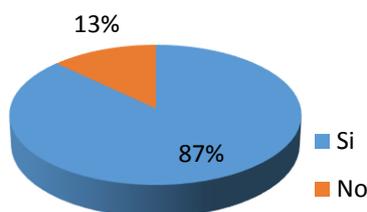
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	338	87%
No	50	13%
Total	388	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 21**

**Aceptación del producto**



**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestada quieren que exista una microempresa de producción y comercialización de sacos de alpaca y algodón visto que, algunos de ellos conocen estas fibras, mientras que los demás han escuchado y consideran que la fibra de alpaca es una de las mejores muy fina, suave, caliente, flexible y resistente.

**Pregunta 10** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un saco de fibra de alpaca y algodón?  
**Indicador:** Precio

**Cuadro No. 27**

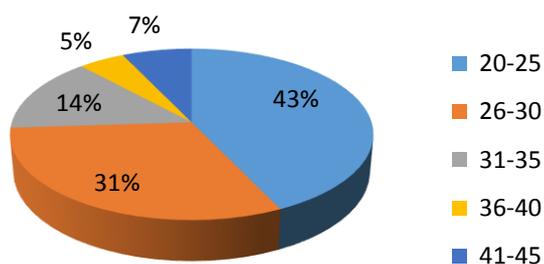
**Precio que están dispuestos a pagar**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
20-25	145	43%
26-30	105	31%
31-35	48	14%
36-40	16	5%
41-45	24	7%
Total	338	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 22**

**Precio que están dispuestos a pagar**



**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

**ANÁLISIS:**

La mayoría de las personas encuestadas están dispuestas a comprar los sacos de alpaca y algodón a un precio entre 20 a 25 dólares, mientras que la minoría de personas manifiestan que pagarían hasta los 30 y 35 dólares por un saco porque consideran una de las fibras más finas y de excelente calidad.

**Pregunta 11** ¿A través de qué medios de información usted quisiera recibir información de los sacos de fibra de alpaca y algodón que ofrecerá esta nueva microempresa?

**Indicador:** Medios de publicidad

**Cuadro No. 28**

**Medios de publicidad**

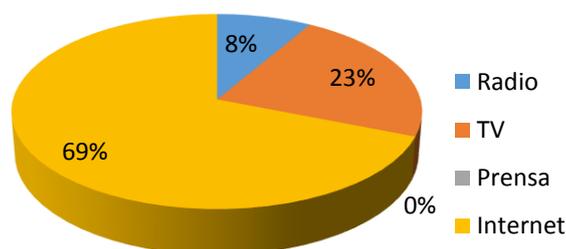
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	34	10%
TV	75	22%
Prensa	0	0%
Internet	229	68%
Total	338	100%

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 23**

**Medios de publicidad**



**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**ANÁLISIS:**

La mayoría de los visitantes nacionales y la PEA del cantón manifiestan que el medio de comunicación más efectiva para conocer las nuevas ofertas de los sacos de alpaca y algodón es el internet que en la actualidad es una herramienta muy fácil y rápida, mientras que la minoría prefiere la televisión y la radio.

- Estructura y segmentación del mercado

*Tabla No. 8*

*Características de los demandantes*

<b>Información General</b>	
<b>Edad</b>	El grupo mayoritario está en una edad entre los 26 y 40 años de edad, lo cual es beneficioso por lo que estas personas se encuentran laborando y reciben ingresos. Lo que significa que esta población puede llegar a ser nuestros clientes potenciales.
<b>Género</b>	La mayoría de los que compran los sacos es la población femenina, este dato es importante para enfocarnos más en modelos para damas, cabe recalcar que el porcentaje de la población masculina es también importante ya que la PEA del cantón Antonio Ante lo constituyen con un mayor porcentaje la población masculina.
<b>Ocupación</b>	Se pudo determinar qué mayoría de la población encuestada se encuentra laborando en el sector privado, mientras que la minoría tiene negocio propio y el resto trabajan en el sector público, este dato es importante para conocer el nivel de ingreso de los clientes potenciales.
<b>Ingresos</b>	Los ingresos de la mayoría de las personas se encuentra en un rango de 500 a 700 dólares, es dato es importante para conocer la capacidad de compra.
<b>Visitantes</b>	La mayoría de los visitantes que llegan al cantón es de la ciudad de Quito, Ambato y Tulcán. Además estas personas nos manifestaron que sus ingresos son superiores a los 800 dólares y que visitan el cantón por lo menos una vez al mes. Y los días feriados visitaban con toda su familia para comprar las prendas de vestir porque en el cantón hay prendas de calidad a menor precio.

**FUENTE:** Encuestas dirigida a la PEA y turistas

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

### **3.6.2 Entrevista dirigida al propietario de la microempresa Finatex**

La finalidad de la entrevista es establecer un contacto directo con un especialista en la producción y comercialización de sacos para obtener información más espontánea y abierta.

**Entrevistado:** Sr. Jairo Lima

**Cargo:** Propietario

**Microempresa:** Finatex

**Dirección:** Calle General Enríquez y Jorge Montalvo.

**Lugar y fecha:** Andrade Marín, 12 de Mayo del 2015 Hora: 10:00

**Teléfono:** 062530487

#### **Materia prima**

##### **¿Qué tipo de materia prima utiliza para la elaboración de los sacos?**

Para la elaboración de nuestros productos utilizamos los siguientes materiales: lana zafiro, orlón, licra, govaira, victoria, bomul, fusión, eclipse, pavia, interfibra. Los más utilizados son la lana y la licra ya que estos materiales rinden más, y además son los preferidos por los clientes por ser de buena calidad.

Y también porque en estos tipos de fibras hay más colores sean naturales o multicolores.

#### **Canales de distribución**

##### **¿Quiénes son sus principales clientes y como los distribuye?**

El producto que se elabora en confecciones Finatex son los sacos para damas de 35 años a 60 años de edad los cuales se elaboran en distintos diseños, colores y en varias tallas. Además es estos últimos meses se han elaborado modelos juveniles con el objetivo de buscar nuevos mercados. Los sacos lo vendemos al por mayor y menor, las ventas al por mayor y menor lo realizamos en la ciudad de Otavalo en la feria de la Copacabana, y también en la ciudad de Ambato y Tulcán.

## **Volumen de ventas**

### **¿Cuál es la cantidad de ventas mensuales de sacos?**

Es de un promedio de 1.000 sacos mensuales, esta cantidad varia en días feriados.

## **Proveedores**

### **¿Dónde adquiere la materia prima?**

En la ciudad de Atuntaqui ya que en la ciudad existen mucha oferta de los materiales que utilizamos para la producción de los sacos, y el lugar donde adquirimos el material se llama Hindutex este lugar es el más adecuado ya que también podemos adquirir los otros materiales como botones, cierres, y agujas.

## **Maquinaria**

### **¿Qué tipo de maquinaria utiliza para la confección de los sacos?**

La maquinaria que utilizamos para la elaboración de los sacos son las maquinas universales 6-43 que son adecuadas para los tejidos con figuras de trenza y para los tejidos llanos se usa las maquinas eléctricas APM y para la elaboración de las vinchas se usa las maquinas manuales, para ensamblar las piezas se utiliza las maquinas overlock, recta y recubridora y para el proceso de planchado usamos la plancha a vapor

## **Precio**

### **¿A qué precios ofertan sus productos actualmente en el mercado?**

Los precios que se manejan son de acuerdo a las tallas y modelos:

Para damas en talla S: 14,50 M: 15,25 L: 15,50 XL: 16

## **Estrategias de marketing**

### **¿Cómo hace conocer sus productos?**

En un producto lo más fundamental es conservar la calidad, brindar comodidad y sobre todo ser creativo para poder brindar un producto que cumpla con las expectativas del cliente, al estar

el cliente satisfecho, es el mismo cliente que se encarga de realizar la publicidad primero con sus familias, amigos y vecinos.

### **Rentabilidad**

#### **¿Esta actividad es rentable?**

La actividad si es rentable ya que nos ha permitido que nuestro taller siga creciendo porque al principio empezamos con una sola máquina manual y en la actualidad la microempresa cuenta con 1 máquinas eléctricas y 2 manuales. Además nos ha permitido ampliar la planta, adquirir nuevas maquinarias y contactar más trabajadores.

#### **¿Considera que la alpaca es una fibra adecuada para elaborar sacos?**

La utilización de la fibra de alpaca para la elaboración del saco si es una buena opción ya que en este sector no elaboran con ese material además introducir una nueva fibra es excelente para ofrecer al cliente un producto con un valor agregado.

**Tabla No. 9****Propietarios empresas de tejeduría**

Información general de los productores de sacos en Antonio Ante.				
Microempresas	Finatex	Faby luna	Corte Inés	Protexil
Indicadores				
Datos Generales	Dirección: Calle General Enríquez y Jorge Montalvo. Teléfono: 062530487 Entrevistado: Jairo Lima. Propietario	Dirección: Calle General Enríquez y Jorge Montalvo. Teléfono: 0986154023 Entrevistado: Fabiola Chiza Propietaria	Dirección: Calle General Enríquez y Jorge Montalvo. Teléfono: 062530487 Entrevistado: Inés Tituaña. Propietaria	Dirección: Carr. Panamericana y 2 de marzo Teléfono: 0981517144 Entrevistado: José Yamberla.Dario Posso Tejedor Protexil Propietario
Materia Prima	Lana zafiro, orlón, licra, govaira.	Lana zafiro, orlón, licra, govaira, victoria, bomul.	Lana zafiro, licra, victoria, bomul, fusión, eclipse, pavia, interfibra.	Zafiro, orlón, licra, govaira, victoria, bomul, fusión, eclipse, pavia, interfibra, quarzo, bucle,catrina.
Maquinaria	Máquinas universales 6-43	Máquinas universales APM	Máquinas industriales	Máquinas computarizadas Universal y APM.
Producción	1000	800	800	1.800
Producto	Sacos para damas	Sacos para damas y caballeros	Sacos para damas y caballeros	Sacos para damas y caballeros
Precio	14-16	15-20	12,5-18	Sacos de lanas: Mujer: \$10,50 a \$15 Hombres:\$12 <sup>a</sup> \$17
Distribución	Al por menor	Al por menor	Al por menor y mayor	Al por menor y mayor

FUENTE: Propietarios empresas de tejeduría

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

### 3.6.3 Encuesta aplicada a los productores de sacos en la ciudad de Atuntaqui

- **Identificación de la población**

Para el desarrollo de la presente encuesta se tomó el número de las empresas de tejeduría del Cantón Antonio Ante del año 2015 que según la FIAPAA y el municipio de Antonio Ante existen 50 empresas de tejeduría. (**Ver Anexo No.1**) Pág. 256-257 En vista a que la población a la cual se dirige es menor a 100 se aplica un censo.

- **Tabulación y análisis de la información.**

**Pregunta 1** ¿Qué tipo de materia prima utiliza para la elaboración de los sacos?

**Indicador:** Materia prima

**Cuadro No. 29**

**Materia prima**

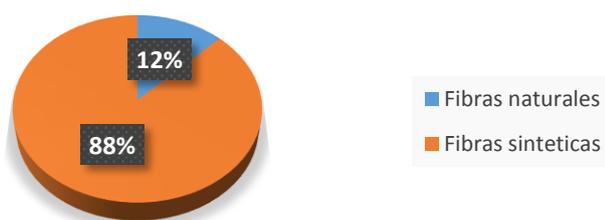
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Fibras naturales	5	12%
Fibras sintéticas	35	88%
Total	40	100%

**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 24**

**Materia prima**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**Análisis:**

La mayoría de los productores elaboran los sacos en fibras sintéticas por el rendimiento debido a que la producción en este material rinde más que las otras fibras y por el precio de las fibras sintéticas porque el precio es más económico. Por esta razón la mayoría de los productores prefieren las fibras sintéticas.

**Pregunta 2:** ¿Qué cantidad de sacos produce mensualmente?

**Indicador:** cantidad producida

**Cuadro No. 30**

**Cantidad de producción**

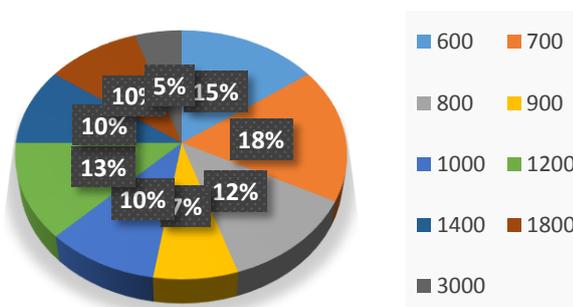
Variable	Frecuencia	Porcentaje
600	6	15%
700	7	18%
800	5	13%
900	3	8%
1000	4	10%
1200	5	13%
1400	4	10%
1800	4	10%
3000	2	5%
Total	40	100%

**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Gráfico No. 25**

**Cantidad de producción**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**Análisis:**

La mayoría de los fabricantes de sacos producen alrededor de 600 a 800 sacos al mes. Para determinar la producción de los sacos mensuales se sacó el promedio de la producción de los productores encuestados, de esta manera el promedio de producción es de 1.100 sacos al mes.

**Pregunta 3:** ¿Para qué genero produce los sacos?

**Indicador:** Producto de mayor preferencia

**Cuadro No. 31**

**Producto de mayor preferencia**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	15	38%
Masculino-femenino	25	63%
Total	40	100%

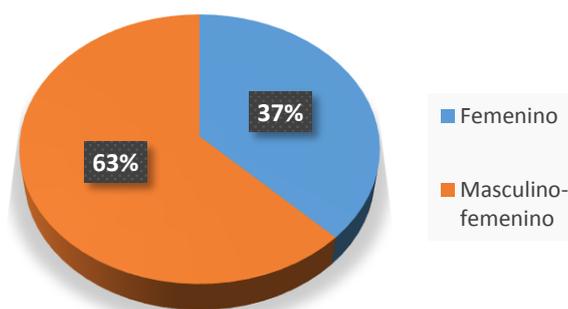
**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**Gráfico No. 26**

**Producto de mayor preferencia**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**Análisis:**

La mayoría de los productores confeccionan los sacos para damas y caballeros, mientras que una minoría únicamente confecciona los sacos para las damas. En Atuntaqui la mayoría de la población es femenina por tal motivo se debe enfocarse más en los modelos para damas sin descuidar los modelos para los caballeros.

**Pregunta 4:** ¿A qué precio vende los sacos?

**Indicador:** Precio

**Cuadro No. 32**

**Precios**

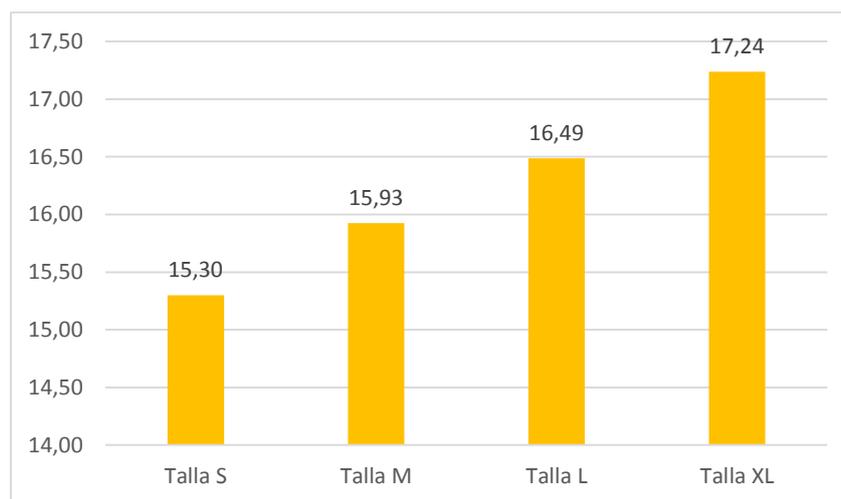
<b>Variable</b>	<b>Promedio</b>
Talla S	15,30
Talla M	15,93
Talla L	16,49
Talla XL	17,24

**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**Gráfico No. 27 Precios**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2015

**Análisis:**

Los 40 productores de sacos, dieron a conocer los precios por tallas que manejan en el mercado, para tener una visión global se sacó un promedio de los precios por tallas de los cuales se determinó lo siguiente: talla S: 15,30 talla M: 15,93 talla L: 16,49 y la talla XL: 17,24

**Pregunta 5:** ¿Cuáles son los datos históricos de producción de los años?

**Indicador:** Datos históricos en volumen de producción.

**Cuadro No. 33**

**Datos históricos en volumen de producción.**

<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>
2010	7.992	15.972	7.980	6.852	7.980	7.980	34.236
2011	8.072	16.132	8.060	6.921	8.060	8.060	34.578
2012	8.153	16.295	8.141	6.990	8.141	8.141	34.928
2013	8.236	16.460	8.224	7.061	8.224	8.224	35.281
2014	8.319	16.626	8.307	7.133	8.307	8.307	35.638
2015	8.400	16.799	8.400	7.200	8.400	8.400	36.000
<b>Año</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>Pr.</b>
2.010	20.544	10.272	13.692	11.412	9.132	9.132	12.552
2.011	20.749	10.375	13.829	11.526	9.223	9.223	12.678
2.012	20.959	10.480	13.969	11.643	9.316	9.316	12.806
2.013	21.171	10.586	14.110	11.760	9.411	9.411	12.935
2.014	21.386	10.693	14.253	11.879	9.506	9.506	13.066
2.015	21.600	10.800	14.401	12.000	9.600	9.600	13.200

**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

### **Análisis:**

Para conocer los datos históricos de la producción de los sacos, se contó con la participación de 13 empresas de tejeduría quienes nos brindaron los datos históricos de la producción que han tenido en los últimos 5 años, no se tiene los datos de producción de las demás empresas de tejeduría, debido a que, no cuentan con estos datos o simplemente algunas de ellas son nuevas en el mercado.

Las 13 empresas que colaboraron con la investigación son productores y comercializadores que se encuentran en el mercado por más de 5 años como la fábrica Protexil, Karmam, Chalex, Creaciones Gortex entre otras fábricas. En la siguiente tabla se muestra las 13 empresas que nos brindaron los datos históricos y la ubicación de la misma.

**Tabla No. 10****Empresas de tejeduría**

<b>Nro.</b>	<b>Empresas</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
1	Creaciones Gortex	2 de marzo 9-59 y Juan Montalvo	906-400
3	Tejidos Markos	Av. Rocafuerte 17-83 y panamericana norte	907-321
4	Statutex	Rio Amazonas y Pérez Muñoz	976-754
5	Karlitex	Rio Amazonas y Bolívar	0986754321
6	Confecciones Anabel	Rio Amazonas	0987843256
7	Karman	Rio Amazonas 12-01 y Sucre	907-592
8	Protexsil	Carr. Panamericana y 2 de marzo	0987687965
9	Tesutti	Calle Bolívar	0987112323
10	Rossy	Av. Salinas	0987612345
11	Finatex	Calle General Enríquez y Jorge Montalvo	530-487
12	Faby luna	Calle General Enríquez y Jorge Montalvo	0986154023
13	Corte Inés	Calle General Enríquez y Jorge Montalvo	530-487

**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

### **3.6.4 Observación**

Para identificar a la competencia se realizó una visita el 23 de mayo del 2015 a 3 almacenes más reconocidas de la ciudad que son Karman, Protexsil y Carlex en la cual se pudo conocer el material que utilizan para la elaboración de los sacos, las tallas, los modelos, los diseños, y los colores.

En esta visita se pudo observar que Karman tiene más modelos para damas, en Protexsil tiene una variedad de productos como sacos, bufandas, gorras y guantes además es reconocido por los precios accesibles que maneja esta fábrica y en Carlex los productos que ofrecen son de excelente calidad además se pudo evaluar el diseño de sus productos, los acabados, colores, materiales y las tallas.

**Tabla No. 11****Almacén Karmam**

Nombre del Negocio	Tamaño	Dirección
Karmam	Grande	Calle: Rio Amazonas y Sucre
Atributos		
Presentación y calidad	Los productos de KARMAM soy excelentes ya que a más de sacos venden accesorios como bufandas, gorras y guantes en lana, cachemira y otras fibras.	
Modelos y tallas	Hay en gran variedad de modelos para hombres y mujeres en todas las tallas. Karman tiene más modelos para damas.	
Precio	Los precios son muy buenos ya que los sacos para damas están entre los 15 y 20 dólares mientras que los sacos de hombres están desde los 18 y 25 dólares.	
Colores	Excelente, porque se pueden encontrar en todos los colores sean naturales, de colores, los colores combinados son muy buenos.	

**FUENTE:** Ficha de observación.

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Tabla No. 12****Almacén Carlex**

Nombre del Negocio	Tamaño	Dirección
Carlex	Mediana	Calle: General Enríquez y Bolívar
Atributos		
Presentación y calidad	La presentación y la calidad de los sacos con excelentes los sacos son elaboradas con lana, algodón, fibras sintéticas y cachemira.	
Modelos y tallas	Hay en varios modelos y en todas las tallas, hay más modelos para hombres.	
Precio	Los precios de los sacos son buenos de hombres están desde los 15 a 20 dólares y para mujeres de 15 a 25 dólares.	
Colores	Muy buenos, hay en todos los colores de hombres y mujeres.	

**FUENTE:** Ficha de observación.

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Tabla No. 13****Almacén Protexil**

Nombre del Negocio	Tamaño	Dirección
Protexil	Pequeña	Calle: Río Amazonas y entre Bolívar y José María Pérez Muñoz.
<b>Atributos</b>		
Presentación y calidad	Los sacos que se vende en Protexil son de muy buena calidad están hechos de lana y fibras sintéticas.	
Modelos y tallas	Los modelos que se vende en el almacén hay tanto para hombres y mujeres las cuales hay con botones, cierres en cuello en V, cuello alto, cuello redondo.	
Precio	Los precios de los sacos son muy buenos, de lana para damas hay desde los \$ 10,50 a 15 dólares, los sacos de hombres oscilan desde los \$12 hasta los 16 dólares.	
Colores	Muy buenos existen en colores naturales y múltiples colores.	

