



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

## ECONÓMICAS

### CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

#### PLAN DE TRABAJO DE GRADO

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS ARTESANALES EN LANA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORA:

ARÉVALO ERAZO SILVANA PATRICIA

DIRECTOR:

ECON. CERVANTES LUIS

Ibarra, mayo 2017

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tejidos artesanales en lana, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, cuyo objetivo es rescatar el valor del trabajo artesanal existente en la ciudad. Para ello se procedió a realizar el diagnóstico situacional en donde se logró establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a los cuales se enfrentará el proyecto, mediante el uso de estas variables se determinará las condiciones favorables para su implementación. Además, se tomó en cuenta bases teóricas, las mismas que permitieron sustentar y profundizar la investigación realizada. En lo referente al estudio de mercado se determinó la demanda, oferta, precios y estrategias de comercialización mediante la aplicación de encuestas, entrevistas no estructuradas y el método de observación lo que confirmó la aceptabilidad de los productos por los consumidores de la zona investigada, además permitió conocer los gustos y preferencias a fin de entregar productos que satisfagan y cumplan con las expectativas de los clientes. Por otra parte, se realizó el estudio técnico el mismo que permitió determinar la mejor ubicación del proyecto mediante un análisis de macro y micro localización, así también se determinó la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto; el tipo de financiamiento por el cual se optará será por medio de socios y la institución financiera BanEcuador. En cuanto al estudio financiero se pudo determinar que la microempresa cuenta con ingresos suficientes para solventar los costos y gastos y generar utilidades para los socios capitalistas, y mediante la aplicación de índices financieros se confirmó la factibilidad del proyecto. Para la administración de la microempresa se determinó una adecuada estructura organizacional la misma que permitirá administrar eficiente y eficazmente cada una de las áreas y sus recursos. Por último, se realizó un análisis de los posibles impactos que se generarán con la implementación del proyecto, entre los cuales se consideraron el impacto económico, social, ambiental y cultural y debido a su influencia tanto interna y externa se determinó que el proyecto posee un impacto alto positivo.

## SUMMARY

The purpose of this project is to determine the feasibility of the creation of a micro company dedicated to the production and commercialization of handcrafted wool in the city of Ibarra, in the province of Imbabura. The objective is to recover the value of artisanal work existing in the city. The situational diagnosis was made in which allies, opponents, opportunities and risks that the project was to be established using the variables to determine the favorable conditions for their implementation. Also, to consider theoretical bases, the same ones that allowed us to sustain and deepen the research carried out. In Reference of the market study, were determined the demand, supply, prices and marketing strategies through the application of surveys, unstructured interviews and the method of observation which confirmed the acceptability of the products by the consumers of the area investigated, also allowed to know the tastes and preferences delivered Products that meet the expectations of customers. On the other hand, the technical study was carried out the same one that allowed to determine the best location of the project through a macro and micro localization analysis, also was determined the necessary investment to start the project. The type of financing that will be chosen will be through partners and the financial institution BanEcuador. As for the financial study, it was possible to determine that the microenterprise has sufficient income to cover costs and expenses and generate profits for capitalist partners, and through the application of financial indexes, the feasibility of the project was confirmed. For the administration of the micro company, an adequate organizational structure was determined which will allow the efficient and effective management of each of the areas and their resources. Finally, an analysis was made of the possible impacts that will be generated with the implementation of the project, including the economic, social, environmental and cultural impact and due to its internal and external influence, it was determined that the project has a positive impact.

## AUTORÍA

Yo, SILVANA PATRICIA ARÉVALO ERAZO, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 100362036-4 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, y que los resultados de la investigación son de mi responsabilidad, además no ha sido presentado previamente para ningún grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



.....  
SILVANA PATRICIA ARÉVALO ERAZO

C.C. 100362036-4

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante, SILVANA PATRICIA ARÉVALO ERAZO egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, previo a la obtención del Título de INGENIERA COMERCIAL cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS ARTESANALES EN LANA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de tribunal examinador que se designe.

Firma



ECO. LUIS CERVANTES

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**



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

Yo, **SILVANA PATRICIA ARÉVALO ERAZO** con cédula de ciudadanía Nro. 100362036-4. 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 de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS ARTESANALES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera Comercial, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Silvana Arévalo Erazo", is written over a horizontal dotted line.

SILVANA PATRICIA ARÉVALO ERAZO

C.C. 100362036-4



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

#### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA

#### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, 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:

| DATOS DEL CONTACTO          |   |                        |            |
|-----------------------------|---|------------------------|------------|
| <b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b> | 100362036-4   |                        |            |
| <b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b> | ARÉVALO ERAZO SILVANA PATRICIA                      |                        |            |
| <b>DIRECCIÓN:</b>           | PUGACHO BAJO, CALLE 26 DE SEPTIEMBRE Y 10 DE AGOSTO |                        |            |
| <b>EMAIL:</b>               | silviarevalo1993@gmail.com                          |                        |            |
| <b>TELÉFONO FIJO:</b>       | 062 631 602   | <b>TELÉFONO MÓVIL:</b> | 0994293777 |

| DATOS DE LA OBRA                   |  |
|------------------------------------|--|
| <b>TÍTULO:</b>                     | “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEJIDOS ARTESANALES EN LANA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA” |
| <b>AUTOR:</b>                      | ARÉVALO ERAZO SILVANA PATRICIA   |
| <b>FECHA:</b>                      | 30 de mayo 2017  |
| <b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b> |  |
| <b>PROGRAMA:</b>                   | PREGRADO X POSGRADO  |
| <b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>     | INGENIERA COMERCIAL  |

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

Yo, Silvana Patricia Arévalo Erazo, con cédula de ciudadanía Nro. 100362036-4, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o de trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académico, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

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

LA AUTORA



.....  
SILVANA PATRICIA ARÉVALO ERAZO

C.C. 100362036-4



## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de tesis lo dedico principalmente a Dios quien ha sido fiel a su promesa y que a pesar de lo largo que ha sido el camino con las fuerzas que él me ha dado he logrado culminar esta etapa de mi vida; a mis padres quienes con esfuerzo supieron apoyarme en todo sentido convirtiéndose en el apoyo incondicional en el cual podía refugiarme; a mis hermanos quienes estuvieron presentes en todo este tiempo y que con una palabra o una frase de igual forma me impulsaron a continuar; a Edison quien durante el transcurso de esta etapa ha sido mi apoyo tanto en los momentos buenos como en los malos; a todos mis familiares quienes contribuyeron para que pudiera alcanzar mis objetivos y metas propuestas y a mi ángel que desde el cielo me cuida y me protege.

Silvana Patricia Arévalo Erazo

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco inmensamente a Dios por permitirme culminar con mi carrera profesional dándome las fuerzas necesarias para no decaer. A mis padres, por apoyarme y guiarme en cada paso inculcándome valores que de una u otra forma me han servido en el transcurso de mi vida. A mis hermanos quienes han estado presentes día a día; y a Edison quien ha sido un apoyo incondicional durante todo este tiempo.

A la Universidad Técnica del Norte y a sus docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas quienes me impartieron sus conocimientos y experiencias en el transcurso de mi vida estudiantil.

De manera especial le expreso mi agradecimiento al Econ. Luis Cervantes director de mi tesis por brindarme sus conocimientos y apoyo para la culminación del presente trabajo.

Silvana Patricia Arévalo Erazo

## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El estudio de factibilidad enfocado en la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tejidos artesanales en lana en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura será desarrollado a fin de determinar si la creación de esta microempresa es factible, para ello se desarrollan los siguientes capítulos:

**Capítulo I** Diagnóstico Situacional: permitirá identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a los que está expuesto el proyecto, se hará uso de diferentes variables que permitan el desarrollo de este capítulo tales como geográficas, demográficas, económicas, y además se establecerán diferentes herramientas de investigación para la obtención de información.

**Capítulo II** Marco Teórico: se recopilará conceptos especializados y técnicos los mismos que serán analizados con el fin de obtener información objetiva de los diversos elementos que conforman el estudio enfocado en el sector de artesanías textiles.

**Capítulo III** Estudio de Mercado: se definirán y analizarán los resultados obtenidos en las encuestas, entrevistas e incluso observación directa a fin de realizar un análisis de oferta, demanda, demanda insatisfecha y mercado meta, se desarrollarán estrategias de comercialización de los tejidos artesanales.

**Capítulo IV** Estudio Técnico: se enfocará en la localización óptima del proyecto, se definirán parámetros de relevancia como la inversión requerida, las fuentes de financiamiento que contribuirán para dar inicio de la producción y comercialización de los tejidos artesanales.

**Capítulo V** Estudio Financiero: se reflejarán los costos, ingresos y gastos atribuibles a la elaboración y comercialización de los tejidos artesanales los cuales deberán reflejar que el

proyecto es factible, además se evaluará y analizará el rendimiento que tendrá la inversión y su periodo de recuperación.

**Capítulo VI** Estructura Organizacional: se hará un análisis para la constitución de la nueva microempresa basándose en el marco legal pertinente para crearla, además se diseñará un organigrama estructural con sus respectivas funciones, se establecerá todo lo referente a la filosofía organizacional a fin de que la microempresa empiece a desarrollar sus funciones de una manera efectiva.

**Capítulo VII** Impactos: se identificará y analizará los principales impactos que se generarán con la implementación de la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de productos artesanales en lana.

## ÍNDICE GENERAL

|   |              |
|---|--------------|
| <b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>                                | <b>ii</b>    |
| <b>SUMMARY .....</b>  | <b>iii</b>   |
| <b>AUTORÍA.....</b>   | <b>iv</b>    |
| <b>CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....</b>    | <b>v</b>     |
| <b>CESIÓN DE DERECHO DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO.....</b>   | <b>vi</b>    |
| <b>1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA .....</b>                     | <b>vii</b>   |
| <b>2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD .....</b> | <b>viii</b>  |
| <b>3. CONSTANCIAS .....</b>                                   | <b>viii</b>  |
| <b>DEDICATORIA.....</b>                                       | <b>ix</b>    |
| <b>AGRADECIMIENTO .....</b>                                   | <b>x</b>     |
| <b>DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....</b>                          | <b>xi</b>    |
| <b>ÍNDICE GENERAL .....</b>                                   | <b>xiii</b>  |
| <b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>                                  | <b>xviii</b> |
| <b>ÍNDICE DE GRÁFICOS .....</b>                               | <b>xxii</b>  |
| <b>INTRODUCCIÓN .....</b>                                     | <b>xxiv</b>  |
| <b>JUSTIFICACIÓN.....</b>                                     | <b>xxvi</b>  |
| <b>OBJETIVOS.....</b>   | <b>xxvii</b> |
| Objetivo General.....   | xxvii        |
| Objetivos Específicos.....                                    | xxvii        |
| <b>CAPÍTULO I.....</b>  | <b>28</b>    |
| <b>1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....</b>                        | <b>28</b>    |
| <b>1.1. Objetivos del diagnóstico situacional .....</b>       | <b>28</b>    |
| <b>1.1.1. Objetivo general .....</b>                          | <b>28</b>    |

|                                    |  |           |
|------------------------------------|--|-----------|
| 1.1.2.                             | Objetivos específicos .....                        | 28        |
| 1.2.                               | Variables e indicadores diagnósticos .....         | 28        |
| 1.3.                               | Matriz de relación diagnóstica .....               | 31        |
| 1.4.                               | Análisis de la información .....                   | 32        |
| 1.4.1.                             | Aspectos históricos .....                          | 32        |
| 1.4.2.                             | Aspectos geográficos .....                         | 34        |
| 1.4.3.                             | Aspectos demográficos .....                        | 41        |
| 1.4.4.                             | Económicos .....                                   | 44        |
| 1.4.5.                             | Culturales .....                                   | 52        |
| 1.4.6.                             | Tecnológicos .....                                 | 54        |
| 1.4.7.                             | Legal .....  | 55        |
| 1.4.8.                             | Políticas .....                                    | 58        |
| 1.5.                               | Matriz aoor .....                                  | 60        |
| 1.6.                               | Determinación de la oportunidad de inversión ..... | 61        |
| <b>CAPITULO II .....</b>           |  | <b>62</b> |
| <b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>      |  | <b>62</b> |
| Aspectos legales .....             |  | 80        |
| <b>CAPÍTULO III .....</b>          |  | <b>82</b> |
| <b>3. ESTUDIO DE MERCADO .....</b> |  | <b>82</b> |
| 3.1.                               | Presentación .....                                 | 82        |
| 3.2.                               | Objetivos del estudio de mercado .....             | 82        |
| 3.2.1.                             | Objetivo general .....                             | 82        |
| 3.2.2.                             | Objetivos específicos .....                        | 82        |
| 3.3.                               | Variables .....                                    | 83        |
| 3.4.                               | Indicadores .....                                  | 83        |

|         |   |            |
|---------|---|------------|
| 3.5.    | Matriz de relación estudio de mercado .....     | 85         |
| 3.6.    | Segmento de mercado .....                       | 86         |
| 3.7.    | Mecánica operativa del estudio de mercado ..... | 87         |
| 3.7.1.  | Indetificación de la población.....             | 87         |
| 3.7.2.  | Determinación de la muestra .....               | 89         |
| 3.7.3.  | Resultados de la investigación de campo .....   | 91         |
| 3.8.    | Análisis de la demanda .....                    | 102        |
| 3.8.1.  | Demanda.....                                    | 102        |
| 3.8.2.  | Proyección de la demanda .....                  | 103        |
| 3.9.    | Análisis de la oferta .....                     | 105        |
| 3.9.1.  | Oferta .....                                    | 105        |
| 3.9.2.  | Proyección de la oferta .....                   | 105        |
| 3.10.   | Demanda insatisfecha.....                       | 107        |
| 3.11.   | Análisis de precios .....                       | 108        |
| 3.11.1. | Determinación del precio.....                   | 108        |
| 3.12.   | Estrategias de comercialización .....           | 109        |
| 3.12.1. | Producto.....                                   | 109        |
| 3.12.2. | Precio .....                                    | 111        |
| 3.12.3. | Plaza.....                                      | 111        |
| 3.12.4. | Promoción.....                                  | 112        |
|         | <b>CAPÍTULO IV .....</b>                        | <b>114</b> |
| 4.      | <b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>                    | <b>114</b> |
| 4.1.    | Presentación.....                               | 114        |
| 4.2.    | Objetivos del estudio técnico.....              | 114        |
| 4.3.    | Localización del proyecto.....                  | 114        |

|                                   |  |            |
|-----------------------------------|--|------------|
| 4.4.                              | Tamaño del proyecto .....                            | 118        |
| 4.5.                              | Capacidad de la planta .....                         | 122        |
| 4.6.                              | Distribución de las instalaciones de la planta ..... | 126        |
| 4.7.                              | Proceso productivo .....                             | 127        |
| 4.8.                              | Proceso de comercialización .....                    | 135        |
| 4.9.                              | Inversiones .....                                    | 137        |
| 4.10.                             | Resumen de la inversión del proyecto .....           | 152        |
| 4.11.                             | Financiamiento del proyecto .....                    | 152        |
| <b>CAPÍTULO V.....</b>            |  | <b>153</b> |
| 5. ESTUDIO FINANCIERO.....        |  | 153        |
| 5.1.                              | Objetivo General.....                                | 153        |
| 5.2.                              | Presupuesto de ingresos.....                         | 153        |
| 5.3.                              | Presupuesto de egresos .....                         | 155        |
| 5.4.                              | Estado de situación inicial .....                    | 164        |
| 5.5.                              | Estado de resultados .....                           | 165        |
| 5.6.                              | Estado de flujo de efectivo .....                    | 166        |
| 5.7.                              | Evaluación Financiera .....                          | 166        |
| <b>CAPÍTULO VI.....</b>           |  | <b>172</b> |
| 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL..... |  | 172        |
| 6.1.                              | Objetivo general .....                               | 172        |
| 6.2.                              | Tipo de microempresa .....                           | 172        |
| 6.3.                              | Conformación de la microempresa.....                 | 173        |
| 6.4.                              | Nombre o razón social .....                          | 174        |
| 6.5.                              | Logotipo de la microempresa .....                    | 174        |
| 6.6.                              | Elementos estratégicos de la microempresa .....      | 174        |



|                              |                                 |            |
|------------------------------|---------------------------------|------------|
| 6.7.                         | Estructura organizacional ..... | 176        |
| <b>CAPITULO VII .....</b>    |                                 | <b>184</b> |
| <b>7. IMPACTOS.....</b>      |                                 | <b>184</b> |
| 7.1.                         | Objetivo general .....          | 184        |
| 7.2.                         | Evaluación de impactos .....    | 184        |
| 7.3.1.                       | Impacto económico.....          | 185        |
| 7.3.2.                       | Impacto social.....             | 186        |
| 7.3.3.                       | Impacto ambiental .....         | 187        |
| 7.3.4.                       | Impacto Cultural .....          | 188        |
| <b>CONCLUSIONES.....</b>     |                                 | <b>189</b> |
| <b>RECOMENDACIONES .....</b> |                                 | <b>191</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>     |                                 | <b>193</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>           |                                 | <b>196</b> |
| Anexo 1 .....                |                                 | 197        |
| Anexo 2.....                 |                                 | 200        |
| Anexo 3.....                 |                                 | 201        |
| Anexo 4.....                 |                                 | 204        |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 1: Matriz De Relación Diagnóstica.....   | 31  |
| Tabla 2: Población por Género de Tulcán .....  | 41  |
| Tabla 3: Población por Edades ciudad de Tulcán.....                                    | 42  |
| Tabla 4: Población Económicamente Activa Cantón Tulcán .....                           | 43  |
| Tabla 5: Matriz AOOD .....   | 60  |
| Tabla 6: Matriz de Relación Estudio de Mercado .....                                   | 85  |
| Tabla 7: Segmentación de mercado .....   | 86  |
| Tabla 8: Proyección de la Población de Tulcán.....                                     | 87  |
| Tabla 9: Distribución de la Población de Tulcán.....                                   | 88  |
| Tabla 10: Población para determinar a muestra.....                                     | 89  |
| Tabla 11: Uso de prendas de vestir hechas en lana.....                                 | 91  |
| Tabla 12: Percepción del cliente en el proceso de elaboración .....                    | 92  |
| Tabla 13: Demanda Anual .....  | 93  |
| Tabla 14: Personas que usan las prendas de vestir .....                                | 94  |
| Tabla 15: Aspectos importantes para adquirir prendas de vestir elaboradas en lana..... | 95  |
| Tabla 16: Lugar de compra.....   | 96  |
| Tabla 17: Aceptación del Producto.....   | 97  |
| Tabla 18: Preferencia de compra .....  | 98  |
| Tabla 19: Capacidad de compra.....   | 99  |
| Tabla 20: Colores de preferencia .....   | 100 |
| Tabla 21: Medio de Publicidad .....  | 101 |
| Tabla 22: Determinación de familias.....   | 102 |
| Tabla 23: Demanda.....   | 103 |
| Tabla 24: Demanda Proyectada .....   | 104 |
| Tabla 25: Oferta .....   | 105 |
| Tabla 26: Oferta Proyectada .....  | 106 |
| Tabla 27: Demanda Insatisfecha.....  | 107 |
| Tabla 28: Precios de la Competencia.....   | 108 |
| Tabla 29: Determinación del Precio .....   | 109 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 30: Factores de la Macro Localización .....            | 115 |
| Tabla 31: Factores de Micro Localización.....                | 116 |
| Tabla 32: Existencia de Demanda.....                         | 118 |
| Tabla 33: Capacidad Mano de Obra Productos para Adulto ..... | 122 |
| Tabla 34: Capacidad Mano de Obra Productos Para Niño .....   | 122 |
| Tabla 35: Producción anual de productos para Adultos .....   | 123 |
| Tabla 36: Producción anual de productos para Niños .....     | 123 |
| Tabla 37: Capacidad de la Mano de Obra.....                  | 124 |
| Tabla 38: Demanda a Captar por Producto.....                 | 125 |
| Tabla 39: Terreno.....                                       | 137 |
| Tabla 40: Distribución y Costos de la Obra Civil.....        | 138 |
| Tabla 41: Maquinaria y Equipo .....                          | 139 |
| Tabla 42: Muebles y Enseres .....                            | 139 |
| Tabla 43: Equipos y sistemas informáticos .....              | 140 |
| Tabla 44: Inversión Fija .....                               | 140 |
| Tabla 45: Inversión Diferida.....                            | 141 |
| Tabla 46: Materia Prima para Productos de Adulto.....        | 141 |
| Tabla 47: Materia Prima para Tejidos de Niño.....            | 142 |
| Tabla 48: Resumen de la materia prima .....                  | 142 |
| Tabla 49: Valor de Mano de Obra .....                        | 143 |
| Tabla 50: Mano de Obra Directa para productos de Adulto..... | 143 |
| Tabla 51: Mano de Obra Directa para productos de Niño .....  | 144 |
| Tabla 52: Resumen del Costo de Mano de Obra Directa.....     | 144 |
| Tabla 53: Costos Indirectos de Fabricación.....              | 145 |
| Tabla 54: Resumen Costos de Producción.....                  | 145 |
| Tabla 55: Sueldos Empleados Administrativos .....            | 146 |
| Tabla 56: Suministros de Oficina .....                       | 147 |
| Tabla 57: Servicios Básicos .....                            | 147 |
| Tabla 58: Resumen Gastos Administrativos.....                | 148 |
| Tabla 59: Sueldo Personal de Venta .....                     | 148 |
| Tabla 60: Publicidad .....                                   | 149 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 61: Fletes.....   | 149 |
| Tabla 62: Resumen del Gasto de Venta.....                       | 149 |
| Tabla 63: Tabla de Amortización de la Deuda.....                | 150 |
| Tabla 64: Gasto Financiero.....                                 | 150 |
| Tabla 65: Costo de Operación.....                               | 151 |
| Tabla 66: Inversión Total del Proyecto.....                     | 152 |
| Tabla 67: Financiamiento del Proyecto.....                      | 152 |
| Tabla 68: Proyección de Ingresos Productos para Adulto.....     | 153 |
| Tabla 69: Proyección de Ingresos Producto para Niños.....       | 154 |
| Tabla 70: Proyección de Ingresos.....                           | 154 |
| Tabla 71: Proyección Costo de Materia Prima.....                | 155 |
| Tabla 72: Proyección Costo de Mano de Obra.....                 | 156 |
| Tabla 73: Proyección Costos Indirectos de Fabricación.....      | 156 |
| Tabla 74: Proyección Mano de Obra Indirecta.....                | 157 |
| Tabla 75: Proyección Materia Prima Indirecta.....               | 158 |
| Tabla 76: Proyección Resumen Costos de Producción.....          | 159 |
| Tabla 77: Proyección Sueldos Administrativos.....               | 159 |
| Tabla 78: Proyección Suministros de Oficina.....                | 160 |
| Tabla 79: Proyección Servicios Básicos.....                     | 160 |
| Tabla 80: Proyección del Resumen de Gastos Administrativos..... | 161 |
| Tabla 81: Proyección Sueldos Personal de Ventas.....            | 161 |
| Tabla 82: Proyección Gastos Publicidad.....                     | 162 |
| Tabla 83: Proyección Gasto Fletes.....                          | 162 |
| Tabla 84: Proyección Resumen Gastos de Venta.....               | 162 |
| Tabla 85: Gasto Financiero.....                                 | 163 |
| Tabla 86: Gastos de Constitución.....                           | 163 |
| Tabla 87: Resumen Presupuesto de Egresos.....                   | 163 |
| Tabla 88: Estado de Situación Inicial.....                      | 164 |
| Tabla 89: Estado de Resultados Proyectado.....                  | 165 |
| Tabla 90: Estado de Flujo de Efectivo.....                      | 166 |
| Tabla 91: Costo de Oportunidad.....                             | 166 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 92: Valor Actual Neto.....                        | 167 |
| Tabla 93: Tasa Interna de Retorno.....                  | 168 |
| Tabla 94: Periodo de Recuperación de la Inversión ..... | 169 |
| Tabla 95: Relación Costo Beneficio .....                | 170 |
| Tabla 96: Punto de Equilibrio.....                      | 171 |
| Tabla 97: Resumen Punto de Equilibrio .....             | 171 |
| Tabla 98: Valoración de los Impactos .....              | 184 |
| Tabla 99: Impacto Económico.....                        | 185 |
| Tabla 100: Impacto Social .....                         | 186 |
| Tabla 101: Impacto Ambiental .....                      | 187 |
| Tabla 102: Impacto Cultural .....                       | 188 |

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico 1: Ubicación Geográfica de Ibarra.....  | 34  |
| Gráfico 2: Vías de Acceso Cantón Ibarra .....   | 35  |
| Gráfico 3: Acceso Telefónico Cantonal.....  | 37  |
| Gráfico 4: Ubicación Geográfica Cantón Tulcán .....                                       | 38  |
| Gráfico 5: Acceso al Servicio de Agua Potable.....  | 40  |
| Gráfico 6: PEA por Parroquias del Cantón Tulcán.....                                      | 43  |
| Gráfico 7: Desempleo Por Género .....   | 44  |
| Gráfico 8: Ramas de Actividad del Cantón de Ibarra .....                                  | 45  |
| Gráfico 9: Empresas Fabricantes de Prendas de Vestir .....                                | 47  |
| Gráfico 10: Empresas Fabricantes de Tejidos .....   | 47  |
| Gráfico 11: Actividades Económicas del Cantón Tulcán .....                                | 49  |
| Gráfico 12: Auto Identificación de los Habitantes del Cantón .....                        | 52  |
| Gráfico 13: Cultura Cantón Tulcán.....  | 53  |
| Gráfico 14: Pirámide Estrato Socioeconómico.....  | 89  |
| Gráfico 15: uso de prendas de vestir.....   | 91  |
| Gráfico 16: Percepción del cliente en el proceso de elaboración .....                     | 92  |
| Gráfico 17: Demanda Anual .....   | 93  |
| Gráfico 18: Personas que usan las prendas de vestir .....                                 | 94  |
| Gráfico 19: Aspectos importantes para adquirir prendas de vestir elaboradas en lana ..... | 95  |
| Gráfico 20: Lugar de compra.....  | 96  |
| Gráfico 21: Aceptación del Producto.....  | 97  |
| Gráfico 22: Preferencia de compra .....   | 98  |
| Gráfico 23: Capacidad de compra.....  | 99  |
| Gráfico 24: Colores de preferencia.....   | 100 |
| Gráfico 25: Medio de Publicidad.....  | 101 |
| Gráfico 26: Demanda proyectada .....  | 104 |
| Gráfico 27: Oferta .....  | 106 |
| Gráfico 28: Productos para niño .....   | 110 |
| Gráfico 29: Gorras y Bufandas .....   | 110 |
| Gráfico 30: Sacos y Ponchos .....   | 110 |

|  |     |
|--|-----|
| Gráfico 31 Canal Indirecto Corto de Comercialización .....   | 112 |
| Gráfico 32: Provincia de Imbabura.....                       | 116 |
| Gráfico 33: Micro Localización.....                          | 117 |
| Gráfico 34: Plancha a Vapor Vertical.....                    | 120 |
| Gráfico 35: Máquina de Coser Recta.....                      | 121 |
| Gráfico 36: Planta Baja (Área de Producción) .....           | 126 |
| Gráfico 37: Planta Alta (Área Administrativa).....           | 127 |
| Gráfico 38: Recepción de la materia prima .....              | 128 |
| Gráfico 39: Clasificación de la materia prima .....          | 128 |
| Gráfico 40: Entrega de la materia prima y diseños.....       | 129 |
| Gráfico 41: Elaboración de los tejidos.....                  | 129 |
| Gráfico 42: Recepción de los tejidos artesanales.....        | 130 |
| Gráfico 43: Clasificación de los tejidos artesanales .....   | 130 |
| Gráfico 44: Acabados finales.....                            | 131 |
| Gráfico 45: Planchado a vapor.....                           | 131 |
| Gráfico 46: Etiquetado y empacado.....                       | 132 |
| Gráfico 47: Almacenamiento del producto final .....          | 132 |
| Gráfico 48: Diagrama de Bloques.....                         | 133 |
| Gráfico 49: Flujograma del Proceso de Producción .....       | 134 |
| Gráfico 50: Diagrama de bloques .....                        | 135 |
| Gráfico 51: Flujograma del Proceso de Comercialización ..... | 136 |
| Gráfico 52: Logotipo de la Sociedad Civil .....              | 174 |
| Gráfico 53: Organigrama Estructural.....                     | 177 |

## INTRODUCCIÓN

La provincia de Imbabura se encuentra ubicada al norte de país a 115 km al noroeste de Quito y 125 km al sur de Tulcán, con una población aproximada de 398.244 habitantes según datos del INEC, posee una temperatura promedio de 18° centígrados, cuenta una gran diversidad de hermosos paisajes; la provincia siempre ha sido núcleo de artesanías y cultura, los tejidos de Otavalo y Peguche, las artesanías de cuero de Cotacachi, los bordados a mano de Santa María de la Esperanza y Zuleta, enriquecen la producción de este pueblo laborioso y emprendedor, con el paso de los años cada una de las obras artesanales han logrado ampliar su demanda en diferentes mercados internacionales, los países en donde se concentran el mayor número de demandantes son: Estados Unidos, la Unión Europea, Venezuela, México, Canadá y Centroamérica según datos de la AITE (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador).

La elaboración de textiles y tejidos en la provincia es una de las actividades artesanales más antiguas, geográficamente se realizaban cerca de los pueblos indígenas; con la aparición de las primeras industrias Ecuador se dedicó únicamente al procesamiento de lana, en la actualidad las industrias textiles han evolucionado en cuanto a la elaboración y diversificación de la producción ya que existen confecciones de todo tipo de fibras como lana, poliéster, seda, algodón; la actividad textil no tiene límites de género por cuanto se ha evidenciado un crecimiento de personas dedicadas a esta actividad según datos del INEC aproximadamente 46.562 personas se dedican al proceso de manufactura y las empresas mayormente relacionadas con la producción textil se encuentran en las provincias de Imbabura, Azuay, Guayas, Pichincha, Chimborazo, Cotopaxi, Tungurahua; sin embargo Imbabura cuenta con la mayor actividad textil de la Sierra produciendo un 79% de artículos tejidos a mano en comparación con todo el país. Una de las ciudades más importantes dentro del campo artesanal dentro de la provincia de



Imbabura es Otavalo siendo gran ejemplo en lo referente a la fabricación y comercialización de productos textiles, esta ciudad cuenta con una feria artesanal ubicada en la Plaza de los Ponchos misma que llama la atención de la gran mayoría de visitantes extranjeros.

Por otra parte, según datos del Banco Central del Ecuador se estima que el sector manufacturero tuvo un PIB de 13.484 millones USD en todo el año del cual la actividad textil tiene una participación del 7%, además se debe considerar que este sector es el segundo dentro de la actividad manufacturera que más mano de obra emplea, por cuanto se convierte en una buena fuente generadora de empleo.

El apoyo que se brinda a este sector es valioso, en el año 2015 la Corporación Financiera Nacional otorgó aproximadamente USD 31 millones en créditos para el sector textil de los cuales han sido invertidos en la adquisición de materias primas e insumos. A pesar de las tendencias modernizadoras de la economía y el avance del proceso de industrialización, el Ecuador ha luchado por la conservación de su vocación artesanal, este sector continúa desempeñando un papel importante dentro de la economía y cultura nacional. Actualmente la industria textil ha ganado un espacio dentro de este mundo competitivo; los tejidos elaborados a mano se exhiben en importantes eventos de moda lo cual ha permitido que se convierta en una de las actividades más importantes y reconocidas tanto a nivel nacional como internacional.

## JUSTIFICACIÓN

En la actualidad se ha evidenciado una pérdida en cuanto al legado cultural, a la identidad y a las técnicas ancestrales dentro del País por lo que la ejecución del proyecto se lo realizará con el fin de rescatar el valor cultural que posee la provincia y otras zonas del país. Se debe considerar que las artesanías elaboradas en el Ecuador son las más admiradas de Sudamérica, los tejidos elaborados a mano son productos de gran atracción tanto para nacionales como para extranjeros debido a la calidad, precio y originalidad en sus diseños.

El presente proyecto de factibilidad resaltará y revalorizará la mano de obra directa artesanal existente dentro de la ciudad de Ibarra ya que los productos textiles se los realizará manualmente y para ello será necesario la utilización de dos agujas, lana de acrílico la cual posee fibras sintéticas que no producen alergias y demás materiales para dar acabados al tejido como botones, cintas, etc.

La investigación de mercado se lo realizará en la ciudad de Tulcán ubicada en la provincia del Carchi buscando beneficiar al comercio de esta zona el cual ha sido altamente afectada por la cercanía a Colombia y la devaluación de la moneda de este país, sin embargo, la entrega de un producto de calidad constituye una atracción para que propios y extraños mejoren la actividad comercial de esta zona. Otro factor por el cual se ha considerado este destino para la comercialización es el clima que posee el cual es considerado un clima subandino frío de tierras altas que va desde 6 a 24 °C, por lo general Tulcán mantiene condiciones frías casi todo el año según el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, por lo que se considera que es una zona con un clima óptimo para el consumo de productos elaborados en lana.

La implementación de este proyecto dentro del sector de las artesanías tiene una alta importancia económica y social para el país ya que permite preservar la cultura y las tradiciones,

genera fuentes de empleo directo e indirecto y además su potencial de desarrollo es enorme pues el país cuenta con excelentes productos artesanales y mano de obra artesanal calificada.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Definir la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tejidos artesanales en lana en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, a fin de dar valor al trabajo artesanal que existe dentro de la ciudad fabricando productos cumplan con las expectativas de los clientes.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un diagnóstico situacional del sector productivo artesanal y comercial de tejidos elaborados a mano en lana para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Establecer las bases teóricas que sustenten el tema de investigación a través de información documental y bibliográfica.
- Realizar un estudio de mercado para identificar la demanda, oferta, precios y comercialización de los tejidos artesanales en lana en la ciudad de Tulcán.
- Elaborar un estudio técnico a fin de conocer las capacidades operativas existentes en el proyecto.
- Elaborar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto a través de un adecuado análisis y evaluación financiera.
- Establecer una propuesta de estructura organizacional para el manejo eficiente de los recursos de la empresa.
- Analizar los principales impactos que el proyecto puede generar durante su desarrollo.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

##### **1.1.1. Objetivo General**

Realizar un diagnóstico situacional del sector productivo artesanal y comercial de tejidos elaborados a mano en lana para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

##### **1.1.2. Objetivos Específicos**

- Determinar los antecedentes históricos, geográficos y demográficos del sector en el que se va a desarrollar el proyecto.
- Evaluar la situación económica de los sectores que intervienen en el desarrollo del proyecto.
- Determinar las tendencias culturales existentes dentro del sector.
- Identificar la tecnología que contribuirá en el proceso de elaboración del producto.
- Establecer la base legal a las cuales se regirá el proyecto.
- Identificar las políticas de gobierno que influirán en el proyecto.

#### **1.2. VARIABLES E INDICADORES DIAGNÓSTICOS**

Para el desarrollo del diagnóstico situacional se ha identificado las principales variables con sus respectivos indicadores los cuales se detallan a continuación.

