



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA**

INFORME FINAL DEL TRABAJO DE GRADO

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y ALQUILER DE VESTIDOS DE NOVIA Y QUINCEAÑERA EN EL CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD SUPERIOR YAUDITORIA CPA.**

AUTORA: FUENTES, V. Mariela P.

ASESOR: Dr. CPA. CERVANTES, César MBA.

IBARRA, DICIEMBRE 2010

DEDICATORIA

Este trabajo de grado está dedicado a Dios que me ha dado la oportunidad de estudiar y culminar con mi carrera y ser útil para la sociedad.

A mis padres que con inmenso sacrificio se han preocupado por brindarme la educación con su ejemplo de persistencia, firmeza y cariño con el que día a día han sabido inculcarme buenos valores indicándome que lo que se comienza se termina.

A mi hermana quien con su conocimiento supo orientarme de mejor manera para la elaboración de una parte importante del proyecto.

A mi hija que constituye la fortaleza y valor de superación diaria y a la cual debo proporcionarle buen ejemplo.

A mi esposo por apoyarme en todo momento en la consecución de este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos quienes conforman la Universidad Técnica del Norte los mismos que se esfuerzan día a día para formar nuevos profesionales de calidad y con calidez.

A los catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas que me han brindado sus conocimientos durante los cinco años de educación.

Al Dr. César Cervantes, profesional en el área de Contabilidad quien con sus amplios conocimientos, valores y filosofía supo guiar el presente trabajo hasta su consecución.

Para terminar el agradecimiento a todas las personas que colaboraron en la investigación con datos reales, ya que sin ellos no hubiera sido posible la realización del presente proyecto.

AUTORÍA

Yo, Mariela Paola Fuentes Vallejos declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Firma

ÍNDICE

Portada	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Autoría	iv
Índice	v
Resumen Ejecutivo	xii
They summarize executive	xiii
Presentación	xiv

CAPÍTULO 1

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes	1
1.2 Objetivos del diagnóstico	2
1.2.1 Objetivo general	
1.2.2 Objetivos específicos	
1.2.3 Variables	3
1.3 Indicadores	
1.3.1 Materia prima e insumos	4
1.3.2 Confección	
1.3.3 Comercialización	
1.3.4 Contable	
1.3.5 Talento Humano	
1.3.6 Estructura organizacional y legal	5
1.4 Matriz de relación diagnóstica	6
1.5 Identificación de la población	7
1.6 Cálculo de la muestra	
1.7 Fórmula de cálculo	
1.8 Diseño de instrumentos de investigación	8
1.8.1 Información primaria	
1.8.2 Información secundaria	
1.9 Evaluación de la información	9
1.9.1 Evaluación de la información de las señoritas de edades entre 14 y 25 años	
1.9.2 Evaluación de la información de los padres de las señoritas de edades entre 14 y 25 años	
1.9.3 Informe de la entrevista realizada a dueños de locales de Ibarra	20
1.9.4 Matriz FODA	22
1.9.4.1 Análisis de la información a través de la matriz de estrategias	23