**FUENTE:** Ficha de observación.

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

### 3.7 Análisis de la oferta

No existe una microempresa que se dedique a la producción y comercialización de sacos de alpaca y algodón, pero existen empresas y microempresas que se dedican a la producción y comercialización de sacos en fibras sintéticas, las mismas que se encuentran distribuidas tanto en las parroquias urbanas como en las rurales. Entonces, la oferta la constituyen todos aquellos productores que producen y comercializan sacos sea en fibras naturales o sintéticas. Según el Municipio de Antonio Ante y la Federación de Instituciones Artesanales Profesionales de Antonio Ante FIAPAA en el cantón existen 40 empresas las cuales están conformadas por micros, pequeñas y medianas empresas que se dedican a la rama artesanal de tejeduría, es decir al tejido en lana y otros materiales. **(Ver en el Cuadro No.14.Actividades manufactureras del Cantón Antonio Ante).** Pág. 59.

Para proyectar el número de empresas de tejeduría se utilizó la tasa del PIB de la industria manufacturera ya que no se cuenta con un registro histórico de las empresas de

tejeduría del cantón Antonio Ante, y según el Banco Central del Ecuador es del 3,8% para el año 2015.

Según los propietarios de las empresas de tejeduría el promedio de producción de sacos es de 1.100 sacos al mes, dando un total de 13.200 unidades al año.

De los datos históricos que se obtuvo de las encuestas aplicadas a los propietarios de las empresas de tejeduría se sacó el promedio de producción y la tasa de crecimiento, para las proyecciones se utilizó la siguiente formula:

$$T = (cn/co) - 1$$

Donde:

Cn=datos actuales

Co=datos proyectados

1=constante.

T= tasa de crecimiento

#### ***Cuadro No. 34***

##### ***Promedio de los datos históricos***

<b>Año</b>	<b>Promedio de producción datos históricos</b>	<b>Tasa de crecimiento promedio <math>T=(cn/co)-1</math></b>
2.010	12.552	
2.011	12.678	0,99%
2.012	12.806	1,00%
2.013	12.935	1,00%
2.014	13.066	1,00%
2.015	13.200	1,01%

**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

El promedio de la tasa de crecimiento de la producción de sacos es del 1%. La oferta total para los próximos 5 años se la realiza multiplicando la producción anual proyectada por el número de empresas de tejedurías proyectadas.

En el siguiente cuadro podemos apreciar que el número de empresas de tejeduría crece de la misma forma crece la producción, en ambas situaciones hay un crecimiento lo que significa que si existe una demanda potencial de estos productos.

**Cuadro No. 35**

***Oferta proyectados en sacos***

<b>Años</b>	<b>Empresas de tejeduría</b>	<b>Producción proyectada</b>	<b>Oferta Total</b>
2.016	42	13.332	553.545
2.017	43	13.466	580.354
2.018	45	13.601	608.447
2.019	46	13.737	637.883
2.020	48	13.875	668.775

**FUENTE:** Encuesta aplicada a las empresas de tejeduría

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**3.8 Análisis de la demanda**

Con el análisis de la demanda se busca determinar la cantidad de sacos de alpaca y algodón que requiere el mercado, para obtener estos datos se recopiló información en las encuestas que fueron dirigidas a la población ocupada del cantón Antonio Ante y a los turistas que visitan el cantón. Según el último censo del año 2010 del cantón Antonio Ante la población es de 45.184 habitantes, y para el año 2015 la población es de 49.237 habitantes que crece a una tasa del 2.5% de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC y para el proyecto se tomó la población ocupada que la conforman el 96,97% de la PEA. Antonio Ante es un lugar turístico y según el municipio de Antonio Ante el número de turistas crece en un 5%.

**Cuadro No. 36****Demanda**

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>Crecimiento poblacional</b>	<b>PEA</b>	<b>Tasa de la PEA</b>	<b>Población Ocupada</b>	<b>Tasa Bruta de ocupación</b>
2016	50.468	2,50%	22.004	43,60%	21.337	96,97%
2017	51.729		22.554		21.871	
2018	53.022		23.118		22.417	
2019	54.348		23.696		22.978	
2020	55.707		24.288		23.552	

**FUENTE:** Municipio de Antonio Ante, INEC

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Cuadro No. 37****Turistas**

<b>Año</b>	<b>visitantes</b>	<b>Tasa de crecimiento</b>
2016	126.000	5%
2017	132.300	
2018	138.915	
2019	145.861	
2020	153.154	

**FUENTE:** Municipio de Antonio Ante, INEC

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

De la PEA estimada y de los turistas del año 2015 se toma como referencia el 87% de la demanda actual que se establece de acuerdo a la pregunta No. 9 de la encuesta, conforme muestran el (**Cuadro No. 26 Aceptación del producto**) Pág. 128, que corresponde a las personas con tendencia a adquirir los sacos.

**Proyección de la demanda**

Para realizar la proyección de la demanda se utilizó el método de crecimiento exponencial, para este cálculo se utilizó el crecimiento poblacional que es el 2,5% según el INEC y el 5% en turistas según el Municipio de Antonio Ante. La proyección se realiza para los 5 años de la vida útil del proyecto. Para esto se aplica la siguiente fórmula:

$$Pp. = Pb(1 + i)^n$$

En donde:

Pp.= Población Futura

Pb = Población Inicial

i = tasa de crecimiento anual

n = año proyectado

**Cuadro No. 38**

**Proyección de la demanda**

<b>Año</b>	<b>Población ocupada</b>	<b>Turistas</b>	<b>Población total</b>
2016	18.563	109.620	128.183
2017	19.027	115.101	134.128
2018	19.503	120.856	140.359
2019	19.991	126.899	146.889
2020	20.490	133.244	153.734

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

Para el año 2016 se determina que la población proyectada tanto de la PEA y de los turistas que llegan al Cantón es de 128.183 personas, para obtener el volumen de compra anual es necesario determinar la cantidad total de compra mensual, trimestral, semestral y anual, para esto multiplicamos por los datos del **(Cuadro No. 22 Frecuencia de compra y cantidad demandad)**. Pág. 124.

**Cuadro No. 39****Proyección volumen de compra de sacos año 2016**

<b>Población 2016</b>	<b>Cant. demandada</b>	<b>fc1</b>	<b>fc2</b>	<b>cd1</b>	<b>cd2</b>	<b>total</b>	
<b>128.183</b>							
Frecuencia de compra	1	2					
Mensual	23%		29.482	-	12	-	353.786
Trimestral	33%	1,33%	42.300	1705	4	8	182.841
Semestral	17%	1,33%	21.791	1705	2	4	50.402
Anual	23%		29.482	-	1	-	29.482
Total	97%	3,66%	124.338	3410			616.510

FUENTE: PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

De esta manera se realiza el cálculo por cada año, entonces el consumo estimado de los sacos de alpaca y algodón para los 5 años son los siguientes:

**Cuadro No. 40****Demanda proyectada en sacos**

<b>Año</b>	<b>Demanda total</b>
2016	616.510
2017	645.104
2018	675.071
2019	706.480
2020	739.400

FUENTE: PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

**3.9 Análisis de precio**

Para el análisis y determinación de precios de los sacos se ha tomado como base la información recopilada en la entrevista como en las encuestas realizadas en la **(Pregunta No. 10 y No. 6)** Pág.129 y 139. Los precios que manejan la competencia, los costos de producción y el porcentaje de la inflación anual que es el 4, 32% anual según el Banco Central del Ecuador.

De los datos que brindaron la competencia se sacó el precio promedio de cada talla y se proyectaron utilizando la tasa de inflación.

**Cuadro No. 41****Precios de los sacos en el mercado**

Sacos de mujer			
Talla	Medidas busto	Medida de cintura	Precio
S	105-110	42	15,3
M	112-118	44	15,95
L	116-128	46	16,49
XI	125-135	48	17,24
Sacos de hombre			
Talla	Medidas de pecho	Medida largo	Precio
S	50	63	15,3
M	52	65	15,95
L	54	67	16,49
XL	56	69	17,24

FUENTE: Encuesta y entrevista

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

Para la proyección de los precios se consideró el porcentaje de la inflación del mes de abril del 2015 que es el 4, 32% anual según el Banco Central del Ecuador.

**Cuadro No. 42****Precios proyectados**

Año	Sacos de mujer				Sacos de hombre			
	S	M	L	XL	S	M	L	XL
2016	15,96	16,64	17,20	17,98	15,96	16,64	17,20	17,98
2017	16,65	17,36	17,95	18,76	16,65	17,36	17,95	18,76
2018	17,37	18,11	18,72	19,57	17,37	18,11	18,72	19,57
2019	18,12	18,89	19,53	20,42	18,12	18,89	19,53	20,42
2020	18,90	19,71	20,37	21,30	18,90	19,71	20,37	21,30

FUENTE: Encuesta y entrevista

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

**3.10 Balance oferta – demanda**

Analizando la oferta y la demanda proyectada se tiene como una demanda potencial lo que significa que hay una buena oportunidad para ofrecer el saco de alpaca y algodón.

**Cuadro No. 43****Balance**

<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda potencial</b>
616.510	553.545	62.965
645.104	580.354	64.750
675.071	608.447	66.624
706.480	637.883	68.597
739.400	668.775	70.625

**FUENTE:** PEA del cantón Antonio Ante y visitantes nacionales  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**3.11 Mercado meta**

El mercado potencial al cual están dirigido los sacos de alpaca y algodón es para la población ocupada del cantón Antonio Ante, y para los turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón.

El saco de alpaca y algodón son para hombres y mujeres que son parte de la población ocupados, de las edades comprendidas entre los 18 años a los 65 años de edad quienes son parte de la PEA y que se encuentra insertados en el mercado laboral, quienes perciben remuneraciones, este producto está dirigido a personas de estratos económicos medio y alto.

Uno de los aspectos que es fundamental para la fijación de precios es el nivel de ingresos que tiene la población, ya que el precio de los sacos de alpaca y algodón oscila entre 20 a 30 dólares que se analizarán tomando en cuenta los costos de producción y los precios que están manejando la competencia.

### **3.12 Estrategias de marketing**

#### **3.12.1 Sistemas de comercialización**

El sistema de comercialización de la microempresa será de manera directa es decir del productor al consumidor sin la necesidad de intermediarios, con la intención de que los precios sean accesibles para los clientes, siempre conservando la calidad de los productos.

#### **3.12.2 Marketing directo**

La microempresa contará con una base de datos que contenga información muy detallada de cada cliente con el propósito de informar nuevas ofertas, un anuncio entre otros. Para esto se pedirá los correos electrónicos que nos permitirá llegar de una manera selectiva y personalizada al mercado meta para que sea lo suficientemente efectivo se mantendrá una base de datos actualizados de esta manera, se podrá cultivar relaciones duraderos con ellos.

Como la mayoría de las personas se inclinan más por el internet como un medio de comunicación se diseñará un catálogo electrónico que permitirá al potencial cliente estar en contacto inmediato es decir cuando el cliente potencial está viendo los sacos que ofrece la microempresa, podrá contactarse inmediatamente con solo hacer un clic. El cliente potencial podrá ingresar al producto que desee y conocer e informarse con más detalle de todas las características. Esta herramienta también nos permite actualizar o modificar de manera muy simple y que cualquier persona en cualquier lugar del mundo conozca a la microempresa y los productos que ofrece.

### **3.12.3 Estrategias de precios**

Para establecer el precio se ha realizado en base a los precios que manejan la competencia la misma que trabaja dependiendo de las tallas de los sacos y de los materiales que utiliza para su confección.

### **3.12.4 Estrategias de posicionamiento**

Para que un producto sea reconocido en el mercado la moda es fundamental porque, incluye desde el diseño hasta la fabricación, es decir la selección de la fibra, los botones, las tendencias, los empleados que van a trabajar en la empresa, la negociación de precios, la promoción, participación en las ferias porque mediante ellas se puede hacer conocer el producto y abrir nuevos mercados.

La innovación es fundamental porque nos permite mejorar un producto existente para satisfacer las necesidades y cumplir con los deseos de los clientes.

Otro factor importante es la investigación sobre el mercado al que uno se dirige es decir es fundamental conocer al cliente para poder ofrecer lo que quiere el cliente, diferenciándose de la competencia. Para garantizar un negocio se debe crear propuestas comerciales innovadoras con productos de calidad, para tener presencia en el mercado ya existente.

## **3.13 Presentación del producto**

### **3.13.1 Logotipo**

El logotipo se establece en función de la psicología del color así como también se establece un diseño que identifique a simple vista a que es lo que se dedica la microempresa todo esto para mayor identificación y posicionamiento en el mercado.

**Gráfico No. 28 Logotipo**

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

Los colores que se tomaron en cuenta son:

Naranja: representa la delicadeza, elegancia e innovación.

Amarillo: optimismo y creatividad.

Dorado: cumplir con los objetivos y la necesidad de ser reconocido.

Café: acogedor, estabilidad, confort, y cálido.

El nombre tiene por significado:

YUYA: palabra kichwa, innovación, nuevas ideas.

TEX: industria textil, manufacturera.

La frase persuasiva con la cual captaremos es:

*No te preocupes del frio, baby alpaca te abrigará*

Con esta frase se relaciona el producto que ofrecemos ya que alpaca es sinónimo de abrigarse y mantenerse cálido.

### 3.14 Conclusiones de estudio de mercado

Con las encuestas aplicadas se pudo determinar que en el cantón Antonio Ante si existe una buena demanda de los sacos, la confección de sacos elaborados con fibra de alpaca y algodón son productos que tienen una gran aceptación dentro del país y en otros países, por su calidad, flexibilidad, resistencia, innovación y durabilidad.

Y como se mencionó anteriormente en el cantón no existe una empresa productora y comercializadora de sacos con la fibra de alpaca, cabe destacar que la fábrica Protexil hace aproximadamente 2 meses está elaborando los sacos en esta fibra, para determinar si este producto tiene buena acogida y esto es importante para poder ofrecer al cliente un nuevo producto con un valor agregado. También cabe destacar que existen muchos productos sustitutos como los sacos de lana, poliéster, algodón y en otros materiales, en el cantón la competencia ha ido creciendo por lo que es importante utilizar estrategias de marketing para introducir al mercado un producto de calidad con los mejores diseños y a precios accesibles para satisfacer las expectativas de los clientes. De esta manera poder posicionarse en el mercado y adsorber no solo la mayor parte de la demanda sino también aquella que no consume o no conoce este tipo de producto. El objetivo es demostrar a los clientes potenciales que la fibra de alpaca es una de las fibras naturales más finas del mundo hipoalergénica ya que la gran mayoría desconocen de este material.

Mediante la entrevista realizada a los propietarios de la microempresas Finatex, Corte Ines, Faby Luna, Punto a Punto se determinó que ellos venden alrededor de 400 unidades al mes a un precio entre 15 a 20 dólares además supo manifestar que en los días feriados ellos no pueden cubrir el total de la demanda debido a que su capacidad instalada no les permite.

Los precios a pesar que sean un poco alto comparado con los precios de la competencia, se verá compensado por la calidad del producto debido a que, esta fibra se caracteriza por ser resistente, durable y se mantiene en el tiempo.

Por la investigación realizada se pudo determinar que existe un mercado potencial a satisfacer, porque Antonio Ante tiene un índice que crecimiento poblacional de 2,5 y cuenta con una tasa de crecimiento del 5% con relación a los turistas que visitan el cantón, lo que es favorable para el proyecto, porque de esta manera también puede contribuir al desarrollo económico y social del cantón Antonio Ante.

Al futuro también se buscará otros mercados en las ciudades cercanas como Otavalo ya que ese lugar es una ciudad turística visitada por muchos turistas de distintos países, los productos de Yuyatex Alpaca son elaborados con materiales naturales como alpaca y algodón, los turistas aprecian productos elaborados con materiales naturales, Yuyatex se enfocará en elaborar productos con diseños a preservar la cultura.

## CAPÍTULO IV

### 4 ESTUDIO TÉCNICO

#### Presentación

El estudio técnico es fundamental para determinar el tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización, ingeniería del proceso productivo e inversiones fijas y variables que se requiere para el funcionamiento del proyecto.

#### 4.1 Tamaño del proyecto

Para identificar el tamaño del proyecto de la unidad productiva se ha tomado en cuenta los siguientes factores.

##### 4.1.1 Tamaño del mercado

La demanda de los sacos de alpaca y algodón en la ciudad de Atuntaqui es viable porque existe una alta demanda potencial además, el cantón cuenta con un alto índice de crecimiento de la población y de los turistas. De la demanda potencial se cubrirá un bajo porcentaje del 9 % para los dos primeros años, el 13% en el tercer año, el 14% el cuarto año y el 15% para el quinto año, estos porcentajes se debe a que como es una microempresa se debe tomar en cuenta la inversión y como aún no es reconocida solo se cubrirá un pequeño porcentaje y de acuerdo al pasar el tiempo irá aumentando poco a poco. La demanda a cubrir se puede observar en el siguiente cuadro.

**Cuadro No. 44*****Demanda a cubrir***

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda potencial</b>	<b>Demanda a cubrir</b>
2.016	616.510	553.545	62.965	5.817
2.017	645.104	580.354	64.750	5.820
2.018	675.071	608.447	66.624	8.638
2.019	706.480	637.883	68.597	9.913
2.020	739.400	668.775	70.625	10.543

**FUENTE:** Estudio de mercado

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

La demanda a cubrir por la microempresa de detalla a continuación en las tallas que se va a elaborar y para el género.

**Cuadro No. 45*****Demanda a cubrir***

<b>AÑO</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Talla S	1.803	1.804	2.678	3.073	3.268
Masculino	814	815	1.209	1.388	1.476
Femenino	989	989	1.468	1.685	1.792
Talla M	3.083	3.084	4.578	5.254	5.588
Masculino	1.105	1.106	1.641	1.883	2.003
Femenino	1.978	1.979	2.937	3.370	3.585
Talla L	523	524	777	892	949
Masculino	349	349	518	595	633
Femenino	174	175	259	297	316
Talla XL	408	408	605	694	738
Masculino	292	292	432	496	527
Femenino	116	116	173	198	211
Total	5.817	5.820	8.638	9.913	10.543

**FUENTE:** Estudio de mercado

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**4.1.2 Materia prima e insumos**

La fibra de alpaca y algodón se puede adquirir en grandes cantidades ya que existen proveedores de estos materiales como se muestran en la (**Tabla No. 3. Proveedores de la fibra de alpaca y algodón para el Ecuador**), Pág. 68. Estos distribuidores se encuentran en

las ciudades cercanas en donde se va a encontrar instalada la planta además el proveedor puede hacer entrega del material en la propia microempresa. Y con referente a los insumos se pueden encontrar en la ciudad de Atuntaqui debido a que, existen algunos almacenes que venden estos insumos, los cuales se pueden observar en la **(Tabla No.4 Proveedores insumos)**.Pág. 69.

#### **4.1.3 Tecnología y equipos**

Para este proyecto, se trabajará con la máquina eléctrica e industriales, los cuales se pueden observar en la **(Tabla No.5 Proveedores de maquinarias)**. Pág. 70 Estas maquinarias con indispensables para garantizar la productividad y la calidad de los productos.

La microempresa trabajará con una máquina industrial marca SHINE STAR modelo 52D de galga 5 que es especializada para los tejidos con fibra gruesa. Las mismas que trabajarán 4 obreros, las 8 horas diarias y 5 días a la semana, esta máquina tiene una capacidad de producción de 60 sacos diarios, cabe recalcar que cuando se presente una gran cantidad demandada se trabajará horas extras y extraordinarias para cumplir con la demanda.

La tecnología y equipos son importantes debido a que influye en el tamaño, inversiones y costo de producción, razón por la cual se buscará la maquinaria adecuada para cubrir la demanda, buscando siempre un menor costo de inversión, un mayor rendimiento por persona ocupada y todo estos factores contribuirá a disminuir el costo de producción, aumentar las utilidades y elevar la rentabilidad del proyecto.

#### **4.1.4 Financiamiento**

El MIPRO ayuda a las mipymes a buscar financiamiento y asesorías tanto en la banca pública y privada de esta manera se podrá obtener créditos con tasas de interés, plazos y condiciones preferenciales.

Para el financiamiento se buscó alternativas en algunas entidades financieras, siendo una de ellas:

La CFN financia desde los \$50.000 en adelante, para personas naturales o jurídicas, para capital de trabajo (adquisición de materia prima, insumos, materiales directos o indirectos, para pago de mano de obra.), si son proyectos nuevos financia con un 70% para 5 años a una tasa de interés del 10,5%, con una garantía del 125%.

El BNF financia desde los \$ 500 hasta el \$15.000 a una tasa del 11% para un plazo de 3 años.

La cooperativa Artesanos financia desde hasta los \$25.000 a una tasa del 21% para un plazo de 48 meses con una garantía del 70% del valor del crédito.

**Tabla No. 14**

**Financiamiento**

<b>Financiamiento</b>	<b>Condiciones</b>	<b>Requisitos</b>	<b>Fuente</b>
Corporación Financiera Nacional	Capital: Desde \$ 50.000 Tasa: 10,5% Tiempo: 3 años	Plan de negocios Nuevo balance personal Garantía: 125%	Ing. Carolina Rosales Analista de Crédito CFN Telf.: 062643050 Dir.: Calle Bolívar y Grijalva esquina. www.cfn.fin.ec
Banco Nacional de Fomento	Capital:\$ 500-15.000 Tasa:11 % Tiempo: 3años	Garantía: 200%	Ing. Yadira Valencia Asesora de Crédito Telf.: 062950890 Dir.: calle Bolívar y G. García Moreno.
Cooperativa Artesanos	Capital:\$ 25.000 Tasa: 21% Tiempo:48 meses	Garantía hipotecaria 70% valor del crédito.	Ing. Jaime Olmedo Asesor de Crédito Telf.: 062602940 Dir. Calle Antonio José de sucre entre flores y Miguel Oviedo.

**FUENTE:** Instituciones financieras.

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

La mejor opción para el financiamiento es la CFN ya que la tasa de interés, plazo y el monto son más convenientes que en las demás entidades financieras.

## 4.2 Localización del proyecto

### 4.2.1 Macro localización

El proyecto estará ubicado en la provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, parroquia de Andrade Marín.

#### *Gráfico No. 29*

#### *Ubicación Geográfica*



FUENTE: Gobierno provincial de Imbabura  
 ELABORADO POR: Gobierno provincial de Imbabura  
 AÑO: 2016

### 4.2.2 Micro localización

- **Matriz de puntos o de factores**

Este método ayudará a establecer las estrategias necesarias para resumir y evaluar aspectos importantes que son indispensables para definir el sitio para el desarrollo del proyecto.