##### **1.2.1. Históricos**

- Datos históricos

##### **1.2.2. Geográficos**

- Ubicación

- Clima
- Altitud

### **1.2.3. Demográficos**

- Población
- Población urbana
- Población por edades
- Población por género
- Población económicamente activa
- Población empleada
- Población desempleada

### **1.2.4. Económicos**

- Actividades económicas
- Sector primario
- Sector industrial
- Textil
- Sector servicios

### **1.2.5. Culturales**

- Costumbres
- Cultura

### **1.2.6. Tecnológicos**

- Maquinaria y Equipo

### **1.2.7. Legal**

- Constitución de la República del Ecuador.

- Ley de defensa del artesano
- Ley de defensa del consumidor
- Código orgánico de la Producción, Comercio e Inversión.
- Ley orgánica de Régimen Tributario.

#### **1.2.8. Políticas**

- Campaña “ECUADOR PRIMERO”
- Campaña “LLÉVATE TULCÁN EN EL CORAZÓN”

### 1.3. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

**Tabla 1:**

**Matriz De Relación Diagnóstica**

| OBJETIVO ESPECÍFICO  | VARIABLE     | INDICADORES   | FUENTE DE INFORMACIÓN | TÉCNICA                  | INFORMANTE                                       |
|--|--------------|---|-----------------------|--------------------------|--|
| Determinar los antecedentes históricos, geográficos y demográficos del sector en el que se va a desarrollar el proyecto. | Históricos   | - Datos históricos  | Secundaria            | Investigación documental | Gobiernos Autónomos Descentralizados<br>Internet |
|  | Geográficos  | - Ubicación<br>- Clima<br>- Altitud   | Secundaria            | Investigación documental | Gobiernos Autónomos Descentralizado.<br>Internet |
|  | Demográficos | - Población<br>- Población urbana<br>- Población por edades<br>- Población por género<br>- Población económicamente activa<br>- Población empleada<br>- Población desempleada   | Secundaria            | Investigación documental | Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.     |
| Evaluar la situación económica de los sectores que intervienen en el desarrollo del proyecto.                            | Económicos   | - Actividades económicas<br>- Sector primario<br>- Sector industrial<br>- Textil<br>- Sector servicios  | Secundaria            | Investigación documental | Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.     |
| Determinar las tendencias culturales existentes dentro del sector.   | Culturales   | - Costumbres<br>- Cultura   | Secundaria            | Investigación documental | Gobiernos Autónomos Descentralizados<br>Internet |
| Identificar la tecnología que contribuirá en el proceso de elaboración del producto.                                     | Tecnológicos | - Maquinaria y equipo   | Secundaria            | Investigación documental | Internet   |
| Determinar la base legal a las cuales se regirá el proyecto.   | Legal        | - Constitución de la República del Ecuador.<br>- Ley de defensa del artesano<br>- Ley de defensa del consumidor<br>- Código orgánico de la Producción, Comercio e Inversión.<br>- Ley orgánica de Régimen Tributario. | Secundaria            | Investigación documental | Leyes  |
| Identificar las políticas de gobierno que influirán en el proyecto.  | Políticas    | - Campaña “ECUADOR PRIMERO”<br>- Campaña “LLÉVATE TULCÁN EN EL CORAZÓN”   | Secundarias           | Investigación documental | Internet   |

Elaborado por: La Autora

Año: 2016

## **1.4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

### **1.4.1. ASPECTOS HISTÓRICOS**

#### **Datos históricos de San Miguel de Ibarra**

San Miguel de Ibarra fue fundada como “La Villa de San Miguel de Ibarra”, este acontecimiento ocurrió en el Valle de Carangue, el 28 de septiembre de 1606 al mando del Capitán Cristóbal de Troya, quien actuó bajo el encargo del Licenciado Miguel de Ibarra quien se desempeñaba como presidente de la real audiencia de Quito. La villa era rica en manantiales, bosques y tierras, además residían una gran población de laboriosos indígenas y 200 españoles quienes radicaban en el Valle. Sin embargo, al pasar el tiempo la Villa de San Miguel de Ibarra es erigida en ciudad por la junta soberana de Quito, el 11 de noviembre de 1811, todo esto gracias a su considerable población, sus producciones naturales e industriales y a sus leales habitantes, al honor y al patriotismo que poseían.

El 17 de julio de 1823 se liberó a la ciudad del dominio español mediante una batalla sangrienta dirigida por Simón Bolívar; posteriormente el 18 de noviembre de 1829, la ciudad fue nombrada capital de la provincia.

Varios años después, el 16 de agosto de 1868 la ciudad fue devastada por un gran terremoto dejando a Ibarra completamente en ruinas y se cobró la vida de más de 13.000 personas, la reconstrucción de la ciudad estuvo a cargo de Gabriel García Moreno mismo que fue comisionado por el presidente de la República, tras cuatro años, el 28 de abril de 1872 los ibarreños retornan a la ciudad, convirtiéndose esta fecha en la segunda más importante después de su fundación para la población ibarreña.



### **Datos históricos de Tulcán**

En un principio Tulcán fue parroquia del cantón Ibarra, hasta su cantonización en el 11 de abril de 1851, en tiempos de la independencia los tulcaleños y carchenses pusieron muchos hombres para las tropas grancolombianas, sirviendo de base para los ejércitos los cuales tuvieron que vivir dos guerras con Colombia: una el 31 de julio de 1862 y la otra el 6 de diciembre de 1893 por razones políticas.

Hoy en día Tulcán es la ciudad capital de la provincia del Carchi, y es conocida como la ciudad “Centinela del Norte” debido a que se encuentra ubicada en los Andes Septentrionales del Ecuador en la frontera con Colombia; por otra parte, se debe mencionar que todo el cantón se dedica a la agricultura excepto la ciudad de Tulcán que se dedica en su mayoría al comercio, a pesar de que la ciudad es una zona urbana sus habitantes no han perdido su cultura y su humildad pueblerina.

### **Datos históricos tejidos artesanales**

En la antigüedad el tejido era una actividad que la realizaban los hombres, y así se creó el primer gremio de calceteros en París; para formar parte de este gremio se tenía que superar una serie de evaluaciones, las mujeres estaban encargadas de hilar y solo podían tejer cuando enviudaban con el paso del tiempo esta actividad se difundió en las principales ciudades de Europa.

En el Ecuador la elaboración de tejidos es una actividad artesanal antigua, estos tejidos se elaboraban en la cultura Inca, realizándose mayormente cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Riobamba y Latacunga. A fines del siglo XVI, después de la conquista española, durante el siglo XVII las actividades económicas se concentraron en la producción textil y su comercialización convirtiendo a esta actividad en el eje principal de la economía

colonial quiteña. En la actualidad la industria textil y de confecciones realiza productos provenientes de todo tipo de fibras entre ellas: lana, nylon, poliéster, algodón y seda.

## 1.4.2. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

### CIUDAD DE IBARRA

#### Ubicación

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, está ubicada a 115 km al noroeste de Quito y a 125 km al sur de la ciudad de Tulcán.

Sus límites son: al Norte con la provincia del Carchi, al Sur con la provincia de Pichincha, al Este con el cantón Pimampiro y al Oeste con los cantones Urququí, Antonio Ante y Otavalo.

#### *Gráfico 1:*

#### *Ubicación Geográfica de Ibarra*



Fuente: Secretaría Nacional de Planificación, SEMPLADES

## Clima

La ciudad posee un clima templado seco mediterráneo, con una temperatura promedio de 18° C. Según la clasificación climática de Koppen es la única región con este tipo de clima en el Ecuador.

## Altitud

Ibarra posee una altitud de 2.225 m.s.n.m.

## Vías de acceso

La red vial cantonal está conformada por carreteras y calles correspondientes a las redes nacionales, cantonales, interparroquiales y locales. Es importante mencionar que el 73,25% de las vías se encuentran en un estado bueno y regular permitiendo un fácil traslado y una reducción de tiempos.

### Gráfico 2:

#### Vías de Acceso Cantón Ibarra

| COBERTURA VIAL CANTONAL |                  |                |
|-------------------------|------------------|----------------|
| CAPA DE RODADURA        | Km de cobertura  | % Km cobertura |
| Adoquinado              | 221,54201        | 25,81          |
| Asfaltado               | 166,274          | 19,37          |
| Empedrado               | 383              | 44,64          |
| Tierra                  | 87,397           | 10,18          |
| <b>TOTAL</b>            | <b>858,47475</b> | <b>100,00</b>  |

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Ibarra

Año: 2011

Según los datos obtenidos en el cantón Ibarra existen 858,47 km de vías de las cuales el 25,81% son adoquinadas encontrándose las principales en la cabecera cantonal y en las cabeceras de las parroquias rurales. El 19,37% de estas vías se encuentran asfaltadas, encontrándose las

principales en la panamericana Norte y la vía Ibarra-San Lorenzo. El 44,64% son vías empedradas ubicándose la mayoría en las áreas rurales y en varios sectores de la cabecera cantonal y el 10,18% corresponde a vías de tierra las cuales son de tercer orden y están distribuidas en el área rural.

## **Servicios básicos**

### **Agua**

Según datos otorgados por el Gobierno Autónomo Descentralizado el 64,6% de las viviendas a nivel cantonal cuentan con el servicio de agua potable. En cuanto a la cabecera cantonal el 95% de las viviendas cuentan con este servicio, el cual es brindado por la Empresa Pública de Agua y Alcantarillado de Ibarra EMAPA-I.

### **Energía Eléctrica**

EMELNORTE es una empresa que brinda el servicio de energía eléctrica a las provincias del Carchi, Imbabura y las parroquias del norte de Pichincha, por tal razón el cantón Ibarra cuenta con este servicio, pero no en su totalidad, el 1% del cantón no cuenta con el fluido eléctrico siendo la parroquia Lita la que presenta el mayor porcentaje de residencias que no disponen de electricidad.

### **Teléfono fijo**

Según los datos obtenidos en el censo de población y vivienda 2010 el 62,1% de la población cuentan con este servicio, detallándose a continuación.

**Gráfico 3:**  
**Acceso Telefónico Cantonal**

| Espacio Geográfico | Total de hogares | Hogares con acceso a teléfono convencional | Porcentaje |
|--------------------|------------------|--|------------|
| IBARRA             | 8391             | 5135                                       | 61,2       |
| AMBUQUI            | 352              | 105  | 29,83      |
| ANGOCHAGUA         | 416              | 95   | 22,84      |
| CAROLINA           | 240              | 77   | 32,08      |
| LA ESPERANZA       | 436              | 110  | 25,23      |
| LITA               | 136              | 11   | 8,09       |
| SALINAS            | 93               | 45   | 48,39      |
| SAN ANTONIO        | 1170             | 577  | 49,32      |

INEC - CPV 2010

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Ibarra

Año: 2011

## **Análisis**

La ciudad de Ibarra cuenta con un clima cálido por cuanto este factor se convierte en un oponente especialmente para la comercialización de los productos tejidos artesanalmente en lana; sin embargo la ubicación y las vías de acceso que la ciudad posee permite que tenga una comunicación adecuada con diferentes puntos como son Quito y Tulcán como ciudades principales, además la ciudad cuenta con una buena distribución de servicios básicos lo que convierte a estos factores en aliados para la realización del proyecto.

## **CIUDAD DE TULCÁN**

### **Ubicación**

Tulcán es la capital de la Provincia del Carchi, está ubicada en una meseta rodeada de granjas agrícolas, denominada hoyo del Carchi; la ciudad está delimitada al Norte por Colombia (municipio de Ipiales), al oeste con Colombia, al Este con Colombia y la provincia de Sucumbíos y al Sur con los cantones Huaca, Montufar, Espejo y Mira.

**Gráfico 4:**  
**Ubicación Geográfica Cantón Tulcán**



Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Tulcán

### **Clima**

Posee un clima Subandino frío de tierras altas, en la zona urbana el clima varía entre 10° a 12° C. su clima se divide en dos estaciones, por cuatro meses se presenta sequía y por tanto sus temperaturas son más altas, pero en épocas de invierno el clima suele llegar hasta 6° C. y se presentan lluvias prolongadas.

### **Altitud**

El cantón Tulcán está ubicado en un rango altitudinal que va desde los 300 m.s.n.m. en la zona baja al occidente y de 4.723 m.s.n.m. en el volcán chiles.

La zona urbana se encuentra a una altitud promedio de 2.980 m.s.n.m. convirtiéndose en la ciudad más alta del Ecuador.

## **Vías de acceso**

El cantón Tulcán cuenta con transporte terrestre que permite a los habitantes su movilidad diaria, además cuenta con transporte aéreo, el Aeropuerto Teniente Coronel Luis A. Mantilla ofrece vuelos comerciales diarios.

En cuanto al transporte terrestre existen carreteras de primer, segundo y tercer orden. La carretera panamericana permite la fácil movilidad de propios y visitantes, esta carretera conecta con la provincia de Imbabura directamente. Además, posee una carretera que conecta a Tulcán-Tufiño-Maldonado-Tobar Donoso, esta carretera está construida hasta Chical y la carretera de Tulcán-El Camelo-Santa Bárbara-La Bonita-Nueva Loja esta carretera se conecta con la provincia de Sucumbíos, las carreteras de tercer orden en su mayoría se encuentran en las zonas rurales del cantón.

## **Servicios básicos**

Según datos obtenidos por el Censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010 se determina lo siguiente:

### **Agua Potable**

El 92,24% de la población del Cantón tienen acceso al servicio de agua potable las 24 horas; sin embargo, se muestra una deficiencia en la entrega de este servicio en las parroquias rurales en donde se opta por otras maneras de suministrar este servicio como son: pozos, ríos, vertientes, acequias o canales.

**Gráfico 5:****Acceso al Servicio de Agua Potable**

| PARROQUIAS    | De red pública | De pozo    | De río, vertiente, acequia o canal | Otro (Agua lluvia/albarrada) | Carro repartidor | Total        |
|---------------|----------------|------------|------------------------------------|------------------------------|------------------|--------------|
| TULCÁN        | 15571          | 54         | 199                                | 36                           | 0                | 15860        |
| EL CARMELO    | 541            | 20         | 103                                | 3                            | 0                | 667          |
| EL CHICAL     | 240            | 8          | 435                                | 1                            | 0                | 684          |
| JULIO ANDRADE | 2154           | 53         | 220                                | 20                           | 0                | 2447         |
| MALDONADO     | 288            | 5          | 77                                 | 4                            | 0                | 374          |
| PIOTER        | 148            | 11         | 26                                 | 4                            | 0                | 189          |
| SANTA MARTHA  | 562            | 9          | 22                                 | 4                            | 0                | 597          |
| TOBAR DONOSO  | 0              | 5          | 158                                | 1                            | 0                | 164          |
| TUFIÑO        | 537            | 6          | 16                                 | 6                            | 0                | 565          |
| URBINA        | 350            | 47         | 157                                | 5                            | 1                | 560          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>20391</b>   | <b>218</b> | <b>1413</b>                        | <b>84</b>                    | <b>1</b>         | <b>22107</b> |

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento Territorial del Cantón Tulcán

**Energía eléctrica**

El 96,39% de las viviendas de cantón tienen acceso al fluido eléctrico entregado por la empresa pública, siendo la mayoría de estas viviendas de la cabecera cantonal; además se ha determinado la existencia de otras fuentes como: plantas eléctricas, paneles solares que son usados mayormente en parroquias rurales.

**Telefonía fija**

En cuanto al servicio de teléfono fijo el 33,67% de la población del cantón tienen acceso especialmente en la zona urbana, para la zona rural este servicio es limitado por el costo; sin embargo, esta población es solventada con la utilización de teléfonos celulares.

**Análisis**

La ciudad de Tulcán cuenta con un clima óptimo para la comercialización de los productos que la microempresa ofrecerá convirtiéndose este factor en un aliado, además la



ciudad cuenta con servicios básicos y vías de acceso adecuadas lo que también se consideran aliados en la realización del proyecto.

### 1.4.3. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

#### *CIUDAD TULCÁN*

##### **Población**

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el cantón Tulcán cuenta con 86.498 habitantes de los cuales la gran mayoría se encuentran ubicados en la cabecera cantonal con un total de 60.403 entre hombre y mujeres.

##### *Tabla 2:*

##### *Población por Género de Tulcán*

| <b>Género</b> | <b>No. de habitantes</b> | <b>%</b>    |
|---------------|--------------------------|-------------|
| Femenino      | 31.091                   | 51          |
| Masculino     | 29.312                   | 49          |
| <b>Total</b>  | <b>60.403</b>            | <b>100%</b> |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Año: 2016

**Tabla 3:**  
**Población por Edades ciudad de Tulcán**

| <b>Edad</b>       | <b>Número de Habitantes</b> |
|-------------------|-----------------------------|
| Menor de 1 año    | 970                         |
| De 1 a 4 años     | 4.472                       |
| De 5 a 9 años     | 5.908                       |
| De 10 a 14 años   | 6.071                       |
| De 15 a 19 años   | 5.803                       |
| De 20 a 24 años   | 4.992                       |
| De 25 a 29 años   | 4.966                       |
| De 30 a 34 años   | 4.538                       |
| De 35 a 39 años   | 4.440                       |
| De 40 a 44 años   | 4.130                       |
| De 45 a 49 años   | 3.575                       |
| De 50 a 54 años   | 2.594                       |
| De 55 a 59 años   | 2.152                       |
| De 60 a 64 años   | 1.672                       |
| De 65 a 69 años   | 1.398                       |
| De 70 a 74 años   | 1.139                       |
| De 75 a 79 años   | 776                         |
| De 80 a 84 años   | 460                         |
| De 85 a 89 años   | 237                         |
| De 90 a 94 años   | 85                          |
| De 95 a 99 años   | 20                          |
| De 100 años y más | 5                           |
| <b>Total</b>      | <b>60.403</b>               |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Año: 2016

## Población económicamente activa

La población económicamente activa corresponde al 44,25% del total de la población del cantón.

**Tabla 4:**

### *Población Económicamente Activa Cantón Tulcán*

| Población               | Número de Habitantes |
|-------------------------|----------------------|
| Económicamente activa   | 38.275               |
| Económicamente inactiva | 48.223               |
| <b>TOTAL</b>            | <b>86.498</b>        |

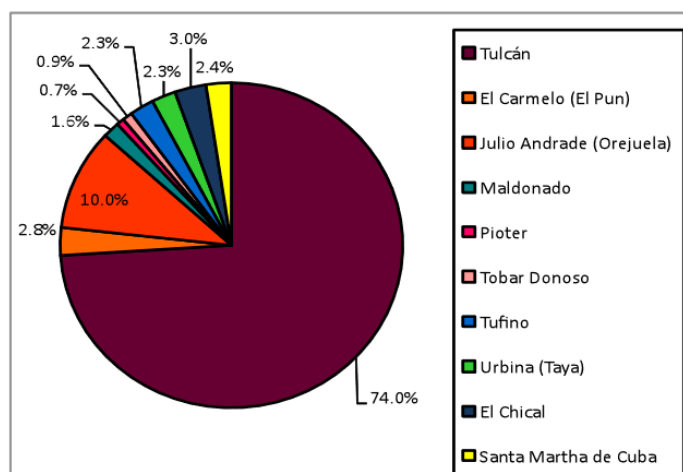
Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Año: 2010

La población económicamente activa se distribuye en todo el cantón, siendo la cabecera cantonal la que cuenta con la mayor población activa, cabe recalcar que esto se debe a que cuenta con el mayor número de habitantes.

**Gráfico 6:**

### *PEA por Parroquias del Cantón Tulcán*

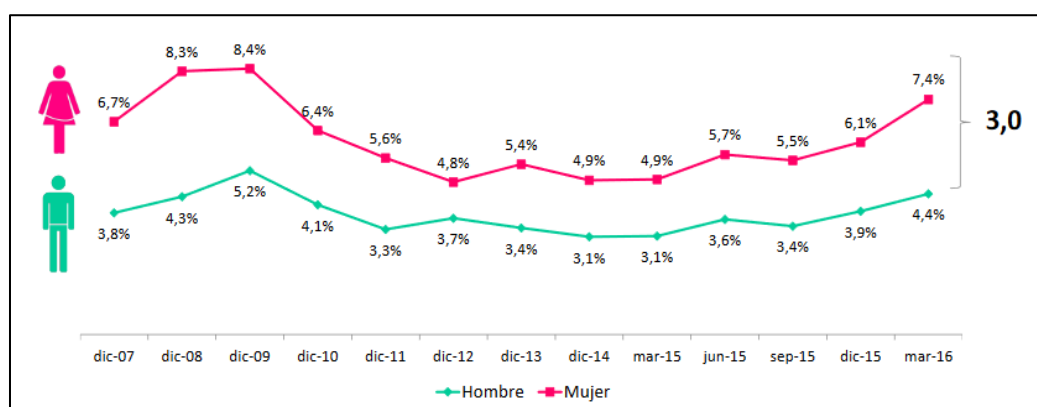


Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

## ***Población Desempleada***

Según datos obtenidos por el INEC el desempleo va en incremento, para el año 2016 el porcentaje de desempleo en mujeres es del 7,4% y para hombres es el 4,4%; identificándose una brecha considerable entre ellos. Por otra parte, aproximadamente el promedio de desempleo en el sector urbano es del 7% y en la zona rural es del 2,4%.

**Gráfico 7:**  
**Desempleo Por Género**



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

## **Análisis**

En cuanto a los aspectos demográficos se consideran una oportunidad ya que se ha notado que existe una población en crecimiento, lo que hace que el mercado sea amplio; sin embargo, en cuanto al desempleo se considera un riesgo ya que se ha mostrado un porcentaje alto lo que podría disminuir la capacidad de consumo.

### **1.4.4. ECONÓMICOS**

#### **CANTÓN IBARRA**

Las principales actividades que generan ingresos dentro del cantón de Ibarra son las siguientes:

**Gráfico 8:****Ramas de Actividad del Cantón de Ibarra**

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

En base a los datos obtenidos del INEC se muestra que el cantón tiene participación en los tres sectores:

### **Sector primario**

Dentro de este sector existen diferentes subsectores, el cantón cuenta con los siguientes:

**Subsector Agrícola:** dentro del cantón se cultivan los siguientes productos, cereales (maíz, trigo, cebada), legumbres (frejol, arveja, haba), frutas (tomate de árbol, naranjilla, aguacate), tubérculos (papa), otros (caña de azúcar, cabuya) y flores (clavel, rosa, etc.)

**Subsector ganadero:** dentro de este sector se distinguen tres categorías de animales: ganado mayor, ganado menor y aves.

Dentro del ganado mayor el vacuno es el más importante, seguido del ganado caballar, asnal, mular y llamar; el ganado menor está constituido por porcinos, ovinos, caprino, cuyes y conejos; dentro de las aves se encuentran los pollos y gallinas, patos, pavos y codornices.

**Subsector piscícola:** no tiene un desarrollo significativo en el Cantón, y se han establecido instalaciones piscícolas de tipo artesanal, dedicadas a la producción de trucha arcoíris como es el caso de la hacienda Zuleta, también existen grandes criaderos de tilapia en Cachaco (Lita)

## Sector Secundario

Dentro de las actividades industriales las que generan mayores ingresos son las manufactureras las cuales se dividen en:

- **Agroalimentaria** (industria de Caña de azúcar, industrias lácteas FLORALP)
- **Textiles:** según datos obtenidos por el Instituto de promociones y exportaciones en el área textil y de confección los sectores más representativos son: **el artesanal** con 127 artesanos, representando el 66% del sector textil de Ibarra y la **pequeña industria** que son el 33% siendo 64 artesanos.

El 98% de las industrias textiles son privadas y se constituyen como microempresa. En cuanto a los productos textiles que se fabrican dentro del cantón se encuentra: prendas de vestir que constituyen el 61% de la producción, los tejidos que representan el 14% de la producción y otros entre ellos artículos para el hogar, esteras, etc. que representan el 11% de la producción.

El cantón de Ibarra se encuentra ubicado en una de las provincias con mayor actividad textilera como lo es Imbabura, dentro de la provincia se encuentran el 45.99% de talleres textiles, distribuidos en las zonas de Antonio Ante, Otavalo, Cotacachi, Ibarra, Pimampiro, San Antonio y Urcuquí.

Las principales industrias textiles en la provincia que se dedican a la confección de prendas de vestir son:

**Gráfico 9:*****Empresas Fabricantes de Prendas de Vestir***

|  |
|--|
| Camara de Comercio Antonio Ante              |
| Confecciones Recretivas Fibran Lia. Ltda     |
| Empresas PINTO S.A.                          |
| Hilacril S.A.                                |
| Industria General Ecuatorianas S.A. - INGESA |
| Industria Piolera Ponte Selva                |
| Pasamaneria S.A.                             |

Fuente: PROECUADOR

Año: 2013

**Gráfico 10:*****Empresas Fabricantes de Tejidos***

|   |
|---|
| Asotextil Cia. Ltda                           |
| Cortinas y Visillos CORTYVIS Cia. Ltda        |
| Delltex Industrial S.A.                       |
| Ecuacotton S.A.                               |
| Fabrilana S.A.                                |
| Francelana S.A.                               |
| Hilacril S.A.                                 |
| Ennotex S.A.                                  |
| Industria Piolera Ponte Selva                 |
| Industrial Textilana S.A.                     |
| Indutexma                                     |
| Insomet Cia. Ltda                             |
| S.J. Jersey Ecuatoriano C.A.                  |
| Sintofil C. A.                                |
| Tejidos Pin-Tex S.A.                          |
| Textil Ecuador S.A.                           |
| Textil San Pedro S.A.                         |
| Textiles Industriales Ambateños - TEIMSA S.A. |
| Textiles La Escala S.A.                       |
| Textiles Mar y Sol S.A.                       |
| Vicunha Textil - La Internacional S.A.        |

Fuente: PROECUADOR

Año: 2013

Además, existen empresas dedicadas a la elaboración de fibras de lana en Ecuador como:

- FRANCELANA S.A.
- TEXTILES TEXSA S.A.
- DELLTEX INDUSTRIAL S.A.
- TEJE LANA – almacén de distribución de lanas

- LANA Y TEJIDOS DEL ECUADOR
- **Maderera:** hace referencia a los aserraderos y carpinterías, fábricas de muebles y artesanías en San Antonio de Ibarra.
- **Metalmecánica:** los sectores con mayor desarrollo es la de construcción de estructuras metálica, prefabricados o de montaje directo, mismas que son usadas en construcciones civiles.

### **Sector terciario**

Está integrado por una extensa y variada gama de actividades dedicadas a prestar servicios de apoyo a la actividad productiva, al cuidado personal y de los hogares, así como al esparcimiento y a la cultura de la población.

Las principales ramas o actividades del sector servicios son:

- Comercio (al por mayor y menor)
- Restaurantes y hoteles.
- Transporte, almacenaje y comunicaciones.
- Servicios financieros, seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler (servicios prestados).
- Servicios comunales, sociales y personales (servicios profesionales y gubernamentales, educación, esparcimiento, médicos, así como servicios personales de limpieza, domésticos, electricistas, etc.).

Dentro de este sector se demuestra que la ciudad se mantiene próspera gracias a las actividades comerciales al por mayor y menor; la ciudad obtiene mayores ingresos debido a que cuenta con dos grandes centros comerciales: La Plaza Shopping Center y Laguna Mall y otros



centros más pequeños como: Pasaje la Fortuna, Pasaje Ibarra, Centro Comercial Victoria Plaza, etc.

## Análisis

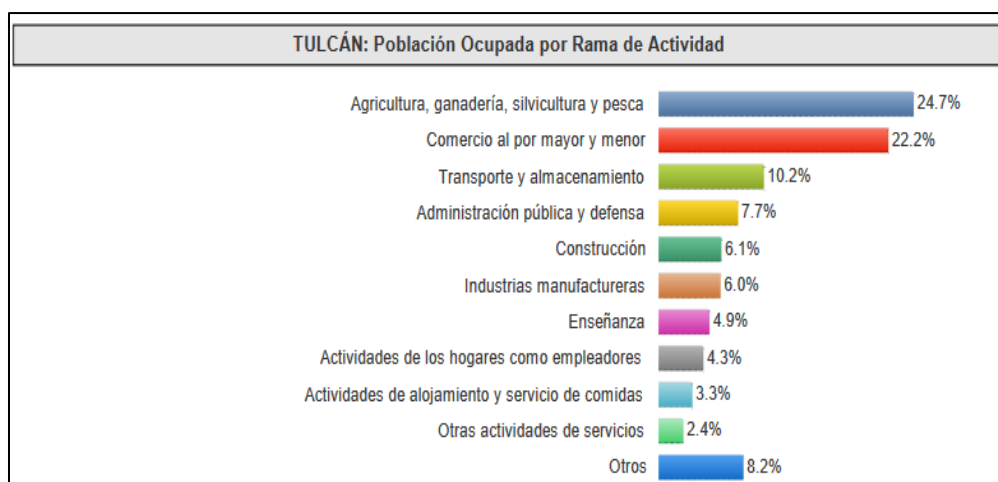
En Ibarra el sector que destaca es el sector de servicios específicamente con la actividad comercial al por mayor y menor, también destaca la actividad manufacturera siendo las más importantes las industrias agroalimentarias y textiles; en cuanto a la actividad textil se considera una oportunidad ya que en el cantón de Ibarra existen personas dedicadas a la actividad textil de forma artesanal; por otra parte también la actividad textil se puede considerar como un oponente ya que existen diferentes industrias textiles que confeccionan prendas de vestir de forma industrial y las comercializan para diferentes puntos del país.

## CANTÓN TULCÁN

Según datos del INEC las principales actividades del cantón son las siguientes:

**Gráfico 11:**

### *Actividades Económicas del Cantón Tulcán*



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

El cantón tiene una participación en los tres sectores destacando la importancia del sector primario como fuente generadora de ingresos.

### **Sector primario**

Según datos otorgados por el MAGAP dentro de este sector las actividades que destacan mayormente son las ganaderas y la agricultura. Dentro de la ganadería se produce principalmente ganado vacuno que proporciona leche la cual es una alta fuente generadora de ingresos y ganado porcino. En cuanto a la agricultura los productos que mejor se cultivan son las papas (que genera el 40% de la provisión nacional), además se cultiva: frejol, arveja, maíz, trigo, cebada, avena, haba; al noroccidente se cultiva productos tropicales como: frutas, yucas, plátanos, bananos. Estos productos abastecen la demanda interna además son distribuidos para diferentes partes del país e incluso internacionalmente.

### **Sector industrial**

A través de los datos obtenidos por el INEC según la encuesta de manufactura y minería en el sector industrial destacan las industrias manufactureras entre ellas las de pasteurización y homogeneización de leche, esta actividad representa el 61% de la producción industrial; cabe mencionar que dentro de estos datos no se toma en cuenta la producción artesanal de la elaboración de productos derivados de la leche. Otra actividad importante es la producción de harinas, sémolas y gránulos de cereales de trigo, avena, maíz, etc., esta actividad participa con el 39% de la actividad manufacturera.

### **Sector terciario**

En el cantón las actividades del sector terciario son: comercio al por mayor y menor, transporte, almacenamiento, comunicación y construcción según datos del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad.

En cuanto al comercio al por mayor y menor, dentro del cantón se estima que existen 3502 establecimientos económicos de acuerdo con el Censo Económico que realizó el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (INEC) en el año 2010. A su vez, se estima que percibieron 330 millones de dólares en ingresos por ventas y emplean a 12.079 personas. De los establecimientos apenas 26 corresponden a PYMES y los 3476 restantes corresponden a pequeños negocios, locales comerciales o microempresas. Dentro de la actividad comercial, lo que más peso tiene es la venta al por menor de víveres, así como de prendas de vestir, que son los bienes que más se comercian y en los que tiene una importante incidencia en la frontera.

En la ciudad de Tulcán existen diferentes centros comerciales, así también varios mercados dedicados a actividades específicas como:

- **Supermercado Cepia:** dedicado especialmente a la venta de productos alimenticios en estado natural y alimentos preparados.
- **Mercado del Buen Vivir:** dedicado a la venta de alimentos en estado natural y alimentos preparados.
- **Centro Comercial Popular:** dedicado especialmente a la comercialización de prendas de vestir de diferentes materiales, entre ellos destacan las prendas de vestir elaboradas en lana.

Por otra parte, en la ciudad de Tulcán también se realizan ferias en el Parque Isidro Ayora, una de las más importantes es aquella que es realizada por la Junta Provincial del Artesano, cuenta con un aproximado de 80 stands en donde se exhiben todo tipo de productos, artesanías, artículos y así también se ofrece gastronomía colombo ecuatoriana.

Otro servicio importante dentro de este sector es el transporte el cual ha mejorado la producción y el comercio representando el 17% de los servicios generados.

## Análisis

En cuanto a los sectores que mayormente destacan en el Cantón Tulcán es el Primario, a pesar de ello el sector de Servicios también destaca considerablemente específicamente con la comercialización al por mayor y menor de diferentes productos entre los más importantes los alimenticios y de vestimenta, por tanto, se considera a este factor como un aliado en la realización del proyecto.

### 1.4.5. CULTURALES

#### CANTÓN TULCÁN

##### Grupo Étnicos

El cantón es multiétnico, es decir que existe una variedad de etnias establecidos, de una u otra manera estos grupos establecen sus culturas, tradiciones, vestimenta y actividades. Dentro del cantón la población se auto identifica de la siguiente manera:

*Gráfico 12:*

*Auto Identificación de los Habitantes del Cantón*

| Auto identificación según su cultura y costumbres | Casos       | %          |
|---|-------------|------------|
| Indígena  | 106         | 1,39       |
| Afro ecuatoriano/a Afrodescendiente               | 63          | 0,83       |
| Negro/a   | 6           | 0,08       |
| Mulato/a  | 65          | 0,85       |
| Montubio/a  | 13          | 0,17       |
| Mestizo/a   | 7119        | 93,38      |
| Blanco/a  | 242         | 3,17       |
| Otro/a  | 10          | 0,13       |
| <b>Total</b>                                      | <b>7624</b> | <b>100</b> |

Fuente: Encuesta (Gobierno Autónomo Descentralizado Tulcán)

El cantón Tulcán posee una diversidad de cultura tangible (bienes muebles, inmueble, documentales y arqueológicos) e intangibles (artes de espectáculo, tradiciones, gastronomía, técnicas artesanales tradicionales, actos festivos, etc.)