1.10 Identificación del problema	25
CAPÍTULO II	
BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS	
2.1 La microempresa	26
2.1.1 Características de la microempresa	
2.2.1 Niveles de la microempresa	
2.1.2.1 Microempresa de subsistencia	
2.1.2.2 Microempresa de expansión	27
2.1.2.3 Microempresa de transformación	
2.2 La empresa	
2.2.1 Clasificación y características de la empresa	28
2.2.1.1 Por su naturaleza	
2.2.1.2 Por el sector al que pertenecen	
2.2.1.3 Por la integración del capital	
2.4 Administración	29
2.4.1 Importancia de la administración	
2.4.2 Concepto de unidad productiva	30
2.4.2.1 Cultura organizacional	
2.5 Concepto de contabilidad	31
2.5.1 Transacciones comerciales	
2.5.2 Ecuación contable	
2.5.3 Contabilidad de costos	32
2.5.3.1 Propósitos de la contabilidad de costos	33
2.5.4 Costos	34
2.5.5 Elementos del costo	
2.5.5.1 Materia prima directa	
2.5.5.2 Materia prima indirecta	
2.5.5.3 Materiales consumibles	
2.5.5.4 Mano de obra directa	
2.5.5.5 Mano de obra indirecta	35
2.5.5.6 Gastos generales de fabricación	
2.5.6 Gastos	
2.5.6.1 Gastos de administración	
2.5.6.2 Gastos de ventas	
2.5.6.2 Gastos financieros	
2.5.7 Precio	
2.6 Estados financieros	36
2.6.1 Balance general	
2.6.2 Estado de resultados	
2.6.3 Estado de cambios en el patrimonio	
2.6.4 Estado de flujo de fondos	
2.6.5 Estado de flujo de efectivo	37
2.7 Los inventarios	
2.7.1 Control interno	
2.7.2 Métodos de valuación de inventarios	

2.7.2.1 Método PEPS	38
2.7.2.2 Método UEPS	
2.7.2.3 Método Promedio Ponderado	
2.8 Análisis Financiero	
2.8.2 Análisis de tendencias	39
2.8.3 Análisis con indicadores financieros	
2.8.4 Índices de liquidez	
2.8.4.1 Prueba ácida	
2.8.5 Índices de solvencia (endeudamiento)	
2.8.5.1 Índice de deuda	40
2.8.6 Índices de actividad	
2.8.6.1 Índices de inventarios	
2.8.7 Índices de rentabilidad	
2.8.7.1 Margen de utilidad neta	
2.8.8 Punto de equilibrio	
2.8.8.1 Costos fijos	41
2.8.8.2 Costos variables	
2.8.9 Costo de oportunidad	
2.9 Comercialización	
2.9.1 Canal de distribución	
2.9.2 Tipos de canales de distribución	42
2.9.2.1 Canal directo	
2.9.2.2 Canal indirecto	
2.10 Confección	43
2.10.1 Definición	
2.10.2 Importancia	44
2.10.3 Indicaciones generales	
2.10.4 Útiles y herramientas que se utilizan en corte y confección	45
2.10.5 La moda	
2.10.6 Modelos	
2.10.7 El vestido	46
2.10.7.1 Importancia del arte de vestir	
2.10.7.2 Evolución del vestido	
2.10.7.3 Clasificación de los vestidos en modistería	47
2.10.7.4 Vestido de novia	48
2.10.7.5 Accesorios de la novia	50
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DE MERCADO	
3.1 Presentación	51
3.2 Identificación del producto o servicio, con análisis cualitativo y cuantitativo de sus características.	
3.2.1 El producto	
3.3 Mercado meta	52
3.4 Segmento de mercado	
3.5 Identificación de la demanda	53

3.6 Proyección de la demanda	
3.7 Análisis de la competencia	54
3.8 Proyecciones de precios, costos y flujos de caja	
3.8.1 Costo de producción	56
3.8.1.1 Materia prima directa	57
3.8.1.2 Mano de obra directa	59
3.8.1.3 Gastos indirectos de fabricación	60
3.8.2 Proyección de ventas, costos y gastos	61
3.8.2.1 Precio de venta	
3.9 Canales de comercialización	63
3.9.1 Estrategias de comercialización	
3.9.1.1 Estrategias de plaza	
3.9.1.2 Estrategias de producto	64
3.9.1.3 Estrategias de precio	
3.10 Conclusiones del estudio	65