Estos aspectos serán evaluados de la siguiente manera:

Para determinar la localización óptima del proyecto se ha escogido tres posibles lugares.

- **Posibles lugares para la planta:**
  - a) Calle general Enríquez y Juan Montalvo.
  - b) Calle general Enríquez y Ayacucho.
  - c) Calle general Enríquez y Abdón Calderón.

Para determinar el lugar óptimo se utilizará como método de calificación el siguiente cuadro:

***Cuadro No. 46***

***Niveles de evaluación en escala***

<b>Calificación</b>	<b>Niveles</b>
5	Óptimo
4	Muy bueno
3	Bueno
2	Regular
1	Malo

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

Los factores que se tomaron en cuenta se valorarán de acuerdo a la importancia y beneficio del proyecto de esta forma se podrá determinar el lugar más idóneo para proyecto para que garantice la seguridad y el buen funcionamiento de la planta, es por eso que es fundamental esta sección para definir un lugar con todos los recursos que ayude a la microempresa a desarrollarse.

**Cuadro No. 47****Matriz factor ponderado**

Factor	%	Lugares					
		A		B		C	
Factores geográficos	50%						
Vías de acceso	25%	5	1,25	5	1,25	5	1,25
Disponibilidad de espacio físico	25%	5	1,25	4	1	4	1
Total	50%	10	2,5	9	2,25	9	2,25
Factores estratégicos	35%						
Facilidad de transporte	7%	5	0,35	4	0,28	5	0,35
Acceso de materia prima	8%	4	0,32	4	0,32	4	0,32
Seguridad	4%	4	0,16	4	0,16	4	0,16
Infraestructura y servicios básicos	5%	5	0,25	5	0,25	4	0,2
vías de comunicación	2%	4	0,08	4	0,08	4	0,08
Mano de obra	9%	4	0,36	4	0,36	4	0,36
Total	35%	26	1,52	25	1,45	25	1,47
factores legales	15%						
Ordenanzas municipales	8%	4	0,32	4	0,32	4	0,32
permiso de bomberos	7%	5	0,35	4	0,28	4	0,28
Total	15%	9	0,67	8	0,6	8	0,6
Total factores	100%	45	4,69	42	4,3	42	4,32

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

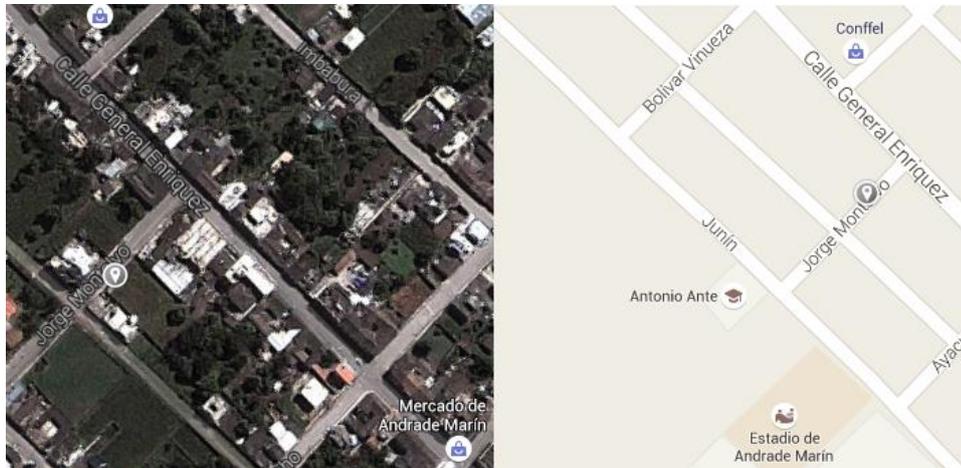
**FUENTE:** Estudio técnico.

Después del previo análisis se determinó que la planta para la producción y comercialización de sacos de alpaca y algodón estará situado en la parroquia de Andrade Marín en la calle General Enríquez y Jorge Montalvo.

Este lugar es el más idóneo porque se encuentra cerca al mercado de proveedores de materias primas e insumos cuenta con vías de acceso adecuado, para el ingreso de los proveedores, las vías de comunicación son excelentes, hay servicios de transporte que pasa por esta vía cada 15 minutos, cuenta con infraestructura y todos los servicios básicos, además hay disponibilidad de mano de obra de los habitantes de esta parroquia.

### Gráfico No. 30

#### Ubicación del proyecto



**ELABORADO POR:** Google map  
**FUENTE:** Google map.

- **Vías de acceso**

Las vías de acceso son de primera línea ya que cuenta con vías reconstruidas, cuenta con acceso desde Quito, Otavalo, Cotacachi e Ibarra ayudando así al ingreso de los proveedores y clientes. Además, permite un fácil acceso a la ciudad de Atuntaqui en donde estará el punto de venta de los sacos de alpaca y algodón.

- **Punto de venta**

Para la comercialización de los sacos de alpaca y algodón se ha investigado los precios de los arriendos de los locales en la ciudad de Atuntaqui.

En donde se investigó los precios de los locales que están ubicadas en las calles con más afluencia de personas.

**Tabla No. 15****Local comercial**

<b>No.</b>	<b>Dirección</b>	<b>Precio</b>	<b>Condiciones</b>
1	Calle Espejo y Amazonas	\$ 400	Con 400 dólares de garantía
2	Calle General Enríquez	\$ 350	Con 500 dólares de garantía
3	Calle Bolívar	\$ 350	Con 500 dólares de garantía

**FUENTE:** Propietarios de los locales de arriendo

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

- **Servicios de transporte**

Hay servicios de transporte urbano por la calle General Enríquez Los trabajadores de la microempresa pueden hacer uso de este medio de Transporte para llegar al sitio de trabajo.

- **Seguridad**

La zona en donde estará ubicada el proyecto es una zona segura se encuentra vigilada por la policía, la zona es tranquila además cuenta con seguridad barrial y alarmas comunitarias.

- **Infraestructura y Servicios básicos**

La parroquia Andrade Marín cuenta con todos los servicios básicos como agua, luz, teléfono, alumbrado público y recolección de la basura estos aspectos son muy importantes para el buen funcionamiento de la microempresa.

- **Disponibilidad de mano de obra**

En el cantón de Antoni Ante no existe mano de obra calificada, la mayoría de ellos han obtenido sus conocimientos por la experiencia.

Los habitantes de la parroquia de Andrade Marín tienen conocimientos en la confección de prendas de vestir porque, en este lugar dio inicio a esta actividad con la creación de la

fábrica Imbabura. La mano de obra es uno de los factores más importantes para el desarrollo del proyecto, por ende los trabajadores deben tener conocimiento en el manejo de las maquinarias, creación de nuevos diseños, para que el resultado sean productos de calidad.

### **4.3 Ingeniería del proyecto**

#### **4.3.1 Proceso productivo**

Es el procedimiento técnico que se realiza paso a paso las actividades que se realizan en cada uno de los procesos de producción hasta obtener el producto terminado disponible para la venta.

- **Compra de materia prima**
- Pedido de la materia prima
- Recepción de la materia prima
- Verificación de la materia prima
- Emisión de la factura
- Pago de la factura
- Ingreso a la bodega
- **Producción de los sacos de alpaca y algodón**
- **Recepción de la materia prima:** la elaboración de los sacos de alpaca y algodón comienza con la recepción de estas fibras, donde se seleccionaran los colores y modelos para luego trasladar al área de tejido.
- **Elaboración del tejido:** el hilo seleccionado es colocado en la máquina de tejer en donde se hace un diseño para el tejido.
- **Hilvanar:** las piezas de tela y luego planchar.

- **Diseño y corte:** Se realiza el diseño de los sacos luego se trazan y se cortan las piezas con la ayuda de una cortadora, se cortan primero las espaldas del saco, luego los delanteros y finalmente las mangas de acuerdo a las tallas y los modelos.
- **Unión de las piezas:** con las piezas cortadas, se procede a unir las empezando con la máquina overlock que cose las orillas de las piezas para que no se deshilen, luego se une todas las piezas para luego dar el acabado del cuello en la remalladora, luego de esto con la máquina recta se colocan los bolsillos y se pasa con la recubridora.
- **Acabados:** al final se cortan los hilos resultantes del proceso de unión de las piezas y de los accesorios, y se colocan las etiquetas que contienen la información del producto, los materiales con que fue fabricado el saco, así como la talla y el modo de uso.

- **Control de calidad**

Las piezas acabadas son revisadas completamente para asegurarse de que estén bien elaboradas sin un mínimo error.

- **Planchado**

Cuando los sacos estén completamente bien elaborados, se planchan al vapor para mejorar la sensación con el tacto y eliminar las arrugas.

- **Empacado**

Los sacos de alpaca y algodón terminados son empacados y agrupados en fundas de acuerdo a las tallas. Los paquetes son llevados al área de bodega, lugar fresco y seco donde permanecen hasta su traslado al punto de venta donde se comercializa.

- **Comercialización**

La comercialización de los sacos de alpaca y algodón se los hará en un local comercial ubicado en el centro de la ciudad de Atutaqui.

#### 4.3.2 Obras civiles

Sobre el terreno destinado se construirá las instalaciones, esta debe cumplir con todos los requerimientos establecidos, para un buen ambiente laboral.

- **Distribución de la planta**

**Tabla No. 16**

**Distribución de la planta**

<b>Áreas o ambientes físicos</b>	<b>M 2</b>
Área de producción	21,45
Área de tejeduría	26,88
Área de planchado	7,26
Bodega	13,20
Área administrativa	11,22
Baño	3,60
<b>Total</b>	<b>83,61</b>

**ELABORADO POR:** Arq. Richar A. Caragulla T.  
**AÑO:** 2016

#### **Gráfico distribución de la planta**

© S/N arquitectura: Arq. Richar A. Caragulla T.

Dirección: calle General Enríquez entre Eloy Alfaro y Bolívar Vinuesa.

Telf.: 0991449371 / 098866924

richarcaragulla@gmail.com

**Gráfico No. 31**  
**Plano distribución de la planta**

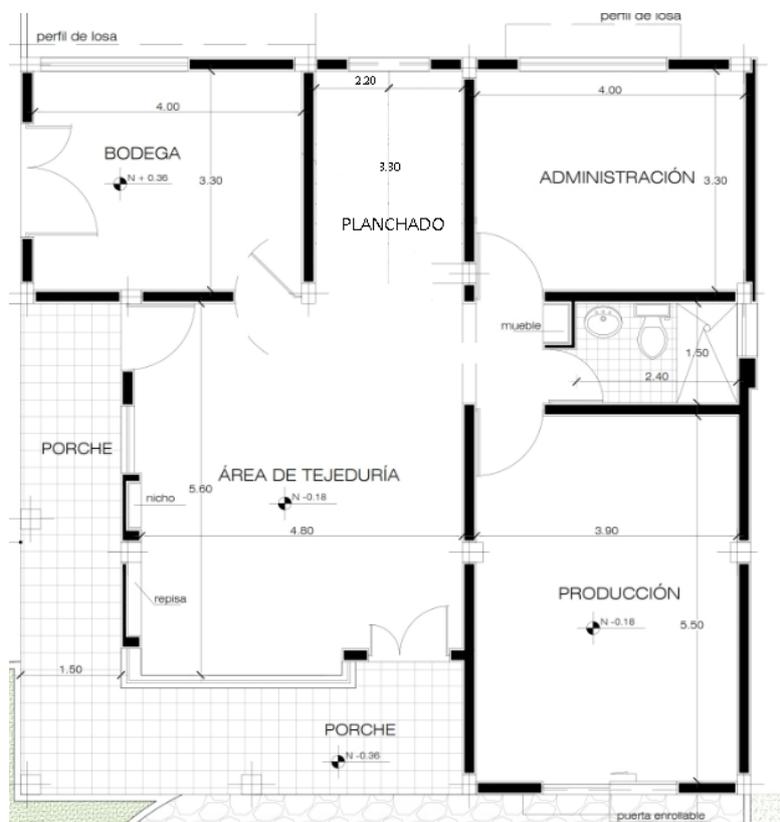


**ELABORADO POR:** Arq. Richar A. Caragulla T.

**AÑO:** 2016

Gráfico No. 32

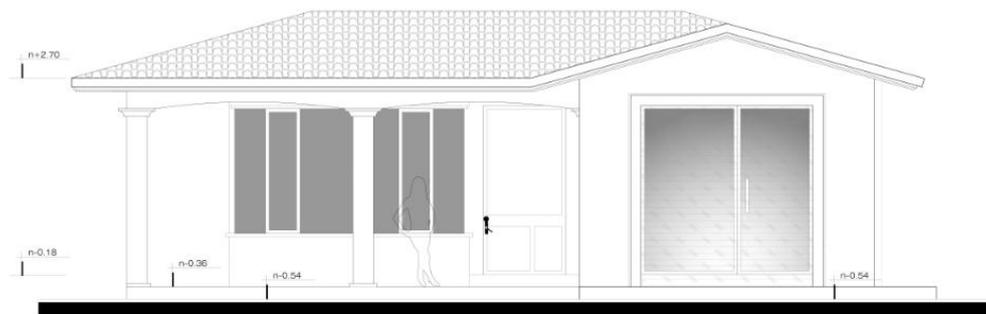
## Distribución de la planta



ELABORADO POR: Arq. Richar A. Caragulla T.  
AÑO: 2016

Gráfico No. 33

## Fachada



ELABORADO POR: Arq. Richar A. Caragulla T.  
AÑO: 2016

#### 4.4 Presupuesto técnico

##### 4.4.1 Inversiones

- **Activos no corrientes (Propiedad, planta y equipo)**
- **Terreno**

El total de área de construcción que se utilizará es 130 m<sup>2</sup>, el precio de cada metro cuadrado según el dibujante Juan Casanova del departamento de Avalúos y catastros del municipio de Antonio Ante es de \$ 25,00.

##### *Cuadro No. 48*

###### *Terreno*

Concepto	Cantidad mtrs <sup>2</sup>	Valor m <sup>2</sup>	Valor
Terreno	130	25,00	3.250,00

FUENTE: Avalúos y catastros del municipio de Antonio Ante

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Edificio**

El precio de construcción es de \$210,00 por cada metro cuadrado, según el Arq. Richar A. Caragulla T. el cual estará cubierta de estructura metálica. La infraestructura tendrá seis áreas de construcción según el siguiente detalle.

##### *Cuadro No. 49*

###### *Edificio*

Concepto	Cantidad mtrs <sup>2</sup>	Valor m <sup>2</sup>	Valor
Planta	130,00	210,00	27.300,00
Total			27.300,00

FUENTE: Arq. Richar A. Caragulla T

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

#### 4.4.2 Maquinaria y equipo

Constituyen las herramientas necesarias para llevar a cabo las actividades de elaboración de tejido. (Ver anexo No. 6).Pág. 262.

**Cuadro No. 50**

**Maquinaria y equipo**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
1	Máquina industrial de tejer sacos, Marca SHINE STAR modelo 52D	31.000,00	31.000,00
1	Cortadora GEMSY	420,00	420,00
1	Plancha a vapor marca SILVER STAR	290,00	290,00
1	Overlock maca GEMSY	660,00	660,00
1	Recta marca GEMSY	440,00	440,00
1	Recubridora marca GEMSY	1.090,00	1.090,00
1	Botonera marca SINGER	1.800,00	1.800,00
1	Ojaladora marca HOSEKI	3.200,00	3.200,00
Total			38.900,00

FUENTE: MAINCO

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Equipo de seguridad industrial**

**Cuadro No. 51**

**Equipo de seguridad industrial**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
1,00	Detector de humo	13,00	13,00
1,00	Extintor 5 libras	27,70	27,70
2,00	Señalética	3,00	6,00
Total			46,70

FUENTE: Servielectric

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Equipo de cómputo**

La microempresa necesita adquirir equipos informáticos para el área administrativa y ventas. (Ver anexo No.2 y No.3). Pág. 258- 259

**Cuadro No. 52**

**Equipo de computación**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
1	Computadora de escritorio	700,00	700,00
1	Impresora	350,00	350,00
1	Laptos	815,36	815,36
Total			1.865,36

FUENTE: SINFOR

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Equipo de oficina**

**Cuadro No. 53**

**Equipo de oficina**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
1	Teléfono Panasonic inalámbrico	30,00	30,00
2	Calculadora casio	13,95	27,90
Total			57,90

FUENTE: Papelería Sánchez

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Muebles y enseres**

Los muebles y enseres que se utilizaran para el área administrativa, producción y comercialización de la microempresa son los siguientes: (Ver anexo. No. 10). Pág. 266.

**Cuadro No. 54****Muebles y enseres**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
1	Escritorio	300,00	300,00
5	Sillas clientes	20,00	100,00
1	Archivador	180,00	180,00
1	Mesa de corte	180,00	180,00
1	Mesa de doblado	220,00	220,00
1	Estanterías	140,00	140,00
1	Vitrina	150,00	150,00
Total			1.270,00

FUENTE: Mabehogar

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Equipo de ventas** Los equipos de venta que utilizaran son: **(Ver anexo No. 8)**. Pág. 264.

**Cuadro No. 55****Equipo de ventas**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
3	Armadores de alambre x10	1,99	5,97
4	Maniquis Ariel y Marcel.	70,00	280,00
Total			285,97

FUENTE: Maniqués Ecuador

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Resumen inversión**

En el siguiente cuadro se podrá observar todos los recursos que la microempresa necesita para operar.

**Cuadro No. 56****Resumen activos no corrientes**

<b>Concepto</b>	<b>Precio</b>
Terreno	3.250,00
Edificio	27.300,00
Maquinaria	38.900,00
Equipo de seguridad industrial	46,70
Equipo de cómputo	1.865,36
Equipo de oficina	57,90
Muebles y enseres	1.270,00
Equipo de ventas	285,97
<b>Total</b>	<b>72.975,93</b>

**FUENTE:** Cuadros No. 48,49,50,51,52,53,54,55

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**4.4.3 Capital de trabajo**

- **Materia prima directa**

La Materia Prima Directa que se utilizará para la producción de los sacos es una fibra el cual está compuesta de alpaca y algodón, el hilo chino y el hilo poliéster. En el siguiente cuadro se muestra la materia prima directa utilizada en un saco.

- **Fibra de alpaca y algodón**

**Cuadro No. 57****Materia prima fibra de alpaca y algodón**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Kg.</b>	<b>Cantidad por Unidad</b>	<b>Costo Por Gr.</b>	<b>Costo Total</b>	
Fibra de alpaca y algodón	1000 gramos	20,00	Talla S	320 gramos	0,0200	6,40
			Talla M	335 gramos	0,0200	6,70
			Talla L	342 gramos	0,0200	6,84
			Talla XL	348 gramos	0,0200	6,96

**FUENTE:** Confecciones Faby Luna

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

- **Hilo chino y poliéster**

Para ensamblar las piezas de los sacos se utilizará hilos para las distintas máquinas como el overlock, recta, recubridora, botonera y ojaladora.

**Cuadro No. 58**

**Materia prima hilo chino**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad por unidad</b>			<b>Costo por mts.</b>	<b>Costo total</b>
Hilo chino	9.144 metros	2,40	Talla S	50	Metros	0,000262	0,013
			Talla M	60	Metros	0,000262	0,016
			Talla L	70	Metros	0,000262	0,018
			Talla XL	80	Metros	0,000262	0,021

**FUENTE:** Confecciones Faby Luna

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Cuadro No. 59**

**Materia prima hilo poliéster**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad por unidad</b>			<b>Costo por mts.</b>	<b>Costo total</b>
Hilo poliéster	27.432 metros	3,51	Talla S	30	Mtrs.	0,000128	0,004
			Talla M	40	Mtrs.	0,000128	0,005
			Talla L	50	Mtrs.	0,000128	0,006
			Talla XL	60	Mtrs.	0,000128	0,008

**FUENTE:** Confecciones Faby Luna

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

El costo total de la materia prima utilizado para la producción de los 3 meses se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro No. 60****Resumen Materia Prima**

<b>Producción</b>	<b>Total de sacos</b>	<b>MPD</b>	<b>Costo total</b>
<b>Talla S</b>	<b>451</b>	<b>6,42</b>	<b>2.892,87</b>
Masculino	204	6,42	1.306,46
Femenino	247	6,42	1.586,42
<b>Talla M</b>	<b>771</b>	<b>6,72</b>	<b>5.180,12</b>
Masculino	276	6,72	1.857,02
Femenino	494	6,72	3.323,09
<b>Talla L</b>	<b>131</b>	<b>6,86</b>	<b>898,48</b>
Masculino	87	6,86	598,98
Femenino	44	6,86	299,49
<b>Talla XL</b>	<b>102</b>	<b>6,99</b>	<b>711,43</b>
Masculino	73	6,99	508,16
Femenino	29	6,99	203,27
<b>Total</b>	<b>1.454</b>		<b>9.682,89</b>

FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Materia Prima Indirecta**

Del total de la producción el 50% serán sacos con botones, el número de botones varía de acuerdo a la talla del saco, y el resto de la producción se hará en modelos cerrados.

**Cuadro No. 61****Materia Prima Indirecta**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Cantidad por unidad</b>			<b>Costo un/cm</b>	<b>Costo total</b>
Botones	1	0,01	Talla M	6	Unid.	0,01	0,056
			Talla M	6	Unid.	0,01	0,056
			Talla L	7	Unid.	0,01	0,066
			Talla XL	7	Unid.	0,01	0,066
Breatas	914.400 cm	5,00	Talla S	20	Cm	0,00001	0,00011
			Talla M	24	Cm	0,00001	0,00014
			Talla L	26	Cm	0,00001	0,00015
			Talla XL	28	Cm	0,00001	0,00016

FUENTE: Confecciones Faby Luna

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

Para los sacos de alpaca y algodón se utilizarán etiquetas para poder identificar a la microempresa, para identificar los materiales de que están hechos y las tallas para clasificarlos.

**Cuadro No. 62**

**Materia Prima Indirecta**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo</b>
Etiquetas	1	0,03
Fundas	1	0,02
Tallas	1	0,004

**FUENTE:** Confecciones Faby Luna  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

Los sacos de alpaca y algodón se elaboran para damas y caballeros en distintas tallas los cuales para darle los acabados se utilizarán los materiales indirectos.