**Gráfico 13:**

**Cultura Cantón Tulcán**

| Cultura tangible |  | Cultura intangible                      |
|------------------|--|---|
| 1                | Cementerio José María Azael Franco                           | Hornado "Pastuso"                       |
| 2                | Parque Chical  | Cuyasado                                |
| 3                | Museo de Arte Moderno y Contemporáneo "German Bastidas Vaca" | Artesanías en Raíces                    |
|                  |  | Papas asadas                            |
| 4                | Puente de Rumichaca  | Champús                                 |
| 5                | Parque de la Independencia                                   | La Virgen de Las Lajas                  |
| 6                | Parque Ayora   | Un Milagro del Señor del Río            |
| 7                | Mercado Central  | Leyenda de La Virgen de la Natividad en |
| 8                | Parque de Recreación   | Quinshul                                |
| 9                | Plaza Las Lajas  | Milagro de la Virgen de Las Lajas       |
| 10               | Santuario Nuestro Señor del Río Tufiño                       | La Moledora Tufiño                      |
| 11               | Parque Principal Julio Andrade                               | El Playo Tulcán                         |
| 12               | Iglesia de San Francisco                                     | Una Procesión a la Otra Vida Urbina     |
| 13               | Iglesia Parroquial Urbina                                    | Aún se Siente al Duende                 |
| 14               | Parque Velasco Ibarra Maldonado                              | El Cuento de la Vieja                   |
| 15               | Iglesia Catedral de Tulcán                                   | El Toro de las Lagunas Verdes           |
| 16               | Parque Central El Carmelo                                    | La Vieja del Guabo                      |
| 17               | Teatro Particular Lemarie                                    | Cuento de la Sardina                    |
| 18               | Iglesia Parroquial El Carmelo                                | Fiesta Patronal de la Virgen del Carmen |
| 19               | Iglesia Parroquial "Julio Andrade"                           | La Viuda                                |
|                  |  | La Mujer de la Esquina del Parque       |
|                  |  | La tierra del Cueche El Carmelo         |
|                  |  | Fiesta de San Pedro                     |
|                  |  | Cerámica con motivos Pasto              |
|                  |  | Colada morada                           |
|                  |  | La Tentación                            |

Fuente: Encuesta Cultural cantón Tulcán (Gobierno Autónomo) Descentralizado

Lo que mayormente resalta es la fe y la religiosidad popular permitiendo vivir en la fe verdadera, la espiritualidad católica; cada una de las parroquias poseen la imagen de un santo patrono por lo que las tradiciones de fiestas paganas se mantienen en todos los poblados. Estas fiestas inician con una misa a la cual acuden todos los devotos, una vez terminado con el acto religioso se da paso a las actividades tradicionales dentro de todos los pueblos como: la quema de castillos, baile, comida, quema de chamizas y vacas locas, etc. La realización de estas fiestas

permite que el turismo en cada una de las parroquias se incremente, dando lugar a un turismo denominado religioso.

Además, como cultura intangible Tulcán posee una variedad de platos típicos como: cuy asado, hornado pastuso, tortillas de tiesto, queso amasado, quesillo, champús, morocho con leche, etc.; estos platillos también son de gran atractivo.

Por otra parte, no solo el turismo por cultura intangible juega un papel importante, sino también la existencia de una cultura tangible hace que el cantón sea atractivo para propios y extraños.

### **Análisis**

Los aspectos culturales son considerados como una oportunidad en el desarrollo del proyecto, ya que la cultura existente dentro del cantón se ha considerado como un atractivo para propios y extraños permitiendo incrementar el turismo de la zona y así también el número de posibles compradores.

## **1.4.6. TECNOLÓGICOS**

### **Maquinaria y equipo**

Cuando se habla de tejidos realizados a base de lana se debe tener cuidado para no estropear las prendas, es por ello que se debe utilizar un programa de vapor ya que permite que las fibras se relajen y tengan un acabado ideal.

### **Equipo de planchado a vapor vertical**

Un modelo recomendado es una plancha a vapor vertical comercial Marca TOBI WAND.

## Características

- Tanque de almacenamiento de agua el cual genera vapor durante 30 minutos continuos.
- Posee una manguera ligera y flexible.
- Equipo de diseño compacto.
- Dispositivo de seguridad.
- Permite planchar todo tipo de ropa sin importar el material del que este confeccionado.
- No destiñe el color de la ropa, ni deja brillo.

## Análisis

La obtención de la maquinaria se considera un aliado debido a la facilidad para adquirir la maquinaria, ya que dentro de la ciudad de Ibarra existe proveedores que entregan este tipo de maquinaria con garantías, además contribuye para dar acabados a los productos finales.

### 1.4.7. LEGAL

#### Constitución de la República del Ecuador

**Art. 18** “Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas en el mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a las expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.”

**Art. 52.** “Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de los consumidoras y consumidores.”

**Art. 336** “El estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades.”

### **Ley de defensa del artesano**

Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

### **Ley de defensa del consumidor**

**Art. 9** “Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo con la naturaleza del producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final.”

### **Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión**

**Art. 4. Fines. Literal c.** “fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientales limpias y de energías alternativas.”

### **Del Desarrollo productivo de la economía popular y solidaria y comunitaria.**

**Art. 22. Medidas específicas.** “el consejo sectorial de la producción establecerá políticas de fomento de la economía popular, solidaria y comunitaria.”



**Literal e.** “financiar proyectos productivos de las comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias que impulsen la producción agrícola, pecuaria, artesanal, pesquera, minera, industrial, turística y otras del sector.”

### **Ley orgánica de régimen tributario interno**

En cumplimiento de esta ley el SRI reconoce únicamente a los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano como beneficiarios.

### **Obligaciones tributarias de los artesanos calificados**

- Inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Comunicar cualquier cambio al SRI. Como por ejemplo cambios de dirección, números telefónicos, nombre de comercial, renovación de la calificación artesanal, entre otros.
- Emitir y entregar comprobantes de venta debidamente autorizados por el SRI en ventas iguales o inferiores a \$4 que el consumidor no requiera su comprobante de venta, se podrá emitir un comprobante de venta al final de día que resuma dichas ventas. En caso de que se encuentre inscrito en el RISE, la obligación de entregar comprobantes será a partir de montos iguales o superiores a \$12,00, por montos inferiores y cuando no entregue un comprobante, podrá emitirse uno solo que resuma estas transacciones al final del día.
- Llevar un registro de ingresos y gastos de manera mensual.
- Presentar semestralmente su declaración del Impuesto al Valor Agregado
- Presentar anualmente, su declaración de Impuesto a la Renta solo si supera la base exenta de ingresos, establecida en la tabla del Impuesto a la Renta vigente.
- Pagar sus declaraciones realizadas.

- Presentarse en el SRI cuando se requiera su presencia.
- Archivar los comprobantes de venta relacionados con su actividad económica por siete años.

#### **Beneficios tributarios de los artesanos calificados:**

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías.
- Exoneración del pago del impuesto a la renta.
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales.
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal.
- No están obligados a llevar contabilidad, por lo tanto, no requieren de un contador.
- Devolución de retenciones en la fuente en casos específicos.

#### **1.4.8. POLÍTICAS**

##### **Campaña “ECUADOR PRIMERO”**

El ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC), el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y el ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP) lideran la campaña denominada “Primero Ecuador”. Lo que pretende es promover y fortalecer la producción nacional dentro de los sectores cárnicos, lácteos, cacaoero, calzado, textil, entre otros.

“Cuando vayas a comprar, primero Ecuador”, es el slogan de la campaña, la cual invita a consumir productos nacionales elaborados por manos ecuatorianas y con gran calidad. La

revolución productiva ha dado sus frutos: los pequeños y grandes emprendedores han tecnificado e innovado la producción.

### **Campaña “LLÉVATE TULCÁN EN EL CORAZÓN”**

Esta es una iniciativa de la Prefectura del Carchi, que tiene como objetivo apoyar el incremento comercial en la frontera. Para dar a conocer esta campaña se hizo la entrega de flayers publicitarios, pancartas y fundas plásticas a los diferentes locales comerciales de la ciudad.

Lo que se ha conseguido con esta campaña es generar la inquietud en la ciudadanía e intereses de visitar y conocer las diferentes ofertas que se generan en los locales comerciales que son mucho mejores que en Colombia ya que si se adquiere productos con los documentos legales para evitar cualquier inconveniente con la aduana, siendo esto un factor beneficioso para el comercio dentro de la ciudad de Tulcán.

### **Análisis**

Las políticas de gobierno y las medidas que toma la Prefectura del Carchi incentivan el consumo nacional por ende estas medidas son consideradas como oportunidades para el desarrollo de este proyecto ya que permite que los productores mejoren sus procesos a fin de ofrecer productos que cumplan con las expectativas del cliente mejorando así la actividad productora y comercial del territorio ecuatoriano.

## 1.5. MATRIZ AOR

*Tabla 5:*

*Matriz AOR*

| ALIADOS   | OPORTUNIDADES   | OPONENTES   | RIESGOS   |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación geográfica adecuada para la comercialización del producto (clima adecuado- Tulcán).</li> <li>• Sector dedicado al comercio tanto al por mayor y menor de diferentes productos en la ciudad de Tulcán.</li> <li>• Disponibilidad de servicios básicos.</li> <li>• Cultura y tradiciones de los habitantes en Tulcán.</li> <li>• Fácil movilidad para la comercialización del producto.</li> <li>• Existencia de empresas distribuidoras de maquinaria y materia prima en el Ecuador.</li> <li>• Mano de obra artesanal calificada en el cantón Ibarra.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Campañas realizadas que incrementan el consumo de productos nacionales.</li> <li>• Leyes que defienden la actividad artesanal.</li> <li>• Incremento del turismo en el cantón por la existencia de cultura tangible e intangible.</li> <li>• Existencia de salvaguardias que impiden importaciones.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia dentro del sector.</li> <li>• Gustos y preferencias de los consumidores en cuanto a las prendas de vestir.</li> <li>• Desconocimiento y falta de interés en conocer los beneficios de adquirir productos dentro del territorio ecuatoriano.</li> <li>• Incremento de procesos industrializados.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cercanía a Colombia (precios más bajos).</li> <li>• Crisis económica que afecta a todos los sectores del País.</li> <li>• Incrementando el número de población desempleada reduciendo así su capacidad adquisitiva.</li> <li>• Impuestos e incremento en los precios.</li> </ul> |

Elaborado por: La autora

Año: 2016

## **1.6. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

En base a la información recopilada se ha llegado a establecer que con el pasar del tiempo las actividades textiles elaboradas artesanalmente han perdido fuerza en el mercado debido a los avances tecnológicos, por cuanto se considera oportuna la creación de una microempresa que rescate la mano de obra artesanal y los productos elaborados en lana se comercialicen en diferentes mercados por cuanto una vez determinado los Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos se ha llegado a la conclusión de que existen altas oportunidades para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tejidos artesanales en lana en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura y así también el proyecto cuenta con el respaldo de varios aliados que contribuyen a demostrar dicha oportunidad de inversión.

Se debe considerar que con la implementación de este proyecto se busca rescatar el legado cultural en la elaboración de productos textiles de forma artesanal y generar fuentes de empleo tanto directa como indirectamente convirtiéndose en un emprendimiento que oferta productos de calidad satisfaciendo y cumpliendo con las expectativas del cliente.

## CAPITULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Tejidos

(UDALE, 2008, pág. 41) “Los tejidos están formados esencialmente por fibras, estas pueden catalogarse en naturales o sintéticas y cada fibra posee sus propias características y cualidades.”

Los tejidos son productos que son realizados con diferentes tipos de fibras y su forma de fabricación puede variar, cada uno de estos tejidos tienen sus propias características.

#### 2.2. Tipos de Fibras

##### 2.2.1. Fibras naturales

(UDALE, 2008, pág. 42) “Las fibras naturales se obtienen a partir de fuentes naturales, estas pueden ser de naturaleza vegetal, en cuyo caso se trata de fibras compuestas de celulosa, o de naturaleza animal, y entonces las fibras están compuestas de proteínas.”

Las fibras naturales son aquellas que provienen de la naturaleza estas pueden ser de origen animal o de origen vegetal y que pueden permitir la realización de varios productos.

##### 2.2.1.1. Lana

(UDALE, 2008, pág. 44) “La lana es una fibra natural que posee proteínas, posee cierta elasticidad y da calor, pero no reacciona bien a temperaturas elevadas; cuando se lava en agua caliente se encoge debido a que las fibras se acortan.”

La lana es usada desde la antigüedad para la elaboración de diferentes prendas de vestir fue usada en la antigüedad especialmente por pueblos indígenas, la lana es una fibra natural generadora de calor.

## 2.3. Tipos de tejidos

### 2.3.1. Tejidos de punto manual

(UDALE, 2008, pág. 81) “Son aquellos tejidos que se hacen totalmente a mano, se puede conseguir una gran variedad de tejidos a punto de distinto grosor que además presentan un carácter marcadamente artesanal.”

Los tejidos son productos que se pueden elaborar ya sean de forma manual o con maquinaria apta para su fabricación, además se pueden utilizar diferentes fibras o materiales los cuales le brindan al tejido un acabado único que se adapta a las necesidades de los clientes.

## 2.4. Empresa

(ZAPATA, 2011) “Empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, el Estado y la sociedad en general.”

Empresa es una entidad que se conforma con diferentes recursos los cuales permiten elaborar productos y ofrecer servicios que cumplen con las expectativas y cubren las necesidades de las personas quienes los adquieran.

### 2.4.1. Clasificación de las empresas

La clasificación de las empresas se realiza bajo los siguientes criterios

#### Según su naturaleza

- **Industriales:** transforman materias primas en nuevos productos.
- **Comerciales:** compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores.
- **Servicios:** generación y venta de productos intangibles.

- **Mineras:** explotan los recursos del subsuelo.

### **Según el sector o la procedencia del capital**

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

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

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

## **2.5. Estudio de mercado**

(BACA, 2010, pág. 7) “Se denomina a la primera parte de la investigación formal de estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.”

El estudio de mercado es un análisis de cada uno de los componentes del mercado como son: oferta, demanda, demanda insatisfecha, precios y todo aquello que se encuentre relacionado con la comercialización de un producto o servicio.

## **2.6. Segmentación de Mercado**

(MURCIA, 2009, pág. 82) “Es la actividad de mercadeo que consiste en dividir los mercados en grupos homogéneos dentro de sí, ya que en él se encuentran personas que reciben el valor y reaccionan de manera similar ante un determinado producto.”

La segmentación de mercado es la división del mercado general en grupos pequeños que posean características idénticas entre sí.



## 2.7. Mercado Meta

(MURCIA, 2009, pág. 85) “Es la realización de un análisis concienzudo, de cada uno de los segmentos del mercado, para ello se debe definir si la empresa cuenta con los recursos y la capacidad para atender todos los segmentos, algunos de ellos o solo uno.”

El mercado meta es aquel que se identifica mediante un análisis concienzudo de cada uno de los segmentos de mercado, de los recursos que posee la empresa y su capacidad a fin de brindar un producto o servicio a todo el mercado que se ha identificado.

## 2.8. Oferta

(BACA, 2010, pág. 41) “Es determinar o medir las cantidades de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”

(ARAUJO, 2012, pág. 43) “Es el importe del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, o sea, es la cuantificación de los productos en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyen la competencia están vendiendo en el mercado en estudio.”

Oferta es el número de unidades de productos o servicios que los productores o proveedores ponen en el mercado a un precio determinado para que estos sean adquiridos por las personas interesadas.

## 2.9. Demanda Insatisfecha

(ARAUJO, 2012, pág. 33) “Hace referencia cuando la oferta es restringida o escasa, refleja la existencia de un mercado insatisfecho con posibilidades de ampliarlo.”

**(BACA, 2010, pág. 43)** “Es la cantidad de bienes o 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.”

La demanda insatisfecha es aquella que los productores no alcanzan a satisfacer ya que la oferta de esos productos o servicios es restringida por diferentes causas.

## **2.10. Comercialización**

**(BACA, 2010, pág. 48)** “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar, es decir una buena comercialización, es la que coloca al producto en un sitio y momento adecuado, para dar al consumidor la satisfacción que él espera con la compra.”

**(ARAUJO, 2012, pág. 47)** “Es el conjunto de actividades que los oferentes realizan para lograr la venta de sus productos; por tanto, el análisis de la oferta y la demanda deberá ser complementado con el estudio de los diversos elementos de la comercialización.”

La comercialización es el proceso que permite que los productores pongan a la venta distintos productos o servicios que cumplan con las necesidades del consumidor.

## **2.11. Canales de Distribución**

**(BACA, 2010, pág. 49)** “Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, en cada intermediario o punto en el que se detenga es trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información.”

**(MOSCOSO, 2015, pág. 102)** “Son senderos o caminos que el productor recorre en su movimiento desde su fuente de origen (productor) hasta llegar al consumidor final. Estos

senderos pueden ser directos (venta directa del productor al consumidor) e indirectos (cuando el producto pasa por diversos intermediarios).”

Los canales de distribución son los medios por los cuales el productor hace llegar su producto a los consumidores finales, en algunos casos es posible la existencia de canales indirectos, haciendo necesario la existencia de intermediarios.

### **2.12. Estudio técnico**

**(BACA, 2010, pág. 7)**“El estudio técnico es la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.”

El estudio técnico es un análisis que se realiza para determinar cuál es la localización óptima de una empresa y la inversión necesaria para la puesta en marcha de la empresa.

### **2.13. Localización óptima del Proyecto**

**(PRIETO, PROYECTOS ENFOQUE GERENCIAL, 2009, pág. 104)** “La localización tiene por objeto analizar los posibles lugares en donde se pueda ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia y los costos mínimos.”

La localización de un proyecto es el análisis de todas las variables y opciones existentes a fin de lograr una utilidad alta y costos bajos mediante una localización óptima.

## 2.14. Macro Localización

(**ARAUJO, 2012, pág. 65**) “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:”

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

(**MURCIA, 2009, pág. 246**) “Se ocupa de la comparación de las alternativas propuestas para determinar cuál o cuáles regiones serán aceptables para la localización macro del proyecto; puede ser toda una zona o región geográfica que cumpla con las exigencias requeridas para dar la mejor propuesta a esta necesidad.

La macro localización es el estudio de diferentes alternativas para la selección de un área geográfica correcta en donde se puede colocar una empresa, esta área debe sujetarse a las condiciones y necesidades que la empresa requiera.

## 2.15. Micro localización

(**ARAUJO, 2012, pág. 71**) “Una vez definida la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Lo anterior deberá plantearse una vez que el estudio de ingeniería del proyecto se encuentre en una etapa de desarrollo avanzado.”

La micro localización es el análisis definitivo del lugar en donde se va ubicar la empresa, es necesario identificar el terreno que se requiere tomando en cuenta diferentes aspectos como

vías de comunicación, área para inicio y futuras expansiones, tipo de edificación que se requiere, disponibilidad de servicios básicos, etc.

### **2.16. Ingeniería del proyecto**

**(BACA, 2010, pág. 89)** “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 de la organización que habrá de tener la planta.”

Es una etapa de la formulación de un proyecto, en donde se detallan todos los recursos que son necesarios para llevar a cabo el proyecto de inversión.

### **2.17. Tamaño del Proyecto**

**(ARAUJO, 2012, pág. 73)** “En general, el tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión.”

El tamaño de proyecto hace referencia a la capacidad que tiene una empresa para instalarse y producir un bien o servicio durante un periodo determinado.

### **2.18. Inversión**

**(HERNÁNDEZ & OTROS, 2008, pág. 3)** “Es el conjunto de recursos que se emplean para producir un bien o servicios y generar una utilidad.”

La inversión se constituye como un sustento del cual dispondrá la microempresa, mismos que también darán rentabilidad a la misma.

### **2.18.1. Inversión Fija**

(HERNÁNDEZ & OTROS, 2008, pág. 66) “Es la que permanece constante. Es la base necesaria para programar las erogaciones, sobre todo cuando no se va a incurrir inmediatamente en ellas. En cuanto al monto de la inversión fija, es conveniente analizar alternativas de financiamiento.”

La inversión fija constituye a todos los activos fijos que dispondrá la microempresa para dar inicio a sus operaciones y funciones.

### **2.18.2. Inversión Diferida**

(HERNÁNDEZ & OTROS, 2008, pág. 67) “Se refiere a los desembolsos que una empresa realiza para la puesta en marcha del plan de negocio, tales como: Estudios Técnicos, Económicos y Jurídicos, gastos de creación, pago de patentes, permisos, etc.

La inversión hace referencia al grupo de recursos que permitirán dar inicio al proceso de producción de un bien o servicio; dependiendo del tipo de inversión se puede optar por financiamiento.

## **2.19. Financiamiento**

(GITMAN, 2012, pág. 25) “Es el conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa u organización que desarrollan una determinada actividad o deseen concretar un proyecto, siendo uno de los más habituales la creación de una nueva empresa.”

El financiamiento es un acto por el cual se puede entregar una cierta cantidad de dinero a quienes lo requieran a fin de que puedan poner en marcha un proyecto, negocio o actividad.

## 2.20. Capital De Trabajo

(BACA, 2010, pág. 145) “Desde el punto de vista contable se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico está representado por el capital adicional (distinto a la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa.”

(VARELA, 2010, pág. 244) “Es el dinero necesario para mantener la empresa en funcionamiento, es una inversión que esta presentada por la necesidad que tienen la mayoría de las organizaciones de tener: inventarios, cartera, efectivo, crédito de proveedores.”

El capital de trabajo es el capital adicional que se requiere para iniciar y mantener en funcionamiento la empresa durante el periodo en el que no se perciben ingresos.

## 2.21. Estudio Financiero

(ARAUJO, 2012, pág. 100) “Uno de los componentes más importantes de todo proyecto de inversión es el estudio financiero; sin este análisis, la estructura del proyecto no tendría bases ni fundamentos económicos para su implantación. Los documentos financieros que fundamentan la expectativa de la situación financiera del proyecto son los presupuestos y los estados financieros proforma.”

El estudio financiero es un análisis importante fundamentado en términos, numéricos, económicos lo cual apoya a la toma de decisiones referente a las actividades de inversión.

## 2.22. Presupuesto de Ingresos

(PACHECO, 2014, pág. 73) “Es la proyección de las ventas con antecedentes históricos para que de inmediato se obtenga las ventas planeadas como resultado de multiplicar las unidades a vender por el precio de venta presupuestado.”

El presupuesto de ingresos es un análisis financiero que se basa en datos históricos para realizar la proyección de las ventas y los ingresos que se obtendrán en un futuro.

### **2.23. Presupuesto de egresos**

**(PRIETO, 2008, pág. 119)** “Este tipo de presupuestos recoge las proyecciones de las salidas de los recursos, se consideran todos los gastos del negocio.”

El presupuesto de egresos es un análisis de todas las erogaciones directas e indirectas originadas por la adquisición de productos o servicios.

### **2.24. Estados Financieros**

**(BERK & OTROS, 2010, pág. 27)** “Son informes contables que publican periódicamente las empresas (por lo general trimestral y anualmente) presentando información sobre el rendimiento del periodo anterior y una instantánea de los activos de la empresa y de su financiación.”

Los estados financieros son un conjunto de informes que obtienen información contable, estos se presentan cada determinado periodo de tiempo brindando un informe claro de lo ocurrido.

### **2.25. Estado de Situación Financiera**

**(GUAJARDO, 2014, pág. 48)** “Es un estado financiero básico que muestra los montos del activo, pasivo y capital en una fecha específica, en otras palabras, muestra los recursos que posee el negocio, los adeudos y el capital aportado por los dueños; la presentación de la información permite tomar decisiones de inversión y de financiamiento.”



El estado de situación financiera es un análisis detallado de las cuentas contables de activos, pasivos, y patrimonio, permitiendo conocer la situación actual de la empresa y si es necesario encamina a la toma de decisiones.

## **2.26. Estado de Resultados**

**(ZAPATA, 2011, pág. 62)** “Muestra los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un periodo determinado.”

El estado de resultados es un resumen de las operaciones que se realizaron en un periodo de tiempo, con este resumen se puede determinar si existió una pérdida o una ganancia en ese periodo.

## **2.27. Estado de Flujo de Caja**

**(BERK & OTROS, 2010, pág. 46)** “Es un estado contable que usa la información de la cuenta de resultados y del balance para determinar cuánto efectivo se ha generado y cómo se ha distribuido durante un periodo determinado.”

El flujo de caja es un informe en el cual se detalla las entradas y salidas de efectivo de un tiempo determinado, este estado contable es un factor importante ya que permite evaluar la liquidez que posee una empresa o negocio en general.

## **2.28. Evaluación Financiera**

**(MEZA, 2010, pág. 29)** “Recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico, y estudio organizacional. La evaluación financiera se realiza a través de indicadores de rentabilidad.”

La evaluación financiera es un análisis que se realiza a través de diferentes indicadores los cuales permitirán tomar decisiones.

### **2.29. Valor Actual Neto (VAN)**

**(BACA, 2010, pág. 183)** “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”

**(BERK & OTROS, 2010, pág. 79)** “Se define como la diferencia entre el valor actual de los ingresos o beneficios de la inversión y el valor actual de sus costes o desembolsos.”

El VAN es un indicador que permite medir el valor presente de diferentes flujos de caja que se originaron a través de una inversión, este indicador permitirá conocer si el proyecto genera o no rentabilidad.

### **2.30. Tasa de Descuento**

**(MEZA, 2010, pág. 149)** “Es el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión de un proyecto. La tasa de descuento también se puede definir como costos de oportunidad en que se incurre al tomar la decisión de invertir en un proyecto en lugar de hacerlo en otras alternativas que puede ofrecer el mercado financiero.”

La tasa de descuento o costo de oportunidad es el valor de la mejor alternativa que se selecciona dejando de lado otras, se debe tomar en cuenta que cada una de las alternativas posee sus ventajas y desventajas.

### **2.31. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

**(BACA, 2010, pág. 184)** “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.”

**(BERK & OTROS, 2010, pág. 120)** “Se define como el tipo de interés que iguala a cero el valor actual neto de los flujos de caja.”

La TIR de un proyecto es una tasa que permite que los flujos netos de operación de un proyecto se igualen a la inversión inicial.

### **2.32. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)**

**(CHAIN, 2011, pág. 307)** “Es un criterio que permite evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.”

El periodo de recuperación consiste en determinar el tiempo en que tarda un proyecto en recuperar su inversión original hasta que esta haya sido saldada en su totalidad.

### **2.33. Relación Costo Beneficio C/B**

**(MURCIA, 2009, pág. 318)** “Es un indicador que consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos.”

**(HERNÁNDEZ & OTROS, 2008, pág. 119)** “Consiste en dividir el valor actual entre el valor inicial. Si el cociente es mayor o igual a uno el proyecto se considera viable y se acepta.”

La relación costo beneficio es un indicador que permite determinar si un proyecto es viable ya que se hace una relación entre los ingresos y egresos y si este resultado es mayor que cero se considera aceptable.

### **2.34. Punto de Equilibrio PE**

(BACA, 2010, pág. 148) “Es el nivel de producción en el que los ingresos por venta son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.”

El punto de equilibrio es un indicador que permite determinar el número de unidades exactas que hacen que los ingresos sean iguales a los costos.

### **2.35. Misión Empresarial**

(PRIETO, 2008, pág. 90) “Es el marco de referencia máximo de una organización, a corto plazo, para lograr sus objetivos. Es un enunciado preciso del tipo de negocio que nos lleva a identificar las ventajas competitivas en el mercado, permitiendo saber qué papel desempeña la empresa, para quien lo hace, porque existe la compañía y como realiza ese papel.”

La misión empresarial es un concepto preciso que hace referencia al motivo, propósito fin o razón de ser de la empresa, dentro de este enunciado se debe definir lo que pretende hacer y como lo va hacer y el para quien lo va hacer.

### **2.36. Visión Empresarial**

(PRIETO, 2008, pág. 90) “Es la imagen de un estado futuro ambicioso y deseable, relacionado con el cliente interno y externo y debe ser mejor que el estado actual y que a su vez debe convertirse en un sueño de largo alcance y para lograrlo se requiere de pasión, sacrificio, tenacidad y dinamismo por parte de los integrantes de la empresa.”

La visión empresarial es una expresión clara que indica a donde se dirige la empresa, debe convertirse en una ambición a largo plazo y se deberán unir esfuerzos para poder cumplirla.

### 2.37. Objetivos

(HERNÁNDEZ & OTROS, 2008, pág. 12) “Son los fines hacia los cuales se dirigen las actividades de cualquier empresa, departamento o proyecto. Existen dos tipos de objetivos: objetivos generales (aquellos que se plasma la idea de realizar un proyecto; objetivos específicos (son más detallados y tienen un carácter complementario).”

Los objetivos son aquello que se espera lograr en un tiempo determinado. Para alcanzarlos es necesario que se realice un trabajo mancomunado.

### 2.38. Meta

(HERNÁNDEZ & OTROS, 2008, pág. 13) “Son marcas específicas y oportunas que señalan el camino para la realización de los fines de la compañía. Por sus tiempos las metas son: de corto plazo (se deben cumplir de manera inmediata), mediano plazo (se realizan en un periodo mayor a un año, pero menor de cinco años) y largo plazo (son las que se tienen que lograr en más de cinco años).”

Las metas son actividades que se deben cumplir apoyadas de estrategias que permitan alcanzar los objetivos que se hayan establecido.

### 2.39. Valores

(HERNÁNDEZ & OTROS, 2008, pág. 14) “Son pautas de conducta que rigen dentro de una organización, estos son propios de cada empresa y corresponden a la cultura empresarial.”

Los valores son una guía para cada uno de los colaboradores de la empresa ya que estos orientan el comportamiento de cada uno de ellos.

#### **2.40. Estructura orgánica**

(GALINDO, 2008, pág. 82) “Refleja la estructura de la empresa, en cuanto a las funciones y relaciones que desempeña cada uno de los empleados; se definen las tareas, atribuciones y funciones de cada uno de los cargos asignados a los trabajadores de la organización.”

La estructura orgánica puede ser representada gráficamente y se detalla cada uno de los cargos, las funciones y las relaciones que deben desempeñar cada uno de los trabajadores.

#### **2.41. Organigrama estructural**

(FERELL & OTROS, 2012, pág. 17) “Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen.”

En sí, el organigrama es una representación esquemática de la estructura que una organización posee, mediante gráficos se muestra la relación que existe entre cada una de las áreas o departamentos de la empresa.

#### **2.42. Manual de funciones**

(FERELL & OTROS, 2012, pág. 19) “Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene un conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario, es elaborado técnicamente basado en los respectivos procedimientos, sistemas y normas.”

El manual de funciones es un instrumento básico dentro de una organización pues en este se detallan los procedimientos, funciones, responsabilidades que debe desempeñar el personal de una organización.

### **2.43. Impactos**

(CAVIEDES, 2014) “Impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general, mediante el análisis, monitoreo, y administración de consecuencias positivas y negativas de intervenciones planificadas.”

### **2.44. Impacto Social**

(BONILLA, 2008) “El impacto social se refiere a los efectos que la organización o empresa puede tener sobre la comunidad en general.”

Este impacto hace referencia a los efectos tanto positivos como negativos que una empresa puede provocar a la sociedad en general.

### **2.45. Impacto Económico**

(CAVIEDES, 2014) “Corresponde a todos los enfoques posibles de determinar que resultan de dicha acción en el sistema, y que tengan una expresión económica.”

El impacto económico puede poseer efectos positivos como lo es la generación de fuentes de empleo que permitan mejorar las condiciones de vida de las personas y la zona en la que se va a desarrollar el proyecto.

### **2.46. Impacto Ambiental**

(BONILLA, 2008) “El impacto ambiental es la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada.”

Dependiendo del tipo de actividad que desarrolle una empresa puede afectar al medio ambiente en pequeña o gran cantidad, lo cual puede contribuir a la alteración ambiental.

## ASPECTOS LEGALES

### Constitución de la República del Ecuador

**Art. 18** “Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas en el mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a las expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.”

### Ley de Fomento Artesanal

**Art.1.** Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

**Art. 7.** Para gozar de los beneficios establecidos en esta Ley, el artesano maestro de taller requiere de la calificación conferida por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, o del carné de agremiación expedido por las diferentes organizaciones o instituciones artesanales clasistas con personería jurídica, en los casos de los artesanos miembros de asociaciones simples o compuestas, gremios, cooperativas, uniones de artesanos, cámaras artesanales u otras que se crearen de conformidad con la Ley.

**Art. 9.** Los artesanos, personas naturales o jurídicas, que se acojan al régimen de la presente Ley, gozarán de los siguientes beneficios:

1. Exoneración de hasta el ciento por ciento de los impuestos arancelarios y adicionales a la importación de maquinaria, equipos auxiliares, accesorios, herramientas, repuestos nuevos,



materias primas y materiales de consumo, que no se produzcan en el país y que fueren necesarios para la instalación, mejoramiento, producción y tecnificación de los talleres artesanales.

12. Exoneración de los impuestos, derechos, servicios y demás contribuciones establecidas para la obtención de la patente municipal y permisos de funcionamiento.

**Art. 27.** Las instituciones de crédito de fomento otorgarán créditos a los artesanos, uniones de artesanos y personas jurídicas artesanales, en condiciones favorables que se adapten a la situación de un sujeto de crédito con capacidad de garantía limitada. Estas instituciones de crédito de fomento harán constar anualmente en su presupuesto de inversiones un fondo especial, tomando como base los programas de fomento de la producción de la artesanía elaborado por el Ministerio de Industrias, Comercio, Integración y Pesca en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo adoptado por el Gobierno.

### **Ley de defensa del Consumidor**

**Art. 9** “Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo con la naturaleza de producto. Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final.”

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1. PRESENTACIÓN**

El capítulo del estudio de mercado tiene como finalidad el análisis de la demanda y oferta de un producto o servicio dentro de una zona determinada.

Para el presente proyecto el estudio de mercado fue realizado en la ciudad de Tulcán y basándose en una segmentación de mercado se identificó el perfil del consumidor, siendo en este caso las familias con un nivel económico medio.

Los datos necesarios para el desarrollo de este capítulo fueron obtenidos mediante aplicación de encuestas, entrevistas no estructuradas y el método de observación directa, con el fin de analizar el comportamiento de la demanda y la oferta, determinando así la demanda potencial insatisfecha, por otra parte, también es necesario establecer las estrategias de comercialización a fin de brindar un producto acorde a las necesidades y gustos y preferencias del consumidor.

#### **3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

##### **3.2.1. Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado para identificar la existencia de demanda insatisfecha en lo referente a tejidos artesanales en lana en el Cantón Tulcán provincia del Carchi.

##### **3.2.2. Objetivos Específicos**

- Determinar la demanda de los tejidos artesanales en lana en el cantón Tulcán.
- Identificar la oferta de tejidos en lana en la zona de influencia del proyecto.

- Determinar si hay o no existencia de demanda insatisfecha que podría ser captada por la microempresa.
- Determinar el precio de los tejidos en lana que se mantienen en el mercado.
- Diseñar estrategias de comercialización y distribución del producto.