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO – INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.1 Macro y micro localización	66
4.1.1 Macro localización	
4.1.2 Micro localización	
4.2 Ubicación de la planta	67
4.3 Diseño de instalaciones	68
4.4 Distribución de la planta	69
4.4.1 Área Administrativa	
4.4.2 Área de confección	70
4.5 Nombre de la microempresa “FECHAS INOLVIDABLES”	
4.5.1 Propuesta administrativa	
4.5.1.1 Misión	
4.5.1.2 Visión	
4.5.1.3 Políticas	
4.5.1.4 Objetivos	71
4.5.1.5 Valores	72
4.5.2 Organización y administración de la microempresa	
4.5.2.1 Estructura orgánica de la microempresa	
4.5.3 Funciones y descripción del puesto	73
4.5.3.1 Gerente propietaria	
4.5.3.2 Contador	74
4.5.3.3 Tesorero	75
4.5.3.4 Secretaria	
4.5.3.5 Vendedor	76
4.5.3.6 Modista	
4.6 Flujograma del proceso de producción de los vestidos	77
4.6.1 Diagrama de bloques	
4.6.1.1 Elaboración de vestido	
4.6.1.2 Elaboración del ramo	78

4.6.1.3 Elaboración del porta anillos	
4.6.1.4 Elaboración de las ligas	79
4.7 Presupuesto técnico	
4.7.1 Inversiones fijas	
4.7.1.1 Terreno	
4.7.1.2 Infraestructura civil	80
4.7.1.3 Vehículo	
4.7.1.4 Muebles y encerres	81
4.7.1.5 Equipo de computación	
4.7.1.6 Equipo de oficina	
4.7.1.7 Maquinaria necesaria	
4.7.2 Inversiones diferidas	82
4.7.2.1 Gastos de constitución	
4.7.3 Gastos administrativos	
4.7.3.1 Sueldos administrativos	
4.7.3.2 Suministros de oficina	
4.7.3.3 Servicios básicos	
4.7.3.4 Gasto mantenimiento equipo de computación	83
4.7.4 Gastos de ventas	
4.7.4.1 Sueldo de ventas	
4.7.4.2 Gasto publicidad	
4.7.4.3 Gasto combustible	
4.7.5 Capital de trabajo	
4.8 Tamaño del proyecto	84
4.8.1 Factores para determinar el tamaño del proyecto	85
4.8.1.1 Demanda	
4.8.1.2 Disponibilidad de materia prima	
4.8.1.3 Tecnología	
4.8.1 Fuentes de financiamiento	86

CAPÍTULO V

ESTUDIO TÉCNICO - FINANCIERO

5.1 Inversión total	87
5.1.1 Depreciaciones	
5.1.1.1 Depreciaciones de activos fijos	88
5.1.2 Amortización gastos de constitución	
5.1.3 Necesidad de capital	
5.1.4 Gastos financieros	
5.1.4.1 Amortización de la deuda	89
5.2 Presupuesto y proyección de ingresos, costos y gastos	90
5.3 Balance general inicial	91
5.4 Proyección del estados de pérdidas y ganancias	
5.5 Flujo de caja	92
5.6 Evaluación financiera	
5.6.1 Cálculo del costo de oportunidad	93
5.6.2 Valor actual neto VAN	

5.7.3 Tasa interna de retorno TIR	
5.7.4 Período de recuperación	94
5.7.5 Beneficio costo	95
5.7.6 Punto de equilibrio	96
5.7.6.1 Fórmulas para determinar el punto de equilibrio	
5.7.6.2 Cálculo del punto de equilibrio	
CAPÍTULO IV	
IMPACTOS DEL PROYECTO	
6.1 Impacto socioeconómico	98
6.2 Impacto educativo	100
6.3 Impacto empresarial	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	
LISTA DE CUADROS	
Cuadro N° 1 Matriz de relación diagnóstica	6
Cuadro N° 2 Preferencia por vestido	9
Cuadro N° 3 Conocimiento de un local de vestidos	10
Cuadro N° 4 Preferencia porque exista de un local en Atuntaqui	11
Cuadro N° 5 Preferencia por comprar o alquilar	12
Cuadro N° 6 Lugares a donde se dirige	13
Cuadro N° 7 Adquirir en Atuntaqui	14
Cuadro N° 8 Preferencia de acuerdo al tipo de calidad	15
Cuadro N° 9 Gusto por adquirir vestidos y accesorios	16
Cuadro N° 10 Gusto por servicio de video y fotografía	17
Cuadro N° 11 Sugerencia	18
Cuadro N° 12 Matriz FODA	22
Cuadro N° 13 Análisis de la información a través de la matriz De estrategias FODA	23
Cuadro N° 14 Demanda	53
Cuadro N° 15 Proyecciones de precios y costos del vestido de novia	55
Cuadro N° 16 Proyecciones de precios y costos del vestido de quinceañera	
Cuadro N° 17 Establecimiento de calidades de vestidos en base a la demanda.	57
Cuadro N° 18 Proyección del costo de la materia prima	
Cuadro N° 19 Costo de la mano de obra directa	58
Cuadro N° 20 Proyección del costo de la mano de obra directa	59
Cuadro N° 21 Costo de la materia prima indirecta	60
Cuadro N° 22 Costo de la materia prima indirecta para los siguientes años	
Cuadro N° 23 Crecimiento del precio	62
Cuadro N° 24 Proyección de la producción	
Cuadro N° 25 Ingresos por venta y alquiler de vestidos	
Cuadro N° 26 Funciones y descripción del gerente general	73