**Cuadro No. 63**

**Resumen de Materia Prima Indirecta**

<b>Producción</b>	<b>Total de sacos</b>	<b>MPI</b>	<b>Costo total</b>
Talla S	451	0,112	50,65
Masculino	204	0,112	22,88
Femenino	247	0,112	27,78
Talla M	771	0,112	86,62
Masculino	276	0,112	31,05
Femenino	494	0,112	55,56
Talla L	131	0,122	15,94
Masculino	87	0,122	10,63
Femenino	44	0,122	5,31
Talla XL	102	0,122	12,40
Masculino	73	0,122	8,86
Femenino	29	0,122	3,54
<b>Total</b>	<b>1.454</b>		<b>165,60</b>

**FUENTE:** Estudio técnico  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

## Mano de Obra Directa

**Cuadro No. 64**

### Mano de Obra Directa

Cargo	Costo mensual	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Aporte Patronal	Total
Tejedor	366,00	30,50	30,50	44,47	471,47
Operaria 1	366,00	30,50	30,50	44,47	471,47
Operaria 2	366,00	30,50	30,50	44,47	471,47
Costo mensual	1.098,00	91,50	91,50	133,41	1.414,41
Costo trimestral	3.294,00	274,50	274,50	400,22	4.243,22

FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Costos Indirectos de Fabricación**

**Cuadro No. 65**

### Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	CIF mensual	CIF trimestral
Energía eléctrica	88	264,15
Teléfono	35	105,66
Internet	21	62,59
Agua	7	21,13
Suministro de tejeduría	4	10,65
Suministro de limpieza	5	15,31
Total	160	479,49

FUENTE: Confecciones Faby Luna

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Gastos administrativos**

**Cuadro No. 66****Remuneración administrativa**

<b>Cargo</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Décimo tercer sueldo</b>	<b>Décimo cuarto sueldo</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Total</b>
Gerente	600,00	50,00	30,50	72,90	753,40
Costo mensual	600,00	50,00	30,50	72,90	753,40
Costo trimestral	1.800,00	150,00	91,50	218,70	2.260,20

FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

**Cuadro No. 67****Gastos servicios profesionales**

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo trimestral</b>
declaraciones	54,90	164,70

FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

**Cuadro No. 68****Gastos administrativos**

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo trimestral</b>
Sueldo administrativos	753,40	2.260,20
Gastos servicios profesionales	54,90	164,70
Suministro de oficina	12,36	37,09
Total	820,66	2.461,99

FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Gastos de ventas**

**Cuadro No. 69**

**Remuneración personal de ventas**

<b>Cargo</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Décimo tercer sueldo</b>	<b>Décimo cuarto sueldo</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Total</b>
Vendedora	366,00	30,50	30,50	44,47	471,47
Costo mensual	366,00	30,50	30,50	44,47	471,47
Costo trimestral	1.098,00	91,50	91,50	133,41	1.414,41

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

Los gastos de ventas están constituidas por la remuneración del vendedor, por el arriendo del local, y por los gastos de publicidad.

**Cuadro No. 70**

**Gastos de ventas**

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>CT</b>
Remuneración vendedora	471,47	1.414,41
Arriendo	350,00	1.050,00
Publicidad	3,33	10,00
<b>Total</b>	<b>824,80</b>	<b>2.474,41</b>

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

- **Resumen capital de trabajo**

El capital de trabajo son todos los recursos que vamos a necesitar para las operaciones productivas, para determinar el capital de trabajo se tomó los requerimientos para las operaciones de tres meses ya que es fundamental conocer los recursos que son necesarias para poder cumplir con las actividades de la microempresa hasta que empiece a generar sus propios ingresos.

En el siguiente cuadro se puede observar que el mayor rubro asignado es para la materia prima y la mano de obra, esto se debe a que el precio de la materia prima es caro.

**Cuadro No. 71**

**Capital de trabajo**

Concepto	Precio
Materia prima	9.682,89
MPI	165,61
MOD	4.243,22
CIF	479,49
Gastos adm.	2.461,99
Gastos de ventas	2.474,41
Gastos de cosnt.	200,00
Gastos financieros	1.419,69
Total	21.127,30

FUENTE: Estudio técnico, Cuadro No. 60, 63, 64, 65,68, 70,90.

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

AÑO: 2016

**4.4.4 Inversión total del proyecto**

**Cuadro No. 72**

**Inversión total**

Descripción	Valor
Inversión fija	72.975,93
Capital de trabajo	21.127,30
Total	94.103,23

FUENTE: Estudio técnico, Cuadro No. 56, 71

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

AÑO: 2016

**4.4.5 Financiamiento**

La inversión total que necesita la microempresa es de \$ 94.103,23 el 41,55% será mediante recursos propios cuyo monto asciende a 39.103,23 mientras que el saldo restante, los

\$55.000 que corresponde a los 58,45% se lo obtendrá mediante recursos financiados mediante un crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional.

**Cuadro No. 73**

**Financiamiento**

Descripción	Porcentaje	Valor
Inversión propia	41,55%	39.103,23
Inversión financiada	58,45%	55.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>94.103,23</b>

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**4.5 Operación del proyecto**

**4.5.1 Flujogramas**

**Tabla No. 17**

**Elementos de operación**

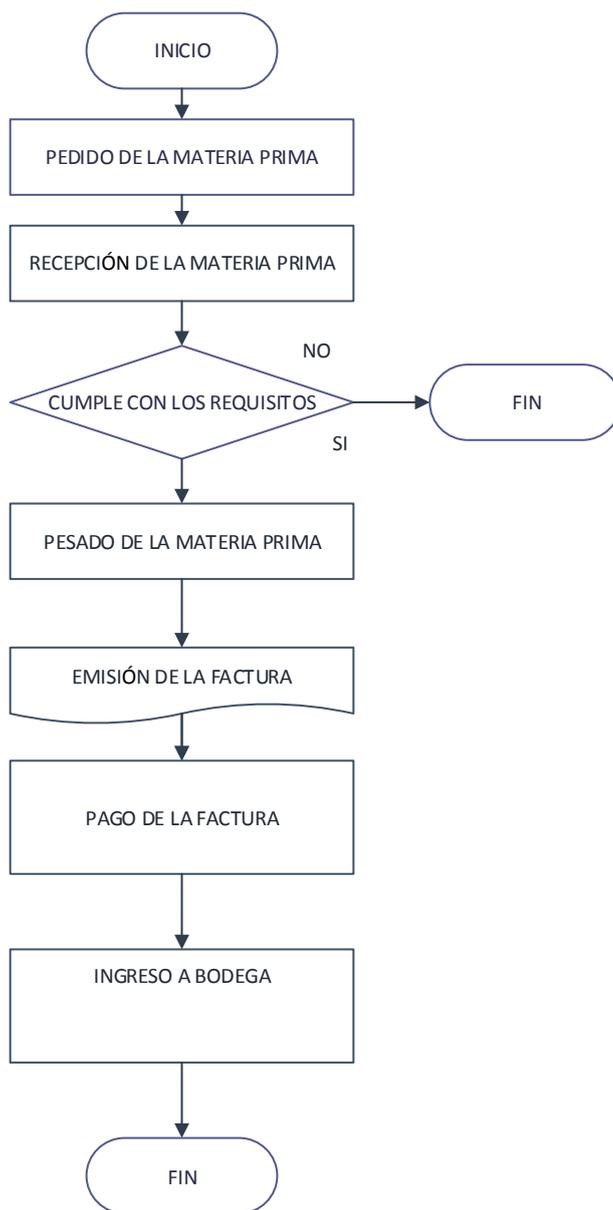
	Etapa del proceso (actividad a desarrollo)		Entrada procedente de otro proceso
	Operación combinada		Demora
	Transporte		Almacenamiento

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

#### 4.5.2 Proceso de producción y comercialización

*Gráfico No. 34*

*Flujograma proceso de compra de materia prima*



**FUENTE:** Estudio técnico  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

**Tabla No. 18****Proceso productivo**

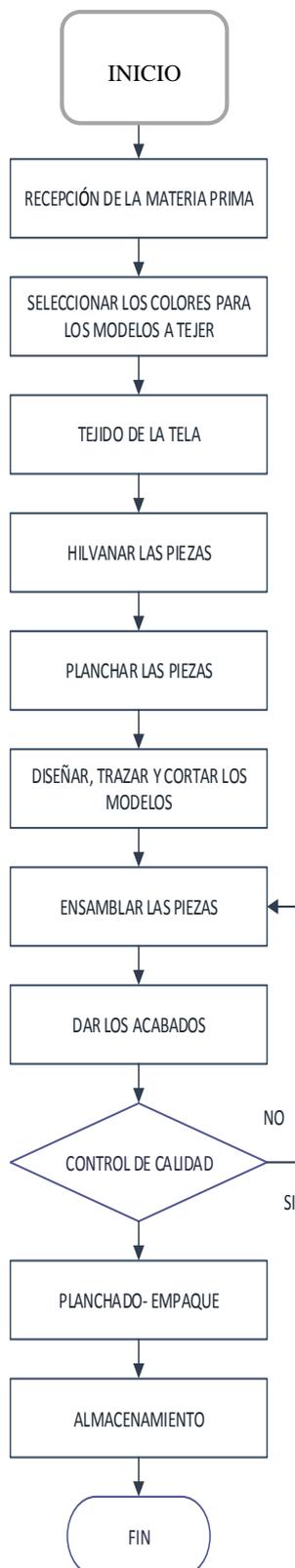
<b>Proceso</b>	<b>Personas a cargo</b>	<b>Actividades</b>
Pedido de la materia prima	Tejedor	Realizar el respectivo pedido de materiales al proveedor
Recepción de la materia prima.	Tejedor	Receptar los materiales y realizar las respectivas verificaciones para confirmar si cumplen con lo dispuesto en el pedido.
Pago de la Factura	Contadora	Una vez que cumpla con todo lo establecido el pedido de material se procede a pagar de la factura.

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

Gráfico No. 35

## Flujograma proceso de producción de sacos



**FUENTE:** Estudio técnico  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

**Tabla No. 19****Proceso productivo**

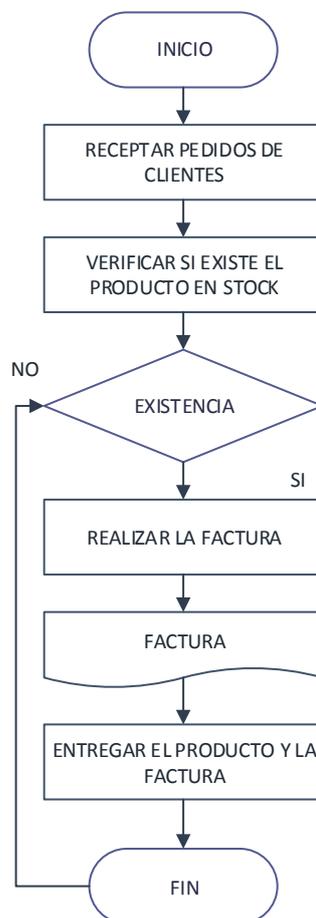
<b>Proceso</b>	<b>Personas a cargo</b>	<b>Actividades</b>
Recepción de la MP	Tejedor	Recibir los materiales para la elaboración del tejido.
Seleccionar los colores	Tejedor	Seleccionar los colores para realizar los tejidos.
Tejido de la tela	Tejedor	Colocar los hilos de alpaca y seleccionar los modelos que se van a realizarse.
Hilvanar las piezas	Operaria	Proceder a realizar las uniones de las piezas a mano.
Planchar las piezas	Operaria	Planchar las piezas para que realizar los respetivos trazos y diseños.
Diseñar, Trazar y cortar los modelos	Operaria	Diseñar los modelos que se van a elaborar, y realizar los trazos y cortar las piezas.
Ensamblar las piezas	Operaria	Unir las piezas en las respectivas maquinas.
Control de calidad	Operaria	Verificar que el producto final este bien elaborado que no tenga ninguna falla.
Planchado-empaque	Operaria	Cuando el producto este bien elaborado y no tenga ninguna falla se procede a planchar y a empacar.
Almacenamiento	Operaria	Los productos empacados separarlos por tallas y llevar a la bodega.

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

Gráfico No. 36

## Flujograma proceso de venta



FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

Tabla No. 20

## Proceso productivo

Proceso	Personas a cargo	Actividades
Recepción de pedidos clientes	Vendedor	Verificar los productos que desean los clientes en la bodega.
Realizar la factura	Vendedor	Receptar todos los datos del cliente y proceder a facturar el producto.
Entrega del producto	Vendedor	Una vez que producto esta facturado entregar el producto y el comprobante de venta.

FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

## CAPÍTULO V

### 5 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio económico financiero permite conocer la rentabilidad del proyecto mediante el uso de indicadores financieros y económicos como el cálculo de la TIR, VAN, TRM, recuperación del dinero en el tiempo, tasa de rendimiento beneficio/costo (TRMC) y el punto de equilibrio que permitieron tener una clara interpretación de lo que la propuesta puede generar en su ejecución.

#### 5.1 Determinación de ingresos proyectados

##### 5.1.1 Proyección volumen de producción

*Cuadro No. 74*

##### *Volumen de producción*

<b>Año</b>	<b>Producción</b>	<b>Talla S</b>	<b>Talla M</b>	<b>Talla L</b>	<b>Talla XL</b>
2016	5.817	1.803	3.083	523	408
2017	5.820	1.804	3.084	524	408
2018	8.638	2.678	4.578	777	605
2019	9.913	3.073	5.254	892	694
2020	10.543	3.268	5.588	949	738

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

##### 5.1.2 Precios proyectados

Para realizar la proyección de los precios se tomó en cuenta la inflación establecida por el Banco Central del Ecuador hasta Abril del 2015 que corresponde a 4,32%.

**Cuadro No. 75****Precios proyectados**

<b>Año</b>	<b>Talla S</b>	<b>Talla M</b>	<b>Talla L</b>	<b>Talla XL</b>
2016	17,50	18,00	18,50	20,00
2017	18,26	18,78	19,30	20,86
2018	19,04	19,59	20,13	21,77
2019	19,87	20,44	21,00	22,71
2020	20,73	21,32	21,91	23,69

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Cuadro No. 76****Presupuesto de ingresos proyectados**

<b>Año</b>	<b>Talla S</b>	<b>Talla M</b>	<b>Talla L</b>	<b>Talla XL</b>	<b>Total</b>
2016	31.557,23	55.494,18	9.685,31	8.143,80	104.880,51
2017	32.937,48	57.921,38	10.108,92	8.499,99	109.467,77
2018	50.997,41	89.680,23	15.651,74	13.160,62	169.490,00
2019	61.053,08	107.363,39	18.737,95	15.755,63	202.910,05
2020	67.738,30	119.119,51	20.789,73	17.480,85	225.128,38

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**5.2 Determinación de egresos proyectados****5.2.1 Costos de producción**

- Materia prima directa

La materia prima directa para la elaboración del saco es la fibra de alpaca y algodón, el hilo poliéster, y el hilo chino.

Estos materiales son los que intervienen directamente en la confección de los sacos y se utilizan en mayor cantidad.

**Cuadro No. 77****Proyección materia prima directa**

MATERIA PRIMA DIRECTA	2016	2017	2018	2019	2020
Fibra de alpaca y algodón(Gramos)	1.930.604	1.931.600	2.866.866	3.290.026	3.499.116
Precio	0,020	0,021	0,022	0,023	0,024
Total	38.612,08	40.300,90	62.398,27	74.701,96	82.881,71
Hilo poliéster(metros)	228.026	228.144	338.610	388.590	413.286
Precio	0,0001	0,0001	0,0001	0,0001	0,0002
Total	29,14	30,41	47,09	56,37	62,54
Hilo chino	344.366	344.544	511.370	586.850	624.146
Precio	0,00026	0,00027	0,00029	0,00030	0,00031
Total	90,36	94,31	146,03	174,82	193,96
Total MPD	38.731,58	40.425,62	62.591,38	74.933,15	83.138,21

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

- **Materia prima indirecta**

La materia prima indirecta para la elaboración del saco son los botones, etiquetas, fundas y las breatas que son indispensables para el acabado del producto.

La materia prima indirecta también son importantes para los acabados del producto, aunque no intervienen directamente en el producto constituyen una parte fundamental para el producto final.

En el siguiente cuadro se muestra los rubros que se destinaran para la compra de la materia prima indirecta para los 5 años que dura el proyecto.

**Cuadro No. 78****Proyección materia prima indirecta**

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Botones	17.915	17.925	26.604,61	30.531	32.473
Precio	0,009	0,010	0,010	0,011	0,011
Total	168,20	175,56	271,83	325,43	361,08
Etiquetas	5.817	5.820	8.638	9.913	10.543
Precio	0,03	0,03	0,03	0,04	0,04
Total	182,04	190,00	294,19	352,20	390,78
Fundas	5.817	5.820	8.638	9.913	10.543
Precio	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Total	121,36	126,67	196,13	234,80	260,52
Breatas	135.063	135.133	200.571	230.175	244.813
Precio	0,000006	0,000006	0,000006	0,000006	0,000007
Total	0,77	0,80	1,25	1,49	1,65
Tallas	5.817	5.820	8.638	9.913	10.543
Precio	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004
Total	21,84	22,80	35,30	42,26	46,89
Total M.P.I	494,21	515,83	798,70	956,18	1.060,93

FUENTE: Estudio técnico

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Mano de obra directa**

Para la proyección de los sueldos se utilizó los datos históricos del sueldo básico unificado desde el año 2012 hasta el año 2016, y luego se determinó el crecimiento del sueldo básico unificado. Para determinar el porcentaje promedio del crecimiento se utilizó la siguiente formula,  $(cn/co)-1$ .

**Cuadro No. 79****Sueldo básico unificado histórico**

<b>Año</b>	<b>Sueldo Básico</b>	<b>Tasa de crecimiento (cn/co)-1</b>
2012	292	
2013	318	8,90%
2014	340	6,92%
2015	354	4,12%
2016	366	3,39%
Promedio		5,83%

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

El promedio de crecimiento del sueldo básico unificado en base al cálculo de la tasa de crecimiento con la información de los últimos años corresponde a 5,83%. La proyección de los últimos años de los sueldos tendrá un incremento de 5,83%

**Cuadro No. 80****Sueldo básico proyectado**

<b>Año</b>	<b>Sueldo básico</b>
2016	366
2017	387
2018	410
2019	434
2020	459

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**Cuadro No. 81****Proyección de Mano de Obra Directa**

<b>Mano de obra (3 operarios)</b>	<b>2.016</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>
Sueldo básico	13.176,00	13.932,00	14.760,00	15.624,00	16.524,00
Aporte patronal	1.600,88	1.692,74	1.793,34	1.898,32	2.007,67
Décimo tercer sueldo	1.098,00	1.161,00	1.230,00	1.302,00	1.377,00
Décimo cuarto sueldo	1.098,00	1.161,00	1.230,00	1.302,00	1.377,00
Fondo de reserva		1.160,54	1.229,51	1.301,48	1.376,45
Vacaciones		580,50	615,00	651,00	688,50
<b>Total</b>	<b>16.972,88</b>	<b>19.687,77</b>	<b>20.857,85</b>	<b>22.078,80</b>	<b>23.350,62</b>

**FUENTE:** Estudio técnico, Cuadro No. 62

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

Según el Código de trabajo Arts., 68 al 77. Los trabajadores que completaron un año de servicio gozarán por un período interrumpido de 15 días de vacaciones anuales incluidos los días no laborales. Tienen derecho a un día adicional por cada año excedente hasta un máximo de 30 días.

Según el Código de trabajo Arts. 198 al 220. El fondo de reserva se establece cuando el trabajador ha completado un año de servicio.

- **Costos Indirectos de Fabricación**

Para determinar los Costos Indirectos de Fabricación se buscó información en una microempresa similar a la del proyecto en donde fabrican sacos de lana. Los CIF (suministro de tejeduría, suministro de limpieza y el internet) se proyectaron de acuerdo a la tasa de inflación que es el 4,32% y los CIF (energía eléctrica, teléfono y el agua) se proyectaron según la tasa de crecimiento de la producción proyectada que es el 15,43%.

**Cuadro No. 82****Suministro de oficina**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
2	Hojas inen de 500 unides	3,90	7,80
2	Perforadora	4,76	9,51
2	Grapadora	4,75	9,50
6	Esferos finos bic	0,40	2,40
10	Carpetas archivadores	3,50	35,00
4	Lápiz	0,25	1,00
1	Sacapuntas	0,20	0,20
2	Borrador	0,25	0,50
2	Corrector bic.	2,07	4,14
1	Flash memory tdk 8 gb verde	9,90	9,90
2	Caja de clic	0,25	0,50
1	Grapas	1,00	1,00
1	Tijera	0,65	0,65
3	Cuaderno	1,50	4,50
4	Tinta de impresora	13,44	53,76
1	Paquetes de cinta adhesiva	1,85	1,85
<b>Total</b>			<b>142,21</b>

FUENTE: Papelería Sánchez

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

- **Suministro de Limpieza**

**Cuadro No. 83****Suministro de limpieza**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
4	Cesto de basura	1,99	7,96
3	Escoba	1,99	5,97
2	Trapeador de microfibra	3,99	7,98
2	Cloro mayik	0,99	1,98
2	Fabuloso klin	1,59	3,18
3	Pala recogedor de basura	0,99	2,97
2	Jabón líquido Isabela	1,99	3,98
2	Toallas	1,99	3,98
2	Papel higiénico elite x 12	6,99	13,98
1	Cesto de basura	1,99	1,99
2	Fundas de b asura	0,59	1,18
2	Ambiental ambiental pastilla	0,99	1,98
1	Franela x 6	1,59	1,59
<b>Total</b>			<b>58,72</b>

FUENTE: Tiendas Industrias Asociadas (TIA) S.A

- **Suministro de tejeduría**

**Cuadro No. 84****Suministro de tejeduría**

<b>Cant.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Precio total</b>
1	Caja de tiza 10 unidades	5,00	5,00
1	Litro aceite	5,00	5,00
10	Pliegos de cartulina gruesa	0,65	6,50
1	Tijera grande	18,00	18,00
1	Juego de reglas	1,59	1,59
3	Tijeras pequeñas	0,45	1,34
10	Mascarillas	0,10	1,00
4	Cintas métricas	0,60	2,40
<b>Total</b>			<b>40,83</b>

**FUENTE:** Tiendas Industrias Asociadas (TIA) S.A

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**Cuadro No. 85****CIF proyectados**

<b>CIF</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Energía eléctrica	1056,57	1240,38	1456,16	1709,48	2006,88
Teléfono	422,63	496,15	582,46	683,79	802,75
Internet	250,37	261,18	272,47	284,24	296,52
Agua	84,53	99,23	116,49	136,76	160,55
Suministro de tejeduría	42,59	44,43	46,35	48,36	50,44
Suministro de limpieza	61,26	63,90	66,66	69,54	72,55
Imprevistos (3%)	57,54	66,16	76,22	87,97	101,69
<b>Total</b>	<b>1975,48</b>	<b>2271,44</b>	<b>2616,82</b>	<b>3020,14</b>	<b>3491,38</b>

**FUENTE:** Tiendas Industrias Asociadas (TIA) S.A

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

Los imprevistos se calcularon el 3% del total de los Costos Indirectos de Fabricación.