### **3.3. VARIABLES**

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias de comercialización

### **3.4. INDICADORES**

#### **1. Demanda**

- Tipo de producto
- Frecuencia de consumo
- Presentación
- Punto de venta
- Precio

#### **2. Oferta**

- Tipo de mercado
- Puntos de venta
- Procesos
- Competencias

### **3. Precio**

- Determinación del precio
- Nivel de precio
- Estrategias de precio

### **4. Estrategias de comercialización**

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

### 3.5. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO

**Tabla 6:**

**Matriz de Relación Estudio de Mercado**

| OBJETIVO  | VARIABLES                       | INDICADORES   | TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN                    | FUENTES DE INFORMACIÓN                        |
|---|---------------------------------|---|--|---|
| Determinar la demanda de los tejidos artesanales en lana en el Cantón Tulcán.                         | Demanda                         | Tipo de producto<br>Frecuencia de consumo<br>Presentación<br>Punto de venta<br>Aspectos para adquirir el producto<br>Colores de preferencia<br>Disponibilidad de compra | Encuesta                                   | Primaria<br>(mercado meta)                    |
| Identificar la oferta de tejidos en lana en la zona de influencia del proyecto.                       | Oferta                          | Cantidad de ofertantes<br>Promedio de ventas<br>Tipo de mercado<br>Tipo de producto   | Observación directa<br>Entrevista informal | Primaria<br>(Locales de venta)                |
| Determinar si hay o no existencia de demanda insatisfecha que podría ser captada por la microempresa. | Demanda-oferta                  | Demanda insatisfecha  | Encuestas y entrevistas no estructuradas   | Primaria<br>(locales de venta y mercado meta) |
| Determinar el precio de los tejidos en lana que se mantienen en el mercado.                           | Precio                          | Determinación del precio<br>Estrategias de precio   | Encuesta<br>Entrevista informal            | Primaria<br>(Locales de venta)                |
| Diseñar estrategias de comercialización y distribución del producto.                                  | Estrategias de comercialización | Producto<br>Precio<br>Plaza<br>Promoción  | Investigación documental                   | Bibliográfica<br>Internet                     |

Elaborado por: La autora  
Año: 2016

### 3.6. SEGMENTO DE MERCADO

Para la determinación del mercado meta del proyecto que se ha realizado el análisis de diferentes criterios como los geográficos y demográficos. En primer lugar, se determinó el lugar en donde se realizará la comercialización de los tejidos artesanales siendo este el Cantón Tulcán el mismo que se encuentra ubicado en la provincia del Carchi y según datos otorgados por el Instituto Nacional de Censos y Estadísticas el Cantón cuenta con una población de 86.589 de los cuales el 83,3% de la población pertenece al estrato Económico medio. Por otra parte, se segmentará la población por familias y para ello se utilizará el tamaño promedio del hogar el cual es de 3,8 según datos del INEC.

**Tabla 7:**

***Segmentación de mercado***

| DESCRIPCIÓN                                    | POBLACIÓN     |
|--|---------------|
| <b>Total de la población del Cantón Tulcán</b> | 86.589        |
| Estrato Medio (83,3%)                          | 72.129        |
| <b>Subtotal</b>                                | <b>72.129</b> |
| No. de Familias (3,8 integrantes)              | 18.981        |
| <b>Mercado Meta</b>                            | <b>18.981</b> |

Elaborado por: La autora

El mercado meta del proyecto será un número de 18.981 familias que se encuentran en el cantón Tulcán. Dentro de este mercado no se considera un número de turistas o personas extranjeras que visitan el cantón para realizar compras ya que no se posee un dato exacto del número de visitantes y además la segmentación se realizó por familias.

Se ha decidido que la comercialización se la realice dentro del país específicamente en Tulcán a fin de que se revalorice la mano de obra artesanal y porque cuenta con características

óptimas, sin embargo, no se descarta la posibilidad de exportar los tejidos artesanales en los próximos años.

### **3.7. MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.7.1. INDETIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN**

Para el estudio de mercado la población definida para el estudio es: los demandantes y ofertantes de tejidos elaborados artesanalmente en lana.

Para la primera población de demandantes de los tejidos artesanales en lana se ha considerado la población urbana de Tulcán como potenciales clientes, siendo 86.498 habitantes dato obtenido del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) con respecto al año 2010; sin embargo, para la realización de este proyecto es necesario obtener datos actuales, por lo que a continuación se muestra el crecimiento de la población de Tulcán según datos del INEC.

***Tabla 8:***

***Proyección de la Población de Tulcán***

| <b>Año</b> | <b>No. de habitantes</b> |
|------------|--------------------------|
| 2010       | 86.498                   |
| 2011       | 91.409                   |
| 2012       | 92.686                   |
| 2013       | 93.953                   |
| 2014       | 95.201                   |
| 2015       | 96.441                   |
| 2016       | 97.664                   |
| 2017       | 98.868                   |
| 2018       | 100.057                  |
| 2019       | 101.234                  |
| 2020       | 102.395                  |

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Elaborado por: La Autora

En base a los datos obtenidos la población del cantón Tulcán para el año 2016 es de 97.664 habitantes entre la zona urbana y la zona rural. Según datos otorgados por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tulcán en la actualidad el 88,66% de la población total corresponde al área urbana mientras que el 11,34% corresponde a la población rural.

**Tabla 9:**

***Distribución de la Población de Tulcán***

|              | <b># de Habitantes</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------|------------------------|-------------------|
| Urbana       | 86.589                 | 88,66%            |
| Rural        | 11.075                 | 11,34%            |
| <b>Total</b> | <b>97.664</b>          | <b>100%</b>       |

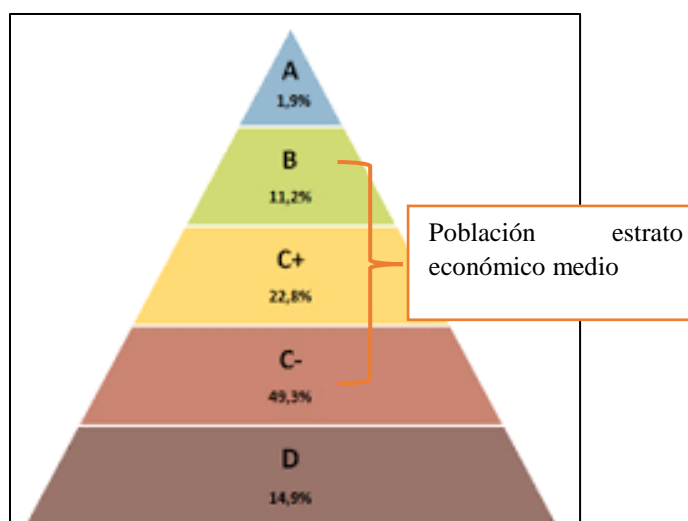
Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de Tulcán

Elaborado por: La Autora

Además, la población urbana será dividida por 3,8% que es el porcentaje de integrantes que conforman una familia, el objetivo es conocer el número de familias de la ciudad de Tulcán; por otra parte, los productos estarán destinados para la población media baja, media y media alta, siendo esta población el 34% de la población total.



**Gráfico 14:**  
**Pirámide Estrato Socioeconómico**



Elaborado por: La Autora

**Tabla 10:**

**Población para determinar a muestra**

| Población                       | No de Habitantes |
|---------------------------------|------------------|
| Estrato económico medio (83,3%) | 72.129           |
| Número de familias.             | 18.981           |

Elaborado por: La Autora

### 3.7.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

De acuerdo con la población urbana de familias del Cantón Tulcán, se realizó el siguiente muestreo:

#### a) Fórmula de cálculo de la muestra

$$n = \frac{N * P * Q * z^2}{e^2 * (N - 1) + z^2 * P * Q}$$

En donde:

$N = \text{Población Total}$

$P = \text{Probabilidad Positiva}$

$Q = \text{Probabilidad Negativa}$

$Z = \text{Nivel de confianza}$

$e = \text{Error}$

**b) Cálculo de la muestra**

$N = 18.891$

$P = 0,5$

$Q = 0,5$

$Z = 1,96$

$e = 0,05$

$$n = \frac{18.891 * 0,5 * 0,5 * 1,96^2}{0,05^2 * (18.891 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{18.229,56}{48,41}$$

$$n = 377$$

La muestra es de 377 encuestas las cuales serán aplicadas a las familias en el área urbana del Cantón Tulcán.

### 3.7.3. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Las encuestas se realizaron a los habitantes del área urbana de la ciudad de Tulcán.

**1. ¿Utiliza usted prendas de vestir hechas de lana? (si su respuesta es negativa avance a la pregunta No. 7).**

*Tabla 11:*

*Uso de prendas de vestir hechas en lana*

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 281        | 75%         |
| No           | 96         | 25%         |
| <b>Total</b> | <b>281</b> | <b>100%</b> |

*Gráfico 15*



Fuente: Estudio de mercado 2016

Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

Una vez analizado los datos obtenidos en el estudio de mercado se pudo observar que la mayoría de las familias del sector urbano de la ciudad de Tulcán hacen uso de prendas de vestir hechas de lana.

2. ¿A su criterio las prendas de vestir hechas de lana que usted adquiere son elaborados mediante?

*Tabla 12:*

*Percepción del cliente en el proceso de elaboración*

| <b>Alternativa</b>        | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|---------------------------|-------------------|-------------------|
| Procesos Industrializados | 235               | 84%               |
| Procesos manuales         | 46                | 16%               |
| <b>Total</b>              | <b>281</b>        | <b>100%</b>       |

*Gráfico 16*



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

Mediante los datos obtenidos en el estudio de mercado se pudo determinar que de acuerdo con la perspectiva de los clientes las prendas de vestir que adquieren son elaboradas en su gran mayoría por procesos manuales.

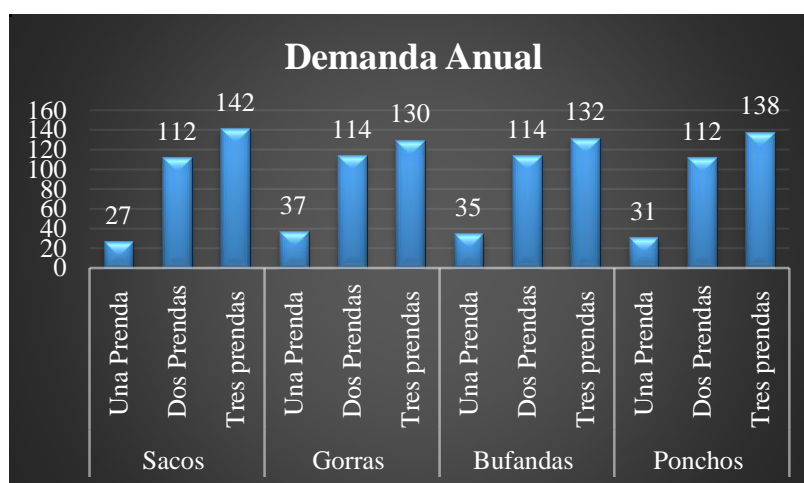
### 3. ¿Qué cantidad de prendas de vestir de lana adquiere usted anualmente?

**Tabla 13:**

***Demanda Anual***

|          | <b>Alternativa</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|----------|--------------------|-------------------|-------------------|
| Sacos    | Una Prenda         | 27                | 10%               |
|          | Dos Prendas        | 112               | 40%               |
|          | Tres prendas       | 142               | 51%               |
| Gorras   | Una Prenda         | 37                | 13%               |
|          | Dos Prendas        | 114               | 41%               |
|          | Tres prendas       | 130               | 46%               |
| Bufandas | Una Prenda         | 35                | 12%               |
|          | Dos Prendas        | 114               | 41%               |
|          | Tres prendas       | 132               | 47%               |
| Ponchos  | Una Prenda         | 31                | 11%               |
|          | Dos Prendas        | 112               | 40%               |
|          | Tres prendas       | 138               | 49%               |

**Gráfico 17**



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

Una vez analizado los datos se ha determinado que la mayoría de las familias demandan los productos en cantidades de dos a tres unidades anuales.

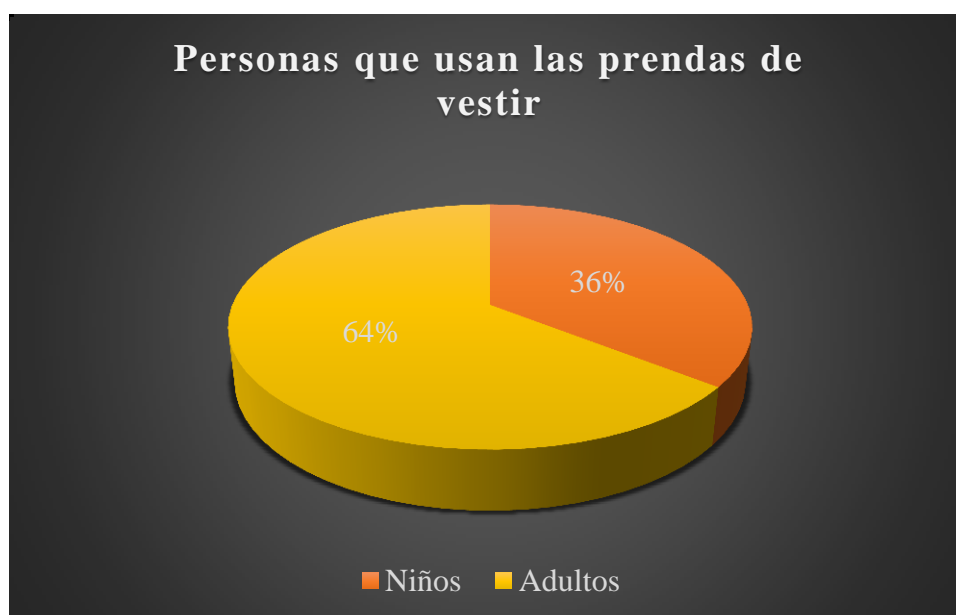
#### 4. Las prendas de vestir que usted adquiere son para uso de:

**Tabla 14:**

*Personas que usan las prendas de vestir*

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Niños        | 100        | 36%         |
| Adultos      | 181        | 64%         |
| <b>Total</b> | <b>281</b> | <b>100%</b> |

**Gráfico 18**



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

#### **Análisis**

En base al análisis se determinó que la mayoría de las familias de la ciudad de Tulcán tienen preferencia en adquirir productos para adultos.

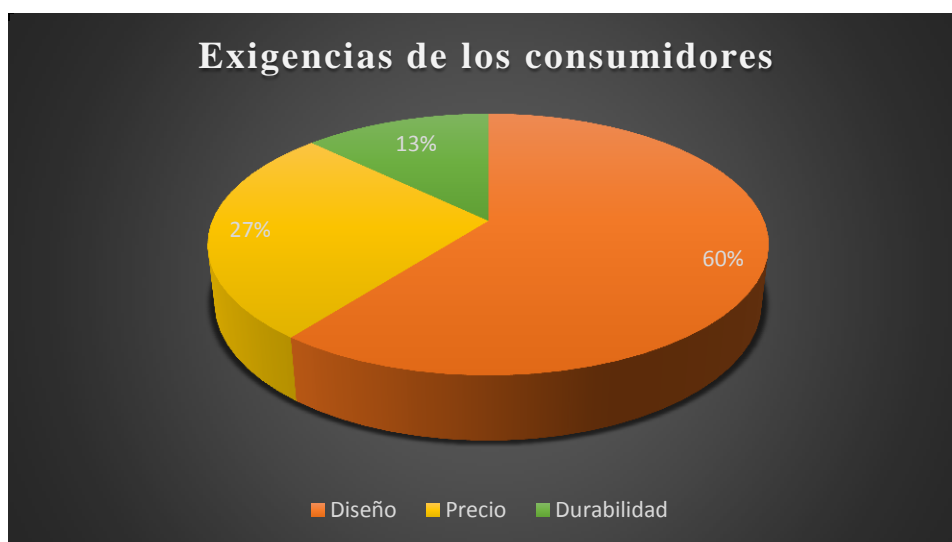
**5. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera usted más importante a la hora de adquirir prendas de vestir elaboradas en lana?**

**Tabla 15:**

**Aspectos importantes para adquirir prendas de vestir elaboradas en lana**

| <b>Alternativa</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Diseño             | 170               | 60%               |
| Precio             | 75                | 27%               |
| Durabilidad        | 36                | 13%               |
| <b>Total</b>       | <b>281</b>        | <b>100%</b>       |

**Gráfico 19**



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

**Análisis**

De acuerdo con estudio de mercado se determinó que la mayoría de las familias a la hora de adquirir los productos elaborados en lana exigen en primer lugar el diseño, seguido del precio y la durabilidad.

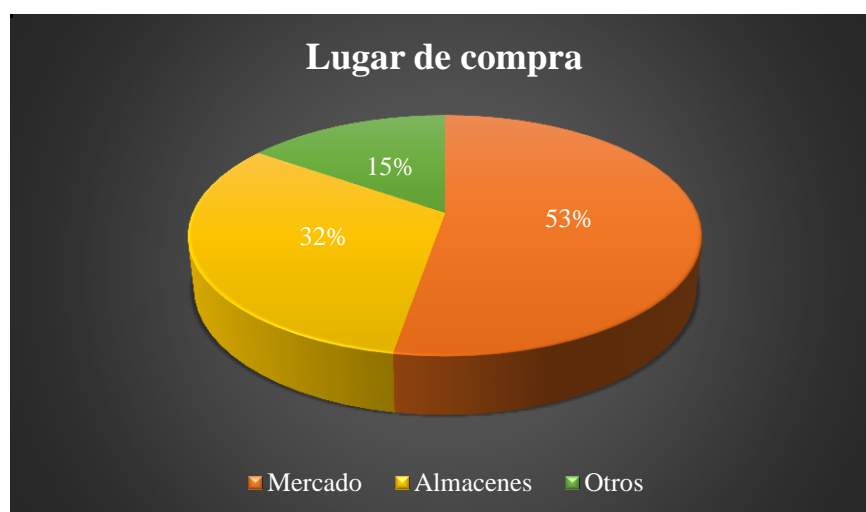
## 6. ¿Habitualmente donde adquiere usted prendas de vestir elaboradas en lana?

**Tabla 16:**

**Lugar de compra**

| Alternativa  | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Mercado      | 148        | 53%         |
| Almacenes    | 90         | 32%         |
| Otros        | 43         | 15%         |
| <b>Total</b> | <b>281</b> | <b>100%</b> |

**Gráfico 20**



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

### Análisis

Con los datos obtenidos se determinó que la mayoría de las familias de la población adquieren estas prendas de vestir en locales comerciales ubicados en el mercado de la ciudad de Tulcán; otro porcentaje de la población también adquiere estos productos en almacenes y un pequeño porcentaje los adquieren en ferias o ventas ambulantes.



**7. ¿Le gustaría adquirir tejidos elaborados totalmente a mano? Si su respuesta es negativa la encuesta a terminado y gracias por su colaboración.**

**Tabla 17:**

***Aceptación del Producto***

| <b>Alternativa</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Si                 | 350               | 93%               |
| No                 | 27                | 7%                |
| <b>Total</b>       | <b>377</b>        | <b>100%</b>       |

**Gráfico 21**



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

**Análisis**

Con el estudio de mercado se determinó que la mayoría de las familias de la población si estarían dispuestas a adquirir prendas de vestir elaborados totalmente a mano, mientras que un porcentaje muy pequeño de la población se negó a su posible compra.

## 8. De las siguientes prendas de vestir escoja aquella que sea de su mayor preferencia.

**Tabla 18:**

### *Preferencia de compra*

| <b>Alternativa</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Sacos              | 91                | 26%               |
| Gorras             | 84                | 24%               |
| Bufandas           | 81                | 23%               |
| Ponchos            | 94                | 27%               |
| <b>Total</b>       | <b>350</b>        | <b>100%</b>       |

**Gráfico 22**



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

En base a los datos obtenidos se puede determinar que las familias de la población en su mayoría tienen preferencia de compra de la siguiente manera: en primer lugar, la preferencia está en los ponchos, seguido de sacos, gorras y por último bufandas.

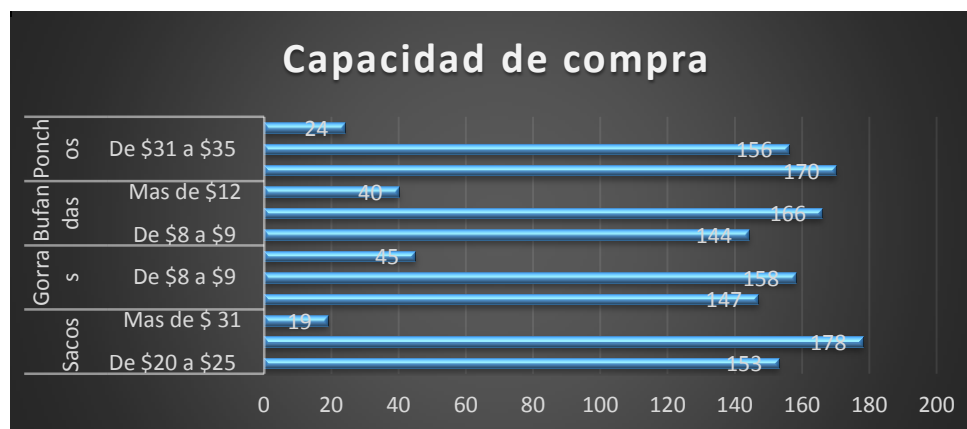
## 9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por tejidos elaborados totalmente a mano?

**Tabla 19:**

### *Capacidad de compra*

|          | <b>Alternativa</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|----------|--------------------|-------------------|-------------------|
| Sacos    | De \$20 a \$25     | 153               | 44%               |
|          | De \$26 a \$30     | 178               | 51%               |
|          | Más de \$ 31       | 19                | 5%                |
| Gorras   | De \$6 a \$7       | 147               | 42%               |
|          | De \$8 a \$9       | 158               | 45%               |
|          | Más de \$ 10       | 45                | 13%               |
| Bufandas | De \$8 a \$9       | 144               | 41%               |
|          | De \$10 a \$11     | 166               | 47%               |
|          | Más de \$12        | 40                | 11%               |
| Ponchos  | De \$25 a \$30     | 170               | 49%               |
|          | De \$31 a \$35     | 156               | 45%               |
|          | Más de \$36        | 24                | 7%                |
|          | <b>Total</b>       | <b>350</b>        | <b>100%</b>       |

**Gráfico 23**



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

Con base al estudio realizado se logró determinar que las familias de la ciudad de Tulcán están dispuestas a pagar precios considerables por cada uno de los productos ya que su prioridad es el diseño.

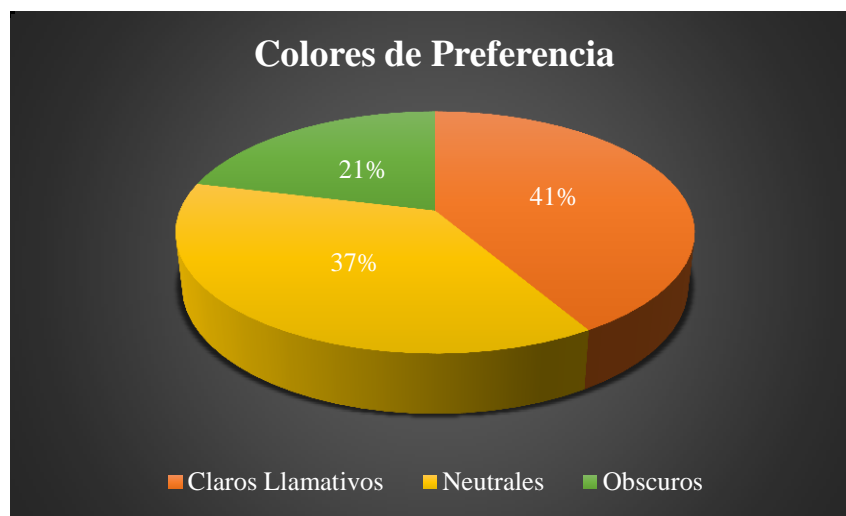
## 10. ¿Cuáles de los siguientes colores es de su preferencia en los tejidos en lana?

**Tabla 20:**

**Colores de preferencia**

| Alternativa       | Frecuencia | Porcentaje  |
|-------------------|------------|-------------|
| Claros Llamativos | 145        | 41%         |
| Neutrales         | 131        | 37%         |
| Obscuros          | 74         | 21%         |
| <b>Total</b>      | <b>350</b> | <b>100%</b> |

**Gráfico 24**



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

### Análisis

En base a los datos obtenidos se determinó que los colores de preferencia para los posibles clientes en primer lugar son los colores claros llamativos seguido con una pequeña diferencia de colores neutrales y en un bajo porcentaje las familias estarían dispuestas a adquirir prendas con colores oscuros.

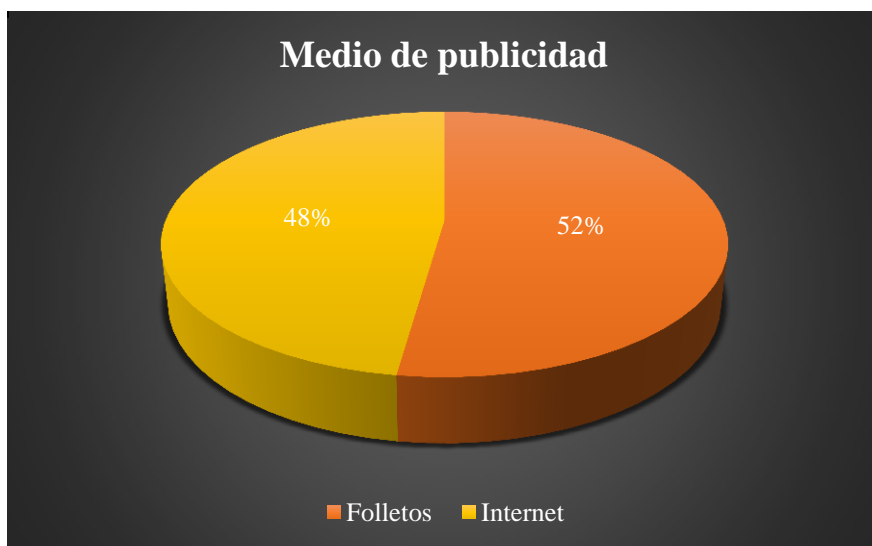
## 11. ¿Qué medio publicitario es de su mayor preferencia?

*Tabla 21:*

### *Medio de Publicidad*

| <b>Alternativa</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| Folletos           | 183               | 52%               |
| Internet           | 167               | 48%               |
| <b>Total</b>       | <b>350</b>        | <b>100%</b>       |

*Gráfico 25*



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

## **Análisis**

Con los datos obtenidos se logró identificar que no existe gran diferencia en cuanto a la aceptación del medio de publicidad que la mayoría de las familias prefieren para que se den a conocer las prendas de vestir elaboradas manualmente en lana. Por tanto, se procederá a una publicidad escrita (Folletos) e internet (Redes sociales y página Web).

### 3.8. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para determinar la demanda de los tejidos artesanales elaboradas en lana, se tomó como referencia los resultados de la encuesta realizada a las familias del sector urbano de la ciudad de Tulcán tomando en cuenta su disponibilidad y frecuencia de compra.

#### 3.8.1. Demanda

En base a la pregunta 7 se determinó que del total de número de familias de la ciudad de Tulcán el 93% de estas familias si están dispuestas a adquirir los productos, así mismo, en base a la pregunta 8 se determinó cuáles son los productos que la población prefiere adquirir. Por otra parte, tomando como referencia la pregunta número 3 se determinó el número de unidades de prendas de vestir elaboradas en lana que los clientes adquieren.

***Tabla 22:***

***Determinación de familias***

| <b>Familias</b> | <b>% de Aceptación</b> | <b>Total Familias a Adquirir el producto</b> |
|-----------------|------------------------|--|
| 18981           | 93%                    | 17622  |

Fuente: Estudio de mercado 2016

Elaborado por: La Autora

**Tabla 23:****Demanda**

| Producto | Preferencia hacia los productos |      | Frecuencia de compra anual | No. De familias | Cantidad de Productos | Demanda Anual | Demanda Total del Producto |
|----------|---------------------------------|------|----------------------------|-----------------|-----------------------|---------------|----------------------------|
| Sacos    | 26%                             | 4582 | 10%                        | 440             | 1                     | 440           | 11038                      |
|          |                                 |      | 40%                        | 1826            | 2                     | 3652          |                            |
|          |                                 |      | 51%                        | 2315            | 3                     | 6946          |                            |
| Gorras   | 24%                             | 4229 | 13%                        | 557             | 1                     | 557           | 9858                       |
|          |                                 |      | 41%                        | 1716            | 2                     | 3432          |                            |
|          |                                 |      | 46%                        | 1957            | 3                     | 5870          |                            |
| Bufandas | 23%                             | 4078 | 12%                        | 508             | 1                     | 508           | 9564                       |
|          |                                 |      | 41%                        | 1654            | 2                     | 3309          |                            |
|          |                                 |      | 47%                        | 1916            | 3                     | 5747          |                            |
| Ponchos  | 27%                             | 4733 | 11%                        | 522             | 1                     | 522           | 11267                      |
|          |                                 |      | 40%                        | 1886            | 2                     | 3773          |                            |
|          |                                 |      | 49%                        | 2324            | 3                     | 6973          |                            |

Fuente: Estudio de mercado 2016

Elaborado por: La Autora

**3.8.2. Proyección de la demanda**

Para la proyección de la demanda de los tejidos artesanales en lana se utilizó la tasa de crecimiento poblacional, la cual es de 1,5% según datos otorgados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

**Fórmula para la proyección de la demanda**

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

En donde,

*Dn = Demanda Futura**Do = Demanda Determinada en el estudio de mercado**i = Tasa de Crecimiento poblacional (1,5%)*

$n =$  Número de años proyectados (5 años)

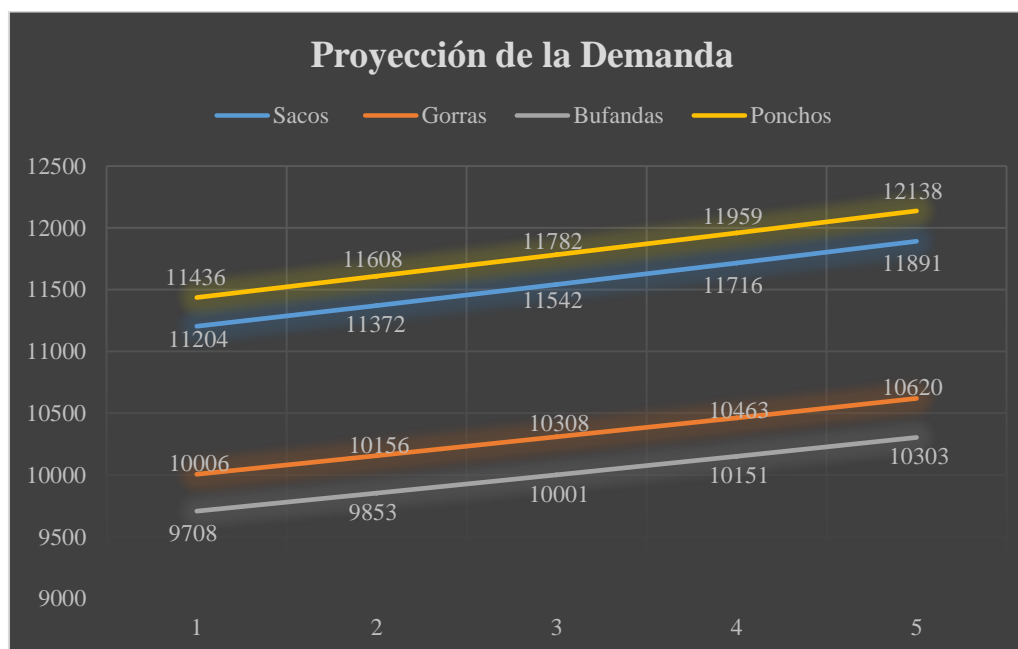
**Tabla 24:**

***Demanda Proyectada***

| Producto        | Años  |       |       |       |       |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                 | 1     | 2     | 3     | 4     | 5     |
| <b>Sacos</b>    | 11204 | 11372 | 11542 | 11716 | 11891 |
| <b>Gorras</b>   | 10006 | 10156 | 10308 | 10463 | 10620 |
| <b>Bufandas</b> | 9708  | 9853  | 10001 | 10151 | 10303 |
| <b>Ponchos</b>  | 11436 | 11608 | 11782 | 11959 | 12138 |

**Gráfico 26**

***Demanda proyectada***



Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora



### 3.9. ANÁLISIS DE LA OFERTA

#### 3.9.1. Oferta

La oferta se estableció en base a una entrevista no estructurada y por el método de observación directa que se realizó en la ciudad de Tulcán, específicamente en el Centro Comercial Popular y en los principales almacenes de la ciudad, dando los siguientes datos:

**Tabla 25:**

**Oferta**

| Producto | Periodo de venta | Cantidad | No. de locales | Total de Oferta anual |
|----------|------------------|----------|----------------|-----------------------|
| Sacos    | Mensual          | 12       | 20             | 6000                  |
| Gorras   | Mensual          | 12       | 15             | 4500                  |
| Bufandas | Mensual          | 12       | 15             | 4500                  |
| Ponchos  | Mensual          | 12       | 20             | 6000                  |

Fuente: Estudio de Mercado 2016

Elaborado por: La Autora

#### 3.9.2. Proyección de la oferta

La oferta será proyectada en base a la tasa de crecimiento poblacional, siendo este crecimiento del 1,5% según datos otorgados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

#### Fórmula para la proyección de la demanda

$$O_n = O_o(1 + i)^n$$

En donde,

$O_n$  = Oferta Futura.

$O_o$  = Oferta Determinada en el estudio de mercado.

$i$  = Tasa de Crecimiento poblacional (1,5%).

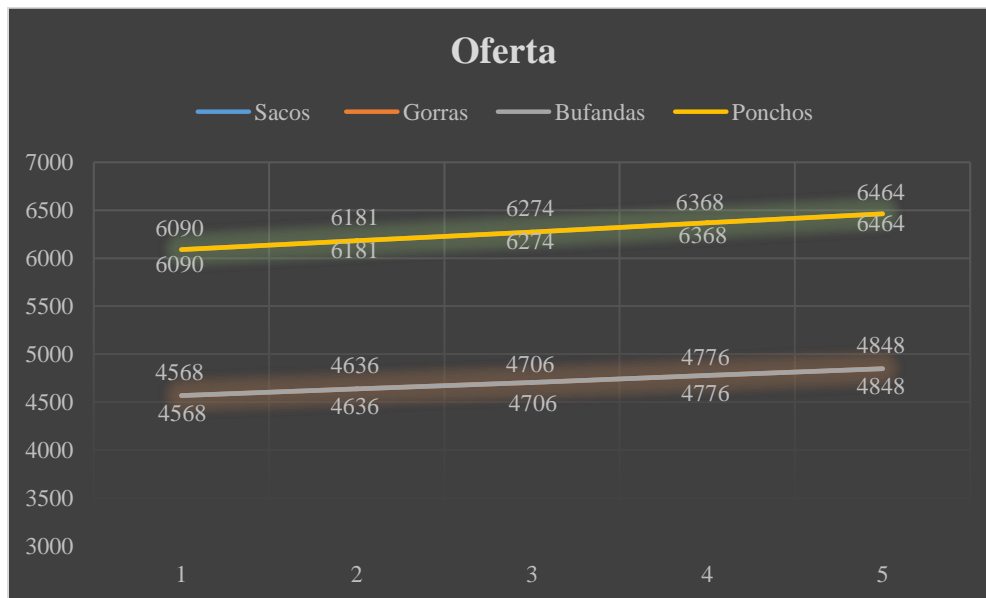
$n$  = Número de años proyectados (5 años).

**Tabla 26:**

**Oferta Proyectada**

| Producto        | Años |      |      |      |      |
|-----------------|------|------|------|------|------|
|                 | 1    | 2    | 3    | 4    | 5    |
| <b>Sacos</b>    | 6090 | 6181 | 6274 | 6368 | 6464 |
| <b>Gorras</b>   | 4568 | 4636 | 4706 | 4776 | 4848 |
| <b>Bufandas</b> | 4568 | 4636 | 4706 | 4776 | 4848 |
| <b>Ponchos</b>  | 6090 | 6181 | 6274 | 6368 | 6464 |

**Gráfico 27**



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

### 3.10. DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se obtuvo de la diferencia entre la demanda y la oferta dando como resultado la existencia demanda insatisfecha.