## 5.2.2 Gastos administrativos

### Cuadro No. 86

#### Remuneración administrativo

Gerencia	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Sueldo básico	7.200,00	7.620,00	8.064,00	8.532,00	9.036,00
Aporte patronal	874,80	925,83	979,78	1.036,64	1.097,87
Décimo tercer sueldo	600,00	635,00	672,00	711,00	753,00
Décimo cuarto sueldo	366,00	387,00	410,00	434,00	459,00
Fondo de reserva		634,75	671,73	710,72	752,70
Vacaciones		317,50	336,00	355,50	376,50
Total	9.040,80	10.520,08	11.133,51	11.779,85	12.475,07

FUENTE: Estudio técnico, Cuadro No. 64

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

### Cuadro No. 87

#### Gastos administrativos

Años	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Sueldo administrativo	9.040,80	10.520,08	11.133,51	11.779,85	12.475,07
Gastos servicios profesionales	658,80	696,60	738,00	781,20	826,20
Suministro de oficina	148,36	154,77	161,45	168,43	175,70
Total	9.847,96	11.371,44	12.032,96	12.729,48	13.476,98

FUENTE: Estudio técnico, Cuadro No.84

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

## 5.2.3 Gastos de ventas

### Cuadro No. 88

#### Remuneración vendedora

Vendedora	2.016	2.017	2.018	2.019	2.020
Sueldo básico	4.392,00	4.644,00	4.920,00	5.208,00	5.508,00
Aporte patronal	533,63	564,25	597,78	632,77	669,22
Décimo tercer sueldo	366,00	387,00	410,00	434,00	459,00
Décimo cuarto sueldo	366,00	387,00	410,00	434,00	459,00
Fondo de reserva		386,85	409,84	433,83	458,82
Vacaciones		193,50	205,00	217,00	229,50
Total	5.657,63	6.562,59	6.952,62	7.359,60	7.783,54

FUENTE: Estudio técnico, Cuadro No. 67

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

Los gastos de ventas están constituidos por la remuneración del vendedor, por el arriendo del local comercial y por la publicidad.

**Cuadro No. 89**

**Gastos de ventas**

<b>Años</b>	<b>2.016</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>
Remuneración vendedora	5.657,63	6.562,59	6.952,62	7.359,60	7.783,54
Arriendo	4.200,00	4.381,44	4.570,72	4.768,17	4.974,16
Publicidad	40,00	42,00	44,00	45,00	47,00
total	9.897,63	10.985,76	11.566,86	12.173,18	12.805,07

**FUENTE:** Estudio técnico

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

### 5.3 Tabla de amortización

Una parte de la inversión corresponde a un crédito de \$ 55.000 a la Corporación Financiera Nacional para los 5 años, a una tasa de interés del 10,50 anual, el mismo que será capitalizable mensualmente.

La Corporación Financiera Nacional ofrece tasas de interés, plazos y condiciones preferenciales para los sectores productivos

Cuadro No. 90

Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
	<b>BENEFICIARIO</b>				
	<b>INSTIT. FINANCIERA</b>				
	<b>MONTO</b>	55.000,00			
	<b>TASA</b>	10,50%	T. EFECTIVA 11,0203%		
	<b>PLAZO</b>	5 años			
	<b>GRACIA</b>	0 años			
	<b>FECHA DE INICIO</b>	15/12/2015			
	<b>MONEDA</b>	DOLARES			
	<b>AMORTIZACION</b>				
	<b>CADA</b>	30 días			
	<b>Número de períodos</b>	60 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		55.000,00			
1	14-ene-2016	54.083,33	481,25	916,67	1.397,92
2	13-feb-2016	53.166,67	473,23	916,67	1.389,90
3	14-mar-2016	52.250,00	465,21	916,67	1.381,88
4	13-abr-2016	51.333,33	457,19	916,67	1.373,85
5	13-may-2016	50.416,67	449,17	916,67	1.365,83
6	12-jun-2016	49.500,00	441,15	916,67	1.357,81
7	12-jul-2016	48.583,33	433,13	916,67	1.349,79
8	11-ago-2016	47.666,67	425,10	916,67	1.341,77
9	10-sep-2016	46.750,00	417,08	916,67	1.333,75
10	10-oct-2016	45.833,33	409,06	916,67	1.325,73
11	09-nov-2016	44.916,67	401,04	916,67	1.317,71
12	09-dic-2016	44.000,00	393,02	916,67	1.309,69
13	08-ene-2017	43.083,33	385,00	916,67	1.301,67
14	07-feb-2017	42.166,67	376,98	916,67	1.293,65
15	09-mar-2017	41.250,00	368,96	916,67	1.285,63
16	08-abr-2017	40.333,33	360,94	916,67	1.277,60
17	08-may-2017	39.416,67	352,92	916,67	1.269,58
18	07-jun-2017	38.500,00	344,90	916,67	1.261,56
19	07-jul-2017	37.583,33	336,88	916,67	1.253,54
20	06-ago-2017	36.666,67	328,85	916,67	1.245,52

21	05-sep-2017	35.750,00	320,83	916,67	1.237,50
22	05-oct-2017	34.833,33	312,81	916,67	1.229,48
23	04-nov-2017	33.916,67	304,79	916,67	1.221,46
24	04-dic-2017	33.000,00	296,77	916,67	1.213,44
25	03-ene-2018	32.083,33	288,75	916,67	1.205,42
26	02-feb-2018	31.166,67	280,73	916,67	1.197,40
27	04-mar-2018	30.250,00	272,71	916,67	1.189,38
28	03-abr-2018	29.333,33	264,69	916,67	1.181,35
29	03-may-2018	28.416,67	256,67	916,67	1.173,33
30	02-jun-2018	27.500,00	248,65	916,67	1.165,31
31	02-jul-2018	26.583,33	240,63	916,67	1.157,29
32	01-ago-2018	25.666,67	232,60	916,67	1.149,27
33	31-ago-2018	24.750,00	224,58	916,67	1.141,25
34	30-sep-2018	23.833,33	216,56	916,67	1.133,23
35	30-oct-2018	22.916,67	208,54	916,67	1.125,21
36	29-nov-2018	22.000,00	200,52	916,67	1.117,19
37	29-dic-2018	21.083,33	192,50	916,67	1.109,17
38	28-ene-2019	20.166,67	184,48	916,67	1.101,15
39	27-feb-2019	19.250,00	176,46	916,67	1.093,13
40	29-mar-2019	18.333,33	168,44	916,67	1.085,10
41	28-abr-2019	17.416,67	160,42	916,67	1.077,08
42	28-may-2019	16.500,00	152,40	916,67	1.069,06
43	27-jun-2019	15.583,33	144,38	916,67	1.061,04
44	27-jul-2019	14.666,67	136,35	916,67	1.053,02
45	26-ago-2019	13.750,00	128,33	916,67	1.045,00
46	25-sep-2019	12.833,33	120,31	916,67	1.036,98
47	25-oct-2019	11.916,67	112,29	916,67	1.028,96
48	24-nov-2019	11.000,00	104,27	916,67	1.020,94
49	24-dic-2019	10.083,33	96,25	916,67	1.012,92
50	23-ene-2020	9.166,67	88,23	916,67	1.004,90
51	22-feb-2020	8.250,00	80,21	916,67	996,88
52	23-mar-2020	7.333,33	72,19	916,67	988,85
53	22-abr-2020	6.416,67	64,17	916,67	980,83
54	22-may-2020	5.500,00	56,15	916,67	972,81
55	21-jun-2020	4.583,33	48,13	916,67	964,79
56	21-jul-2020	3.666,67	40,10	916,67	956,77
57	20-ago-2020	2.750,00	32,08	916,67	948,75
58	19-sep-2020	1.833,33	24,06	916,67	940,73
59	19-oct-2020	916,67	16,04	916,67	932,71
60	18-nov-2020	0,00	8,02	916,67	924,69

**FUENTE:** Corporación Financiera Nacional, 2015  
**ELABORADO POR:** Corporación Financiera Nacional

## 5.4 Gastos financieros

### *Cuadro No. 91*

#### *Gastos financieros*

INTERESES					
2016	2017	2018	2019	2020	Total
5.245,63	4.090,63	2.935,63	1.780,63	625,63	14.678,13

FUENTE: Corporación Financiera Nacional, 2015

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

### *Cuadro No. 92*

#### *Abono del capital*

CAPITAL					
2016	2017	2018	2019	2020	Total
11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	55.000,00

FUENTE: Corporación Financiera Nacional, 2015

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

## 5.5 Tabla de depreciación

Según el Servicio de Rentas Interna en el numeral 16 Art. 28 Reglamento Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, la depreciación de los activos fijos se realizó de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes.

### *Cuadro No. 93*

#### *Porcentajes de depreciación*

Concepto	Hasta	Vida útil
Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares	5%	20 años
Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles	10%	10 años
Vehículos, equipos de transporte	20%	5 años
Equipos de computo	33%	3 años

FUENTE: Numeral 6 Art. 28 Reglamento Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

ELABORADO POR: Ley de Régimen Tributario Interno.

**Cuadro No. 94****Depreciación de activos fijos**

<b>Descripción</b>	<b>Valor \$</b>	<b>% dep.</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Edificio	27.300,00	5%	1.365,00	1.365,00	1.365,00	1.365,00	1.365,00
Maquinaria y equipo	38.900,00	10%	3.890,00	3.890,00	3.890,00	3.890,00	3.890,00
Equipo de computo	1.865,36	33%	621,72	621,72	621,72		
Renovación equipo de computo	700,00	33%				233,31	233,31
Muebles y enseres	1.270,00	10%	127,00	127,00	127,00	127,00	127,00
<b>Total depreciación</b>			<b>6.003,72</b>	<b>6.003,72</b>	<b>6.003,72</b>	<b>5.615,31</b>	<b>5.615,31</b>

**FUENTE:** Estudio económico financiero

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

## 5.6 Estado de resultados proyectados




---

### YUYATEX ALPACA

---

#### ESTADO DE SITUACION FINANCIERA (PROYECTADO)

<b>Activos corrientes</b>		<b>Pasivo no corriente</b>	
Capital de trabajo	21.127,30	Deuda de largo plazo	55.000,00
<b>PPOPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		<b>Patrimonio</b>	
Terreno	3.250,00	Aporte propio	39.103,23
Edificio	27.300,00		
Maquinaria	38.900,00		
equipo de seguridad industrial	46,70		
Equipo de computo	1.865,36		
Equipo de oficina	57,90		
Muebles y enseres	1.270,00		
Equipo de ventas	285,97		
Total activos no corrientes	72.975,93		
<b>Total activos</b>	<b>94.103,23</b>	<b>Pasivo y patrimonio</b>	<b>94.103,23</b>

## 5.7 Estado de resultados

## YUYATEX ALPACA

## ESTADO DE RESULTADOS

Descripción	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Ventas proyectadas	104.880,51	109.467,77	169.490,00	202.910,05	225.128,38
Total ingresos	104.880,51	109.467,77	169.490,00	202.910,05	225.128,38
(-) Costos de Producción					
Materia prima directa	38.731,58	40.425,62	62.591,38	74.933,15	83.138,21
Materia prima indirecta	494,24	515,86	798,71	956,20	1.060,91
Mano de obra directa	16.972,88	19.687,77	20.857,85	22.078,80	23.350,62
CIF	1721,70	1975,48	2271,44	2616,82	3020,14
Total costos de producción	57920,40	62604,74	86519,37	100584,97	110569,87
=UTILIDAD BRUTA	46.960,11	46.863,04	82.970,63	102.325,09	114.558,51
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	9.847,96	11.371,44	12.032,96	12.729,48	13.476,98
Gastos de ventas	9.897,63	10.985,76	11.566,86	12.173,18	12.805,07
Depreciación	6.003,72	6.003,72	6.003,72	5.615,31	5.615,31
Total Gastos	25.749,31	28.360,93	29.603,55	30.517,97	31.897,36
=UTILIDAD OPERATIVA	21.210,80	18.502,11	53.367,08	71.807,11	82.661,16
(-) Gastos financieros	5.245,63	4.090,63	2.935,63	1.780,63	625,63
=UTILIDAD ANTES					
OBLIGACIONES	15.965,17	14.411,49	50.431,45	70.026,49	82.035,53
(-) 15% Part. Trabajadores	2.394,78	2.161,72	7.564,72	10.503,97	12.305,33
=UTILIDAD ANTES DE					
IMPUESTOS	13.570,39	12.249,76	42.866,73	59.522,51	69.730,20
BASE IMPONIBLE 2015	138,52	72,49	4.314,35	7.645,50	10.074,55
=UTILIDAD NETA					
PROYECTADA	13.431,87	12.177,28	38.552,39	51.877,01	59.655,65

FUENTE: Estudio económico financiero

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

Según el Servicio de Rentas Internas menciona que las personas naturales obligadas a llevar contabilidad deben pagar el impuesto a la renta (Ver anexo No.11)

## 5.8 Flujo de caja proyectado



### YUYATEX ALPACA

#### FLUJO DE CAJA

Descripción	Año 0	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión propia	- 39.103,23					
Inversión financiada	- 55.000,00					
<b>INGRESOS</b>						
Utilidad neta proyectada		13.431,87	12.177,28	38.552,39	51.877,01	59.655,65
Depreciación		6.003,72	6.003,72	6.003,72	5.615,31	5.615,31
Valor de rescate						40.793,56
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>19.435,60</b>	<b>18.181,00</b>	<b>44.556,11</b>	<b>57.492,32</b>	<b>106.064,53</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago principal		11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00	11.000,00
Reinversión Activos fijos					700,00	
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>11.000,00</b>	<b>11.000,00</b>	<b>11.000,00</b>	<b>11.700,00</b>	<b>11.000,00</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>- 94.103,23</b>	<b>8.435,60</b>	<b>7.181,00</b>	<b>33.556,11</b>	<b>45.792,32</b>	<b>95.064,53</b>

**FUENTE:** Estudio económico financiero  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

## 5.9 Evaluación financiera

### 5.9.1 Costo de oportunidad

#### *Cuadro No. 95*

#### *Cálculo de la tasa de redescuento*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>	<b>Tasa de rendimiento</b>	<b>Valor ponderado</b>
Propio	39.103,23	41,55%	5,54%	0,0230
Financiado	55.000,00	58,45%	10,50%	0,0614
Total	94.103,23	100,00%		0,0844

FUENTE: Banco Central del Ecuador julio 2015, CFN.

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa

La tasa de rendimiento propio es la tasa pasiva publicada por el Banco Central del Ecuador hasta julio de 2015, y la tasa de rendimiento financiada es producto de la tasa de crédito publicada por la Corporación Financiera Nacional.

**CK**= Costo de oportunidad = 8,4%    0,0844

**In** = Inflación = 4,32%                    0,0432

### 5.9.2 Tasa de Rendimiento Medio

**TRM** =  $(1+CK) (1+In) - 1$

**TRM** =  $(1+ 0,084) (1+ 0, 0432) - 1$

**TRM** = 0, 131255

**TRM** = 13, 12%

### 5.9.3 Cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

El VAN pretende mostrar el monto de los beneficios reales que obtendrá el proyecto ante la inversión, tomando en cuenta el valor cronológico del dinero y los costos de rentabilidad TR.

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

**Cuadro No. 96**

**Cálculo Valor Actual Neto**

Años	Flujos netos
0	- 94.103,23
2016	8.435,60
2017	7.181,00
2018	33.556,11
2019	45.792,32
2020	95.064,53

**FUENTE:** Flujo de caja

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

$$VAN = 115.527,47$$

$$VAN = 115.527,47 - 94.103,23$$

$$VAN = 21.424,24$$

#### 5.9.4 Cálculo de la TIR

La Tasa Interna de Retorno calculada es 19%, es decir que potencialmente el proyecto, devuelve al inversionista el 19% de rentabilidad en los cinco años de vida útil del proyecto.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[ \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right]$$

**Cuadro No. 97****Cálculo de la tasa interna de retorno**

<b>Años</b>	<b>Flujos netos</b>	
0	-	94.103,23
2016		8.435,60
2017		7.181,00
2018		33.556,11
2019		45.792,32
2020		95.064,53

**FUENTE:** Flujo de caja

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

**TIR=** 19%

**5.9.5 Tiempo de recuperación del dinero**

- **Recuperación de la inversión a valor corriente**

**Cuadro No. 98****Valores corrientes**

<b>AÑO</b>	<b>FCN</b>
2016	8.435,60
2017	7.181,00
2018	33.556,11
2019	45.792,32
2020	95.064,53

**FUENTE:** Flujo de caja

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

RECUPERACION 3 AÑOS	49.172,71
INVERSION INICIAL	94.103,23
RECUPERACION AÑO 5 FALTANTE	44.930,52

45.792,32

44.930,52



1

x

Realizando la regla de tres simple se obtiene 0,98 la cual se suma a los 3 años. La inversión se recuperará en 3,98 años. En menos de cuatro años ya tengo mi dinero.

### 5.9.6 Recuperación del dinero con flujos descontados

- **Recuperación de la inversión a valores reales**

#### *Cuadro No. 99*

#### *Valores reales*

<b>AÑO</b>	<b>FCN DEFLACTADO</b>
2016	8.086,27
2017	6.598,57
2018	29.557,58
2019	38.665,39
2020	76.945,03

**FUENTE:** Estudio económico financiero  
**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

RECUPERACION 4 AÑOS	82.907,81		
INVERSION INICIAL	94.103,23		
RECUPERACION AÑO 5			
FALTANTE	11.195,42		
	76.945,03	<del>        </del>	1,00
	11.195,42	<del>        </del>	x

Realizando la regla de tres simple se obtiene 0,15 y sumando a los 4 años se determina que la recuperación real es en los 4,15 años.

### 5.9.7 Tasa de rendimiento beneficio/costo (TRBC)

$$TRBC = \frac{\text{Ingresos deflactados}}{\text{inversion}}$$

$$TRBC = \frac{154.528,15}{94.103,23}$$

$$TRBC = 1,64$$

Por cada dólar invertido hay un beneficio de \$1,64

### 5.9.8 Punto de equilibrio

*Cuadro No. 100*

*Margen de contribución*

	MPD	MPI	MOD	CIF	COSTO UNITARIO	P.V	M.C
S	6,417	0,123	2,92	1,328	10,786	17,50	6,714
M	6,721	0,123	2,92	1,328	11,090	18,00	6,910
L	6,865	0,132	2,92	1,328	11,243	18,50	7,257
XL	6,989	0,132	2,92	1,328	11,367	20,00	8,633
Promedio					11,121	18,500	7,379

Para el cálculo del punto de equilibrio se tomó en cuenta los datos del primer año del proyecto.

$$PE(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos Totales Año 1}}{\text{Margen de contribucion}}$$

$$PE(\text{unidades}) = \frac{30.994,94}{7,379}$$

$$PE(\text{unidades}) = 4.201$$

El punto de equilibrio es de 4.201 unidades, es decir que la microempresa al producir esta cantidad no generará ganancias ni pérdidas y que a partir de este nivel comenzará a recuperar los costos totales.

**Cuadro No. 101**

**Punto de equilibrio (Año 1)**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Ingresos	104.880,51
Ventas totales	104.880,51
Costos fijos	30.994,94
Sueldos administrativos	9.847,96
Sueldos del personal de ventas	9.897,63
Gastos financieros	5.245,63
Gastos depreciación	6.003,72
Costos variables	57.920,40
Materia prima directa	38.731,58
Materia prima indirecta	494,24
Mano de obra directa	16.972,88
Costos indirectos de fabricación	1.721,70
Costo total	
cantidades de unidades	5.817,00
Precio de venta unitario	18,50
Costo variable unitario	11,12
Margen de contribución	7,379

**FUENTE:** Estudio económico financiero

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

$$PE (\$) = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables/Ventas})}$$

$$PE(\$) = \frac{30.994,94}{1 - (57.920,40/104880,51)}$$

$$PE(\$) = 69.223,96$$

Al vender \$ 69.223,96 el proyecto no obtiene ganancias ni pérdidas, ya que alcanza a cubrir exactamente su nivel de costos costales, esto es en el primer año de funcionamiento del negocio.

El punto de equilibrio se lo determinó en valores monetarios debido a que la producción de la microempresa se realizará en diferentes tallas y por ende los precios de cada producto son diferentes, lo que dificulta la obtención de un precio de venta general y un costo de venta para la determinación del punto de equilibrio en unidades y obtener así el margen de contribución, es por esta razón que se aplicó el punto de equilibrio en valores monetarios.

**Cuadro No. 102**

**Punto de equilibrio**

Descripción	Año 2016
<b>INGRESOS</b>	
Ventas	104.880,51
Total ingresos	104.880,51
<b>COSTOS FIJOS</b>	
Gastos administrativos	9.847,96
Gastos en ventas	9.897,63
Depreciaciones	6.003,72
Gastos financieros	5.245,63
Total costos fijos	30.994,94
<b>COSTOS VARIABLES</b>	
Costos de producción	57.920,40
Total costos variables	57.920,40
Punto de equilibrio	69.223,96

**FUENTE:** Estudio económico financiero

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

**AÑO:** 2016

### 5.9.9 Resumen de evaluación financiera

#### *Cuadro No. 103*

#### *Resumen de evaluación financiera*

<b>EVALUADOR</b>	<b>VALOR NUMERICO</b>	<b>ANALISIS</b>
VAN	21.424,24	Medio
TIR	19%	Aito
PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)	69.223,96	Medio
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	4.200,54	Medio
COSTO BENEFICIO	3,96	Alto
TASA DE RENDIMIENTO BENEFICIO COSTO	1,64	Medio
RECUPERACION DE LA INVERSION		
CORRIENTE	3,98	Medio
REAL	4,15	Medio

**FUENTE:** Estudio económico financiero

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa

### 5.10 Conclusiones del estudio financiero

El presente proyecto de investigación es factible ya que el TIR es de 19% y el VAN de \$ 21.424,96 representa valores atractivos y favorables para los inversionistas, añadiendo que su costo beneficio es positivo y es de 3,96 ya que señala la obtención de una ganancia razonable en cuanto al monto de inversión, además se interpreta que el valor invertido se recuperará dentro de los cuatro años considerando así la idoneidad y factibilidad del proyecto.

Con el estudio financiero se pudo determinar los costos y gastos en los que incurrirá la empresa con el fin de brindar al mercado un producto de calidad a precios accesibles.

Además se realizaron las proyecciones de los costos y gastos para conocer el grado de crecimiento de la microempresa y también el periodo de recuperación para conocer el tiempo de recuperación y se determinó que la inversión se recupera en 4años.

## CAPÍTULO VI

### 6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Con el diseño de la estructura organizativa conseguiremos delimitar funciones y la autoridad que acompaña a cada cargo dentro de la empresa evitaremos además los problemas cotidianos como conflictos de autoridad, duplicidad de funciones y por ende los retrasos en los procesos de producción, este estudio es muy importante para el cumplimiento de los objetivos de la organización y el buen funcionamiento.

#### 6.1 Análisis interno de la microempresa

##### 6.1.1 Logotipo

*Gráfico No. 37*

*Logotipo*



ELABORADO POR: Montalvo, Elsa  
AÑO: 2016

##### 6.1.2. Razón social

La microempresa se constituirá como persona natural, ya que no necesita una gran inversión contará con el financiamiento de la Corporación Financiera Nacional.

“**Yuyatex Alpaca**”, es una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de sacos en fibra de alpaca y algodón, cuyo nombre hace referencia a la innovación y a las nuevas creaciones en diseños.

**Razón social:** Montalvo Chiza Elsa Yolanda

**RUC:** 1004561922001

**Nombre comercial:** “Yuyatex Alpaca”

### **6.1.3. Misión**

“Yuyatex Alpaca” es una microempresa que fabrica y comercializa productos de calidad a costos accesibles, cuenta con personal especializado para satisfacer los requerimientos más exigentes, ganando la confianza en cada uno de los clientes.

### **6.1.4. Visión**

Para el año 2020 ser reconocidos como una excelente microempresa en la confección de sacos de alpaca y algodón garantizando productos de calidad y cumpliendo con las expectativas de los clientes, con productos innovadores.

## **6.2. Objetivos organizacionales**

- **Objetivo general**

Confeccionar y comercializar sacos de alpaca y algodón de excelente calidad a precios accesibles para satisfacer los requerimientos más exigentes de los clientes.

- **Objetivos específicos**

- Diseñar modelos en base a las nuevas tendencias de mercado

- Comercializar sacos de alpaca y algodón a precios accesibles conservando la calidad de los mismos.
- Generar utilidades para reinvertir en la microempresa y poder crecer en el mercado.

### **6.3. Código de ética**

Yuyatex Alpaca elaboro un código de ética organizacional. Este documento contiene valores, principios y normas para orientar y fortalecer el comportamiento ético de sus empleados. La ética es la base fundamental sobre la que constituye el accionar organizacional.

#### **6.3.1. Objetivo**

El código de Ética contiene valores principios y normas de conducta para orientar y fortalecer el comportamiento de los empleados de Yuyatex Alpaca.

#### **6.3.2. Ámbito de aplicación**

Este código de Ética es de aplicación para todo el personal de Yuyatex Alpaca, bajo cualquier modalidad de vinculación.

#### **6.3.3. Valores y principios**

Las actuaciones y conductas del personal de Yuyatex Alpaca, deberán regirse conforme los siguientes valores y principios:

**Honestidad.-** el personal de Yuyatex Alpaca deberá actuar siempre con base en la verdad con probidad, rectitud y justicia.

**Honradez.-** las actuaciones y conductas de los empleados deben realizarse con equidad, sin privilegiar a nadie.

**Responsabilidad Social.** Debe procurar hacerle bien a la sociedad, mediante la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social.

**Compromiso.-** El personal de Yuyatex tiene la aptitud y actitud de colaboración con la microempresa, prestando sus servicios con ahínco y esmero en cada función encomendada y con sentido de pertenencia.

**Respeto.-** Propenderá el establecimiento de relaciones interpersonales, sanas en un marco de tolerancia y observancia a los derechos y a la dignidad humana.

**Responsabilidad.-** Un trabajo bien hecho y entregado a tiempo es muy importante en todos los ámbitos para ganar la confianza de los grupos de interés.

**Solidaridad.-** El personal de Yuyatex Alpaca debe procurar el bienestar de sus compañeros, clientes y en general con los demás,

**Atención al cliente.-** atender las necesidades e inquietudes de los clientes es primordial para fidelizar con la microempresa.

**Trabajo en equipo.-** para cumplir con los objetivos es necesario unir talentos y esfuerzos de todos los que integran la microempresa.

#### **6.4. Reglamento Interno.**

La Empresa Yutatex legalmente constituida, con domicilio principal en la Parroquia de Andrade Marín, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código de Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44: y numeral 2 del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicara, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en

su matriz y agencias a nivel nacional y con carácter de obligatorio para todos los empleados y trabajadores de la empresa.

## CAPITULO I

### OBJETIVO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

Art.-1 OBJETIVO GENERAL.- YUYATEZ ALPACA, tiene como objetivo principal elaborar y comercializar sacos en fibra de alpaca y algodón, la finalidad del reglamento es poner en conocimiento las normas de la microempresa, de conformidad con lo dispuesto en el artículo del contrato de constitución, objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Arti.-2. OBJETO DEL REGLAMENTO.- El presente Reglamento, complementario a las disposiciones el Código del trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre la microempresa YUYATEX ALPACA y sus EMPLEADOS y sus TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

## CAPITULO II

### VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSION, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

Art.- 3 VIGENCIA.- Este reglamento interno comenzara a regir desde que la microempresa YUYATEZ ALPACA empiece con sus operaciones.

Art.- 4. CONOCIMIENTO Y DIFUSION.- La microempresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocara un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de las áreas de trabajo y entregara un ejemplar

del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentaran el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

Art.- 5. ORDENES LEGÍTIMAS.- Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la microempresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

Art.- 6. AMBITO DE APLICACIÓN.- El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los empleados y trabajadores que laboren para la microempresa YUYATEX ALPACA.

### CAPITULO III

#### DEL REPRESENTANTE LEGAL

Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la microempresa, por lo tanto le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

Art.- 8. Se consideran oficiales las comunicaciones, oficios debidamente suscritos por el Representante legal.

### CAPITULO IV

#### DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACION DE PERSONAL

Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de YUYATEZ ALPACA a las personas que por su educación, conocimiento, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la microempresa presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la microempresa.

Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la compañía.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito o inscrito, será el único documento que faculte al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la microempresa.

Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones al puesto, deberá llenar un formulario de datos personales del trabajador, entre los cuales se hará constar la dirección de su domicilio, los números telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio.

Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- Hoja de vida actualizada.
- Dos certificados de honorabilidad.
- Copia a color de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Dos fotografías actualizadas tamaño carne.
- Copia de los certificados o títulos legalmente conferidos.

- Certificado de trabajo.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del trabajo competente, sin perjuicio de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Art.- 12. El trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía deberá firmar el acta de recepción que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; los cuales deberán ser entregados al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral.

## CAPITULO V

### DE LOS CONTRATOS

Art.- 13. CONTRATO ESCRITO.- Todo contrato de trabajo se realizara por escrito, y luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo.

Art.- 14. PERIODO DE PRUEBA.- Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la compañía, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y periodo de prueba máximo fijado por el Código de Trabajo.

## CAPITULO VI

### JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Art.- 15. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la microempresa, en los centros de trabajo asignados.

Sin embargo las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del labor que realice cada trabajador y según las necesidades de los clientes y de la compañía.

Art.- 16. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerara como falta leve.

Art.- 17. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato.

Art.- 18. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito a su superior inmediato.

Art.- 19. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes.

Art. 20. A la hora de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado.

Art. 21. No se consideran trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que realicen funciones de confianza y dirección.

Art.- 22. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno o por la compañía.

Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del código de trabajo.

## CAPITULO VII

### DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES DE LAS VACACIONES

Art.- 23. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un periodo ininterrumpido de 15 días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 24 las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los jefes inmediatos.

Art.- 25. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que reemplazará sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones.

El trabajador dejara constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

### DE LAS LICENCIAS

Se concederá licencias con sueldos en los siguientes casos:

Por motivo de maternidad y paternidad.

Para asistir a eventos de capacitación autorizados por la compañía.

Por calamidad domestica debidamente comprobada.

Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 26. Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o en el transcurso de la semana.

## CAPITULO IX

### DE LA REMUNERACION Y PERIODO DE PAGO

Art.- 27. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la compañía se orientara por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, conforme a la ley y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta compañía.

Art.- 28. La microempresa pagara la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 29. La empresa efectuara descuentos de los sueldos del trabajador solo en casos de:

- Aporte personales del IESS.
- Valores determinados por las leyes o autorizados expresamente por el trabajador así como por comprar o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.
- Multas establecidas en este reglamento.

Art.- 30. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidara su cuenta y antes de recibir el valor que corresponde se le descontara todos los valores que este adeudando a la compañía.

## CAPITULO X

### INDICES MINIMOS DE EFICIENCIA

Art.- 31. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso.

## CAPITULO XI

### LUGAR LIBRE DE ACOSO

Art.- 32. Lugar de trabajo libre de acoso.- la empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

Crear un lugar de trabajo ofensivo.

Interferir con las funciones de trabajo de uno.

Afectar el desempeño laboral y

Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajo.

## CAPITULO XII

### OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

#### DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 33. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del código de trabajo las determinadas por la ley, las del contrato de trabajo, código de conducta y este Reglamento, son obligaciones del trabajador, son obligaciones del trabajador las siguientes:

- Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la microempresa.
- Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo.
- Observar en forma permanente una conducta armónica y respetuosa.
- Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria y teléfono.
- Velar por los intereses de YUYATEZ ALPACA y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general.
- Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la microempresa.
- Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio pagado por parte de la compañía.

#### DE LOS DERECHOS

Art.- 34. Serán derechos de los trabajadores de YUYATEX ALPACA:

- Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la microempresa.
- Hacer uso de las vacaciones anuales de acuerdo con la ley y las normas constantes de este reglamento.
- Recibir capacitaciones.
- Las demás que estén establecidas en el Código de Trabajo.

### DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 35. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del código del trabajo, está prohibido al trabajador.

- Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales que se consideren como competencia o que sean afines de la compañía.
- Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales, proveedores, cliente o con quienes la empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.
- Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la microempresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- Causar pérdidas, daño o destrucción de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador.
- Divulgar información sobre técnicas, métodos, procedimientos relacionados con la empresa, diseños, datos y resultados contables y financieros de la microempresa.
- Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.

- Sacar bienes, objetos y materiales propios de la empresa a sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.

### CAPITULO XIII

#### DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONOMICOS DE LA EMPRESA

Art.- 36. Los trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Compañía: como dinero, inventario son personalmente responsables de toda perdida, salvo aquello que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

### CAPITULO XIV

#### DEL REGIMEN DISCIPLINARIO

Art.- 37. En caso de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan al trabajador se le descontara la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código de Trabajo.

Art.- 38. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la compañía, se aplicara una de las siguientes sanciones.

- Amonestaciones verbales.
- Amonestaciones escritas
- Multas hasta el 10% de la remuneración del trabajador.
- Terminación de la relación laboral, previo visto bueno de conformidad con la ley.

Art.- 39. Las multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

- Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de la compañía, sean empleados o trabajadores.
- No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico.
- Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia.
- Ejercer actividades ajenas a la de la compañía durante la jornada laboral.
- Realizar reclamos infundados o mal intencionados.
- No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido.

## CAPITULO V

### DE LAS CESACION DE FUNCIONES O TERMINACION DE CONTRATOS

Art.- 40. Los trabajadores de YUYATEX ALPACA cesaran definitivamente en sus funciones o terminaran los contratos celebrados con la compañía, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo.

- Por las causas legalmente previstas en el contrato.
- Por acuerdo de las partes.
- Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicio objeto del contrato.
- Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la microempresa o negocio.
- Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- Por visto bueno presentado por el trabajador o empleador.

- Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 41. El trabajador que termine su relación contractual con YUYATEX ALPACA por cualquiera de las causas determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos en el código del Trabajo.

## CAPITULO VI

### OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art.- 42. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y en general de todo hecho que se relacione con las actividades que desempeña.
- Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 43. Son prohibiciones de la empresa a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- Retener más del diez por ciento 10% de la remuneración por concepto de multas.
- Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados.
- Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores.
- Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores.
- Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren.

Atentamente,

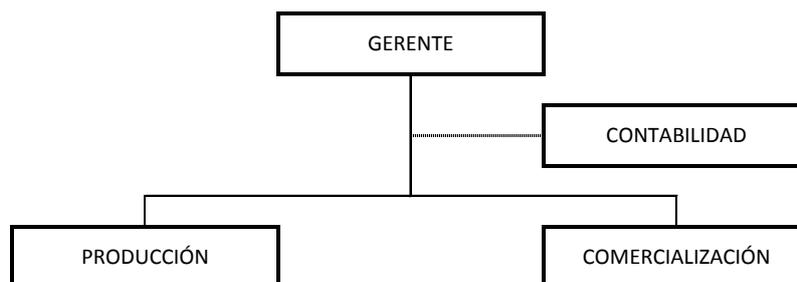
Gerente General.

## 6.5. Organización estructural y funcional de la empresa

### 6.5.1. Organigrama estructural

*Gráfico No. 38*

*Organigrama estructural*

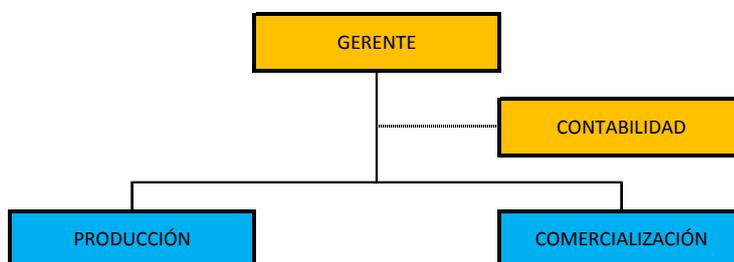


ELABORADO POR: Montalvo, Elsa  
AÑO: 2016

### 6.5.2. Niveles administrativos

“Yuyatex Alpaca” cuenta con los siguientes niveles administrativos.

**Gráfico No. 39** Niveles administrativas



ELABORADO POR: Montalvo, Elsa  
AÑO: 2016

 **Nivel ejecutivo**

 **Nivel operativo**

- **Nivel ejecutivo**

Este nivel está conformado por el propietario de la microempresa quien dentro de la microempresa será el gerente propietario, quien será el representante legal y responsable de dirigir y supervisar las actividades de la microempresa.

- **Nivel operativo**

Este nivel está conformado por las personas de producción (tejedor, 2 operarias) y ventas (vendedora) quienes cumplirán con los planes y programas de la microempresa.

## 6.6. Matriz de relación de puesto perfiles y funciones del personal

*Tabla No. 21*

*Matriz de relación Gerente General*

PUESTO	FUNCIÓN	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
<b>GERENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legalmente a la empresa ante terceros.</li> <li>• Administrar la empresa</li> <li>• Realizar selección de personal</li> <li>• Tomar decisiones</li> <li>• Delegar funciones.</li> <li>• Realizar evaluación del desempeño.</li> <li>• Ordenar y autorizar compras y pagos.</li> <li>• Llevar el control financiero.</li> <li>• Ejecutar las transacciones comerciales con los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Estabilidad emocional.</li> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Buen manejo de relaciones humanas.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Proactivo.</li> </ul>	<p><b>GENÉRICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética profesional.</li> <li>• Honestidad.</li> <li>• Responsabilidad.</li> </ul> <p><b>ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de toma de decisiones.</li> <li>• Capacidad para negociar.</li> <li>• Iniciativa para crear nuevos proyectos.</li> <li>• Manejo de riesgos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios en Administración de empresas, Economía o afines.</li> <li>• Mínimo 2 años en cargos similares.</li> <li>• Actividades comerciales o relacionadas con la práctica empresarial.</li> <li>• Capacitación actualizada.</li> <li>• Manejo básico del inglés.</li> <li>• Manejo de sistemas informáticos.</li> <li>• Poli funcionales</li> </ul>

Tabla No. 22

## Matriz de relación Contadora

PUESTO	FUNCIÓN	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
CONTADORA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asesorar al Gerente en aspectos contables.</li> <li>Realizar registros diarios de las operaciones contables.</li> <li>Elaborar los comprobantes de pago y los cheques para los pagos.</li> <li>Realizar los roles de pago mensual de los trabajadores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liderazgo</li> <li>Estabilidad emocional.</li> <li>Trabajo bajo presión.</li> <li>Buen manejo de relaciones humanas.</li> <li>Trabajo en equipo.</li> <li>Toma de decisiones</li> <li>Proactivo.</li> </ul>	<b>GENÉRICAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ética profesional.</li> <li>Honestidad.</li> <li>Responsabilidad.</li> <li>Confidencialidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios en Administración de empresas, Economía o afines.</li> <li>Mínimo 2 años en cargos similares.</li> <li>Actividades comerciales o relacionadas con la práctica empresarial.</li> <li>Capacitación actualizada.</li> <li>Manejo de sistemas informáticos.</li> <li>Poli funcionales</li> </ul>
			<b>ESPECÍFICAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Capacidad de toma de decisiones.</li> <li>Capacidad para negociar.</li> <li>Iniciativa para crear nuevos proyectos.</li> <li></li> </ul>	

**Tabla No. 23**

**Matriz de relación Tejedor**

PUESTO	FUNCIÓN	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
<b>TEJEDOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar y manejar la maquina rectilínea.</li> <li>• Elaborar los tejidos planos.</li> <li>• Controlar las fallas en el tejido.</li> <li>• Receptar y despachar la orden de producción.</li> <li>• Llevar el control de las piezas a elaborar.</li> <li>• Llevar el control de la bodega de materia prima.</li> <li>• Abastecer la materia prima a las maquinas.</li> <li>• Bobinar.</li> <li>• Zafar del tejido.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo bajo presión.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Control y responsabilidad del tejido.</li> </ul>	<p><b>GENÉRICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Honestidad.</li> <li>• Responsabilidad.</li> </ul> <p><b>ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplina laboral.</li> <li>• Adaptabilidad permanente.</li> <li>• Persuasivo.</li> <li>• Innovador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo idóneo y control de máquina rectilínea.</li> <li>• Experiencia de 2 años.</li> <li>• Edad entre 25 a 45 años.</li> <li>• Disponibilidad de tiempo.</li> </ul>

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

Tabla No. 24

## Matriz de relación Operarias

PUESTO	FUNCIÓN	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
<b>OPERARIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hilvanar las piezas.</li> <li>• Receptar turnos de modelos a confeccionar.</li> <li>• Diseñar y cortar los modelos.</li> <li>• Receptar los turnos de modelos a confeccionar.</li> <li>• Confeccionar.</li> <li>• Realizar los acabados.</li> <li>• Planchar.</li> <li>• Realizar el control de calidad de los sacos.</li> <li>• Doblar y empaçar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabilidad emocional.</li> <li>• Creatividad.</li> <li>• Trabajo a presión.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Manipulación de máquinas industriales.</li> </ul>	<p><b>GENÉRICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Honestidad.</li> <li>• Responsabilidad.</li> </ul> <p><b>ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agilidad para procesar.</li> <li>• Manejo de máquinas de confección.</li> <li>• Disciplina laboral.</li> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios de corte y confección.</li> <li>• Experiencia 1 año.</li> <li>• Edad entre 18 y 40 años.</li> <li>• Manejo y control de las máquinas de confección.</li> </ul>

Tabla No. 25

## Matriz de relación vendedora

PUESTO	FUNCIÓN	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
<b>VENDEDORA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender a los clientes.</li> <li>• Realizar llamadas telefónicas a los clientes.</li> <li>• Coordinar trabajos con proveedores.</li> <li>• Manejar sistemas informáticos</li> <li>• Llevar registro de clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable, puntual, honesto.</li> <li>• Ética moral y profesional.</li> <li>• Facilidad de comunicación, buenas relaciones humanas.</li> <li>• Trato al cliente.</li> </ul>	<p><b>GENÉRICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amabilidad</li> <li>• Compromiso</li> <li>• Profesionalismo</li> </ul> <p><b>ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de persuadir a clientes.</li> <li>• Uso de estilos interpersonales y métodos de comunicación apropiados.</li> <li>• Habilidades en las relaciones interpersonales.</li> <li>• Orientación hacia el logro.</li> <li>• Iniciativa y espíritu emprendedor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia en trato al personal y al cliente.</li> <li>• Tener conocimiento de comercialización de prendas de vestir.</li> <li>• Profesional en especialidades afines a mercadotecnia.</li> <li>• Edad mínima 23 años.</li> </ul>

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTO

Los principales impactos que generará la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos elaborados con fibra de alpaca y algodón en la parroquia de Andrade Marín son: socioeconómico, empresarial, comercial, laboral y ambiental.