**Tabla 27:**

*Demanda Insatisfecha*

| <b>Producto</b> | <b>Año</b> | <b>Demanda</b> | <b>Oferta</b> | <b>Demanda Insatisfecha</b> |
|-----------------|------------|----------------|---------------|-----------------------------|
| <b>Sacos</b>    | <b>0</b>   | 11038          | 6000          | 5038                        |
|                 | <b>1</b>   | 11204          | 6090          | 5114                        |
|                 | <b>2</b>   | 11372          | 6181          | 5191                        |
|                 | <b>3</b>   | 11542          | 6274          | 5268                        |
|                 | <b>4</b>   | 11716          | 6368          | 5347                        |
|                 | <b>5</b>   | 11891          | 6464          | 5428                        |
| <b>Gorras</b>   | <b>0</b>   | 9858           | 4500          | 5358                        |
|                 | <b>1</b>   | 10006          | 4568          | 5438                        |
|                 | <b>2</b>   | 10156          | 4636          | 5520                        |
|                 | <b>3</b>   | 10308          | 4706          | 5603                        |
|                 | <b>4</b>   | 10463          | 4776          | 5687                        |
|                 | <b>5</b>   | 10620          | 4848          | 5772                        |
| <b>Bufandas</b> | <b>0</b>   | 9564           | 4500          | 5064                        |
|                 | <b>1</b>   | 9708           | 4568          | 5140                        |
|                 | <b>2</b>   | 9853           | 4636          | 5217                        |
|                 | <b>3</b>   | 10001          | 4706          | 5295                        |
|                 | <b>4</b>   | 10151          | 4776          | 5375                        |
|                 | <b>5</b>   | 10303          | 4848          | 5455                        |
| <b>Ponchos</b>  | <b>0</b>   | 11267          | 6000          | 5267                        |
|                 | <b>1</b>   | 11436          | 6090          | 5346                        |
|                 | <b>2</b>   | 11608          | 6181          | 5427                        |
|                 | <b>3</b>   | 11782          | 6274          | 5508                        |
|                 | <b>4</b>   | 11959          | 6368          | 5591                        |
|                 | <b>5</b>   | 12138          | 6464          | 5675                        |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

En base a un análisis de la demanda y oferta se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha considerable que el proyecto podría captar, para ello es necesario tomar en cuenta su capacidad tanto operativa como administrativa.

### 3.11. ANÁLISIS DE PRECIOS

Para el análisis de precios de los tejidos de lana se tomó en cuenta los precios disponibles en el mercado los cuales varían de un producto a otro, dependiendo de los ofertantes y el lugar en el que son comercializados.

**Tabla 28:**

***Precios de la Competencia***

|                  | <b>PRODUCTO</b> | <b>PRECIOS</b> |
|------------------|-----------------|----------------|
| <b>MERCADO</b>   | Sacos           | \$ 28,00       |
|                  | Gorras          | \$ 10,00       |
|                  | Bufandas        | \$ 12,00       |
|                  | Ponchos         | \$ 30,00       |
| <b>ALMACENES</b> | Sacos           | \$ 30,00       |
|                  | Gorras          | \$ 12,00       |
|                  | Bufandas        | \$ 16,00       |
|                  | Ponchos         | \$ 35,00       |

Elaborado por: La Autora

#### 3.11.1. Determinación del precio

El precio que aplicará la microempresa para cada uno de los productos se determinará en base a los costos unitarios de producción, los precios de la competencia y el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar.

Por otra parte, los precios que se establecen a continuación son precios para intermediarios, mas no para el consumidor final ya que para la comercialización se ha decidido optar por distribuidores.

**Tabla 29:**

***Determinación del Precio***

| <b>Producto</b> | <b>Adulto</b> | <b>Niño</b> |
|-----------------|---------------|-------------|
| Sacos           | \$ 20,00      | \$ 12,00    |
| Gorras          | \$ 7,00       | \$ 5,20     |
| Bufandas        | \$ 9,00       | \$ 7,00     |
| Ponchos         | \$ 21,50      | \$ 13,00    |

Elaborado por: La Autora

### **3.12. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN**

La principal estrategia que se usará para posicionar los productos en la mente del consumidor será el análisis de las 4P de Marketing: producto, precio, plaza y promoción.

#### **3.12.1. Producto**

En el estudio de mercado que se está desarrollando se determinó que los productos que se van a elaborar son para cada uno de los integrantes de las familias del cantón Tulcán, en todas las variedades de los productos, sin embargo, en base a la pregunta No. 4 se determinó que los productos de mayor consumo son para adultos, por lo tanto se ha decidido que la producción será en un alto porcentaje serán para adultos y con el fin de brindar variedad de productos a los clientes se procederá a elaborar prendas de vestir para niños.

**Gráfico 28**

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 29**

Elaborado por: La Autora

**Gráfico 30**

Elaborado por: La Autora

### **3.12.1.1. Características generales de los productos**

- Los tejidos serán 100% elaborados manualmente.
- La materia prima que se utilizará será lana denominada “Lana Sport” y “Médium” debido a que estos tipos de lanas son libres de alergias y son las más recomendadas cuando se trata de elaborar prendas de vestir.
- El producto indicará el modo de uso en cuanto a lavado, secado y planchado.

### **3.12.1.2. Productos sustitutos**

Entre el principal producto sustituto se pudo encontrar mediante la investigación de mercado otro tipo de prendas elaboradas a base de lana, pero por procesos industrializados desvalorizando la mano de obra artesanal.

### **3.12.2. Precio**

El precio que manejará la microempresa será el precio de distribuidor a través de intermediarios, para ello se establecerán precios preferenciales por introducción, a fin de que el distribuidor se encuentre conforme con los precios que se hayan establecido, por otra parte, se mantendrá una relación con los precios de la competencia y así también se tomará en cuenta los precios que los clientes estarían dispuestos a pagar conforme a la pregunta No. 9 del estudio de mercado, permitiendo a la microempresa ser más accesible, competitiva y capaz de ajustarse a cualquier demanda del mercado.

### **3.12.3. Plaza**

La comercialización y la distribución de los tejidos artesanales en lana serán por medio de intermediarios los cuales serán los principales puntos de venta como locales comerciales en el Centro Comercial Popular y algunos almacenes aledaños, los mismos que estarán encargados de la venta de estas prendas de vestir a las familias quienes los demanden.

Por tanto, el canal de distribución que se utilizará para la comercialización será el canal indirecto corto de un nivel en donde la microempresa será la principal distribuidora en donde hará llegar los productos a un detallista el mismo que se encargará de la distribución final a las familias de la ciudad de Tulcán.

*Gráfico 31*

*Canal Indirecto Corto de Comercialización*



Elaborado por: La Autora

#### **3.12.4. Promoción**

Dentro del proyecto es necesario aplicar dos tipos de promoción; una de ellas estará dirigida al canal de distribución y la otra dirigida directamente a los consumidores.

##### **Publicidad para el canal de distribución**

Para el canal de distribución se utilizarán diferentes herramientas que permitirán generar valor y hacer que el distribuidor se sienta a gusto con los acuerdos que haya llegado con la microempresa, entre ellos tenemos:

**Entregar productos muestra:** esta estrategia se la aplicará a los intermediarios que realicen una compra significativa en unidades de los diferentes productos.

**Entregar regalos:** así mismo se entregarán regalos a los intermediarios que adquieran los diferentes productos; estos regalos pueden ser pequeños detalles que tengan el nombre de la microempresa.



**Promociones en el punto de venta:** como microempresa se proveerá al minorista de forma gratuita con publicidad en el punto de venta para promover los productos para ello se hará la entrega de folletos en donde se darán a conocer las principales características de los productos como son: diseño y colores de acuerdo con la preferencia del consumidor.

### **Publicidad para el consumidor final**

Para el consumidor se optará por la publicidad que se determinó en la pregunta No. 11 del Estudio de Mercado, entre ellos se entregarán folletos en donde se dará a conocer las características de los productos, los mismos que serán entregados o se encontrarán en los puntos de venta.

Otra de las estrategias por las cuales se optará es la publicidad en redes sociales y páginas web, hoy en día las redes sociales son grandes aliadas en cuanto a la promoción de diferentes productos.

Por otra parte, se optará por una publicidad tecnológica mediante el uso de internet (redes sociales y páginas web).

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. PRESENTACIÓN**

El presente capítulo tiene como objetivo recopilar información para establecer los aspectos técnicos de un proyecto. Dentro de los principales aspectos se encuentran: localización óptima del proyecto, tamaño del proyecto, distribución de instalaciones, proceso de producción y presupuesto de inversión.

#### **4.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO**

##### **4.2.1. Objetivo general**

Elaborar un estudio técnico a fin de conocer las capacidades operativas existentes en el proyecto.

#### **4.3. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

En cuanto a la localización del proyecto se analizó la macro y micro localización del proyecto.

##### **4.3.1. Macro Localización**

Los factores para determinar la macro localización son los siguientes:

**Tabla 30:****Factores de la Macro Localización**

| <b>Factores</b>                  | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|----------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Disponibilidad de Materia Prima. |          |          |          |          | X        |
| Disponibilidad de Mano de Obra.  |          |          |          |          | X        |
| Disponibilidad de Capital.       |          |          | X        |          |          |
| Disponibilidad de Tecnología     |          |          |          | X        |          |
| Disponibilidad de Terreno.       |          |          |          |          | X        |

Elaborado por: La Autora

**Escala****5** = Máxima (Muy Alta)**4** = Alta**3** = Media**2** = Baja**1** = Regular

De acuerdo con el análisis de los factores para determinar la Macro localización, la microempresa de elaboración y comercialización de tejidos artesanales estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra; ya que existen varios factores relevantes como la existencia de materia prima, mano de obra, terreno que son indispensables para el desarrollo del proyecto.

### Gráfico 32

#### Provincia de Imbabura



Fuente: Gobierno Provincial Imbabura

#### 4.3.2. Micro Localización

Los factores para determinar la micro localización son:

**Tabla 31:**

**Factores de Micro Localización**

| Factores          | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------|---|---|---|---|---|
| Materia Prima     |   |   |   |   | X |
| Mano de Obra      |   |   |   |   | X |
| Transporte        |   |   |   |   | X |
| Servicios Básicos |   |   |   |   | X |
| Terreno           |   |   |   |   | X |

Elaborado por: La Autora

#### Escala

5 = Máxima (Muy Alta)

4 = Alta

3 = Media

2 = Baja

1 = Regular

De acuerdo con el análisis de los factores para la micro localización se ha determinado que la microempresa de elaboración y comercialización de tejidos artesanales estará ubicado en la ciudad de Ibarra, en la parroquia San Francisco, en las calles 26 de Septiembre y 10 de Agosto, el terreno cuenta con una superficie de 150 metros cuadrados, además se analizaron los diversos factores como son mano de obra y materia prima a las cuales se tienen fácil acceso, por otra parte, el terreno cuenta con todos los servicios básicos necesarios para la puesta en marcha de la microempresa.

### **Gráfico 33**

#### **Micro Localización**



Fuente: Google Maps

#### 4.4. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para definir el tamaño el proyecto es necesario analizar los siguientes factores:

- Demanda
- Disponibilidad de materia prima.
- Disponibilidad de Mano de obra.
- Acceso a la tecnología.
- Servicios Básicos.
- Inversión o financiamiento.

##### 4.4.1. Demanda

En base al estudio de mercado realizado se determinó la existencia de demanda insatisfecha:

**Tabla 32:**

##### *Existencia de Demanda*

| <b>AÑO</b> | <b>SACOS</b> | <b>GORRAS</b> | <b>BUFANDAS</b> | <b>PONCHOS</b> |
|------------|--------------|---------------|-----------------|----------------|
| <b>0</b>   | 5038         | 5358          | 5064            | 5267           |
| <b>1</b>   | 5114         | 5438          | 5140            | 5346           |
| <b>2</b>   | 5191         | 5520          | 5217            | 5427           |
| <b>3</b>   | 5268         | 5603          | 5295            | 5508           |
| <b>4</b>   | 5347         | 5687          | 5375            | 5591           |
| <b>5</b>   | 5428         | 5772          | 5455            | 5675           |

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

#### **4.4.2. Disponibilidad de materia prima**

En lo referente a la materia prima se ha determinado los principales distribuidores de lana en la ciudad de Ibarra como son:

- “Lanas Cisne”
- “La Hilandera”

Además, existen otras empresas distribuidoras de lana en la ciudad de Otavalo la misma que se encuentra a 30 minutos de la ciudad de Ibarra, entre estas distribuidoras las más importantes son

- “Punto Azul”
- “Kankunapak-pintu”

#### **4.4.3. Disponibilidad de mano de obra**

Dentro del Cantón Ibarra existe mano de obra artesanal calificada con una gran experiencia en cuanto a la elaboración de artesanías especialmente en la elaboración de tejidos; mediante el método de observación directa se ha podido identificar a un grupo de 30 tejedoras que se encuentran distribuidas en diferentes sectores del cantón, esto se debe a que la actividad de tejer se la realiza en los hogares, las tejedoras identificadas se han dedicado a esta actividad ya hace más de 20 años en la mayoría de los casos.

#### **4.4.4. Acceso a la tecnología**

Para dar los detalles finales a las prendas de vestir elaboradas en lana es necesario contar con maquinaria adecuada; en la ciudad de Ibarra existen varios proveedores de este tipo de maquinaria; sin embargo, se debe considerar otras ciudades como Quito la misma que se

encuentra a dos horas y media y el traslado de la maquinaria no se dificulta debido a que existen vías de comunicación en buen estado entre las dos ciudades.

La maquinaria que se requiere utilizar es:

#### 4.4.4.1. Equipo de planchado a vapor vertical

La plancha a vapor vertical Marca TOBI WAND posee un tanque de almacenamiento el cual puede ofrecer 30 minutos de vapor continuo, cuenta con una manguera ligera y flexible, posee un diseño compacto, permite un planchado en cualquier tipo de fibras y no destiñe ni deja brillos en la ropa. La empresa proveedora que se ha considerado es TVENTAS.

***Gráfico 34:***

***Plancha a Vapor Vertical***



Fuente: Internet



#### **4.4.4.2. Máquina de coser**

Las maquinas serán requeridas para el pegado de las etiquetas en las prendas de vestir para ello es necesario la adquisición de máquinas de coser recta.

*Gráfico 35*

*Máquina de Coser Recta*



Fuente: Internet

#### **4.4.5. Servicios Básicos**

El sector en el que va estar ubicado la microempresa cuanta con todos los servicios básicos como: agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, internet; recursos que son muy importantes para el adecuado desenvolvimiento de las operaciones tanto de producción como administrativas.

#### **4.4.6. Inversión o financiamiento**

El financiamiento del proyecto se realizará con recursos propios y financiados por BanEcuador, entidad financiera que otorga una serie de créditos, entre estos el crédito para emprendedores con una tasa de interés del 11, 57% a cinco años plazo.

En cuanto a fondos propios se tendrá la participación de dos socios capitalistas que contribuirán para la implementación de este proyecto.

#### 4.5. CAPACIDAD DE LA PLANTA

Para determinar la capacidad de la planta se analizó principalmente la capacidad que posee la mano de obra para la elaboración de los tejidos, este aspecto es primordial ya que el trabajo a realizar será en su mayoría manual.

**Tabla 33**

***Capacidad Mano de Obra Productos para Adulto***

| <b>Producto</b> | <b>Tiempo requerido horas</b> | <b>H. de trabajo Diario</b> | <b>Horas Semanales</b> | <b>Horas mensuales</b> | <b>Capacidad de Producción Mensual</b> |
|-----------------|-------------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------------|--|
| <b>Sacos</b>    | 10                            | 9                           | 54                     | 216                    | 22                                     |
| <b>Gorras</b>   | 4                             | 9                           | 54                     | 216                    | 54                                     |
| <b>Bufandas</b> | 5                             | 9                           | 54                     | 216                    | 43                                     |
| <b>Ponchos</b>  | 10                            | 9                           | 54                     | 216                    | 22                                     |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 34:**

***Capacidad Mano de Obra Productos Para Niño***

| <b>Producto</b> | <b>Tiempo requerido en horas</b> | <b>H. de trabajo Diario</b> | <b>Horas Semanales</b> | <b>Horas mensuales</b> | <b>Capacidad de Producción Mensual</b> |
|-----------------|----------------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------------|--|
| <b>Sacos</b>    | 7                                | 9                           | 54                     | 216                    | 31                                     |
| <b>Gorras</b>   | 3                                | 9                           | 54                     | 216                    | 72                                     |
| <b>Bufandas</b> | 3                                | 9                           | 54                     | 216                    | 72                                     |
| <b>Ponchos</b>  | 7                                | 9                           | 54                     | 216                    | 31                                     |

Elaborado por: La Autora

Para la elaboración de los tejidos artesanales se obtiene el apoyo de 18 tejedoras que contribuirán al desarrollo de este proyecto, las tejedoras serán encargadas de elaborar los productos.

**Tabla 35:**

***Producción anual de productos para Adultos***

| <b>Capacidad de Producción mensual</b> | <b>No. de productores</b> | <b>Producción mensual</b> | <b>Producción anual</b> |
|--|---------------------------|---------------------------|-------------------------|
| 22                                     | 4                         | 86                        | 1037                    |
| 54                                     | 1                         | 54                        | 648                     |
| 43                                     | 1                         | 43                        | 518                     |
| 22                                     | 4                         | 86                        | 1037                    |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 36:**

***Producción anual de productos para Niños***

| <b>Capacidad de Producción mensual</b> | <b>No. de productores</b> | <b>Producción mensual</b> | <b>Producción anual</b> |
|--|---------------------------|---------------------------|-------------------------|
| 31                                     | 3                         | 93                        | 1111                    |
| 72                                     | 1                         | 72                        | 864                     |
| 72                                     | 1                         | 72                        | 864                     |
| 31                                     | 3                         | 93                        | 1111                    |

Elaborado por: La Autora

Una vez analizado la capacidad anual que posee la mano de obra se ha decidido que la demanda a captar se realizará de la siguiente manera.

#### 4.5.1. DEMANDA A SATISFACER

Para determinar la demanda a captar de este proyecto se debe tomar en cuenta la capacidad administrativa y en especial la capacidad operativa ya que al ser un trabajo manual es necesario conocer los tiempos de demora y la cantidad de productos que se pueden producir.

**Tabla 37:**

##### *Capacidad de la Mano de Obra*

| <b>Producto</b> | <b>Cantidad Mensual</b> | <b>Cantidad anual</b> |
|-----------------|-------------------------|-----------------------|
| Sacos           | 179                     | 2148                  |
| Gorras          | 126                     | 1512                  |
| Bufandas        | 115                     | 1382                  |
| Ponchos         | 179                     | 2148                  |
| <b>Total</b>    | <b>599</b>              | <b>7190</b>           |

Elaborado por: La Autora

Para dar inicio al proyecto se ha decidido captar la demanda de la siguiente manera con un porcentaje del 3% del crecimiento anual. Se ha decidido crecer en este porcentaje ya que al ser un trabajo manual se corre el riesgo de que no exista incremento de mano de obra, pero si existe el incremento en cuanto a la experiencia en la elaboración de las diferentes prendas de vestir lo que permitirá tener un crecimiento en un porcentaje mínimo.

**Tabla 38:*****Demanda a Captar por Producto***

| <b>Producto</b> | <b>Años</b> | <b>Demanda Insatisfecha</b> |     | <b>Demanda a Captar</b> |
|-----------------|-------------|-----------------------------|-----|-------------------------|
| <b>Sacos</b>    | <b>0</b>    | 5038                        | 38% | 1915                    |
|                 | <b>1</b>    | 5114                        | 41% | 2097                    |
|                 | <b>2</b>    | 5191                        | 44% | 2284                    |
|                 | <b>3</b>    | 5268                        | 47% | 2476                    |
|                 | <b>4</b>    | 5347                        | 50% | 2674                    |
|                 | <b>5</b>    | 5428                        | 53% | 2877                    |
| <b>Gorras</b>   | <b>0</b>    | 5358                        | 25% | 1340                    |
|                 | <b>1</b>    | 5438                        | 28% | 1523                    |
|                 | <b>2</b>    | 5520                        | 31% | 1711                    |
|                 | <b>3</b>    | 5603                        | 34% | 1905                    |
|                 | <b>4</b>    | 5687                        | 37% | 2104                    |
|                 | <b>5</b>    | 5772                        | 40% | 2309                    |
| <b>Bufandas</b> | <b>0</b>    | 5064                        | 25% | 1266                    |
|                 | <b>1</b>    | 5140                        | 28% | 1439                    |
|                 | <b>2</b>    | 5217                        | 31% | 1617                    |
|                 | <b>3</b>    | 5295                        | 34% | 1800                    |
|                 | <b>4</b>    | 5375                        | 37% | 1989                    |
|                 | <b>5</b>    | 5455                        | 40% | 2182                    |
| <b>Ponchos</b>  | <b>0</b>    | 5267                        | 37% | 1949                    |
|                 | <b>1</b>    | 5346                        | 40% | 2139                    |
|                 | <b>2</b>    | 5427                        | 43% | 2333                    |
|                 | <b>3</b>    | 5508                        | 46% | 2534                    |
|                 | <b>4</b>    | 5591                        | 49% | 2739                    |
|                 | <b>5</b>    | 5675                        | 52% | 2951                    |

Elaborado por: La Autora

#### 4.6. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA

Una vez analizado el tamaño del proyecto es necesario identificar el espacio físico y la infraestructura que se requerirá para la puesta en marcha. Los principales espacios son: área para el almacenamiento de materia prima, área para el almacenamiento de productos semielaborados, área para dar acabados finales a los productos, área para el almacenaje de los productos terminados, área de embarque y desembarque de materias primas y productos terminados; por otro lado, también se requiere un espacio físico para el área administrativa, contable y ventas.

##### 4.6.1. Diseño de las instalaciones

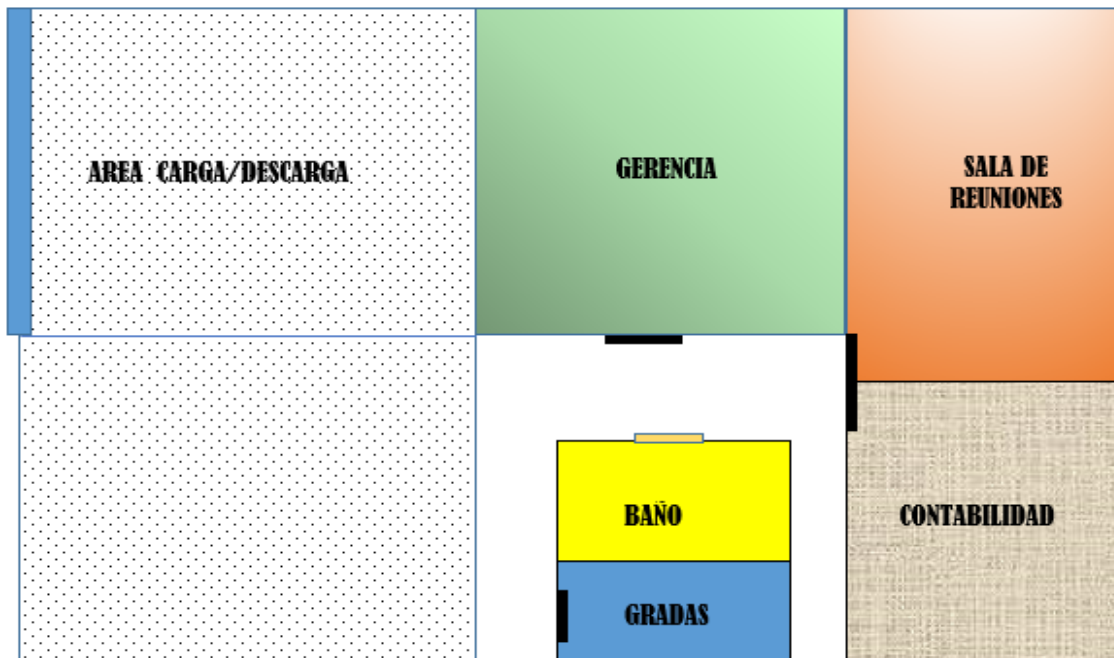
*Gráfico 36*

*Planta Baja (Área de Producción)*



Elaborado por: La Autora

**Gráfico 37**  
**Planta Alta (Área Administrativa)**



Elaborado por: La Autora

#### **4.7. PROCESO PRODUCTIVO**

Para el proceso de elaboración de las prendas de vestir elaboradas artesanalmente en lana se requerirá de las siguientes actividades.

##### **1. Recepción de materia prima (lana) (30 min).**

Es la primera etapa en el proceso de elaboración de los tejidos artesanales, aquí se determina si la materia prima cumple con las características como color y la textura.

### *Gráfico 38*

#### *Recepción de la materia prima*



Elaborado por: La Autora

## **2. Clasificación de la materia prima (lana) (30 min)**

La clasificación de la materia prima será realizada en base a los colores.

### *Gráfico 39*

#### *Clasificación de la materia prima*



Elaborado por: La Autora



### 3. Entrega de materia prima y diseños a la mano de obra (15 min)

Para la elaboración de los tejidos artesanales la materia prima será entregada a los obreros artesanos al igual que los diseños que se requieran a ser elaborados.

#### *Gráfico 40*

#### *Entrega de la materia prima y diseños*



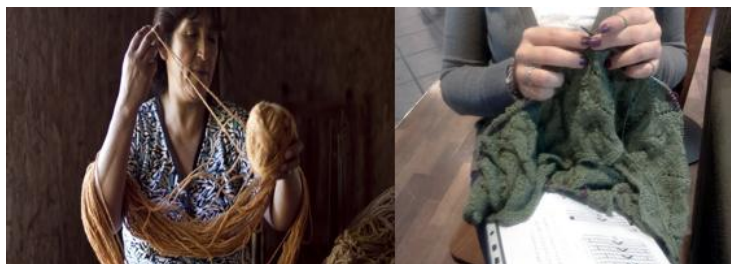
Elaborado por: La Autora

### 4. Elaboración de los tejidos artesanales (varía desde 3 horas a 10 horas)

Los tejidos artesanales serán elaborados conforme a las características requeridas y su proceso será realizado en su totalidad a mano. El tiempo de demora varía dependiendo de la prenda de vestir.

#### *Gráfico 41:*

#### *Elaboración de los tejidos*



Elaborado por: La Autora

## 5. Recepción del producto semielaborado (30 min)

Una vez que los obreros artesanos hayan concluido con la elaboración de los tejidos estos serán entregados bajo un proceso de inspección que lo realizará el jefe de producción el cual verificará que el producto este elaborado adecuadamente y conforme a lo requerido.

*Gráfico 42*

### *Recepción de los tejidos artesanales*



Elaborado por: La Autora

## 6. Clasificación del producto semielaborado (30 min)

Una vez que se verifique que el producto está elaborado adecuadamente se procederá al almacenaje el cual se lo realizará tomando en cuenta la clase de producto.

*Gráfico 43*

### *Clasificación de los tejidos artesanales*



Elaborado por: La Autora

## 7. Acabados finales (30 min)

En esta etapa existen productos que requieren de acabados como la colocación de cierres, botones, etc.

### *GRÁFICO 44*

#### *Acabados finales*



Elaborado por: La Autora

## 8. Planchado a vapor (15 min)

Todos los productos requieren de un planchado a vapor a fin de brindar un acabado más estilizado en cada uno.

### *Gráfico 45*

#### *Planchado a vapor*



Elaborado por: La Autora

## 9. Etiquetado y Empaquetado (20 min)

Una vez concluido con el planchado se procederá a la colocación de las respectivas etiquetas y se concluirá con el empaquetado en cual será en un empaque transparente.

*Gráfico 46*

*Etiquetado y empaçado*



Elaborado por: La Autora

## 10. Almacenamiento del producto final (45 min)

Es la etapa final, una vez que el producto este empaquetado se procederá a su almacenamiento hasta que llegue el momento de su comercialización.

*Gráfico 47*

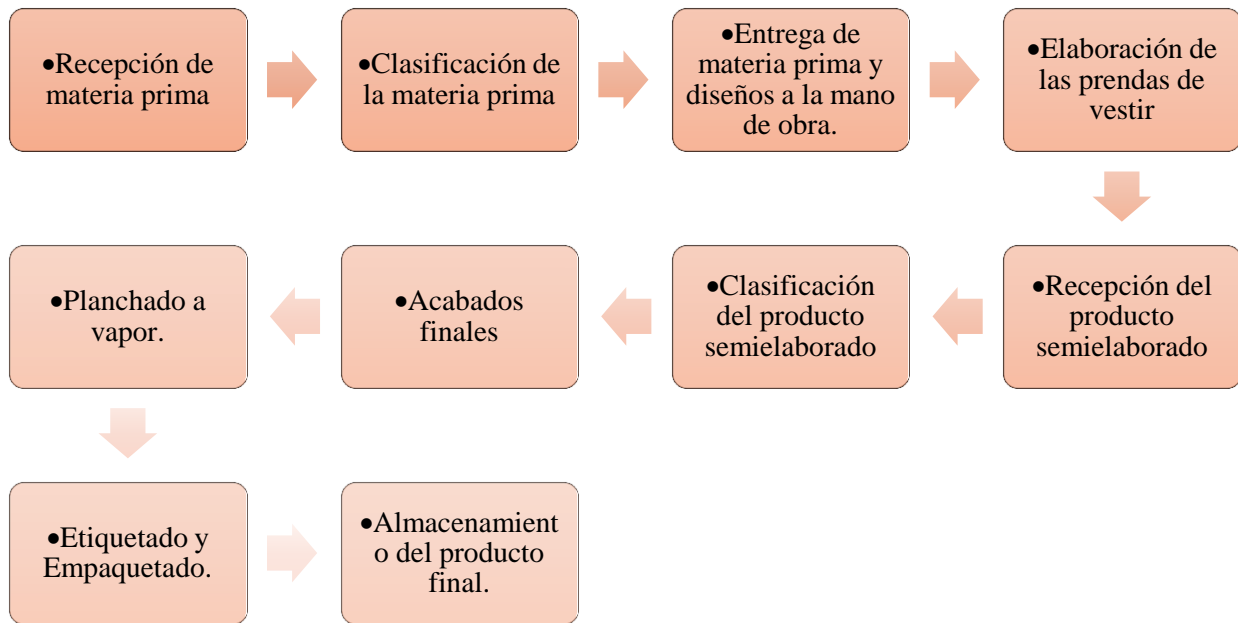
*Almacenamiento del producto final*



Elaborado por: La Autora

#### 4.7.1. Diagrama de bloques

*Gráfico 48*  
*Diagrama de Bloques*

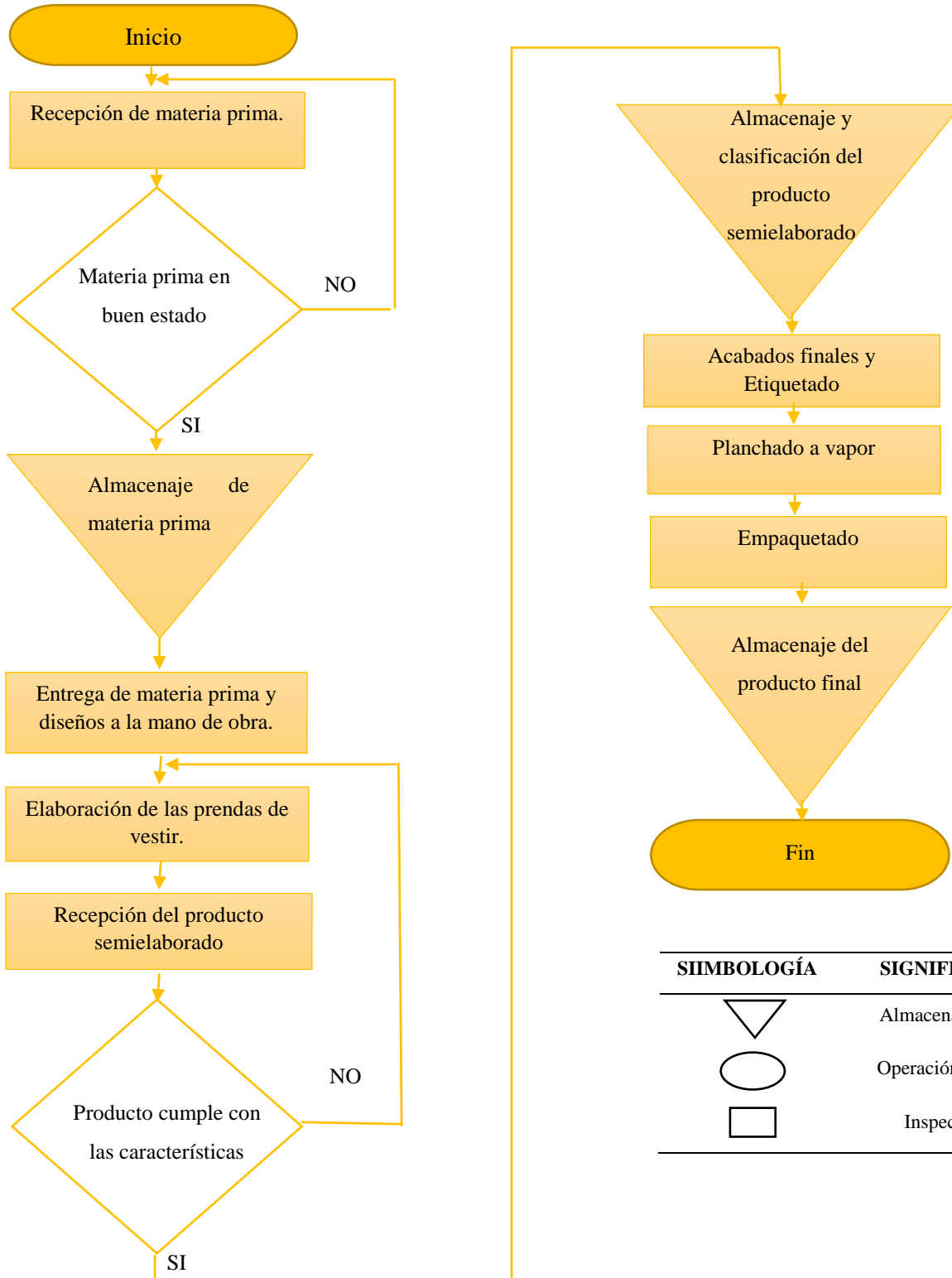


Elaborado por: La Autora

4.7.2. Flujograma de procesos

Gráfico 49

Flujograma del Proceso de Producción



| SIIMBOLOGÍA | SIGNIFICADO      |
|-------------|------------------|
| ▽           | Almacenamiento   |
| ○           | Operación simple |
| □           | Inspección       |

## 4.8. PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

### 4.8.1. Diagrama de bloques

*Gráfico 50*

*Diagrama de bloques*

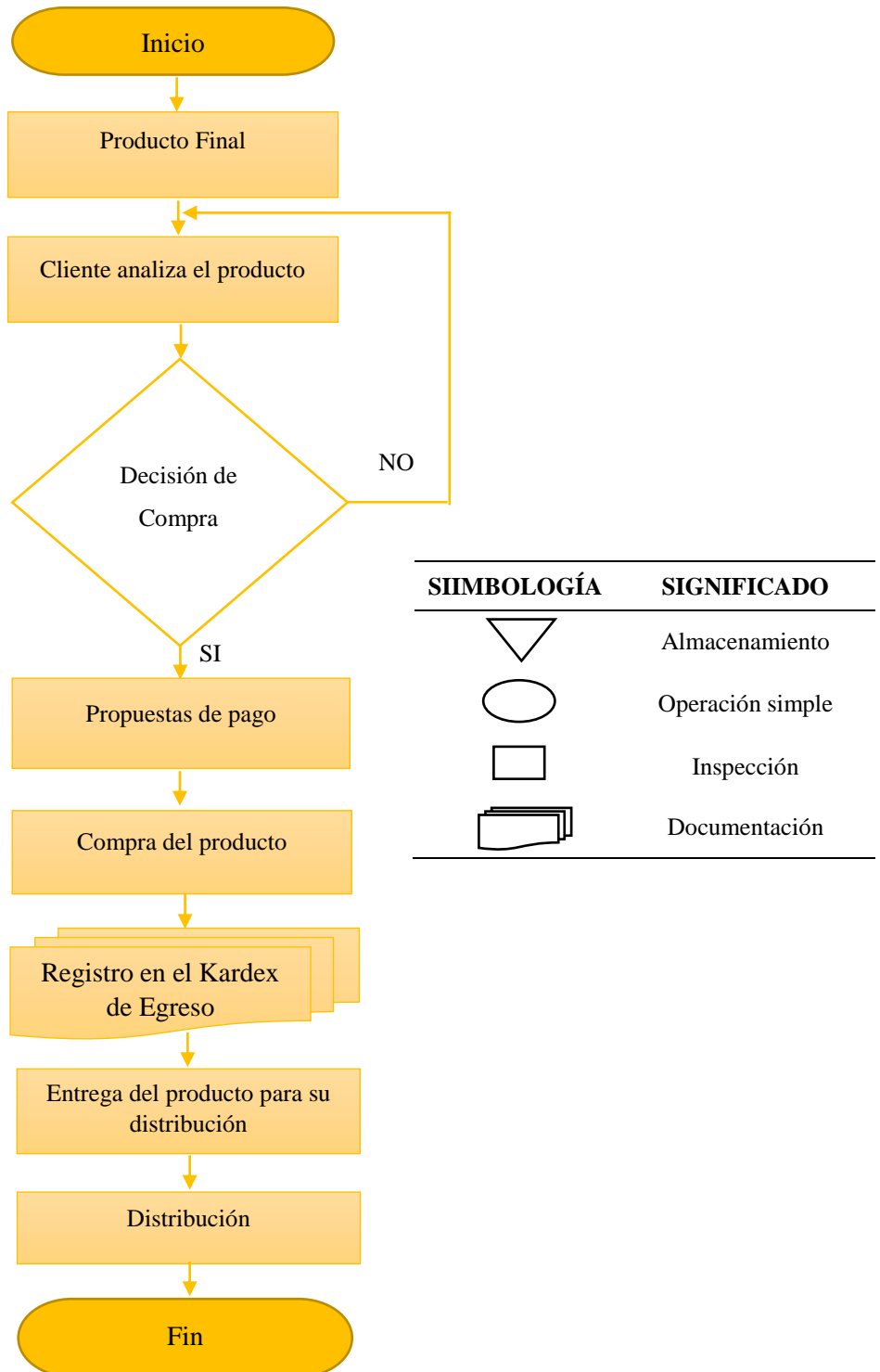


Elaborado por: La Autora

El proceso de comercialización se lo realizará por medio de intermediarios quienes se encargarán de que el producto llegue al consumidor final. Por otra parte, la empresa contará con un proceso de registro para el egreso de los productos finales de bodega a fin de mantener un control adecuado de los mismos.