#### **Evaluación cualitativa**

- Alto
- Medio
- Bajo
- Indiferente

#### **Evaluación cuantitativa**

La asignación es la siguiente:

- Alto
- Medio
- 1 Bajo
- 0 Indiferente

Estos valores pueden ser positivos o negativos

- (+)3 alto positivo
- (-)3 alto negativo

## Tabla de valoración de impactos

### Cuadro No. 104

#### Valoración de impactos

Numero	Valoración
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa  
AÑO: 2016

## 7.5. Impacto socio-económico

### Cuadro No. 105

#### Impacto socio-económico

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Dinamismo de la economía						X	
Generación de fuente de trabajo						X	
Calidad de vida						X	
Total (E)						6	

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa  
AÑO: 2016

$$\text{Impacto socio – economico} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto socio – economico} = \frac{6}{3} = 2$$

- **Dinamismo de la economía**

El sector micro empresarial en el Ecuador es fundamental ya que contribuye al desarrollo económico y social.

- **Generación de fuente de trabajo**

Para el desarrollo del proyecto se necesitará mano de obra tanto para la producción y comercialización, los habitantes de la parroquia de Andrade Marín serán los beneficiados ya que ellos podrán ser parte de la microempresa.

- **Calidad de vida**

Al contar con un ingreso fijo las familias podrán mejorar la calidad de vida, de cada uno de ellos ya que con la generación de ingresos podrán satisfacer las necesidades de sus familias.

## 7.6. Impacto empresarial

### *Cuadro No. 106*

#### *Impacto empresarial*

<b>Indicadores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Emprendimiento							X
Creatividad						X	
Posicionamiento						X	
Manejo de recursos						X	
Total (E)						6	3

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa  
AÑO: 2016

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto empresarial} = \frac{9}{4} = 2,25$$

#### ➤ **Emprendimiento**

En el ámbito empresarial podemos ofrecer un producto de calidad al mejor precio, ya que para la fabricación de nuestros productos utilizaremos material como la fibra de alpaca y el hilo de algodón que son materiales de alta calidad.

➤ **Creatividad**

La creatividad es fundamental para ofrecer al cliente un producto diferenciado de la competencia con un valor agregado.

➤ **Posicionamiento**

Con este proyecto se podrá impulsar el emprendimiento, la innovación y la creatividad como un modelo para el desarrollo. Permitiendo la generación multiplicadora de nuevos emprendimientos de este u otros artículos en el sector, propiciando el adelanto empresarial.

➤ **Manejo de recursos**

Gracias al aprovechamiento adecuado de los recursos, lo cual nos permite minimizar los costos de producción, nuestros productos serán competitivos en el mercado por sus nuevos modelos y variedad de colores.

### 7.7. Impacto comercial

*Cuadro No. 107*

**Impacto comercial**

<b>Indicadores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
puntos de venta						X	
Atención al cliente							X
Prestigio						X	
Satisfacción del cliente						X	
Total (E)						6	3

ELABORADO POR: Montalvo, Elsa  
AÑO: 2016

$$\text{Impacto comercial} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto comercial} = \frac{9}{4} = 2,25$$

➤ **Puntos de venta**

Para hacer conocer los productos la microempresa abrirá un local comercial en el centro de la ciudad de Atuntaqui, donde los clientes podrán conocer, palpar el producto.

➤ **Atención al cliente**

Satisfacer al cliente es el objetivo principal de la microempresa, por lo tanto cualquier sugerencia y opinión ayudará el crecimiento y así podrá lograr una mejora continua.

➤ **Prestigio**

La microempresa puede llegar a ser reconocida por fabricar productos con altos estándares de calidad, y por satisfacer las expectativas de los clientes, al tener competencia en este sector se realizará los productos de la mejor manera con excelentes materiales.

➤ **Satisfacción del cliente**

Lo que se busca con este proyecto es la satisfacción de los clientes, ya que los clientes son la parte fundamental para el desarrollo y crecimiento de la microempresa, por ende es fundamental que nuestros productos sean de calidad a precios accesibles, de esta manera para poder ganar la confianza de cada uno de nuestros clientes.

## 7.8. Impacto laboral

### *Cuadro No. 108*

#### *Impacto laboral*

<b>Indicadores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Fortalecimiento de microempresas						X	
Crecimiento empresarial							X
Total (E)						2	3

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

$$\text{Impacto laboral} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto laboral} = \frac{5}{2} = 2,5$$

➤ **Fortalecimiento de microempresas**

La realización del proyecto provocará un impacto positivo alto porque podrá crear fortalecer los emprendimientos, creación de nuevas microempresas o proyectos que mejoren la calidad de vida, y que generen fuentes de trabajo.

➤ **Crecimiento empresarial**

En este ámbito se busca fortalecer y lograr la cohesión de las microempresas para adoptar ideas innovadoras que nos genere un crecimiento empresarial, buscando la asociación con otras microempresas que permita hacer frente a problemas comunes de producción y comercialización, con el fin de lograr la cooperación e integración entre las microempresas, para mejorar y crecer a partir de nuevas relaciones con nuevos mercados internacionales, que beneficie a cada uno de los integrantes de la asociación.

## 7.9. Impacto ambiental

**Cuadro No. 109** Impacto ambiental

<b>Indicadores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Manejo de los desechos			X				
Conservación del medio ambiente			X				
Aprovechamiento de recursos			X				
Total (E)			-3				

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

$$\text{Impacto socio – economico} = \frac{E}{\text{Indicadores}}$$

$$\text{Impacto socio – economico} = \frac{-3}{3} = -1$$

➤ **Manejo de desechos**

El proyecto tendrá un impacto bajo positivo, debido a que la microempresa pretende disminuir ese impacto ocupando al máximo sus recursos.

➤ **Conservación del medio ambiente**

La microempresa para ayudar a conservar el medio ambiente usará fundas amigables con la naturaleza.

➤ **Aprovechamiento de recursos**

La microempresa aprovechara al máximo los recursos para tratar de disminuir al máximo los desperdicios.

## 7.10. Impacto general

### *Cuadro No. 110*

#### *Impacto general*

<b>Factores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Socio-económico						X	
Empresarial						X	
Comercial						X	
Laboral							X
Ambiental			X				
<b>Total</b>			-1			6	3

**ELABORADO POR:** Montalvo, Elsa  
**AÑO:** 2016

$$\textit{Impacto general} = \frac{E}{\textit{Indicadores}}$$

$$\textit{Impacto general} = \frac{8}{5} = 1,6$$

**ANALISIS:**

La evaluación de los impactos identificados tiene un impacto positivo mediano (1,6) positivo lo cual garantiza que no va ver efectos negativos significativos, este proyectos no tiene efectos negativos.

## CONCLUSIONES

Con el diagnóstico situacional se determinó la situación actual de la industria textil como los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos. También se pudo analizar que las empresas textiles del cantón se encuentran distribuidas tanto en el sector urbano y rural y que los materiales principales con los cuales elaboran sus productos son fibras sintéticas.

Con el estudio de mercado se pudo determinar que la oferta de los sacos en la ciudad de Atuntaqui corresponde a 553.628 sacos al año, frente a una demanda significativa de 616.510 sacos al año, estableciendo por lo tanto una demanda insatisfecha correspondiente a 62.883 sacos al año significativo para que el proyecto pueda aprovecharlo. Además es este estudio se pudo conocer que la mayoría de la materia prima de los productores es la fibra sintética y que la mayoría tienen una producción común lo que puede causar insatisfacción en los clientes.

Con el estudio se determinó el tamaño de la planta, la localización óptima del proyecto, además nos permitió realizar la distribución y diseño del taller que es fundamental para realizar los procesos de producción y comercialización de forma eficiente.

Con el estudio económico financiero se pudo determinar la factibilidad del proyecto mediante el uso de indicadores financieros y económicos como el cálculo del TIR, VAN, tasa de retorno, proyecciones y todos aquellos que permitieron tener una clara interpretación de lo que la propuesta puede generar en su ejecución.

A través del estudio administrativo se estableció la estructura organizativa, la misión, visión, principios, políticas y valores que son fundamentales para la microempresa para el buen

funcionamiento de la misma, ya que con estos los trabajadores podrán conocer el objetivo que persiguen y como alcanzarlo.

Por último se realizó el análisis de los posibles impactos que generará la creación de la microempresas. En donde se pudo determinar que el proyecto tiene un impacto positivo mediano (1,6) positivo lo cual garantiza que no va ver efectos negativos significativos.

## RECOMENDACIONES

Implementar una microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos en fibra de alpaca y algodón en una variedad de modelos y en un material diferente a la de la competencia para ofrecer a los clientes un producto con un valor agregado. Y al futuro para poder expandirnos a otros mercado de esta manera para apoyar al cambio de la matriz productiva.

Aprovechar al máximo el crecimiento poblacional y de los turistas para ofrecer una diversidad de productos con un valor agregado además es importante realizar un estudio de mercado para obtener información sobre los cambios en el mercado, gustos y preferencias.

La estructura física de la microempresa debe ser la más adecuada para brindar un ambiente laboral sano y seguro para los trabajadores, además debe tener un plan de contingencias para cualquier evento que se presente para mantener seguros a los trabajadores.

El apoyo del gobierno es fundamental debido a que esto permite a los microempresarios a ejecutar los proyectos, es necesario llevar un control adecuado de la situación financiera de la empresa para la toma de decisiones.

El manual de funciones es fundamental para que los trabajadores conozcan las funciones que deben realizar cada uno, esto evitará que exista duplicidad de funciones y los malos entendidos que se pueden generarse, además cada trabajador debe conozca la misión, visión, objetivos, políticas y valores para que el trabajador asuma el compromiso con la microempresa. Y para que conozca los objetivos que persigue y como conseguirlos.

La microempresa una vez que se ejecute debe esforzarse por mejorar los impactos socio-económicos, empresariales, comerciales, laborales y ambientales para que pueda contribuir al desarrollo de la parroquia, cantón y país.

## Bibliografía

Alvarado, G. (13 de 08 de 2013). *Fibras Naturales de origen animal*. Recuperado el 7 de Mayo de 2015, de academia.edu: [http://www.academia.edu/8196594/FIBRAS\\_NATURALES\\_DE\\_ORIGEN\\_ANIMAL](http://www.academia.edu/8196594/FIBRAS_NATURALES_DE_ORIGEN_ANIMAL)

Andrade, D. (2011). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de Economía y Finanzas Internacionales: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/20-economias-de-escala>

Araujo Arevalo, D. (2012). *Proyectos de Inversión análisis, formulación y evaluación práctica*. Mexico: Trillas.

Asociación Internacional, d. l. (2010). *Alpaca*. (AIA, Editor) Recuperado el 7 de Mayo de 2015, de Asociación Internacional de la alpaca: [http://www.thealpacamark.info/es/zip\\_alpaca.php#](http://www.thealpacamark.info/es/zip_alpaca.php#)

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Septima ed.). Mexico: McGraw-Hill.

Banco, I. (2002). *Evaluación Organizacional*. Ottawa: IDB Bookstore.

Banco, I. (2012). *Evaluación Organizacional*. Ottawa: IDB Bookstore.

Bello, R. (11 de 2009). *CEPAL*. Obtenido de Evaluación del impacto: [http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto\\_rbbcproy.pdf](http://www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/9/37779/impacto_rbbcproy.pdf)

Bernal Torres, C. A. (2012). *Metodología de la investigación para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*.

Calleja Bernal, F. J. (2013). *Costos* (Segunda ed.). Mexico: Pearson.

Ecuador, L. (2 de Enero de 2015). *Ecuador Legal Online*. Obtenido de Afiliacion al IESS:

<http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/afiliacion-al-iess/>

Guajardo Cantu, G., & Andrade de Guajardo, N. E. (2014). *Contabilidad Financiera* (Sexta ed.). Peru: El Comercio S.A. Recuperado el 05 de 05 de 2015

Herrera, C. (23 de abril de 2014). *Ministerio de Industrias y productividad*. Obtenido de

Registro Unico de Mipymes: <http://servicios.industrias.gob.ec/>

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>. (2014). Obtenido de

<http://www.sri.gob.ec/web/guest/home>: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/32>

INEC. (11 de 07 de 2012). *Instituto Ecuatoriano de Normalizacion*. Obtenido de INEN 1875:

<http://normaspdf.inen.gob.ec/pdf/nte/1875-3R.pdf>

INEC. (2013). *Ecuador en cifras*. (ENEMDU, Ed.) Obtenido de Ecuador en cifras:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-dic-2013/Presentacion\\_Empleo15anos\\_Dic2013.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/Empleo-dic-2013/Presentacion_Empleo15anos_Dic2013.pdf)

Joomla. (2012). *Canton Antonio Ante*. Recuperado el 04 de 05 de 2015, de Asociacion de

Municipalidades

Ecuatorianas:

<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/institucion/objetivos-estrategicos/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/283-canton-antonio-ante>

Lexus. (2013). *Manual de contabilidad de costos*. Lima: Lexus.

lizana, L. H. (12 de Septiembre de 2011). Obtenido de

<http://fibradealpaca.blogspot.com/2011/09/beneficios-de-la-fibra-de-alpaca.html>

- Maldonado, F. (2012). *¿Eres microempresario? Estos son los impuestos que tienes que pagar*. Recuperado el 1 de Mayo de 2015, de Solidario Conmigo: <http://cuidatufuturo.com/2012/04/si-eres-microempresario-y-te-preocupa-el-pago-de-impuestos-lee-esto/>
- Meza Orozco, J. d. (2013). *Evaluacion financiera de proyectos* (Tercera ed.). Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Microempresa T-P*. (20 de Agosto de 2012). Recuperado el 1 de Mayo de 2015, de Taringa: <http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/15430825/Microempresa---TP.html>
- Municipio, d. (05 de 05 de 2015). requisitos para la patente. (E. Montalvo, Entrevistador)
- Nacional, A. (29 de Diciembre de 2010). *Codigo organico de la produccion comercio e inversiones*. Obtenido de Codigo organico de la produccion comercio e inversiones: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec050es.pdf>
- Observatorio, d. (2012). *Caracteristicas de la microempresas ecuatorianas*. Obtenido de [http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/CARACTERISTICAS\\_DE%20LAS%20MICROEMPRESAS%20ECUATORIANAS.pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/CARACTERISTICAS_DE%20LAS%20MICROEMPRESAS%20ECUATORIANAS.pdf)
- Ortega , P. (01 de 06 de 2015). Centro de Fomento Productivo. (E. Montalvo, Entrevistador) Atuntaqui, Imbabura, Ecuador. Obtenido de [www.fabricaimbabura.gob.ec](http://www.fabricaimbabura.gob.ec)
- Palacios Acero, L. C. (2010). *Direccion Estrategica* (Primera ed.). Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado el 07 de 05 de 2015

Pecaltex. (2013). *Pecaltex hilos de calidad*. Recuperado el 7 de Mayo de 2015, de Algodon:  
[http://pecaltex.com.mx/Pecaltex/Sobre\\_el\\_Algodon.html](http://pecaltex.com.mx/Pecaltex/Sobre_el_Algodon.html)

Radio Espectaculo. (27 de Febrero de 2014). Periodismo de hoy y siempre. *Atuntaqui ofrece trabajo a sus vecinos*, págs. 20-23.

Sanchez Gomez, R. (2014). *Gestion y Psicologia en empresas y organizaciones*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversion formulacion y evaluacion* (Segunda ed.). (I. F. Maluf, Ed.) Chile: Pearson Educacion.

Sarmiento, R. (2010). *Contabilidad de costos*. Quito: Andinos S.A.

Schnarch Kirberg, A. (2013). *Marketing para Pymes*. Colombia: Alfaomega.

Scott, B. (2010). *fundamentos de la administracion financiera*. Mexico, Mexico: COSEGRAF.

SERCOP. (05 de 01 de 2015). *Compras Publicas*. Obtenido de Mypes:  
<http://portal.compraspublicas.gob.ec/compraspublicas/preguntas-frecuentes-proveedores/Aplicaciones%20Generales>

Servicio de Rentas, I. (2014). *Personas Naturales*. Recuperado el 1 de Mayo de 2015, de SRI:  
<http://www.sri.gob.ec/de/31>

Servicio de Rentas, I. (2015). *Pymes*. (S. d. Internas, Editor) Recuperado el 1 de Mayo de 2015, de SRI: <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Vargas Belmonte, A. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa* (Primera ed.). (I. Editorial, Ed.) España: IC Editorial. Recuperado el 7 de Mayo de 2015

**LINKOGRAFÍA**

<http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/about-us/informacion-general>

<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/institucion/objetivos-estrategicos/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/283-canton-antonio-ante>

[http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_content&view=article&id=319&Itemid=322](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=319&Itemid=322)

# Anexos

## ANEXOS No. 1 Empresas de tejeduría Antonio Ante

<b>No.</b>	<b>RUC O C.I</b>	<b>Nombres y apellidos</b>	<b>Actividad comercial</b>	<b>Dirección</b>
1	1002463584	Andrade Espinoza Silvia	Fábrica de sacos	San Vicente
2	1000700367	Beltrán Villegas María Luisa	Sacos-Artesanos	González Suarez
3	1000535219	Benítez Rodríguez Imelda Hermelinda	Fab. Tejidos de lana	Sucre
4	1001683679	Cacuango Lema Luis Humberto	Tejidos Monark	Rio amazonas
5	1001927043	Calderón Andrade Silvia Patricia	Tejidos	Atahualpa
6	1001692042001	Calderón Calderón Jesús Antonio	taller de sacos	García Moreno
7	1002424206	Calderón Estévez Pamela Maritza	Sheyla industrias	Rio amazonas
8	1003147640001	Calderón Terrenos Karina	Fabrica protextil	Gral. Enríquez
9	1003233606001	Chavarrea Cadena Mayra Noemí	Fab. Sacos	Juan de Velasco
10	1000209195	Chavarrea Vallejos Jacinto Misael	Fab. Sacos	Rio amazonas
11	1002576906	Cusin Montalvo Carmen Amelia	taller de sacos	Pérez Muñoz
12	1001781739	Dávila Bravo Segundo Carlos	Tejidos	Rocafuerte
13	1001596004	Dávila Cevallos Wilson Patricio	Fab. Sacos	Gral. Enríquez
14	1000228088	Dávila Garzón Paco Aníbal	Ropa- artesano	Plaza Libertad
15	1000228385	Domínguez Espinoza Fausto Rene	Tejidos Paty	Rio amazonas y bolívar
16	1001616737	Domínguez Tuqueres José Edgar	Fab. Tejidos	Abdón Calderón
17	1002102547	Espinoza Calderón María Cristina	Tejidos Criss	Olmedo y panamericana
18	1001266723	Espinoza Calderón Carlos Alfredo	Fab. sacos	Gral. Enríquez
19	1002832077	Espinosa Cevallos Carlos Fernando	Fab. De tejidos	Sucre
20	1002832093	Espinosa Cevallos Ximena Alexandra	Fab. De tejidos	Sucre 10-50
21	1000221778	Espinosa García Luis Fernando	Fab. Sacos	Bolívar
22	1002353397	Espinosa Paredes Betty Paulina	Fab. Tejidos	Gral. Enríquez
23	1000209708	Espinoza Villegas Eudocia de las Mercedes	Fab. Sacos	Panamericana

24	1004202659	Gordon Jácome Carla Ruby	Creaciones Gortex	2 de marzo
25	1001557956	Gordon Moreta Juan Joselito	Ropa- artesano	Rio amazonas
26	1091718894001	Grijalva Michelena Edwin Eduardo	Ktzpe Cía. .Ltda.	Pichincha y av. Julio Miguel Aguín
27	1002513289	Grijalva Suarez Miguel Felipe	Confortex	González Suarez
28	1003635818001	Guáchala Calvache Luisa Viviana	Tejidos Jiretex	Rio amazonas
29	1000931343	Guamán Georgina Luzmila	Fab. Sacos	Gral. Enríquez
30	1002094264	Guerrero Espín María Fernanda	Statutex	Gral. Enríquez
31	1002094264	Guerrero María Fernanda	Statutex	Gral. Enríquez
32	1002359659	Guevara Zumárraga Diana Sofia	Fab. Sacos	Gral. Enríquez
33	1004565790	Imbaquingo Terán Marco Vinicio	Crear college	Bolívar
34	1001774577	Jácome Villegas Marco Vinicio	Marco tex	Av. Julio Miguel Aguinaga
35	1091725785001	Karman Espinoza Paredes Cía. Ltda.	Karmam Cía. Ltda.	Gral. Enríquez
36	1001725710	León Guerrero Dora Carrmita	Fab. Sacos	Bolívar y pichincha
37	1003240767	Lima Maigua Blanca Luzmila	Tejidos	Bolívar
38	1002097895001	Lima Maigua José Marco	Tejidos de lana	Humberto G. y Leoro F.
39	1000417434	López Nieto Sigfredo	Confecciones Nacar	Pérez Muñoz
40	1002827226	Maigua Males Cecilia Magdalena	Fab. Tejidos	Bolívar

**Fuente:** Municipio de Antonio Ante

**Elaborado por:** Montalvo, Elsa

## ANEXOS No. 2 Proforma Equipo de computación



**SINFOR**  
soluciones informáticas

**SISTEMAS INFORMÁTICOS**  
Alquiler, Venta y Mantenimiento de Computadoras, Desarrollo de Sistemas, Instalación de redes, Capacitación, Asesoramiento Técnico, Suministros, Antivirus.  
RUC:1002028171001

**PROFORMA No. 3411**

Cliente: JESENIA LOPEZ

Ruc:

Telf.: 0982782946

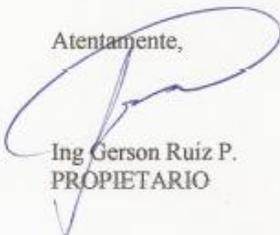
Dirección: Otavalo

CANT	DETALLE	P. UNIT	TOTAL
1	<b>PORTATIL HP 15, CORE i5 5200U 2.70GHz:</b>	728,000	728,00
	QUINTA GENERACION,6GB,750GB,15.6" HD,DVD WRITER,WI-FI,HDMI,TECLADO NUMERICO,WINDOWS 8.1...		
			0,00
			0,00
		<b>STOTAL</b>	<b>728,00</b>
		<b>BASE IMP.</b>	<b>728,00</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>87,36</b>
		<b>0%</b>	<b>0,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>815,36</b>

**Tiempo de entrega:** Inmediata previa confirmación de Mayorista  
**ESPERAMOS PODER: SERVIRLE CON CALIDAD AL MEJOR PRECIO.**

Otavalo 22 de junio de 2015

Atentamente,



Ing Gerson Ruiz P.  
PROPIETARIO

## ANEXOS No. 3 Anexo de equipo de computación


**SINFOR**  
soluciones informáticas

# SISTEMAS INFORMÁTICOS

Alquiler, Venta y Mantenimiento de Computadoras, Desarrollo de Sistemas, Instalación de redes, Capacitación, Asesoramiento Técnico, Suministros, Antivirus.  
**RUC:1002028171001**

---

## PROFORMA No. 3410

**Ciente:** JESENIA LOPEZ  
**Ruc:** **Telf.:**  
**Dirección:** Otavalo

CANT	DETALLE	P. UNIT	TOTAL
1	<b>COMPUTADOR - CASE ATX SUPER POWER:</b>	625,000	625,00
	Motherboard GigaByte DDR3 core i7- Proc. Intel core i3, Memoria RAM 4GB - Monitor LG 20" Led - disco duro 1000Gb - DVD-REWRITABLE - Lector de memorias- Tarjeta sonido- Tarjeta de Red 10/100- Teclado PS/2 Español- Mouse PS/2 NetScroll- Parlantes - Pad Mouse, Regulador de Voltaje.		0,00
1	impresora EPSON L-210 tinta continua	312,500	312,50
		<b>STOTAL</b>	<b>937,50</b>
		<b>BASE IMP.</b>	<b>937,50</b>
		<b>IVA 12%</b>	<b>112,50</b>
		<b>0%</b>	<b>0,00</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>1050,00</b>

**Tiempo de entrega:** Inmediata previa confirmación de Mayorista  
**ESPERAMOS PODER: SERVIRLE CON CALIDAD AL MEJOR PRECIO.**

Otavalo 22 de junio de 2015

Atentamente,

  
**Ing Gerson Ruiz P.**  
**PROPIETARIO**

---

Otavalo - Ecuador      Telf. 2923724/0997693767/0991803763 E-mail: [g Ruizp@hotmail.com](mailto:g Ruizp@hotmail.com)  
 Bolivar y Juan Montalvo (Esquina - Parque Bolivar)

## ANEXOS No. 4 Proforma de suministro de oficina

PAPELERIA MONSERRATH				
R. U. C. : 1001202108001				
Dirección : SUCRE Y JUAN MONYALVO		Fax : 		
Teléfonos : 2927372		E-Mail : sylvialex_haro@hotmail.com		
Ciudad : OTAVALO		PROFORMAS 00000018 PAPELERIA & BAZAR		
Cliente : ELSA MONTALVO		Ruc/Ci. : 1004561922		
Dirección : SAN ROQUE		Tifs. :		
Fecha Emisión : 26/06/2015		Fecha Venci. : 26/06/2015		Ciudad :
Observación :				
Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub Total
7705437007266	RESMA PAPEL DISPALASER 75GR	2.00	3.9500	7.90
5018505140737	PERFORADORA RAPESCO 820-P	2.00	4.4643	8.93
8802966090307	GRAPADORA POWER 133	2.00	5.8036	11.61
	EBMA ESFERO BIC MEDIO AZUL	16.00	0.3125	5.00
7861151303487	ARCHIVADOR OFIC CELESTE LOMO 5	10.00	3.1250	31.25
	LN LAPIZ NORICA	4.00	0.2232	0.89
	SM SACAPUNTA METALICO	1.00	0.3125	0.31
	BPZ20 BORRADOR PELIKAN PZ20	2.00	0.2679	0.54
6921969775119	CORRECTOR KAIPAI CUADRADO	2.00	0.8036	1.61
4902030789527	FLASH MEMORY TDK 8GB VERDE	1.00	8.8393	8.84 *
7861129527143	CLIPS CARIOCA	2.00	0.1786	0.36
	TR TIJERA REGLA	1.00	0.5804	0.58 *
7861084213136	CUADERNO ACAD 100H CDRS	1.00	1.3393	1.34
	CSS18X10 CINTA SCOHT 18X10	32.00	0.1786	5.72
4892987003039	CAJA DE TIZA BLANCA	1.00	0.6250	0.63
	CD2 CARTULINA DUPLEX 255GR	10.00	0.5804	5.80 *
5707288110005	TIJERA QUALITY MEDIANA	1.00	1.4732	1.47 *
7861129513030	JUEGO GEOMETRICO CARIOCA N°4	1.00	1.4286	1.43 *
4895137943544	TIJERA ESCOLAR 103	3.00	0.4018	1.21
7861842013787	CABEZA PEQUEÑA	4.00	1.5625	6.25
Forma de Pago : 0 Días			<b>Sub Total :</b>	101.67
			<b>Dcto.:</b>	0.00 % 0.00
			<b>I. V. A. :</b>	12.00 % 11.25
			<b>TOTAL :</b>	112.92
 TARRIO MONSERRATH TEL: 920537 OTAVALO - ECUADOR <b>ELABORADO</b>				
Dirección: Calle Sucre y Juan Montalvo (Edificio Fuentes)		Telf: (06) 2927-372 Cel: 0984 025 805		Email: sylvialex_haro@hotmail.com papelerialmonserrath@hotmail.com

## ANEXOS No. 5 Proforma Suministro de oficina

<b>PROFORMA</b>		CORS CORPORACION SANCHEZ S.C R.U.C 1091716964001		Ref: 150000082
Nombre: <b>ELSA MONTALVO</b>		Fecha: <b>2015/06/22</b>		<b>Sánchez</b> PAPELERÍA LIBRERÍA SUMINISTROS DE OFICINA
Dirección: <b>OTAVALO</b>		Ruc: <b>1004561922</b>		
		Telf. <b>***NO EXISTE***</b>		

2	UN	PapBond75A4MRepropal*500	A0680203	3.9000	7.800	
6	UN	EsfMAzuFinoBic(24)	A0370302	0.3571	2.142	*
6	UN	EsfMNegFinoBic(24)	A0370309	0.3571	2.142	*
6	UN	EsfMRojFinoBic(24)	A0370314	0.3571	2.142	*
10	UN	ArchivadORealPractic(15)	C0050102	3.1250	31.250	*
2	UN	ClipsLancer(10)	C0110101	0.2232	0.446	*
2	UN	EngrapCPqMapedMini(6)	C0150110	4.2411	8.482	*
1	UN	PerfMedKW-Trio962SC	C0280303	4.2457	4.245	*
1	UN	GrapasN°26/5000umdLancer(10)	A0470106	0.8929	0.892	*
1	UN	CalculadCFX82MSCasio	A0080307	12.4554	12.455	*
6	UN	LapizMNoricaHBStaedtler(12)	A0540308	0.2232	1.339	*
6	UN	BorradorEPZ20Pelikan(20)	A0050203	0.2232	1.339	*
6	UN	SacapMetálicoEl servicio(24)	A0800201	0.1786	1.071	*
1	UN	CEmbal80*48CafeShurtape(6)	A0180205	1.6518	1.651	*
6	UN	CuadMAcad100CAndaluz(48)	A0260404	1.3393	8.035	*

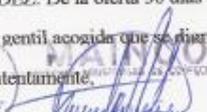
  

	77.64	7.80	0 Total Imponible	77.64
			Total No Imponible	7.80
			Subtotal	0.00
			IVA	9.32
			Total a Pagar	94.76

La Proforma tiene vigencia de 20 días a partir de la fecha de emisión

## ANEXOS No. 6 Proforma Maquinaria

<b>MAINCO</b>			
MAQUINAS INDUSTRIALES DE CONFECCION			
DIREC: PANAMERICANA NORTE E IMBABURA		FACTURA PROFORMA	
TEL.: (593 6) 2530 743 - FAX: (593 6) 2530 558		Nro. 1989	
E-mail: grupomainco@andinet.net		RUC 1002675963001	
ATUNTAQUI - IMBABURA - ECUADOR		26/06/2015	
CLIENTE: ELSA MONTALVO			
DIRECCIC CALLE SHYRIS		TEL.:	0986377820
CIUDAD: SAN ROQUE		FAX:	
De nuestras consideraciones:			
Es muy grato llevar a consideración de Uds. la cotización de las máquinas que se describen a continuación:			
		V. Unitario	Valor Total
2	Máquina Industrial Overlock, Marca GEMSY Modelo GEM747FH	589,29	1.178,58
1	Máquina Industrial Recubridora, Marca GEMSY Modelo GEM500H01	973,21	973,21
1	Máquina Industrial Recta, Marca GEMSY Modelo GEM8900H	392,86	392,86
1	Máquina Industrial Cortadora 5", Marca GEMSY Modelo GEM85	375,00	375,00
1	Máquina Industrial Botonera, Marca SINGER Modelo 655D-T	1.607,14	1.607,14
1	Máquina Industrial Ojaladora, Marca HOSEKI Modelo HSK-781	2.857,14	2.857,14
1	Plancha a vapor industrial, Marca SILVER STAR Modelo ES-300	258,93	258,93
1	Máquina Industrial de terjer sacor, Marca SHINE STAR Modelo 52D	27.678,57	27.678,57
FORMA DE PAGO: CONTADO			
TIEMPO DE ENTREGA: Inmediato si existe en stock o máximo de 30 a 35 días laborables a partir del pedido con el 50% al pedido y 50% a la entrega de las mismas		SUBTOTAL	35.321,43
GARANTIA: 1 año con servicio técnico y repuestos en el caso de máquinas industriales y 6 meses de servicio técnico en máquinas domésticas, cortadoras, bordadoras domésticas, planchas, cosedoras de costales, estampadoras y sopletes.			0,12
No se dará garantía por las siguientes razones: * Daños causados por maltrato o uso indebido de la maquinaria. * Desgaste natural de los productos debido a su uso. * Averías ocasionadas por sobrecargas eléctricas. * Si la máquina es destinada a usos distintos para los que ha sido fabricada. * Si la máquina es reparada por el cliente o por personal no autorizado por MAINCO. La presente garantía cubre servicio técnico a domicilio sobre maquinaria con mueble y motor ya que debido a su tamaño no pueden ser llevadas a nuestros talleres. Máquinas domésticas, cortadoras, bordadoras domésticas, planchas, etc., serán enviadas por el cliente a los talleres para su reparación. El servicio técnico a domicilio para máquinas con muebles será cubierto dentro del perímetro de la provincia de Imbabura. Fuera de este perímetro el cliente trasladará el cabezal de la máquina a nuestros talleres. Los servicios de reparación por la garantía no tendrán costo alguno. MAINCO se compromete a capacitar al personal en los talleres del mismo. Asesoramiento y enseñanza del manejo de las máquinas durante el tiempo requerido. En cada máquina se adjunta todos los accesorios y herramientas para su normal funcionamiento. VALIDEZ: De la oferta 30 días		TOTAL	39.560,00
Por la gentil acogida que se me da a esta oferta, le agradezco y me suscribo de Ud.			
Muy atentamente,			
			
Paulo César Aguirre, Gerente G.			

## ANEXOS No. 7 Proforma suministro de limpieza

**TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA) S.A.****calidad, variedad y economía**

Matriz RUC 0990017514001  
Guayaquil: Chimborazo 2-17 y Luque

Sucursal: RUC 0990017514027  
Perez Guerrero 775 entre Sanchez y Bolivar  
Ibarra - Ecuador

\* CONTRIBUYENTE ESPECIAL \*  
Resolución Nro 6925 del 4 de julio de 1995

**PROFORMA**

FECHA: 02/06/15  
CLIENTE: Elsa Montalvo  
RUC/C.I. 1004561922  
DIRECCIÓN: San Roque  
TELÉFONO: 986377820

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	Pvp. Unit.	SUBTOTAL
142801	1	FRANELA X 6	\$ 1,59	1,59
140636	1	FABULOSO KLIN	\$ 1,59	1,59
141720	1	PALA RECOGEDORA DE BASURA	\$ 0,99	0,99
141727	1	ESCOBA	\$ 1,99	1,99
141686	1	TRAPEADOR DE MICROFIBRA	\$ 3,99	3,99
161472	1	JABON LIQUIDOISABELA	\$ 1,99	1,99
149503	1	COLOR MAYIK	\$ 0,99	0,99
213034	1	HOJAS INEM X 500 UNDS	\$ 4,99	4,99
210908	1	ESFEROS X 4 UNDS	\$ 1,99	1,99
111222	1	CESTO DE BASURA	\$ 1,99	1,99
149530	1	FUNDA DE BASURA	\$ 0,59	0,59
140116	1	PAPEL HIGIENICO ELITE X 12	\$ 6,99	6,99
140651	1	AMBIENTAL AMBIENTOL PASTILLA	\$ 0,99	0,99
140403	1	ARMADORES DE ALAMBRE X 10	\$ 1,99	1,99

TOTAL \$ 32,66

forma valida por 5 días y sujeta a variaciones de precio

## ANEXOS No. 8 Anexo Equipo de ventas



## LOS MANIQUES DE CALIDAD EN ECUADOR

Tel.: 0051 - 997 441 454  
 Skype: enrican76 (ECUADOR)  
 Email: [contactos@losmaniques.com](mailto:contactos@losmaniques.com)  
 © Red de distribución

**PROFORMA**

Nombre: Elsa Montalvo

Fecha: 01 de julio del 2015

Dirección: San Roque

RUC: 1004561922

Teléfono: 0986377820

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub Total
Ariel pos. A	Maniquí mujer en fibra de vidrio sin cabeza con acabado en alta moda. Optima vestibilidad.	1	62,50	62,50
Ariel pos. G	Maniquí mujer en fibra de vidrio sin cabeza con acabado en alta moda. Optima vestibilidad.	1	62,50	62,50
Marcel pos. A	Maniquí hombre en fibra de vidrio sin cabeza con acabado en alta moda. Optima vestibilidad.	1	62,50	62,50
Marcel pos. S1	Maniquí hombre en fibra de vidrio sin cabeza con acabado en alta moda. Optima vestibilidad.	1	62,50	62,50
			Subtotal	250,00
			I.V.A 12 %	30,00
			<b>TOTAL</b>	<b>280,00</b>

**ANEXOS No. 9** Proforma Equipo de oficina**TELAVIT***Teléfonos centrales telefónicos- redes telefónicas*

Quito: Bladimir Lenin E14-95 y René Chávez.

Telf.: Oficina (02) 3451262 Cel.: Claro: 093483383 / Movistar: 087445977

e-mail: telavit@gmail.com

**PROFORMA**

Nombre: Elsa Montalvo

Fecha: 01 de julio del 2015

Dirección: San Roque

RUC: 1004561922

Teléfono: 0986377820

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub Total
KX T7730	Panasonic KX T7730, teléfono de 1 línea Básico, ideal para extensión de Centrales telefónicas. CARACTERISTICAS: Funciones Flash y Radial con un botón, Marcaje Tonos o Pulsos. Selector de Timbre de llamada Alto/Bajo/Apagado. Montaje en pared.	1	26,79	26,79
			Subtotal	26,79
			I.V.A 12 %	3,21
			TOTAL	30,00

## ANEXOS No. 10 Proforma Muebles y enseres

**MADEHOGAR**

Imbabura Ibarra  
 Caranqui Av. Atahualpa y hualcopo duchicela 7-12  
 Teléfono: 653-394

**PROFORMA**

Nombre: Elsa Montalvo

Fecha: 01 de julio del 2015

Dirección: San Roque

RUC: 1004561922

Teléfono: 0986377820

Código	Descripción	Cantidad	Precio	Sub Total
	Escritorio rio	1	268	268
	Sillas clientes	5	18	89
	Archivador	1	161	161
	Mesa de corte	1	161	161
	Estantería	1	125	125
	Vitrina	1	134	134
	Mesa de doblado	1	196	196
			Subtotal	1134
			I.V.A 12 %	136
			<b>TOTAL</b>	<b>1270</b>

.....

Propietario Bryan Terán Ayala

## IMPUESTO A LA RENTA

## ANEXOS No. 11 Impuesto a la renta

Año 2015 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
-	10.800	0	0%
10.800	13.770	0	5%
13.770	17.210	149	10%
17.210	20.670	493	12%
20.670	41.330	908	15%
41.330	61.980	4.007	20%
61.980	82.660	8.137	25%
82.660	110.190	13.307	30%
110.190	En adelante	21.566	35%

**FUENTE:** Servicio de rentas internas

**ELABORADO POR:** Servicio de rentas internas

**AÑO:** 2016



## ANEXOS No. 12 Encuesta dirigida a la PEA del cantón Antonio Ante y a los turistas

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN ANTONIO ANTE Y A LOS TURISTAS.

**Objetivo:** Determinar el nivel de aceptación del saco de fibra de alpaca y algodón en el cantón Antonio Ante.

**Instrucciones:** Marque con una "X" según corresponda.

### 1. ¿Compra usted sacos?

SI   
NO

### 2. ¿En qué material compra usted los sacos?

Algodón   
Poliéster   
Lana   
Alpaca   
Otros

### 3. ¿En qué lugar prefiere adquirir los sacos?

Almacén   
Boutique   
Centro comercial   
Supermercados

### 4. ¿Cuál es el almacén de su preferencia?

Karman   
Protexil   
Carlex   
Statutex   
Marcos

### 5. ¿Con qué frecuencia compra usted los sacos? Y ¿Cuánto adquiere?

a. Quincenal   
b. Mensual   
c. Trimestral   
d. Semestral   
e. Anual

**6. ¿Qué precio paga por un saco?**

15-20	<input type="text"/>
21-25	<input type="text"/>
26-30	<input type="text"/>
31-35	<input type="text"/>
32-40	<input type="text"/>

**7. ¿Qué talla prefiere?**

S  M  L  XL  XXL  XXXL

**8. ¿Al momento de comprar un saco, qué es lo primero que toma en cuenta?**

Diseños	Colores
Precios	Calidad
Marca	Todos

**9. ¿Le gustaría que exista una microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos de alpaca y algodón?**

SI

NO

**10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un saco de fibra de alpaca y algodón?**

20-25	<input type="text"/>
26-30	<input type="text"/>
26-30	<input type="text"/>
31-35	<input type="text"/>
32-40	<input type="text"/>
41-45	<input type="text"/>

**11. ¿A través de qué medios de información usted quisiera recibir información de los sacos de fibra de alpaca y algodón que ofrecerá esta nueva microempresa?**

Radio

TV.

Prensa

Internet

**Datos técnicos**

**Edad:** (15-25años)..... (26-40 años)..... (Más de 40 años).....

**Género:** Masculino.....Femenino.....

**Ocupación:** Empleada/publico.....Empleada/o privado.....

Negocio propio..... otro.....

**Nivel de ingreso Mensual:** Sueldo Básico.....Entre 500 a 700.....

Entre 700 a 800.....más de 800.....



## ANEXOS No. 13 Entrevista dirigida a los productores de sacos

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

### ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES DE SACOS

Entrevistado/a: .....  
Cargo:.....  
Empresa:.....  
Dirección:.....  
Lugar y fecha: ..... Hora:.....  
Teléfono: .....

A. OBJETIVO: Conocer la opinión de un experto en la producción y comercialización de sacos los de lana.

#### CUESTIONARIO

¿Qué tipo de material utiliza para la elaboración de los sacos?

¿Quiénes son sus principales clientes y como los distribuye?

¿Cuál es la cantidad de ventas mensuales de sacos?

¿Dónde adquiere la materia prima?

¿Qué tipo de maquinaria utiliza en la confección de los sacos?

¿A qué precios ofertan sus productos actualmente en el mercado?

¿Cómo hace conocer sus productos?

¿Esta actividad es rentable?

¿Considera que la alpaca es una fibra adecuada para elaborar sacos?

GRACIAS POR SU COLABORACION

**ANEXOS No. 14 Anexo ficha de observación**

UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

FICHA DE OBSERVACIÓN

Datos informativos

Empresa observada:.....

Fecha:.....

Producto sustituto:.....

N° de clientes que compran sacos de lana

5-50

51-70

71-120

121-225

**EVALUACION DE ATRIBUTOS**

PRENDAS	PRESENTACIÓN PRODUCTO				COMENTARIO
	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	
Sacos Damas					
Sacos De Caballeros					
Sacos Niños					

PRENDAS	CALIDAD				COMENTARIO
	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	
Sacos Damas					
Sacos De Caballeros					
Sacos Niños					

PRENDAS	DISEÑOS				DETALLES
	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	
Sacos Damas					
Sacos De Caballeros					
Sacos Niños					

PRENDAS	PRECIOS	COMENTARIO
Sacos Damas		
Sacos De Caballeros		
Sacos Niños		

PRENDAS	ACABADOS				DETALLES
	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	
Sacos Damas					
Sacos De Caballeros					
Sacos Niños					

PRENDAS	COMBINACION DE COLORES				COMENTARIO
	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	
Sacos Damas					
Sacos De Caballeros					
Sacos Niños					

PRENDAS	TALLAS	COMENTARIO
Sacos Damas		
Sacos De Caballeros		
Sacos Niños		

PRENDAS	MATERIAL				COMENTARIO
	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	
Sacos Damas					
Sacos De Caballeros					
Sacos Niños					

Análisis:

.....

.....

.....

.....

**ANEXOS No. 15 Encuesta dirigida a los propietarios de las empresas de tejeduría del cantón Antonio Ante**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE LAS EMPRESAS DE TEJEDURIA  
DEL CANTON ANTONIO ANTE

**Objetivo:** conocer el nivel de producción, los precios y los datos históricos de la producción de sacos.

**Instrucciones:** Marque con una “X” según corresponda.

**1. ¿Qué tipo de materia prima utiliza para la elaboración de los sacos?**

- a. Fibras naturales
- b. fibras sintéticas

**2. ¿Qué cantidad de sacos produce mensualmente?**

.....

**3. ¿Para qué genero produce los sacos?**

- a. Masculino
- b. Femenino

**4. ¿A qué precio vende los sacos?**

Talla S.....

Talla XL.....

Talla M.....

Talla L.....

**5. ¿Cuáles son los datos históricos de producción de los años?**

- a. Año 2010
- b. Año 2011
- c. Año 2012
- d. Año 2013
- e. Año 2014

ANEXOS No. 16 Proceso productivo confecciones finatex  
Materia prima



Maquinarias





## Proceso de elaboración



Hilvanando para el planchado



Planchado



Unión de piezas y Acabado



Producto final