## 4.8.2. Flujograma de procesos

Gráfico 51

*Flujograma del Proceso de Comercialización*



## 4.9. INVERSIONES

### 4.9.1. Inversión Fija

Los activos fijos con los que dispondrá la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tejidos artesanales son los siguientes:

#### 4.9.1.1. Terreno

Para el proyecto se contará con un terreno de 150 metros cuadrados, el cual estará ubicado en la ciudad de Ibarra, Barrio Pugacho Bajo, y su costo se avalúa en 20.000 dólares.

**Tabla 39:**

**Terreno**

| Descripción  | M2         | Valor unitario | Valor Total   |
|--------------|------------|----------------|---------------|
| TERRENO      | 150        | 133,33         | 20.000        |
| <b>TOTAL</b> | <b>150</b> | <b>133,33</b>  | <b>20.000</b> |

Fuente: GAD Ibarra

Elaborado por: La Autora

#### 4.9.1.2. Obra Civil

Para el diseño de las instalaciones se tomará en cuenta diferentes aspectos entre ellos las actividades que se van a desarrollar en cada espacio.

**Tabla 40:****Distribución y Costos de la Obra Civil**

| <b>Descripción</b>                | <b>Cantidad<br/>m2</b> | <b>Valor<br/>unitario</b> | <b>Valor<br/>Total</b> |
|-----------------------------------|------------------------|---------------------------|------------------------|
| <b>Área de Producción</b>         |                        |                           |                        |
| Recepción                         | 8                      | 150                       | 1200                   |
| Bodega de Materia Prima           | 25                     | 150                       | 3750                   |
| Bodega del Producto Semielaborado | 24                     | 150                       | 3600                   |
| Cuarto de Etiquetado y Acabados   | 19                     | 150                       | 2850                   |
| Bodega del producto final         | 18                     | 150                       | 2700                   |
| Baño                              | 6                      | 150                       | 900                    |
| Zona de Embarque                  | 30                     | 100                       | 3000                   |
| <b>Área Administrativa</b>        |                        |                           |                        |
| Oficina de Gerencia               | 16                     | 150                       | 2400                   |
| Oficina de Contabilidad           | 16                     | 150                       | 2400                   |
| Sala de Reuniones                 | 15                     | 150                       | 2250                   |
| Baño                              | 8                      | 150                       | 1200                   |
| <b>TOTAL</b>                      |                        |                           | <b>26250</b>           |

Fuente: Ing. Manuel Valencia

Elaborado por: La Autora

**4.9.1.3. Maquinaria y equipo**

La maquinaria que se detalla a continuación será únicamente necesaria para dar acabados al producto final.

**Tabla 41:****Maquinaria y Equipo**

| <b>Descripción</b>       | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|--------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Máquina de Coser Recta   | 1               | 420                   | 420                |
| Plancha Vertical a Vapor | 1               | 160                   | 160                |
| Pistola Etiquetadora     | 1               | 25                    | 25                 |
| <b>TOTAL</b>             |                 | <b>605</b>            | <b>605</b>         |

Fuente: TVentas y otros proveedores

Elaborado por: La Autora

**4.9.1.4. Muebles y Enseres**

Para que la microempresa empiece con sus labores es necesario los siguientes muebles y enseres:

**Tabla 42:****Muebles y Enseres**

| <b>Descripción</b>          | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|-----------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Estaciones de trabajo       | 3               | 140                   | 420                |
| Sillas Giratorias           | 3               | 80                    | 240                |
| Sillas para usuarios        | 6               | 30                    | 180                |
| Mesa de Reuniones 6 puestos | 1               | 160                   | 160                |
| Juego de Sillones 3 puestos | 1               | 280                   | 280                |
| Archivadores                | 3               | 120                   | 360                |
| Sillas para Espera          | 1               | 110                   | 110                |
| Tableros (Mesas)            | 4               | 100                   | 400                |
| Pallets                     | 6               | 15                    | 90                 |
| <b>Total</b>                |                 | <b>1035</b>           | <b>2240</b>        |

Fuente: Varios proveedores

Elaborado por: La Autora

#### 4.9.1.5. Equipos y sistemas informáticos

Los equipos informáticos necesarios para el inicio de las funciones en la microempresa son:

**Tabla 43:**

##### *Equipos y sistemas informáticos*

| <b>Descripción</b>      | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Valor Total</b> |
|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Computadoras Portátiles | 3               | 800                   | 2400               |
| Impresora Multifunción  | 1               | 320                   | 320                |
| Teléfonos               | 3               | 40                    | 120                |
| <b>Total</b>            |                 | <b>1160</b>           | <b>2840</b>        |

Fuente: Almacenes Point

Elaborado por: La Autora

#### 4.9.1.6. Total inversión Fija

A continuación, se presenta un resumen de la inversión fija para que la microempresa empiece con sus funciones:

**Tabla 44:**

##### *Inversión Fija*

| <b>Inversión</b> | <b>Valor Total</b> |
|------------------|--------------------|
| Activos Fijos    | 51935,00           |
| <b>Total</b>     | <b>51935,00</b>    |

Elaborado por: La Autora

## 4.9.2. Inversión diferida

La inversión diferida hace referencia a los gastos de constitución, entre ellos se encuentran: gastos que se incurren en la obtención de patentes y diferentes permisos de funcionamiento.

**Tabla 45:**

### *Inversión Diferida*

| Descripción            | Valor Total |
|------------------------|-------------|
| Gastos de Constitución | 1000        |
| <b>Total</b>           | <b>1000</b> |

Elaborado por: La Autora

## 4.9.3. Costos de producción

### 4.9.3.1. Materia prima directa

La materia prima se contabilizará por el número de madejas de lana que se requieren para la elaboración de los tejidos artesanales. Estos datos fueron recopilados en base a una entrevista no estructurada empleada a las tejedoras.

**Tabla 46:**

### *Materia Prima para Tejidos de Adulto*

| Adultos      | No. de madejas por producto | Productos a elaborar | No. de madejas anuales |
|--------------|-----------------------------|----------------------|------------------------|
| Sacos        | 4,5                         | 1761                 | 7926                   |
| Gorras       | 1,5                         | 1232                 | 1849                   |
| Bufandas     | 2                           | 1165                 | 2329                   |
| Ponchos      | 5                           | 1793                 | 8965                   |
| <b>Total</b> |                             | <b>5952</b>          | <b>21069</b>           |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 47:*****Materia Prima para Productos de Niño***

| <b>Niños</b>    | <b>No. de madejas por producto</b> | <b>Productos a elaborar</b> | <b>No. de madejas anuales</b> |
|-----------------|------------------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| <b>Sacos</b>    | 2                                  | 153                         | 306                           |
| <b>Gorras</b>   | 1                                  | 107                         | 107                           |
| <b>Bufandas</b> | 1,5                                | 101                         | 152                           |
| <b>Ponchos</b>  | 2,5                                | 156                         | 390                           |
| <b>Total</b>    |                                    | <b>518</b>                  | <b>955</b>                    |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 48:*****Resumen de la materia prima a utilizar***

| <b>Descripción</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total Anual</b> | <b>Total Mensual</b> |
|--------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| <b>Lana</b>        | 22025           | 1,10                  | 24227,07           | 2018,92              |
| <b>Total</b>       |                 |                       | 24512,24           | 2042,69              |

Elaborado por: La Autora

**4.9.3.2. Mano de obra directa**

La mano de obra directa que será necesaria para que el proyecto inicie con sus actividades es principalmente los obreros artesanos.

**Tabla 49:****Valor de Mano de Obra**

| <b>Productos</b>   | <b>Valor Mano de Obra</b> |
|--------------------|---------------------------|
| Sacos de Adulto    | \$4,50                    |
| Sacos de Niño      | \$3,50                    |
| Gorras de Adulto   | \$2,00                    |
| Gorras de Niño     | \$1,50                    |
| Bufandas de Adulto | \$3,00                    |
| Bufandas de Niño   | \$2,00                    |
| Ponchos de Adulto  | \$5,00                    |
| Ponchos de Niño    | \$4,00                    |

Elaborado por: La Autora

Cabe recalcar que los valores de la mano de obra directa dedicada a la elaboración de tejidos artesanales fueron determinados en base a una entrevista no estructurada dirigida a un grupo de tejedoras dentro de la ciudad de Ibarra.

**Tabla 50:****Mano de Obra Directa para productos de Adulto**

| <b>Productos de Adulto</b> | <b>Valor anual de la mano de Obra Directa</b> |            |
|----------------------------|---|------------|
| Sacos                      | 1761  |            |
| Precio Unitario            | \$4,50  | \$7.926,23 |
| Gorras                     | 1232  |            |
| Precio Unitario            | \$2,00  | \$2.464,71 |
| Bufandas                   | 1165  |            |
| Precio Unitario            | \$3,00  | \$3.494,19 |
| Ponchos                    | 1793  |            |
| Precio Unitario            | \$5,00  | \$8.965,19 |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 51:****Mano de Obra Directa para productos de Niño**

| <b>Productos de Niño</b> | <b>Valor anual de la mano de Obra Directa</b> |        |
|--------------------------|---|--------|
| Sacos                    | 153   |        |
| Precio Unitario          | \$3,50  | 536,07 |
| Gorras                   | 107   |        |
| Precio Unitario          | \$1,50  | 160,74 |
| Bufandas                 | 101   |        |
| Precio Unitario          | \$2,00  | 202,56 |
| Ponchos                  | 156   |        |
| Precio Unitario          | \$4,00  | 623,67 |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 52:****Resumen del Costo de Mano de Obra Directa**

| <b>Productos</b> | <b>Valor Total Mano de Obra</b> |
|------------------|---------------------------------|
| Sacos            | 8462,30                         |
| Gorras           | 2625,46                         |
| Bufandas         | 3696,76                         |
| Ponchos          | 9588,85                         |
| <b>Total</b>     | <b>24373,36</b>                 |

Elaborado por: La Autora

Es necesario tomar en cuenta que el costo de Mano de Obra Directa es un costo variable ya que dependerá totalmente de producción que realicen las tejedoras y por tal razón se optará por firmar contratos por obra.



#### 4.9.3.3. Costos Indirectos de Fabricación

Dentro de los costos indirectos de fabricación se toman en cuenta la materia prima indirecta, mano de obra indirecta y la carga fabril, además la depreciación de los activos fijos que intervienen directamente en la producción.

**Tabla 53:**

##### *Costos Indirectos de Fabricación*

| <b>Descripción</b> | <b>Valor Total</b> | <b>Total Anual</b> |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| Agua Potable       | 31,50              | 378,00             |
| Energía Eléctrica  | 38,50              | 462,00             |
| Teléfono           | 16,00              | 192,00             |
| MOI                | 997,38             | 11968,50           |
| MPI                | 134,02             | 1608,26            |
| <b>Total</b>       | <b>1217,40</b>     | <b>14608,76</b>    |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 54:**

##### *Resumen Costos de Producción*

| <b>Detalle</b> | <b>Mensual</b> | <b>Anual</b>    |
|----------------|----------------|-----------------|
| MPD            | 2018,92        | 24227,07        |
| MOD            | 2031,11        | 24373,36        |
| CIF            | 1217,40        | 14608,76        |
| <b>Total</b>   | <b>5267,43</b> | <b>63209,20</b> |

Elaborado por: La Autora

#### 4.9.4. Gastos Administrativos

Los gastos en los que la microempresa debe recurrir para el funcionamiento del área administrativa son: Sueldos de los empleados, consumo de servicios básicos y suministros de oficina.

##### 4.9.4.1. Sueldos empleados

Dentro del área administrativa se encuentra el gerente y contador el mismo que recibirá su remuneración por horas de trabajo.

**Tabla 55:**

***Sueldos Empleados Administrativos***

| Cargo        | Sueldo | Aporte Patronal | F. de Reserva | Décimo Tercero | Décimo Cuarto | Vacaciones | T. Mensual     | T. Anual        |
|--------------|--------|-----------------|---------------|----------------|---------------|------------|----------------|-----------------|
| Gerente      | 800,00 | 97,20           | 0,00          | 66,67          | 31,25         | 33,33      | 1028,45        | 12341,40        |
| Contador     | 100,00 |                 |               |                |               |            | 100,00         | 1200,00         |
| <b>Total</b> |        |                 |               |                |               |            | <b>1128,45</b> | <b>13541,40</b> |

Elaborado por: La Autora

##### 4.9.4.2. Suministros de oficina

Los suministros necesarios para el área administrativa son los siguientes:

**Tabla 56:****Suministros de Oficina**

| <b>Descripción</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Total Mensual</b> | <b>Total Anual</b> |
|--------------------|-----------------|-----------------------|----------------------|--------------------|
| Resmas de papel    | 1               | 3,80                  | 3,80                 | 45,60              |
| Grapadoras         | 3               | 3,00                  | 9,00                 | 9,00               |
| Caja de Grapas     | 3               | 0,60                  | 1,80                 | 7,20               |
| Perforadoras       | 3               | 3,50                  | 10,50                | 10,50              |
| Capetas            | 8               | 1,30                  | 10,40                | 10,40              |
| Sellos             | 0               | 0,00                  | 0,00                 | 0,00               |
| Tinta de impresora | 1               | 30,00                 | 30,00                | 120,00             |
| Caja de Esferos    | 1               | 2,30                  | 2,30                 | 9,20               |
| Caja de Lápices    | 1               | 1,80                  | 1,80                 | 7,20               |
| Cuadernos          | 8               | 1,25                  | 10,00                | 10,00              |
| Papeleras          | 3               | 8,00                  | 24,00                | 24,00              |
| <b>Total</b>       |                 |                       | <b>103,60</b>        | <b>253,10</b>      |

Elaborado por: La Autora

**4.9.4.3. Servicios Básicos**

Los gastos en servicios básicos en los que se incurrirá en el área administrativa son:

**Tabla 57:****Servicios Básicos**

| <b>Descripción</b> | <b>Valor Total</b> | <b>Total Anual</b> |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| Agua Potable M3    | 13,50              | 162,00             |
| Energía Eléctrica  | 16,50              | 198,00             |
| Teléfono           | 24,00              | 288,00             |
| Internet           | 21,00              | 252,00             |
| <b>Total</b>       | <b>75,00</b>       | <b>900,00</b>      |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 58:****Resumen Gastos Administrativos**

| <b>Detalle</b>         | <b>Valor Total</b> |
|------------------------|--------------------|
| Sueldos Empleados      | 13541,40           |
| Suministros de oficina | 253,10             |
| Servicios Básicos      | 900,00             |
| <b>Total</b>           | <b>14694,50</b>    |

Elaborado por: La Autora

**4.9.5. Gastos de Venta**

En cuanto a los gastos que se incurrirán para las actividades de comercialización son las siguientes: sueldos, publicidad y pago por fletes.

**Tabla 59:****Sueldo Personal de Venta**

| <b>Cargo</b> | <b>Sueldo</b> | <b>Aporte Patronal</b> | <b>F. de Reserva</b> | <b>Décimo Tercero</b> | <b>Décimo Cuarto</b> | <b>Vacaciones</b> | <b>T. Mensual</b> | <b>T. Anual</b> |
|--------------|---------------|------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| Vendedor     | 400           | 48,6                   | 0,00                 | 33,33                 | 31,25                | 16,67             | 529,85            | 6358,20         |
| <b>Total</b> |               |                        |                      |                       |                      |                   | <b>529,85</b>     | <b>6358,20</b>  |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 60:****Publicidad**

| <b>Descripción</b>      | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Valor Total</b> | <b>Total Anual</b> |
|-------------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|--------------------|
| Publicidad por Folletos | 50              | 0,50                  | 25,00              | 300,00             |
| Hojas volantes          | 50              | 0,08                  | 4,00               | 48,00              |
| Esferos Promocionales   | 50              | 0,75                  | 37,50              | 450,00             |
| Página Web              | -               | -                     | -                  | -                  |
| <b>Total</b>            | <b>150</b>      | <b>1,33</b>           | <b>66,50</b>       | <b>798,00</b>      |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 61:****Fletes**

| <b>Descripción</b> | <b>Cantidad</b> | <b>Valor Unitario</b> | <b>Valor Total</b> | <b>Total Anual</b> |
|--------------------|-----------------|-----------------------|--------------------|--------------------|
| Pago de Fletes     | 2               | 80                    | 160                | 160                |
| <b>Total</b>       |                 |                       | <b>160</b>         | <b>160</b>         |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 62:****Resumen del Gasto de Venta**

| <b>Detalles</b> | <b>Valor</b>   |
|-----------------|----------------|
| Nomina          | 6358,20        |
| Publicidad      | 798            |
| Flete           | 160            |
| <b>Total</b>    | <b>7316,20</b> |

Elaborado por: La Autora

#### 4.9.6. Gasto Financiero

Los gastos financieros corresponden al crédito de \$ 20.000 que será solicitado a BanEcuador a una tasa de interés del 11,57% a cinco años plazos.

**Tabla 63:**

**Tabla de Amortización de la Deuda**

| <b>Año</b> | <b>Deuda</b> | <b>Cuota</b> | <b>Interés</b> | <b>Amortización de<br/>Capital</b> | <b>Saldo</b> |
|------------|--------------|--------------|----------------|------------------------------------|--------------|
| 1          | 20000,00     | 5489,21      | 2314,00        | 3175,21                            | 16824,79     |
| 2          | 16824,79     | 5489,21      | 1946,63        | 3542,59                            | 13282,20     |
| 3          | 13282,20     | 5489,21      | 1536,75        | 3952,46                            | 9329,74      |
| 4          | 9329,74      | 5489,21      | 1079,45        | 4409,76                            | 4919,97      |
| 5          | 4919,97      | 5489,21      | 569,24         | 4919,97                            | 0,00         |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 64:**

**Gasto Financiero**

| <b>Detalle</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Gasto Interés  | 2314,00  | 1946,63  | 1536,75  | 1079,45  | 569,24   |

Elaborado por: La Autora

#### 4.9.7. Capital de Trabajo

Para la determinación del capital de trabajo se tomó en cuenta, un periodo de desfase de 60 días.

Fórmula para el cálculo del capital de trabajo.

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{\text{Costo de Operacion} - \text{Depreciación}}{365} * \text{Periodo de Desafase}$$

**Tabla 65:**

**Costo de Operación**

| Detalles                   | Valor           |
|----------------------------|-----------------|
| Costos de producción       | 63209,20        |
| Gastos Administrativos     | 15851,00        |
| Gastos de Venta            | 7316,20         |
| <b>Subtotal</b>            | <b>86376,40</b> |
| Imprevistos 5%             | 4318,82         |
| <b>Total</b>               | <b>90695,22</b> |
| Depreciación               | 2226,15         |
| <b>Costos de operación</b> | <b>88469,07</b> |

Elaborado por: La Autora

**Cálculo**

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{90695,22 - 2226,15}{365} * 60$$

$$\text{Capital de Trabajo} = \frac{88469,07}{365} * 60$$

$$\text{Capital de Trabajo} = 14542,86$$

#### 4.10. Resumen de la inversión del proyecto

**Tabla 66:**

***Inversión Total del Proyecto***

| <b>Inversión</b>                    | <b>Valor</b>    |
|-------------------------------------|-----------------|
| Inversión Fija                      | 51935,00        |
| Inversión Diferida                  | 1000,00         |
| Capital de Trabajo                  | 14542,86        |
| <b>Inversión Total del proyecto</b> | <b>67477,86</b> |

Elaborado por: La Autora

#### 4.11. Financiamiento del proyecto

El proyecto se financiará de la siguiente manera: el 70% del proyecto será de capital propio y para ello se contará con el apoyo de dos socios Capitalistas, en cuanto al capital financiado será el 30% de la inversión total el cual será financiado por la institución BanEcuador.

**Tabla 67:**

***Financiamiento del Proyecto***

| <b>Inversión Total</b> |              |             |
|------------------------|--------------|-------------|
| Capital Propio         | 47478        | 70%         |
| Capital Financiado     | 20000        | 30%         |
| <b>Total</b>           | <b>67478</b> | <b>100%</b> |

Elaborado por: La Autora



## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. Objetivo General

Elaborar un estudio financiero para determinar la factibilidad del proyecto a través de un adecuado análisis y evaluación financiera.

#### 5.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para determinar los ingresos de la microempresa se tomó en cuenta la cantidad de productos a producir anualmente por el precio. Cabe recalcar que la microempresa ofrecerá productos para adultos y para niños

**Tabla 68:**

***Proyección de Ingresos Productos para Adulto***

| <b>Productos</b> | <b>0</b>        | <b>1</b>         | <b>2</b>         | <b>3</b>         | <b>4</b>         | <b>5</b>         |
|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Sacos            | 1761            | 1929             | 2101             | 2278             | 2460             | 2647             |
| Precio Unitario  | 20,00           | 20,22            | 20,45            | 20,68            | 20,91            | 21,15            |
| <b>Subtotal</b>  | <b>35227,67</b> | <b>39011,01</b>  | <b>42969,39</b>  | <b>47109,39</b>  | <b>51437,84</b>  | <b>55961,80</b>  |
| Gorras           | 1232            | 1401             | 1574             | 1753             | 1936             | 2124             |
| Precio Unitario  | 7,00            | 7,08             | 7,16             | 7,24             | 7,32             | 7,40             |
| <b>Subtotal</b>  | <b>8626,50</b>  | <b>9916,44</b>   | <b>11268,40</b>  | <b>12684,77</b>  | <b>14168,00</b>  | <b>15720,63</b>  |
| Bufandas         | 1165            | 1324             | 1488             | 1656             | 1830             | 2008             |
| Precio Unitario  | 9,00            | 9,10             | 9,20             | 9,31             | 9,41             | 9,52             |
| <b>Subtotal</b>  | <b>10482,58</b> | <b>12050,07</b>  | <b>13692,93</b>  | <b>15414,04</b>  | <b>17216,41</b>  | <b>19103,10</b>  |
| Ponchos          | 1793            | 1967             | 2147             | 2331             | 2520             | 2715             |
| Precio Unitario  | 21,50           | 21,74            | 21,98            | 22,23            | 22,48            | 22,73            |
| <b>Subtotal</b>  | <b>38550,31</b> | <b>42774,93</b>  | <b>47195,53</b>  | <b>51819,51</b>  | <b>56654,53</b>  | <b>61708,51</b>  |
| <b>Total</b>     | <b>92887,06</b> | <b>103752,44</b> | <b>115126,24</b> | <b>127027,71</b> | <b>139476,78</b> | <b>152494,04</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 69:****Proyección de Ingresos Producto para Niños**

| <b>Productos</b> | <b>0</b>       | <b>1</b>       | <b>2</b>       | <b>3</b>       | <b>4</b>       | <b>5</b>       |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Sacos            | 153            | 168            | 183            | 198            | 214            | 230            |
| Precio Unitario  | 12,00          | 12,13          | 12,27          | 12,41          | 12,55          | 12,69          |
| <b>Subtotal</b>  | <b>1837,97</b> | <b>2035,36</b> | <b>2241,88</b> | <b>2457,88</b> | <b>2683,71</b> | <b>2919,75</b> |
| Gorras           | 107            | 122            | 137            | 152            | 168            | 185            |
| Precio Unitario  | 5,20           | 5,26           | 5,32           | 5,38           | 5,44           | 5,50           |
| <b>Subtotal</b>  | <b>557,24</b>  | <b>640,56</b>  | <b>727,90</b>  | <b>819,39</b>  | <b>915,20</b>  | <b>1015,49</b> |
| Bufandas         | 101            | 115            | 129            | 144            | 159            | 175            |
| Precio Unitario  | 7,00           | 7,08           | 7,16           | 7,24           | 7,32           | 7,40           |
| <b>Subtotal</b>  | <b>708,97</b>  | <b>814,98</b>  | <b>926,09</b>  | <b>1042,50</b> | <b>1164,39</b> | <b>1292,00</b> |
| Ponchos          | 156            | 171            | 187            | 203            | 219            | 236            |
| Precio Unitario  | 13,00          | 13,15          | 13,29          | 13,44          | 13,59          | 13,74          |
| <b>Subtotal</b>  | <b>2026,91</b> | <b>2249,04</b> | <b>2481,46</b> | <b>2724,59</b> | <b>2978,80</b> | <b>3244,53</b> |
| <b>Total</b>     | <b>5131,08</b> | <b>5739,94</b> | <b>6377,33</b> | <b>7044,35</b> | <b>7742,11</b> | <b>8471,77</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 70:****Proyección de Ingresos**

| <b>Productos</b> | <b>0</b>        | <b>1</b>         | <b>2</b>         | <b>3</b>         | <b>4</b>         | <b>5</b>         |
|------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Sacos            | 37065,63        | 41046,37         | 45211,27         | 49567,27         | 54121,55         | 58881,55         |
| Gorras           | 9183,74         | 10557,00         | 11996,30         | 13504,16         | 15083,20         | 16736,12         |
| Bufandas         | 11191,55        | 12865,05         | 14619,02         | 16456,54         | 18380,80         | 20395,10         |
| Ponchos          | 40577,22        | 45023,96         | 49676,99         | 54544,10         | 59633,34         | 64953,04         |
| <b>Total</b>     | <b>98018,14</b> | <b>109492,38</b> | <b>121503,58</b> | <b>134072,07</b> | <b>147218,89</b> | <b>160965,81</b> |

Elaborado por: La Autora

### 5.3. PRESUPUESTO DE EGRESOS

#### 5.3.1. Costos de producción

##### 5.3.1.1. Materia Prima

La materia prima que se va a utilizar dependerá del nivel de producción estimado para cada año.

**Tabla 71:**

**Proyección Costo de Materia Prima**

| <b>Producto</b>  | <b>0</b>        | <b>1</b>        | <b>2</b>        | <b>3</b>        | <b>4</b>        | <b>5</b>        |
|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Sacos            | 8233            | 9016            | 9821            | 10647           | 11497           | 12370           |
| Gorras           | 1956            | 2223            | 2498            | 2781            | 3072            | 3371            |
| Bufandas         | 2481            | 2821            | 3170            | 3529            | 3898            | 4277            |
| Ponchos          | 9355            | 10265           | 11201           | 12162           | 13149           | 14164           |
| <b>Total M.P</b> | <b>22025</b>    | <b>24325</b>    | <b>26689</b>    | <b>29119</b>    | <b>31616</b>    | <b>34181</b>    |
| Precio           | 1,10            | 1,11            | 1,12            | 1,14            | 1,15            | 1,16            |
| <b>Total</b>     | <b>24227,07</b> | <b>27057,18</b> | <b>30019,69</b> | <b>33119,62</b> | <b>36362,15</b> | <b>39752,65</b> |

Elaborado por: La Autora

##### 5.3.1.2. Mano de Obra Directa

El costo de la Mano de Obra Directa también depende del nivel de producción, para la proyección se utilizará la tasa de inflación para el pago de las unidades que los trabajadores artesanos elaboren.

**Tabla 72:****Proyección Costo de Mano de Obra**

| <b>Producto</b> | <b>0</b>        | <b>1</b>        | <b>2</b>        | <b>3</b>        | <b>4</b>        | <b>5</b>        |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Sacos           | 8462,30         | 9371,12         | 10321,99        | 11316,49        | 12356,26        | 13443,00        |
| Gorras          | 2625,46         | 3018,05         | 3429,51         | 3860,58         | 4312,00         | 4784,54         |
| Bufandas        | 3696,76         | 4249,54         | 4828,91         | 5435,87         | 6071,49         | 6736,84         |
| Ponchos         | 9588,85         | 10639,67        | 11739,23        | 12889,38        | 14092,03        | 15349,13        |
| <b>Total</b>    | <b>24373,36</b> | <b>27278,38</b> | <b>30319,65</b> | <b>33502,33</b> | <b>36831,78</b> | <b>40313,51</b> |

Elaborado por: La Autora

**5.3.1.3. Costos indirectos de fabricación****Tabla 73:****Proyección Costos Indirectos de Fabricación**

| <b>Descripción</b> | <b>0</b>        | <b>1</b>        | <b>2</b>        | <b>3</b>        | <b>4</b>        | <b>5</b>        |
|--------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Agua Potable       | 378,00          | 382,23          | 386,51          | 390,84          | 395,22          | 399,65          |
| Energía Eléctrica  | 462,00          | 467,17          | 472,41          | 477,70          | 483,05          | 488,46          |
| Teléfono           | 192,00          | 194,15          | 196,32          | 198,52          | 200,75          | 203,00          |
| MOI                | 11968,50        | 12860,64        | 13004,68        | 13150,34        | 13297,62        | 13446,55        |
| MPI                | 1608,26         | 1795,42         | 1991,33         | 2196,32         | 2410,74         | 2634,94         |
| <b>Total</b>       | <b>14608,76</b> | <b>15699,62</b> | <b>16051,26</b> | <b>16413,72</b> | <b>16787,37</b> | <b>17172,59</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 74:****Proyección Mano de Obra Indirecta**

| <b>Detalle</b>            | <b>0</b>        | <b>1</b>        | <b>2</b>        | <b>3</b>        | <b>4</b>        | <b>5</b>        |
|---------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Jefe de producción</b> |                 |                 |                 |                 |                 |                 |
| Salario Básico            | 375,00          | 379,20          | 383,45          | 387,74          | 392,08          | 396,48          |
| Aporte patronal           | 45,56           | 46,07           | 46,59           | 47,11           | 47,64           | 48,17           |
| Fondos de Reserva         | 0,00            | 31,59           | 31,94           | 32,30           | 32,66           | 33,03           |
| Décimo tercero            | 31,25           | 31,60           | 31,95           | 32,31           | 32,67           | 33,04           |
| Décimo Cuarto             | 31,25           | 31,60           | 31,95           | 32,31           | 32,67           | 33,04           |
| Vacaciones                | 15,63           | 15,80           | 15,98           | 16,16           | 16,34           | 16,52           |
| <b>Total Mensual</b>      | <b>498,69</b>   | <b>535,86</b>   | <b>541,86</b>   | <b>547,93</b>   | <b>554,07</b>   | <b>560,27</b>   |
| <b>Total Anual</b>        | <b>5984,25</b>  | <b>6430,32</b>  | <b>6502,34</b>  | <b>6575,17</b>  | <b>6648,81</b>  | <b>6723,28</b>  |
| <b>Trabajador 2</b>       |                 |                 |                 |                 |                 |                 |
| Salario Básico            | 375,00          | 379,20          | 383,45          | 387,74          | 392,08          | 396,48          |
| Aporte patronal           | 45,56           | 46,07           | 46,59           | 47,11           | 47,64           | 48,17           |
| Fondos de Reserva         | 0,00            | 31,59           | 31,94           | 32,30           | 32,66           | 33,03           |
| Décimo tercero            | 31,25           | 31,60           | 31,95           | 32,31           | 32,67           | 33,04           |
| Décimo Cuarto             | 31,25           | 31,60           | 31,95           | 32,31           | 32,67           | 33,04           |
| Vacaciones                | 15,63           | 15,80           | 15,98           | 16,16           | 16,34           | 16,52           |
| <b>Total Mensual</b>      | <b>498,69</b>   | <b>535,86</b>   | <b>541,86</b>   | <b>547,93</b>   | <b>554,07</b>   | <b>560,27</b>   |
| <b>Total Anual</b>        | <b>5984,25</b>  | <b>6430,32</b>  | <b>6502,34</b>  | <b>6575,17</b>  | <b>6648,81</b>  | <b>6723,28</b>  |
| <b>Total</b>              | <b>11968,50</b> | <b>12860,64</b> | <b>13004,68</b> | <b>13150,34</b> | <b>13297,62</b> | <b>13446,55</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 75:****Proyección Materia Prima Indirecta**

| <b>Descripción</b> | <b>0</b>       | <b>1</b>       | <b>2</b>       | <b>3</b>       | <b>4</b>       | <b>5</b>       |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Cierres            | 1915           | 2097           | 2284           | 2476           | 2674           | 2877           |
| Precio             | 0,07           | 0,07           | 0,07           | 0,07           | 0,07           | 0,07           |
| <b>Subtotal</b>    | <b>134,02</b>  | <b>148,41</b>  | <b>163,47</b>  | <b>179,22</b>  | <b>195,69</b>  | <b>212,90</b>  |
| Hilos              | 24             | 27             | 29             | 32             | 35             | 38             |
| Precio             | 2,75           | 2,78           | 2,81           | 2,84           | 2,88           | 2,91           |
| <b>Subtotal</b>    | <b>66,00</b>   | <b>74,25</b>   | <b>82,89</b>   | <b>91,94</b>   | <b>101,40</b>  | <b>111,30</b>  |
| Etiquetas          | 6469           | 7197           | 7946           | 8715           | 9506           | 10318          |
| Precio             | 0,05           | 0,05           | 0,05           | 0,05           | 0,05           | 0,05           |
| <b>Subtotal</b>    | <b>323,45</b>  | <b>363,89</b>  | <b>406,24</b>  | <b>450,57</b>  | <b>496,95</b>  | <b>545,47</b>  |
| Fundas de Empaque  | 6469           | 7197           | 7946           | 8715           | 9506           | 10318          |
| Precio             | 0,050          | 0,051          | 0,051          | 0,052          | 0,052          | 0,053          |
| <b>Subtotal</b>    | <b>323,452</b> | <b>363,892</b> | <b>406,240</b> | <b>450,569</b> | <b>496,952</b> | <b>545,469</b> |
| Pasadores          | 6469           | 7197           | 7946           | 8715           | 9506           | 10318          |
| Precio             | 0,002          | 0,002          | 0,002          | 0,002          | 0,002          | 0,002          |
| <b>Subtotal</b>    | <b>12,938</b>  | <b>14,556</b>  | <b>16,250</b>  | <b>18,023</b>  | <b>19,878</b>  | <b>21,819</b>  |
| Botones            | 7484           | 8212           | 8960           | 9729           | 10519          | 11331          |
| Precio             | 0,100          | 0,10           | 0,10           | 0,10           | 0,10           | 0,11           |
| <b>Subtotal</b>    | <b>748,40</b>  | <b>830,41</b>  | <b>916,23</b>  | <b>1006,00</b> | <b>1099,87</b> | <b>1197,98</b> |
| <b>Total</b>       | <b>1608,26</b> | <b>1795,42</b> | <b>1991,33</b> | <b>2196,32</b> | <b>2410,74</b> | <b>2634,94</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 76:****Proyección Resumen Costos de Producción**

| <b>Detalle</b> | <b>0</b>        | <b>1</b>        | <b>2</b>        | <b>3</b>        | <b>4</b>        | <b>5</b>        |
|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| MPD            | 24227,07        | 27057,18        | 30019,69        | 33119,62        | 36362,15        | 39752,65        |
| MOD            | 24373,36        | 27278,38        | 30319,65        | 33502,33        | 36831,78        | 40313,51        |
| CIF            | 14608,76        | 15699,62        | 16051,26        | 16413,72        | 16787,37        | 17172,59        |
| <b>Total</b>   | <b>63209,20</b> | <b>70035,18</b> | <b>76390,59</b> | <b>83035,67</b> | <b>89981,30</b> | <b>97238,76</b> |

Elaborado por: La Autora

**5.3.2. Gastos administrativas****Tabla 77:****Proyección Sueldos Administrativos**

| <b>Gerente</b>       | <b>0</b>        | <b>1</b>        | <b>2</b>        | <b>3</b>        | <b>4</b>        | <b>5</b>        |
|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Sueldo Básico        | 800,00          | 808,96          | 818,02          | 827,18          | 836,45          | 845,81          |
| Aporte patronal      | 97,20           | 98,29           | 99,39           | 100,50          | 101,63          | 102,77          |
| Fondos de Reserva    | 0,00            | 67,39           | 68,14           | 68,90           | 69,68           | 70,46           |
| Décimo tercero       | 66,67           | 67,41           | 68,17           | 68,93           | 69,70           | 70,48           |
| Décimo Cuarto        | 31,25           | 31,60           | 31,95           | 32,31           | 32,67           | 33,04           |
| Vacaciones           | 33,33           | 33,71           | 34,08           | 34,47           | 34,85           | 35,24           |
| <b>Total Mensual</b> | <b>1028,45</b>  | <b>1107,36</b>  | <b>1119,76</b>  | <b>1132,30</b>  | <b>1144,98</b>  | <b>1157,80</b>  |
| <b>Total Anual</b>   | <b>12341,40</b> | <b>13288,26</b> | <b>13437,09</b> | <b>13587,58</b> | <b>13739,76</b> | <b>13893,65</b> |
| <b>Contador</b>      |                 |                 |                 |                 |                 |                 |
| Sueldo Básico        | 500             | 505,60          | 511,26          | 516,99          | 522,78          | 528,63          |
| Horas laborables     | 160             | 160             | 160             | 160             | 160             | 160             |
| Valor hora           | 3,13            | 3,16            | 3,20            | 3,23            | 3,27            | 3,30            |
| Horas Req. Semanales | 8               | 8               | 9               | 9               | 10              | 10              |
| Horas mensuales      | 32              | 32              | 36              | 36              | 40              | 40              |
| <b>Total Mensual</b> | <b>100,00</b>   | <b>101,12</b>   | <b>115,03</b>   | <b>116,32</b>   | <b>130,69</b>   | <b>132,16</b>   |
| <b>Total Anual</b>   | <b>1200,00</b>  | <b>1213,44</b>  | <b>1380,41</b>  | <b>1395,87</b>  | <b>1568,34</b>  | <b>1585,90</b>  |
| <b>Total</b>         | <b>13541,40</b> | <b>14501,70</b> | <b>14817,50</b> | <b>14983,45</b> | <b>15308,10</b> | <b>15479,55</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 78:****Proyección Suministros de Oficina**

| <b>Descripción</b> | <b>0</b>      | <b>1</b>      | <b>2</b>      | <b>3</b>      | <b>4</b>      | <b>5</b>      |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Resmas de papel    | 45,60         | 46,11         | 46,63         | 47,15         | 47,68         | 48,21         |
| Grapadoras         | 9,00          | 9,00          | 9,00          | 9,00          | 9,00          | 9,00          |
| Caja de Grapas     | 7,20          | 7,28          | 7,36          | 7,44          | 7,53          | 7,61          |
| Perforadoras       | 10,50         | 10,50         | 10,50         | 10,50         | 10,50         | 10,50         |
| Capetas            | 10,40         | 10,52         | 10,63         | 10,75         | 10,87         | 11,00         |
| Sellos             | 0,00          | 0,00          | 0,00          | 0,00          | 0,00          | 0,00          |
| Tinta de impresora | 120,00        | 121,34        | 122,70        | 124,08        | 125,47        | 126,87        |
| Caja de Esferos    | 9,20          | 9,30          | 9,41          | 9,51          | 9,62          | 9,73          |
| Caja de Lápices    | 7,20          | 7,28          | 7,36          | 7,44          | 7,53          | 7,61          |
| Cuadernos          | 10,00         | 10,11         | 10,23         | 10,34         | 10,46         | 10,57         |
| Papeleras          | 24,00         | 24,00         | 24,00         | 24,00         | 24,00         | 24,00         |
| <b>Total</b>       | <b>253,10</b> | <b>211,95</b> | <b>214,32</b> | <b>216,72</b> | <b>219,15</b> | <b>221,60</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 79:****Proyección Servicios Básicos**

| <b>Detalle</b> | <b>0</b>      | <b>1</b>      | <b>2</b>      | <b>3</b>      | <b>4</b>      | <b>5</b>      |
|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Agua           | 162,00        | 163,81        | 165,65        | 167,50        | 169,38        | 171,28        |
| Luz            | 198,00        | 200,22        | 202,46        | 204,73        | 207,02        | 209,34        |
| Teléfono       | 288,00        | 291,23        | 294,49        | 297,79        | 301,12        | 304,49        |
| Internet       | 252,00        | 254,82        | 257,68        | 260,56        | 263,48        | 266,43        |
| <b>Total</b>   | <b>900,00</b> | <b>910,08</b> | <b>920,27</b> | <b>930,58</b> | <b>941,00</b> | <b>951,54</b> |

Elaborado por: La Autora



**Tabla 80:****Proyección del Resumen de Gastos Administrativos**

| <b>Detalle</b>    | <b>0</b>        | <b>1</b>        | <b>2</b>        | <b>3</b>        | <b>4</b>        | <b>5</b>        |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Sueldos           | 13541,40        | 14501,70        | 14817,50        | 14983,45        | 15308,10        | 15479,55        |
| Suministros       | 253,10          | 211,95          | 214,32          | 216,72          | 219,15          | 221,60          |
| Servicios Básicos | 900,00          | 910,08          | 920,27          | 930,58          | 941,00          | 951,54          |
| <b>Total</b>      | <b>14694,50</b> | <b>15623,73</b> | <b>15952,09</b> | <b>16130,76</b> | <b>16468,25</b> | <b>16652,70</b> |

Elaborado por: La Autora

**5.3.3. Gastos de venta****Tabla 81:****Proyección Sueldos Personal de Ventas**

| <b>Vendedor</b>      | <b>0</b>       | <b>1</b>       | <b>2</b>       | <b>3</b>       | <b>4</b>       | <b>5</b>       |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Sueldo Básico        | 400,00         | 404,48         | 409,01         | 413,59         | 418,22         | 422,91         |
| Aporte patronal      | 48,60          | 49,14          | 49,69          | 50,25          | 50,81          | 51,38          |
| Fondos de Reserva    | 0,00           | 33,69          | 34,07          | 34,45          | 34,84          | 35,23          |
| Décimo tercero       | 33,33          | 33,71          | 34,08          | 34,47          | 34,85          | 35,24          |
| Décimo Cuarto        | 31,25          | 31,60          | 31,95          | 32,31          | 32,67          | 33,04          |
| Vacaciones           | 16,67          | 16,85          | 34,08          | 34,47          | 34,85          | 35,24          |
| <b>Total Mensual</b> | <b>529,85</b>  | <b>569,48</b>  | <b>592,90</b>  | <b>599,54</b>  | <b>606,25</b>  | <b>613,04</b>  |
| <b>Total Anual</b>   | <b>6358,20</b> | <b>6833,73</b> | <b>7114,77</b> | <b>7194,46</b> | <b>7275,04</b> | <b>7356,52</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 82:****Proyección Gastos Publicidad**

| <b>Detalle</b> | <b>0</b>   | <b>1</b>      | <b>2</b>      | <b>3</b>      | <b>4</b>      | <b>5</b>      |
|----------------|------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Publicidad     | 798        | 806,94        | 815,98        | 825,11        | 834,36        | 843,70        |
| <b>Total</b>   | <b>798</b> | <b>806,94</b> | <b>815,98</b> | <b>825,11</b> | <b>834,36</b> | <b>843,70</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 83:****Proyección Gasto Fletes**

| <b>Detalle</b> | <b>0</b>      | <b>1</b>      | <b>2</b>      | <b>3</b>      | <b>4</b>      | <b>5</b>      |
|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Fletes         | 160,00        | 161,79        | 163,60        | 165,44        | 167,29        | 169,16        |
| <b>Total</b>   | <b>160,00</b> | <b>161,79</b> | <b>163,60</b> | <b>165,44</b> | <b>167,29</b> | <b>169,16</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 84:****Proyección Resumen Gastos de Venta**

| <b>Detalle</b> | <b>0</b>       | <b>1</b>       | <b>2</b>       | <b>3</b>       | <b>4</b>       | <b>5</b>       |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Nomina         | 6358,20        | 6833,73        | 7114,77        | 7194,46        | 7275,04        | 7356,52        |
| Publicidad     | 798,00         | 806,94         | 815,98         | 825,11         | 834,36         | 843,70         |
| Fletes         | 160,00         | 161,79         | 163,60         | 165,44         | 167,29         | 169,16         |
| <b>Total</b>   | <b>7316,20</b> | <b>7802,46</b> | <b>8094,35</b> | <b>8185,01</b> | <b>8276,68</b> | <b>8369,38</b> |

Elaborado por: La Autora

### 5.3.4. Gastos Financieros

**Tabla 85:**

#### *Gasto Financiero*

| <b>Detalle</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Gasto Interés  | 2314,00  | 1946,63  | 1536,75  | 1079,45  | 569,24   |

Elaborado por: La Autora

### 5.3.5. Gastos de constitución

**Tabla 86:**

#### *Gastos de Constitución*

| <b>Descripción</b>     | <b>Valor Total</b> |
|------------------------|--------------------|
| Gastos de Constitución | 1000               |
| <b>Total</b>           | <b>1000</b>        |

Elaborado por: La Autora

### 5.3.6. Total Presupuesto de Egresos

**Tabla 87:**

#### *Resumen Presupuesto de Egresos*

| <b>Detalle</b>     | <b>0</b>        | <b>1</b>        | <b>2</b>         | <b>3</b>         | <b>4</b>         | <b>5</b>         |
|--------------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| C. Producción      | 63209,20        | 70035,18        | 76390,59         | 83035,67         | 89981,30         | 97238,76         |
| G. Administrativos | 14694,50        | 15623,73        | 15952,09         | 16130,76         | 16468,25         | 16652,70         |
| G. de Venta        | 7316,20         | 7802,46         | 8094,35          | 8185,01          | 8276,68          | 8369,38          |
| G. Financieros     | 0,00            | 2314,00         | 1946,63          | 1536,75          | 1079,45          | 569,24           |
| G. de constitución | 1000,00         |                 |                  |                  |                  |                  |
| <b>Total</b>       | <b>86219,90</b> | <b>95775,36</b> | <b>102383,66</b> | <b>108888,18</b> | <b>115805,69</b> | <b>122830,08</b> |

Elaborado por: La Autora

## 5.4. Estado de situación inicial

Tabla 88:

**MICROEMPRESA "TEJIDOS SILVIS ART"****ESTADO DE SITUACION INICIAL**

| <b>ACTIVO</b>                                |                        | <b>PASIVO</b>                 |                        |
|--|------------------------|-------------------------------|------------------------|
| <b>Activo Corriente</b>                      |                        | <b>Pasivo Fijo</b>            |                        |
| Activo Corriente                             | 14542,86               | Préstamo Bancario             | <b>20000,00</b>        |
| <b>Subtotal</b>                              | <b>14542,86</b>        |                               |                        |
| <b>Activos fijos</b>                         |                        |                               |                        |
| Terreno                                      | 20000,00               |                               |                        |
| Obra civil                                   | 26250,00               | <b>CAPITAL</b>                |                        |
| Maquinaria y Equipo                          | 605,00                 | Capital social                | 47477,86               |
| Equipo de oficina y sistemas<br>informáticos | 2840,00                |                               |                        |
| Muebles y enseres                            | 2240,00                |                               |                        |
| <b>Subtotal</b>                              | <b>51935,00</b>        | <b>Subtotal</b>               | <b>47477,86</b>        |
| <br>   |                        |                               |                        |
| <b>Activo Diferido</b>                       | <b>1000,00</b>         |                               |                        |
| <br>   |                        |                               |                        |
| <b>Total de activos</b>                      | <b><u>67477,86</u></b> | <b>Total Pasivo + Capital</b> | <b><u>67477,86</u></b> |

Elaborado por: La Autora

## 5.5. Estado de resultados

**Tabla 89:**

**Estado de Resultados Proyectado**

| <b>Descripción</b>            | <b>0</b>     | <b>1</b>      | <b>2</b>      | <b>3</b>      | <b>4</b>      | <b>5</b>      |
|-------------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Ventas                        | 98018,1<br>4 | 109492,3<br>8 | 121503,5<br>8 | 134072,0<br>7 | 147218,8<br>9 | 160965,8<br>1 |
| (-) Costos de Producción      | 63209,2<br>0 | 70035,18      | 76390,59      | 83035,67      | 89981,30      | 97238,76      |
| <b>Utilidad Bruta</b>         | 34808,9<br>5 | 39457,21      | 45112,99      | 51036,40      | 57237,59      | 63727,05      |
| (-) Gastos<br>Administrativos | 14694,5<br>0 | 15623,73      | 15952,09      | 16130,76      | 16468,25      | 16652,70      |
| (-) Gastos de Ventas          | 7316,20      | 7802,46       | 8094,35       | 8185,01       | 8276,68       | 8369,38       |
| (-) Gastos Financieros        | 0,00         | 2314,00       | 1946,63       | 1536,75       | 1079,45       | 569,24        |
| (-) Gastos Pre operativos     | 1000,00      | 0,00          | 0,00          | 0,00          | 0,00          | 0,00          |
| <b>Utilidad Operacional</b>   | 11798,2<br>5 | 13717,02      | 19119,91      | 25183,88      | 31413,20      | 38135,73      |
| (-) 15% Part.<br>Trabajadores | 1769,74      | 2057,55       | 2867,99       | 3777,58       | 4711,98       | 5720,36       |
| <b>Utilidad Neta</b>          | 10028,5<br>1 | 11659,47      | 16251,93      | 21406,30      | 26701,22      | 32415,37      |

Elaborado por: La Autora

## 5.6. Estado de flujo de efectivo

**Tabla 90:**

### *Estado de Flujo de Efectivo*

|                          | <b>0</b>         | <b>1</b>        | <b>2</b>        | <b>3</b>        | <b>4</b>        | <b>5</b>        |
|--------------------------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| <b>Inversión Inicial</b> | -67477,86        |                 |                 |                 |                 |                 |
| Utilidad Neta            |                  | 11659,47        | 16251,93        | 21406,30        | 26701,22        | 32415,37        |
| Depreciación             |                  | 2226,15         | 2226,15         | 2226,15         | 1506,15         | 1506,15         |
| Amortización             |                  | 200             | 200             | 200             | 200             | 200             |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>    |                  | 14085,61        | 18678,08        | 23832,45        | 28407,37        | 34121,52        |
| Egresos                  |                  |                 |                 |                 |                 |                 |
| Capital préstamo         |                  | 3175,21         | 3542,59         | 3952,46         | 4409,76         | 4919,97         |
| <b>TOTAL EGRESOS</b>     |                  | 3175,21         | 3542,59         | 3952,46         | 4409,76         | 4919,97         |
| <b>FLUJO NETO</b>        | <b>-67477,86</b> | <b>10910,40</b> | <b>15135,49</b> | <b>19879,99</b> | <b>23997,61</b> | <b>29201,55</b> |

Elaborado por: La Autora

## 5.7. Evaluación Financiera

### 5.7.1. Costo de oportunidad

**Tabla 91:**

### *Costo de Oportunidad*

| <b>Descripción</b> | <b>Valor</b>    | <b>%</b>    | <b>Tasa de rendimiento</b> | <b>Valor Ponderado</b> |
|--------------------|-----------------|-------------|----------------------------|------------------------|
| Capital Propio     | 47477,86        | 70%         | 5,02%                      | 3,53%                  |
| Capital Financiado | 20000,00        | 30%         | 11,57%                     | 3,43%                  |
| <b>Total</b>       | <b>67477,86</b> | <b>100%</b> | <b>17%</b>                 | <b>6,96%</b>           |

Elaborado por: La Autora

*Costo de Oportunidad* = 6,96%

*Riesgo País* = 1,12%

### Cálculo

$$TMAR = (1 + CK)(1 + inflación) - 1$$

$$TMAR = (1 + 0,0695)(1 + 0,0112) - 1$$

$$TMAR = 8,16\%$$

### 5.7.2. Valor Actual Neto

Con el VAN se puede determinar el valor presente de los flujos de efectivo y además permitirá evaluar la inversión del Capital, con la utilización de la tasa de descuento.

**Tabla 92:**

#### *Valor Actual Neto*

| Años | Inversión | Flujos Netos | Tasa de descuento | Flujos Actualizados | VAN               |
|------|-----------|--------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| 0    | 67477,86  |              |                   |                     |                   |
| 1    |           | 10910,40     | 8,16%             | 10087,34            |                   |
| 2    |           | 15135,49     | 8,16%             | 12938,04            |                   |
| 3    |           | 19879,99     | 8,16%             | 15711,73            | <b>\$8.522,60</b> |
| 4    |           | 23997,61     | 8,16%             | 17535,24            |                   |
| 5    |           | 29201,55     | 8,16%             | 19728,12            |                   |

Elaborado por: La Autora

$$VAN = -Inversión + \Sigma \text{ de Flujos de Efectivo}$$

$$VAN = -67477,86 + 76000,46$$

$$VAN = \mathbf{8.522,60}$$

El Valor Actual Neto del Proyecto es mayor a cero por tanto se determina que el proyecto es factible de llevarse a cabo ya que con una inversión de 67477,86 dólares en cinco años se obtendrá 8522,60 dólares más que la inversión realizada.

### 5.7.3. Tasa Interna de Retorno

*Tabla 93:*

*Tasa Interna de Retorno*

| Años | Inversión | Flujos Netos | Flujos Actualizados |
|------|-----------|--------------|---------------------|
| 0    | 67477,86  |              |                     |
| 1    |           | 10910,40     | 10087,34            |
| 2    |           | 15135,49     | 12938,04            |
| 3    |           | 19879,99     | 15711,73            |
| 4    |           | 23997,61     | 17535,24            |
| 5    |           | 29201,55     | 19728,12            |
|      |           | <b>TOTAL</b> | <b>76000,46</b>     |

Elaborado por: La Autora

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) * \left( \frac{VANi}{VANi - VANs} \right)$$

$$TIR = 12,15\%$$



#### 5.7.4. Periodo de recuperación de la inversión

**Tabla 94:**

**Periodo de Recuperación de la Inversión**

| <b>Años</b> | <b>Inversión</b> | <b>Flujos Netos</b> | <b>Flujos Actualizados</b> | <b>Flujos Acumulados</b> |
|-------------|------------------|---------------------|----------------------------|--------------------------|
|             | 67477,86         |                     |                            |                          |
| 1           |                  | 10910,40            | 10087,34                   | 10087,34                 |
| 2           |                  | 15135,49            | 12938,04                   | 23025,38                 |
| 3           |                  | 19879,99            | 15711,73                   | 38737,11                 |
| 4           |                  | 23997,61            | 17535,24                   | <b>56272,35</b>          |
| 5           |                  | 29201,55            | 19728,12                   | 76000,46                 |

Elaborado por: La Autora

#### **Cálculos**

**Flujos actualizados => 4 Años = 56272,35**

**Inversión – flujos actualizados => 67477,86– 56272,35= 11205, 51**

**Flujo Neto Actualizado Año 5/12 => 19728,12 /12 = 1644,00**

$$\frac{11205,51}{1644,00} = 6,82 \Rightarrow \mathbf{6 \text{ Meses}}$$

#### **Análisis**

La inversión para la realización de este proyecto la cual es de 67477,86 se recuperará en 4 años y 6 meses.

### 5.7.5. Relación Costo Beneficio

*Tabla 95:*

*Relación Costo Beneficio*

| <b>Años</b> | <b>Inversión</b> | <b>Flujos Netos</b> | <b>Flujos Actualizados</b> |
|-------------|------------------|---------------------|----------------------------|
|             | 67477,86         |                     |                            |
| 1           |                  | 10910,40            | 10087,34                   |
| 2           |                  | 15135,49            | 12938,04                   |
| 3           |                  | 19879,99            | 15711,73                   |
| 4           |                  | 23997,61            | 17535,24                   |
| 5           |                  | 29201,55            | 19728,12                   |
|             |                  |                     | <b>76000,46</b>            |

Elaborado por: La Autora

#### *Cálculo*

$$\text{Costo Beneficio} = \Sigma \text{Flujos netos actualizados} / \text{Inversión}$$

$$\text{Costo Beneficio} = 76000,46 / 67477,86$$

$$\text{Costo Beneficio} = 1,13$$

#### **Análisis**

La Relación Costo Beneficio es de 1,13 dólares lo que quiere decir que por cada dólar invertido en el proyecto existe una ganancia de 0,13 centavos.

#### **5.7.5.1. Punto de equilibrio**

Con este indicador se refleja el nivel de ventas en cada uno de los productos que la microempresa debe ofrecer para que pueda cubrir los costos y gastos y no generen pérdida.

**Tabla 96:****Punto de Equilibrio**

| Producto           | Unidad      | % Part      | Precio | Costo Variable | Margen | Margen Pond. | PE          | Ing. Total       |
|--------------------|-------------|-------------|--------|----------------|--------|--------------|-------------|------------------|
| Sacos de Adulto    | 1761        | 27%         | 20,00  | 2,15           | 17,85  | 4,86         | 786         | 15.725,52        |
| Sacos de Niño      | 153         | 2%          | 12,00  | 0,19           | 11,81  | 0,28         | 68          | 820,46           |
| Gorras de Adulto   | 1232        | 19%         | 7,00   | 1,50           | 5,50   | 1,05         | 550         | 3.850,84         |
| Gorras de Niño     | 107         | 2%          | 5,20   | 0,13           | 5,07   | 0,08         | 48          | 248,75           |
| Bufandas de Adulto | 1165        | 18%         | 9,00   | 1,42           | 7,58   | 1,36         | 520         | 4.679,39         |
| Bufandas de Niño   | 101         | 2%          | 7,00   | 0,12           | 6,88   | 0,11         | 45          | 316,48           |
| Ponchos de Adulto  | 1793        | 28%         | 21,50  | 2,19           | 19,31  | 5,35         | 800         | 17.208,74        |
| Ponchos de Niño    | 156         | 2%          | 13,00  | 0,19           | 12,81  | 0,31         | 70          | 904,81           |
| <b>Total</b>       | <b>6469</b> | <b>100%</b> |        | <b>7,89</b>    |        | <b>13,41</b> | <b>2888</b> | <b>43.755,00</b> |

Elaborado por: La Autora

**Tabla 97:****Resumen Punto de Equilibrio**

| Producto           | P. E Unidades | P. Equilibrio en \$ |
|--------------------|---------------|---------------------|
| Sacos de Adulto    | 786           | 15.725,52           |
| Sacos de Niño      | 68            | 820,46              |
| Gorras de Adulto   | 550           | 3.850,84            |
| Gorras de Niño     | 48            | 248,75              |
| Bufandas de Adulto | 520           | 4.679,39            |
| Bufandas de Niño   | 45            | 316,48              |
| Ponchos de Adulto  | 800           | 17.208,74           |
| Ponchos de Niño    | 70            | 904,81              |
| <b>Total</b>       | <b>2888</b>   | <b>43.755,00</b>    |

Elaborado por: La Autora

**Análisis**

El punto de equilibrio de la microempresa en donde no genera pérdida es de 2.888 unidades entre productos para adulto y niño, así también se determinó el punto de equilibrio en dólares el cual es de \$ 43.755,00.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

#### **6.1. OBJETIVO GENERAL**

Establecer una propuesta de estructura organizacional para el manejo eficiente de los recursos de la empresa.

#### **6.2. TIPO DE MICROEMPRESA**

La microempresa se constituirá como sociedad civil ya que se contará con el aporte de dos socios quienes contribuirán con una cierta cantidad de recursos monetarios.

La sociedad civil es un contrato que se lleva a cabo entre dos o más personas las cuales se obligan a contribuir a la empresa con algo en común. Este tipo de sociedad se encuentran bajo jurisdicción civil y se rigen al Código Civil según los artículos 1665 y 1708.

En la actualidad de conformidad con el artículo 19 de la Ley de Régimen Tributario, Ley Especial, todas las sociedades incluidas las civiles están obligadas a llevar contabilidad.

La administración de las sociedades civiles está encargada a los propios socios que pueden estipular en el contrato la forma de administración la cual puede ser: administración única, administración mancomunada y administración solidaria. Para esta microempresa se ha llegado al acuerdo de optar por una administración única.

#### **Derechos y obligaciones de los socios**

- Todo socio responde ante la sociedad por los daños y perjuicios que ésta haya sufrido por su culpa.

- Las pérdidas y ganancias se repartirán según lo establecido en el contrato, en caso de que solo se haya pactado un porcentaje para las ganancias ese mismo porcentaje se repartirá para las pérdidas.
- Los socios quedan obligados solidariamente con respecto a las deudas contraídas por la sociedad.

La microempresa al ser una sociedad civil pública es necesaria su inscripción en el registro mercantil por cuanto se necesita la siguiente documentación:

- Tres copias certificadas de la escritura pública de la constitución o reforma de los estatutos de la sociedad civil.
- Presentar original o copia del proceso acompañada de un oficio emitido por el juzgado de lo civil notificando la sentencia del Registro Mercantil del respectivo cantón, el proceso deberá contener la sentencia aprobada por el juez de lo civil y la notificación al señor Registrador Mercantil.
- Razón notarial ante el cual se celebró la escritura de constitución indicando de la aprobación de la sociedad.

### **6.3. CONFORMACIÓN DE LA MICROEMPRESA**

Entre los principales requisitos para la conformación de la empresa se detallan los siguientes:

- ✓ Registro Único de Contribuyentes. (RUC).
- ✓ Patente Municipal.
- ✓ Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

#### 6.4. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

La microempresa dedicada a la elaboración de tejidos artesanales se denominará:

**“TEJIDOS SILVISART”**

#### 6.5. LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA

*Gráfico 52*

*Logotipo de la Sociedad Civil*



Elaborado por: La Autora

#### 6.6. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DE LA MICROEMPRESA

##### 6.6.1. Misión

“TEJIDOS SILVISART” es una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tejidos artesanales en lana los cuales están dirigidos a las familias del cantón Tulcán, la microempresa ofrecerá prendas de vestir las mismas que cumplirán con las expectativas de los clientes en cuanto a diseño, colores.

### 6.6.2. Visión

Para el año 2022 “TEJIDOS SILVISART” será una empresa líder que destacará en la elaboración y comercialización de tejidos artesanales a nivel local y regional, brindando a sus clientes productos textiles diversificados, conquistando así un segmento de mercado más alto con diseños que sobrepasen expectativas, todo esto se respaldará con un alto nivel de atención a nuestros clientes con personal capacitado y motivado.

### 6.6.3. Objetivos empresariales

- Posicionar en el mercado a nuestra microempresa textil artesanal brindando a los clientes productos que cumplan con sus expectativas.
- Generar un sentido de pertenencia en cada uno de las personas que colaboran en la microempresa contribuyendo así al crecimiento empresarial.
- Crear asociaciones con los mejores proveedores a fin de proporcionar valor agregado a los productos que elabora y comercializa la microempresa.

### 6.6.4. Política

Superar las expectativas de los clientes tanto internos como externos, enfocándonos en la visión que tenemos para futuro a través de un adecuado trabajo en equipo que se encuentre reflejado en los productos que ofrecemos y en la atención hacia cada uno de nuestros clientes.

### 6.6.5. Valores institucionales

Los valores empresariales a los que se fundamentará la microempresa son los siguientes:

- **Responsabilidad:** implica contribuir en el crecimiento empresarial a través de la existencia de armonía en el entorno con la entrega a tiempo de los productos requeridos y con el trabajo a realizarse a diario.

- **Honestidad:** exige una conducta recta y transparente en el desarrollo de cada una de las actividades por parte de todas las personas que integran la microempresa.
- **Respeto:** demostrar consideración a cada uno de las personas que integran la microempresa demostrando amabilidad y aceptando las sugerencias del cliente interno y externo a fin de mejorar la productividad de todas las personas.
- **Liderazgo:** influir positivamente en las personas y equipos de trabajo a fin de que las actividades sean realizadas con entusiasmo lo cual contribuirá al logro de metas tanto individuales como empresariales.
- **Compromiso:** cumplir con las actividades planificadas de forma acertada contribuyendo a alcanzar el éxito empresarial.
- **Innovación:** mantener una mente creativa a fin de entregar productos que cumplan con las expectativas del cliente.

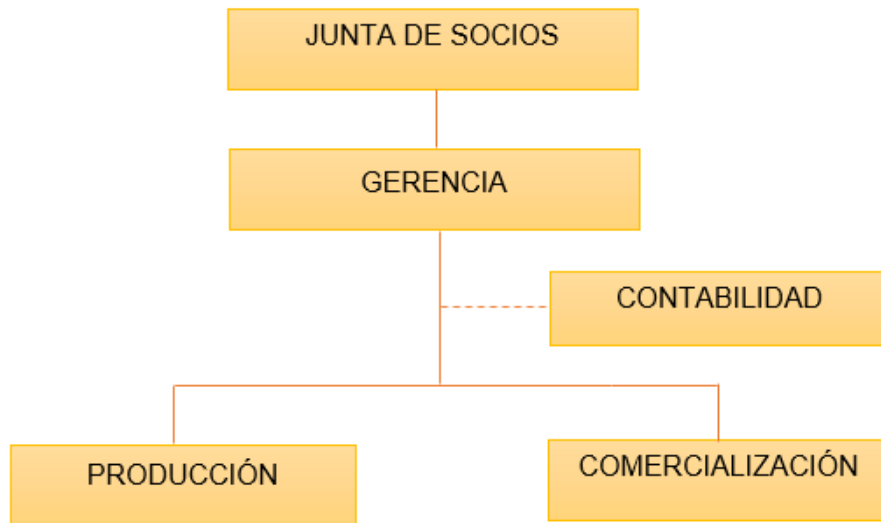
## **6.7. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **6.7.1. Estructura orgánica**

En la estructura organizacional se detallará los niveles de jerarquización y se establecerán las líneas de autoridad y las responsabilidades de cada una de las personas que integran la microempresa.



**Gráfico 53**  
**Organigrama Estructural**



Elaborado por: La Autora

## 6.7.2. Manual de funciones


La microempresa TEJIDOS SILVISART tendrá tres niveles orgánicos funcionales por lo que es necesario que se elabore un manual de funciones en el cual se detalle las responsabilidades, tareas y funciones a cumplirse en cada uno de los puestos.

### 6.7.2.1. JUNTA DE SOCIOS


Es el órgano supremo de la sociedad, se encarga de legislar las políticas que debe seguir la microempresa, así también se encarga de planificar y aprobar las metas anuales, programas y presupuestos, aprueba los reglamentos internos y en general toma decisiones para el desarrollo positivo de la microempresa.

La microempresa TEJIDOS SILVISART contará con tres socios capitalistas los cuales buscarán el bienestar institucional y su crecimiento durante el transcurso del tiempo.


### 6.7.2.2. UNIDAD ADMINISTRATIVA

|   |                                   |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |
|---|-----------------------------------|-------------|----------------------------|--------------|---------------------------|---------------|---------------------|---------------|----------------|
|    | <p><i>“TEJIDOS SILVISART”</i></p> |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |
| <p><b>MANUAL DE FUNCIONES</b></p>   |                                   |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |
| <p><b>CARGO:</b> Gerente General</p> <p><b>Jefe Inmediato:</b> Junta de Socios</p> <p><b>Descripción:</b> Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se desarrollen dentro de la microempresa de forma óptima.</p>  |                                   |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |
| <p><b>COMPETENCIAS</b></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>✓ Liderazgo</td> <td>✓ Capacidad de negociación</td> </tr> <tr> <td>✓ Iniciativa</td> <td>✓ Capacidad de planificar</td> </tr> <tr> <td>✓ Creatividad</td> <td>✓ Trabajo en equipo</td> </tr> <tr> <td>✓ Autocontrol</td> <td>✓ Proactividad</td> </tr> </table>  |                                   | ✓ Liderazgo | ✓ Capacidad de negociación | ✓ Iniciativa | ✓ Capacidad de planificar | ✓ Creatividad | ✓ Trabajo en equipo | ✓ Autocontrol | ✓ Proactividad |
| ✓ Liderazgo   | ✓ Capacidad de negociación        |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |
| ✓ Iniciativa  | ✓ Capacidad de planificar         |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |
| ✓ Creatividad   | ✓ Trabajo en equipo               |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |
| ✓ Autocontrol   | ✓ Proactividad                    |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |
| <p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ser el representante legal de la microempresa.</li> <li>✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.</li> <li>✓ Ser proactivo en la toma de decisiones.</li> <li>✓ Crear un ambiente de trabajo adecuado y orientado al bienestar de todos quienes integren la microempresa.</li> <li>✓ Preparar juntamente con las demás áreas de la microempresa los presupuestos.</li> <li>✓ Orientar al personal para alcanzar los objetivos planteados.</li> <li>✓ Realizar alianzas estratégicas con clientes y proveedores.</li> </ul> |                                   |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |
| <p><b>PERFIL</b></p> <p><b>Instrucción:</b> Estudios Superiores en Administración de Empresas.</p> <p><b>Formación:</b> Conocimiento en temas de liderazgo, administración de Talento Humano y administración financiera.</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínima de 6 meses en trabajos similares.</p> <p>Excelente presencia y buenas relaciones personales.</p>  |                                   |             |                            |              |                           |               |                     |               |                |

### 6.7.2.3. UNIDAD DE ASESORIA

|  |                              |
|--|------------------------------|
|   | <h2>“TEJIDOS SILVISART”</h2> |
| <h3>MANUAL DE FUNCIONES</h3>   |                              |
| <p><b>CARGO:</b> Contador</p> <p><b>Jefe Inmediato:</b> Gerente General</p> <p><b>Descripción:</b> Se encargará de las actividades contables, tributarias y financieras a fin de que haya un correcto funcionamiento de la microempresa.</p>   |                              |
| <p><b>COMPETENCIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Confidencialidad en el manejo de información</li> <li>✓ Capacidad de planificar</li> <li>✓ Trabajo en equipo</li> <li>✓ Responsabilidad</li> <li>✓ Analizar y sintetizar la información.</li> </ul>  |                              |
| <p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseñar un sistema contable para la microempresa.</li> <li>✓ realizar los roles de pago y las cancelaciones a los empleados de la microempresa.</li> <li>✓ Realizar el cálculo adecuado para el pago a las tejedoras conforme a los acuerdos legales.</li> <li>✓ Atender el pago de servicios básicos y otros pagos que sean necesarios para el giro del negocio.</li> <li>✓ Presentar informes y análisis financieros cuando estos sean requeridos.</li> <li>✓ Hacer uso de la información contable para la toma de decisiones.</li> </ul> |                              |
| <p><b>PERFIL</b></p> <p><b>Instrucción:</b> Estudios Superiores en la Carrera de contabilidad y Auditoria</p> <p><b>Formación:</b> Conocimiento en paquetes contables, análisis de información financiera y conocimiento en tributación.</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínima de 6 meses como contador autorizado CPA.</p> <p>Excelente presencia y buenas relaciones personales.</p>   |                              |

#### 6.7.2.4. UNIDAD DE PRODUCCIÓN

|   |                               |
|---|-------------------------------|
|    | <h2>“TEJIDOS SILVISART”</h2>  |
| <h3>MANUAL DE FUNCIONES</h3>  |                               |
| <p><b>CARGO:</b> Jefe de Producción (Trabajador 1)</p>  |                               |
| <p><b>Jefe Inmediato:</b> Gerente General</p>   |                               |
| <p><b>Descripción:</b> se encargará de la recepción y entrega de la materia prima, así mismo de la recepción de los productos semielaborados y su almacenaje y de la entrega de los productos terminados para su comercialización.</p>  |                               |
| <p><b>COMPETENCIAS</b></p>  |                               |
| <p>✓ Responsabilidad</p>  | <p>✓ Trabajo bajo presión</p> |
| <p>✓ Confiabilidad</p>  | <p>✓ Proactividad</p>         |
| <p>✓ Trabajo en Equipo</p>  | <p>✓ Dinamismo</p>            |
| <p><b>FUNCIONES</b></p>   |                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Recibir la materia prima y almacenarla adecuadamente tomando las especificaciones que se le asignen.</li> <li>✓ Entregar la materia prima correspondiente a las tejedoras.</li> <li>✓ Recibir y verificar que el producto semielaborado cumpla con las especificaciones que se han solicitado para la elaboración; así mismo el almacenaje de estos productos.</li> <li>✓ Llevar un control adecuado de los productos terminados. (KARDEX)</li> <li>✓ Garantizar un adecuado almacenaje y ubicación de los productos terminados</li> <li>✓ Despachar los productos terminados cuando sean requeridos.</li> </ul> |                               |
| <p><b>PERFIL</b></p>  |                               |
| <p><b>Instrucción:</b> Bachiller</p>  |                               |
| <p><b>Formación:</b> En carreras de contabilidad o afines y conocimiento en el correcto manejo de inventarios.</p>  |                               |
| <p><b>Experiencia:</b> Mínimo 3 meses en el manejo de inventarios o actividades afines.</p>   |                               |
| <p>Excelente presencia y buenas relaciones personales.</p>  |                               |



## *“TEJIDOS SILVISART”*

### MANUAL DE FUNCIONES

**CARGO:** Trabajador 2

**Jefe Inmediato:** Jefe de Producción

**Descripción:** Se encargará de dar los detalles finales al producto terminado y así también de correcto empaquetado y entrega de los mismos para el registro en bodega.

#### COMPETENCIAS

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Confiabilidad
- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Trabajo bajo presión
- ✓ Proactividad
- ✓ Dinamismo

#### FUNCIONES

- ✓ Dar los detalles finales a los productos que son entregados por las tejedoras. Dentro de estas actividades se detallan las siguientes: colocación de etiquetas colgantes y de nylon, colocación de cierres o botones en las prendas que lo requieran y planchado a vapor de cada una de las prendas.
- ✓ Empacado de los productos y entrega de los mismo al encargado de la bodega.

#### PERFIL

**Instrucción:** Bachiller

**Formación:** Técnicas en corte y confección

**Experiencia:** en el manejo de máquinas de coser y uso de planchas a vapor.

Excelente presencia y buenas relaciones personales.



## *“TEJIDOS SILVISART”*

### MANUAL DE FUNCIONES

**CARGO:** Tejedoras

**Jefe Inmediato:** Jefe de Producción

**Descripción:** Se encargarán de la elaboración de las prendas de vestir que se ofrecerán a los clientes.

#### COMPETENCIAS

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Creatividad
- ✓ Confiabilidad
- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Trabajo bajo presión
- ✓ Dinamismo

#### FUNCIONES

- ✓ Elaborar prendas de vestir conforme a las especificaciones que se le den a conocer.
- ✓ Contribuir de forma creativa para el diseño de los productos que la microempresa ofrece.
- ✓ Comprometerse a la entrega oportuna de los productos que se le establezcan.


#### PERFIL

**Instrucción:** Básico o bachillerato

**Experiencia:** En la elaboración de prendas de vestir, especialmente en la confección de tejidos de forma manual.

Excelente presencia y buenas relaciones personales.

### 6.7.2.5. UNIDAD DE COMERCIALIZACIÓN

|  |                                   |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |
|--|-----------------------------------|----------------|-------------|---------------------|-----------------|-------------------|-------------|--------------|--|
|   | <p><i>“TEJIDOS SILVISART”</i></p> |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |
| <p><b>MANUAL DE FUNCIONES</b></p>  |                                   |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |
| <p><b>CARGO:</b> Jefe de Ventas</p> <p><b>Jefe Inmediato:</b> Gerente General</p> <p><b>Descripción:</b> Se encargará de la comercialización de los productos y de mantener contacto con los posibles clientes.</p>  |                                   |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |
| <p><b>COMPETENCIAS</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">✓ Proactividad</td> <td style="width: 50%;">✓ Autonomía</td> </tr> <tr> <td>✓ Trabajo en equipo</td> <td>✓ Confiabilidad</td> </tr> <tr> <td>✓ Responsabilidad</td> <td>✓ Dinamismo</td> </tr> <tr> <td>✓ Tolerancia</td> <td></td> </tr> </table>  |                                   | ✓ Proactividad | ✓ Autonomía | ✓ Trabajo en equipo | ✓ Confiabilidad | ✓ Responsabilidad | ✓ Dinamismo | ✓ Tolerancia |  |
| ✓ Proactividad   | ✓ Autonomía                       |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |
| ✓ Trabajo en equipo  | ✓ Confiabilidad                   |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |
| ✓ Responsabilidad  | ✓ Dinamismo                       |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |
| ✓ Tolerancia   |                                   |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |
| <p><b>FUNCIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dirigir y controlar el proceso de comercialización de los productos.</li> <li>✓ Presentar informes de las ventas efectuadas.</li> <li>✓ Realizar alianzas estratégicas con los clientes.</li> <li>✓ Diseñar una base de datos de todos los clientes y posibles clientes.</li> <li>✓ Cumplir con los objetivos de venta establecidos.</li> <li>✓ Elaborar adecuadas políticas de cobranzas.</li> </ul> |                                   |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |
| <p><b>PERFIL</b></p> <p><b>Instrucción:</b> Bachiller</p> <p><b>Formación:</b> Conocimiento en temas relacionado a ventas, estrategias de publicidad y comercialización.</p> <p><b>Experiencia:</b> Mínima de 6 meses en ventas.</p> <p>Excelente presencia y buenas relaciones personales.</p>  |                                   |                |             |                     |                 |                   |             |              |  |

## CAPITULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar los principales impactos que el proyecto puede generar durante su desarrollo.

#### 7.2. Evaluación de impactos

La evaluación de impactos que originará de la ejecución del proyecto de elaboración y comercialización de tejidos artesanales en lana se establecerán a través de la matriz de impactos mediante una escala por niveles de impacto.

**Tabla 98:**

*Valoración de los Impactos*

| Niveles        | Valoración |
|----------------|------------|
| Alto positivo  | 3          |
| Medio positivo | 2          |
| Bajo positivo  | 1          |
| No hay impacto | 0          |
| Bajo Negativo  | -1         |
| Medio Negativo | -2         |
| Alto Negativo  | -3         |

Elaborado por: La Autora

**Fórmula para determinar el impacto:**

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma \text{ de impactos}}{\# \text{ de indicadores}}$$



### 7.3.1. Impacto económico

*Tabla 99:*

#### *Impacto Económico*

| <b>Nivel de impacto</b> | <b>-3</b> | <b>-2</b> | <b>-1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>Total</b> |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| <b>Indicador</b>        |           |           |           |          |          |          |          |              |
| Ingresos                |           |           |           |          |          | X        |          | 2            |
| Rentabilidad            |           |           |           |          |          |          | X        | 3            |
| Efecto Multiplicador    |           |           |           |          |          | X        |          | 2            |
| Empleo                  |           |           |           |          |          |          | X        | 3            |
| <b>Total</b>            |           |           |           |          |          |          |          | <b>10</b>    |

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ de\ impacto = \frac{10}{4}$$

*Nivel de impacto = 2,5 Impacto Alto Positivo*

#### **Análisis**

La creación de la Microempresa “TEJIDOS SILVISART” desde el punto de vista Económico genera un impacto Alto Positivo ya que con la puesta en marcha de este proyecto se aumenta la producción en cuanto a prendas textiles elaboradas manualmente lo que contribuye al incremento del Producto Interno Bruto relacionado a textiles y artesanías. A demás, brinda efectos positivos para la microempresa ya que con un adecuado nivel de ingresos se podrá cumplir con las obligaciones respectivas hacia los trabajadores, proveedores y socios capitalistas que intervienen en el desarrollo del proyecto, convirtiéndose en una fuente generadora de empleo.

Por otra parte, al mejorar los ingresos familiares se aumentará la capacidad de adquisición lo cual contribuirá al crecimiento y desarrollo de la ciudad mediante un efecto multiplicador.

### 7.3.2. Impacto social

*Tabla 100:*

*Impacto Social*

| Nivel de impacto                    | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total    |
|-------------------------------------|----|----|----|---|---|---|---|----------|
| Indicador                           |    |    |    |   |   |   |   |          |
| Generación de empleo                |    |    |    |   |   |   | X | 3        |
| Calidad de vida                     |    |    |    |   |   |   | X | 3        |
| Satisfacción de necesidades básicas |    |    |    |   |   |   | X | 3        |
| <b>Total</b>                        |    |    |    |   |   |   |   | <b>9</b> |

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ de\ impacto = \frac{9}{3}$$

*Nivel de impacto = 3 Impacto Alto Positivo*

#### Análisis

Desde el punto de vista social este proyecto tiene un impacto alto positivo, ya que con la implementación de la microempresa se generan nuevas fuentes de empleo en diferentes áreas, entre la más principal la mano de obra artesanal que en muchas ocasiones no es valorada adecuadamente, además permitirá mejorar la calidad de vida de las personas que se encuentran involucradas con el desarrollo de este proyecto, permitiendo así satisfacer las necesidades básicas de todos los involucrados.

### 7.3.3. Impacto ambiental

**Tabla 101:**

***Impacto Ambiental***

| <b>Nivel de impacto</b> | <b>-3</b> | <b>-2</b> | <b>-1</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>Total</b> |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| <b>Indicador</b>        |           |           |           |          |          |          |          |              |
| Contaminación           |           | X         |           |          |          |          |          | -2           |
| Manejo de desechos      |           |           |           |          | X        |          |          | 1            |
| Ruido                   |           |           | X         |          |          |          |          | -1           |
| <b>Total</b>            |           |           |           |          |          |          |          | <b>-2</b>    |

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ de\ impacto = \frac{-2}{3}$$

***Nivel de impacto = -0,5 Impacto Bajo Negativo***

#### **Análisis**

El proceso de elaboración de los tejidos artesanales genera un impacto bajo negativo ya que el trabajo será realizado en su mayoría manual siendo este un punto a favor para contribuir al cuidado del medio ambiente, sin embargo, en el proceso de acabados existe el desecho de pequeños residuos que no se consideran nocivos para el medio ambiente, así como también la existencia mínima de ruidos por lo que para minimizar la contaminación en su totalidad se dará un trato adecuado específicamente a los desechos.

### 7.3.4. Impacto Cultural

**Tabla 102:**

***Impacto Cultural***

| Nivel de impacto        | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | Total |          |
|-------------------------|----|----|----|---|---|---|---|-------|----------|
| Indicador               |    |    |    |   |   |   |   |       |          |
| Identificación Cultural |    |    |    |   |   |   |   | X     | 3        |
| Tradiciones             |    |    |    |   |   |   |   | X     | 3        |
| <b>Total</b>            |    |    |    |   |   |   |   |       | <b>6</b> |

Elaborado por: La Autora

$$Nivel\ de\ impacto = \frac{6}{3}$$

*Nivel de impacto = 3 Impacto Alto Positivo*

### **Análisis**

Desde el punto de vista Cultural el presente proyecto tiene un impacto alto positivo ya que tiene una importancia cultural elevada ya que a través de la elaboración de los tejidos elaborados artesanalmente se da a conocer la existencia del legado cultural en lo referente a la elaboración manual de diferentes productos; por otra parte también contribuye al sector en donde se realizará la comercialización siendo el cantón Tulcán un lugar lleno de cultura y tradición que debe ser conocida por propios y extraños.

## CONCLUSIONES

Al culminar con el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tejidos artesanales, en la ciudad de Ibarra se concluye que si es factible invertir en el desarrollo del proyecto.

Con el análisis del diagnóstico situacional se reafirmó que la ciudad de Ibarra posee características óptimas para la implementación de la microempresa ya que en especial cuenta con la mano de obra requerida, así también, se pudo determinar que el Cantón Tulcán tiene las características adecuadas en especial su clima para la comercialización de los productos.

Mediante el estudio de mercado se pudieron identificar la demanda y oferta de las prendas de vestir elaboradas artesanalmente, datos que confirmaron la existencia de demanda insatisfecha, la cual se convierte en un mercado disponible que la microempresa puede captar.

Por otra parte, mediante el estudio técnico se determinó que la microempresa cuenta con las capacidades operativas necesarias para dar inicio con sus actividades, siendo la materia prima, la mano de obra y la facilidad de movilidad puntos clave en el desarrollo del proyecto.

A través del estudio financiero se pudo ratificar la factibilidad del proyecto, ya que mediante un adecuado análisis de diferentes indicadores como el TIR el cual es de 12,15%; VAN de \$ 8.522,60, periodo de recuperación de la inversión en 4 años y 6 meses y la Relación Costo Beneficio que es de \$ 0,13 por cada dólar invertido se demostró que en el futuro el proyecto de implementar una microempresa de tejidos artesanales tendrá resultados favorables.

Con la implementación de una estructura orgánica funcional dentro de la microempresa se logrará un manejo adecuado de los recursos; así también, contribuirá al desempeño de los trabajadores en

cada una de las actividades a desarrollarse, lo cual ayudará al cumplimiento de los objetivos institucionales.

En cuanto al análisis de los impactos económicos, sociales, ambientales y culturales se pudo determinar que el proyecto genera un nivel de impacto alto positivo, lo cual contribuye a demostrar que la factibilidad del proyecto no solo se encuentra reflejada en términos monetarios o financieros sino también demuestran que es una microempresa amigable con el medio ambiente y con la sociedad ya que los procesos que se desarrollan en la microempresa tienen un nivel bajo de impacto.

## RECOMENDACIONES

Una vez concluido con el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de tejidos artesanales se recomienda invertir en este proyecto ya que cuenta con factores favorables.

La microempresa cuenta con proyecciones de crecimiento a futuro a nivel regional por tanto se recomienda actualizar periódicamente el diagnóstico situacional considerando los Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos a fin de establecer estrategias y tomar decisiones.

Es recomendable enfocar todos los esfuerzos en satisfacer las expectativas de los clientes que tienen aceptación por el producto, ya que cuando se trata de publicidad se considera la mejor aquella que da testimonio de un producto que ha cumplido con las exigencias de los clientes, esto a demás contribuirá a sus planes de crecimiento.

Dentro del estudio técnico se recomienda tomar como base los datos establecidos dentro del capítulo en cuanto a las inversiones y a la ubicación de la microempresa, además se recomienda actualizar cada año los costos y precios a fin de obtener datos reales en la elaboración de presupuestos anuales.

En lo referente al apalancamiento financiero se recomienda que las personas encargadas velen por la deuda que se contrajo para el desarrollo del proyecto evitando así el pago de un mayor porcentaje de intereses, además se recomienda no acceder a más créditos del que ya se estableció en el desarrollo del estudio de factibilidad evitando así el sobreendeudamiento que puede ser perjudicial para el crecimiento de la microempresa.

Uno de los recursos más importantes de una institución es el recurso humano por ende se recomienda dar a conocer a todos quienes están involucrados en la microempresa la filosofía, los objetivos, las políticas, la estructura organizacional y el manual de funciones a fin de que el personal se encuentre informado y enlace sus objetivos personales con los institucionales, generando un sentido de pertenencia que contribuirá a cuidar y manejar eficientemente los demás recursos de la empresa.

En cuanto a los impactos se recomienda que sean actualizados cada año a fin de que la microempresa pueda realizar un plan de contingencia que permita mitigarlos o controlarlos en caso de que sea imposible de eliminarlos en su totalidad.

Además, se recomienda que se realicen investigaciones cada cierto tiempo a fin de que la microempresa tenga datos reales y verídicos que le permitan implementar estrategias y tomar decisiones conforme a la situación actual en que se encuentre el país, la provincia, el cantón o la ciudad en que se esté desarrollando el proyecto.



## BIBLIOGRAFÍA

- Araujo, A. D. (2012). *Proyectos De Inversion*. Mexico: Trillas.
- Baca, U. G. (2010). *Evaluacion De Proyectos*. Mexico, D. F.: Mc Graw Hill.
- Berk & Otros, J. (2010). *Fundamentos De Finanzas Corporativas*. Madrid: Pearson.
- Bonilla, M. B. (2008). *Impacto, Impacto Social Y Evaluación Del Impacto* . Obtenido De [Http://Bvs.Sld.Cu/Revistas/Aci/Vol15\\_3\\_07/Aci08307.Htm](Http://Bvs.Sld.Cu/Revistas/Aci/Vol15_3_07/Aci08307.Htm)
- Caviedes, Y. (Mayo De 2014). *Prezi*. Obtenido De Impacto Ambiental,Social Y Economico De Un Proyecto : <Https://Prezi.Com/Rm0xq6qirtag/Impacto-Ambiental-Social-Y-Economico-Del-Proyecto/>
- Chain, N. S. (2011). *Proyectos De Inversion*. Chile: Pearson.
- Ferrell & Otros, C. (2012). *Introducción A Los Negocios En Un Mundo Cambiante*. México: Mcgraw-Hill.
- Fontaine, E. (2008). *Evaluacion Social De Proyectos* . Mexico: Pearson .
- Galindo, C. J. (2008). *Manual Para La Creacion De Empresas* . Ecoe Ediciones .
- Gitman, L. &. (2012). *Principios De La Administración Financiera* . Mexico: Pearson .
- Guajardo, C. G. (2014). *Contabilidad Financiera*. México, D.F.: Mc Graw Hill Education.
- Hernández & Otros, A. (2008). *Formulación Y Evaluación De Proyectos De Inversión*. Mexico D.F., Mexico : Cengage Learning Editores S.A.
- Meza, O. J. (2010). *Evaluación Financiera De Proyectos*. Bogotá, Colombia: Ecoe. Ediciones.
- Moscoso, G. M. (2015). *Los Proyectos De Inversion Agropecuaria En Un Agroecosistema Sostenible*. Riobamba, Ecuador: La Caracola.
- Murcia, M. J. (2009). *Proyectos, Formulación Criterios De Evaluación*. Bogotá, Colombia : Alfaomega.

- Pacheco, C. C. (2014). *Presupuestos Un Enfoque Gerencial*. Mexico D.F., Mexico : Cempro.
- Prieto, H. J. (2008). *Gestion Estrategica Organizacional* . Bogotá : Ecoe Ediciones .
- Prieto, H. J. (2009). *Proyectos Enfoque Gerencial*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Udale, J. (2008). *Diseño Textil Tejidos Y Tecnicas*. Barcelona, España : Gustavo Gili.
- Varela, V. R. (2010). *Evaluación Económica De Proyectos De Inversión*. Bogotá, Colombia: Mc Graw Hill.
- Zapata, S. P. (2011). *Contabilidad General Con Base En Las Niif*. Bogotá, Colombia: Mc-Graw-Hill.

## LINKOGRAFÍA

- ✓ Wikipedia obtenido de  
[https://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra\\_\(Ecuador\)#Demograf.C3.ADa](https://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_(Ecuador)#Demograf.C3.ADa)
- ✓ Ecuador en cifras obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- ✓ Eko-negocios. Obtenido de  
<http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1300.pdf>
- ✓ Pro-ecuador. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-textiles-tejidos-a-mano-en-estados-unidos-2014/>
- ✓ Monografías. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion-cualitativa2.shtml>
- ✓ En Contexto. Obtenido de  
<http://encontexto.com/temas/investigacion/metodologia-de-la-investigacion-2-328.html>
- ✓ Empresa Actualidad. Obtenido de  
<http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- ✓ Textiles y tipode de tejidos. Obtenido de  
<http://textilesytiposdetejidos.blogspot.com/2008/02/textiles-y-tipos-de-tejidos.html>
- ✓ Artesanos Ecuador. Obtenido de  
[http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&idiom=1\(21 de 06 de 2014\).](http://www.artesanosecuador.com/contenidos.php?menu=2&submenu1=35&idiom=1(21 de 06 de 2014).)

# ANEXOS

## Anexo 1



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES**

**Objetivo:** recopilar información directa de los consumidores acerca de tejidos artesanales con el fin de determinar el nivel de aceptación hacia este tipo de artesanías.

**1. ¿Utiliza usted prendas de vestir hechas de lana? (si su respuesta es negativa avance a la pregunta No. 7).**

| Alternativa |  |
|-------------|--|
| Si          |  |
| No          |  |

**2. ¿A su criterio las prendas de vestir hechas de lana que usted adquiere son elaborados mediante?**

| Alternativa               |  |
|---------------------------|--|
| Procesos Industrializados |  |
| Procesos manuales         |  |

**3. ¿Qué cantidad de prendas de vestir de lana adquiere usted anualmente?**

|                 | Alternativa  |  |
|-----------------|--------------|--|
| <b>Sacos</b>    | Una Prenda   |  |
|                 | Dos Prendas  |  |
|                 | Tres prendas |  |
| <b>Gorras</b>   | Una Prenda   |  |
|                 | Dos Prendas  |  |
|                 | Tres prendas |  |
| <b>Bufandas</b> | Una Prenda   |  |
|                 | Dos Prendas  |  |
|                 | Tres prendas |  |

|                |              |  |
|----------------|--------------|--|
| <b>Ponchos</b> | Una Prenda   |  |
|                | Dos Prendas  |  |
|                | Tres prendas |  |

**4. Las prendas de vestir que usted adquiere son para uso de:**

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Alternativa</b> |  |
| Niños              |  |
| Adultos            |  |

**5. ¿Cuál de los siguientes aspectos considera usted más importante a la hora de adquirir prendas de vestir elaboradas en lana?**

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Alternativa</b> |  |
| Diseño             |  |
| Precio             |  |
| Durabilidad        |  |

**6. ¿Habitualmente donde adquiere usted prendas de vestir elaboradas en lana?**

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Alternativa</b> |  |
| Mercado            |  |
| Almacenes          |  |
| Otros              |  |

**7. ¿Le gustaría adquirir tejidos elaborados totalmente a mano? Si su respuesta es negativa la encuesta a terminado y gracias por su colaboración.**

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Alternativa</b> |  |
| Si                 |  |
| No                 |  |

8. De las siguientes prendas de vestir escoja aquella que sea de su mayor preferencia.

| Alternativa |  |
|-------------|--|
| Sacos       |  |
| Gorras      |  |
| Bufandas    |  |
| Ponchos     |  |

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por tejidos elaborados totalmente a mano?

|                 | Alternativa    |  |
|-----------------|----------------|--|
| <b>Sacos</b>    | De \$20 a \$25 |  |
|                 | De \$26 a \$30 |  |
|                 | Más de \$ 31   |  |
| <b>Gorras</b>   | De \$6 a \$7   |  |
|                 | De \$8 a \$9   |  |
|                 | Más de \$ 10   |  |
| <b>Bufandas</b> | De \$8 a \$9   |  |
|                 | De \$10 a \$11 |  |
|                 | Más de \$12    |  |
| <b>Ponchos</b>  | De \$25 a \$30 |  |
|                 | De \$31 a \$35 |  |
|                 | Más de \$36    |  |

10. ¿Cuáles de los siguientes colores es de su preferencia en los tejidos en lana?

| Alternativa       |  |
|-------------------|--|
| Claros Llamativos |  |
| Neutrales         |  |
| Obscuros          |  |

11. ¿Qué medio publicitario es de su mayor preferencia?

| Alternativa |  |
|-------------|--|
| Folletos    |  |
| Internet    |  |

**Anexo 2**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**  
**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS VENDEDORES**

1. ¿Comercializa productos elaborados en lana?
2. ¿Cuántas prendas de vestir elaboradas en lana vende aproximadamente al mes??
2. ¿De las prendas que usted vende cuales son las de mayor consumo por parte de los clientes? ¿Sacos, gorras, bufandas, ponchos?
3. ¿En cuanto a los colores cuales cree que son de mayor preferencia por parte del consumidor?
4. ¿Cuáles son los precios de cada uno de los productos que oferta elaborados en lana?
5. ¿Cree usted que los productos elaborados manualmente en lana tienen aceptación por parte de los clientes?
6. ¿Estaría usted dispuesto a adquirir productos elaborados manualmente en lana?



**Anexo 3***Materia Prima para Productos de Adulto*

| <b>Adultos</b>  | <b>Madeiras por producto</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|-----------------|------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>Sacos</b>    | <b>4,5</b>                   | 1761     | 1929     | 2101     | 2278     | 2460     | 2647     |
| <b>Gorras</b>   | <b>1,5</b>                   | 1232     | 1401     | 1574     | 1753     | 1936     | 2124     |
| <b>Bufandas</b> | <b>2</b>                     | 1165     | 1324     | 1488     | 1656     | 1830     | 2008     |
| <b>Ponchos</b>  | <b>5</b>                     | 1793     | 1967     | 2147     | 2331     | 2520     | 2715     |

| <b>Adultos</b>  | <b>0</b>     | <b>1</b>     | <b>2</b>     | <b>3</b>     | <b>4</b>     | <b>5</b>     |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Sacos</b>    | 7926         | 8680         | 9455         | 10251        | 11069        | 11909        |
| <b>Gorras</b>   | 1849         | 2101         | 2361         | 2629         | 2904         | 3186         |
| <b>Bufandas</b> | 2329         | 2648         | 2976         | 3313         | 3659         | 4015         |
| <b>Ponchos</b>  | 8965         | 9837         | 10734        | 11655        | 12601        | 13573        |
| <b>Total</b>    | <b>21069</b> | <b>23267</b> | <b>25526</b> | <b>27848</b> | <b>30233</b> | <b>32684</b> |

*Materia Prima para Productos de Niño*

| <b>Niños</b> | <b>Madeiras por producto</b> | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|--------------|------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Sacos        | <b>2</b>                     | 153      | 168      | 183      | 198      | 214      | 230      |
| Gorras       | <b>1</b>                     | 107      | 122      | 137      | 152      | 168      | 185      |
| Bufandas     | <b>1,5</b>                   | 101      | 115      | 129      | 144      | 159      | 175      |
| Ponchos      | <b>2,5</b>                   | 156      | 171      | 187      | 203      | 219      | 236      |

| <b>Niños</b> | <b>0</b>   | <b>1</b>    | <b>2</b>    | <b>3</b>    | <b>4</b>    | <b>5</b>    |
|--------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Sacos        | 306        | 335         | 365         | 396         | 428         | 460         |
| Gorras       | 107        | 122         | 137         | 152         | 168         | 185         |
| Bufandas     | 152        | 173         | 194         | 216         | 239         | 262         |
| Ponchos      | 390        | 428         | 467         | 507         | 548         | 590         |
| <b>Total</b> | <b>955</b> | <b>1058</b> | <b>1163</b> | <b>1271</b> | <b>1383</b> | <b>1497</b> |

*Detalle del pago de Mano de Obra Directa Unitario por producto para Adulto*

| <b>Adultos</b>  | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Sacos           | 1761     | 1929     | 2101     | 2278     | 2460     | 2647     |
| Precio Unitario | \$4,50   | \$4,55   | \$4,60   | \$4,65   | \$4,71   | \$4,76   |
| Gorras          | 1232     | 1401     | 1574     | 1753     | 1936     | 2124     |
| Precio Unitario | \$2,00   | \$2,02   | \$2,05   | \$2,07   | \$2,09   | \$2,11   |
| Bufandas        | 1165     | 1324     | 1488     | 1656     | 1830     | 2008     |
| Precio Unitario | \$3,00   | \$3,03   | \$3,07   | \$3,10   | \$3,14   | \$3,17   |
| Ponchos         | 1793     | 1967     | 2147     | 2331     | 2520     | 2715     |
| Precio Unitario | \$5,00   | \$5,06   | \$5,11   | \$5,17   | \$5,23   | \$5,29   |

*Mano de Obra Directa para Adulto*

| <b>Adultos</b>  | <b>0</b>   | <b>1</b>   | <b>2</b>    | <b>3</b>    | <b>4</b>    | <b>5</b>    |
|-----------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Sacos</b>    | \$7.926,23 | \$8.777,48 | \$9.668,11  | \$10.599,61 | \$11.573,51 | \$12.591,40 |
| <b>Gorras</b>   | \$2.464,71 | \$2.833,27 | \$3.219,54  | \$3.624,22  | \$4.048,00  | \$4.491,61  |
| <b>Bufandas</b> | \$3.494,19 | \$4.016,69 | \$4.564,31  | \$5.138,01  | \$5.738,80  | \$6.367,70  |
| <b>Ponchos</b>  | \$8.965,19 | \$9.947,66 | \$10.975,70 | \$12.051,05 | \$13.175,47 | \$14.350,82 |

*Detalle del pago de Mano de Obra Directa Unitario por producto para niño*

| <b>Niños</b>    | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>Sacos</b>    | 153      | 168      | 183      | 198      | 214      | 230      |
| Precio Unitario | \$3,50   | \$3,54   | \$3,58   | \$3,62   | \$3,66   | \$3,70   |
| <b>Gorras</b>   | 107      | 122      | 137      | 152      | 168      | 185      |
| Precio Unitario | \$1,50   | \$1,52   | \$1,53   | \$1,55   | \$1,57   | \$1,59   |
| <b>Bufandas</b> | 101      | 115      | 129      | 144      | 159      | 175      |
| Precio Unitario | \$2,00   | \$2,02   | \$2,05   | \$2,07   | \$2,09   | \$2,11   |
| <b>Ponchos</b>  | 156      | 171      | 187      | 203      | 219      | 236      |
| Precio Unitario | \$4,00   | \$4,04   | \$4,09   | \$4,14   | \$4,18   | \$4,23   |

*Mano de Obra Directa para Niño*

| <b>Niños</b>    | <b>0</b> | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|-----------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| <b>Sacos</b>    | \$536,07 | \$593,65 | \$653,88 | \$716,88 | \$782,75 | \$851,59 |
| <b>Gorras</b>   | \$160,74 | \$184,78 | \$209,97 | \$236,36 | \$264,00 | \$292,93 |
| <b>Bufandas</b> | \$202,56 | \$232,85 | \$264,60 | \$297,86 | \$332,68 | \$369,14 |
| <b>Ponchos</b>  | \$623,67 | \$692,01 | \$763,53 | \$838,33 | \$916,55 | \$998,32 |

## Anexo 4

## MODELO DE COMPUTADOR



The screenshot shows the POINT website interface. On the left is a vertical navigation menu with the following categories: Categorías, Computadoras, Celulares, Hogar, Tablets, Impresoras, Música, Audio, and Video. The 'Computadoras' category is highlighted. On the right, a product card displays an HP laptop. Below the image, the text reads 'LAPTOP HP-14-AM009LA' and 'Precio: \$799.00 \*Incluye IVA'. A shopping cart icon is located at the bottom right of the product card.

## PLANCHA VERTICAL DE VAPOR



The screenshot shows the TVentas website interface. At the top is the TVentas logo with the tagline 'Innovamos para transformar tu vida'. Below the logo is an image of a vertical steam iron. The product code 'ELEC-145053' and a 'VIDEO' icon are visible. The product name is 'VAPORIZADOR DE ROPA ELECTROLUX...'. The pricing information is: 'Precio Normal \$499.00', 'Precio con Descuento \$168.35', and '6 cuotas sin intereses \$28.06'. An orange button at the bottom says 'ANADIR AL CARRITO'.

### IMPRESORA MULTIFUNCIÓN



### TELÉFONOS INALÁMBRICOS



### MÁQUINA DE COSER