Cuadro N° 27 Contador	74
Cuadro N° 28 Tesorero	75
Cuadro N° 29 Secretaria	
Cuadro N° 30 Vendedor	76
Cuadro N° 31 Modista	
Cuadro N° 32 Terreno	79
Cuadro N° 33 Infraestructura civil	80
Cuadro N° 34 Vehículo	
Cuadro N° 35 Muebles y encerres	81
Cuadro N° 36 Equipo de computación	
Cuadro N° 37 Equipo de oficina	
Cuadro N° 38 Maquinaria necesaria	
Cuadro N° 39 Gastos de constitución	82
Cuadro N° 40 Gasto sueldos de administración	
Cuadro N° 41 Suministros	
Cuadro N° 42 Servicios básicos	
Cuadro N° 43 Gasto mantenimiento equipo de computación	83
Cuadro N° 44 Sueldo de ventas	
Cuadro N° 45 Gasto publicidad	
Cuadro N° 46 Gasto combustible	
Cuadro N° 47 Capital de trabajo	84
Cuadro N° 48 Establecimiento del costo unitario	
Cuadro N° 49 Inversión total del proyecto	87
Cuadro N° 50 Porcentaje de depreciación	
Cuadro N° 51 Depreciación de activos fijos	88
Cuadro N° 52 Amortización gastos de constitución	
Cuadro N° 53 Amortización de la deuda	89
Cuadro N° 54 Cálculo del costo de oportunidad	93
Cuadro N° 55 Valor actual neto VAN	
Cuadro N° 57 Tasa interna de retorno TIR	94
Cuadro N° 57 Período de recuperación	95
LISTA DE GRÁFICOS	66
Gráfico N° 1 Macro localización	67
Gráfico N° 2 Micro localización	69
Gráfico N° 3 Distribución de la planta	

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto está encaminado a la factibilidad de crear una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera contribuyendo al desarrollo económico y textil de Atuntaqui. Esta investigación nace con la necesidad de satisfacer las necesidades la población de señoritas del cantón Antonio Ante, lo cual constituye el objetivo de la investigación. Este estudio de factibilidad contiene seis capítulos; el primero constituye el Diagnóstico que con ayuda de la recopilación de información nos da la base para determinar el problema. El segundo capítulo indica toda la información científica del tema investigado tomando en cuenta una secuencia lógica de los temas tratados. El tercer capítulo representa estudio de mercado en el cual se analizan todos los costos y gastos que se deben realizar para la confección de los productos. El cuarto capítulo establecemos el estudio técnico en el cual identificamos la organización administrativa de la microempresa. En el quinto capítulo formamos el presupuesto y la evaluación de la inversión además del sistema contable de la unidad productiva. El sexto capítulo indica los principales impactos que la creación de este proyecto ocasiona. Al final encontramos las conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado con toda la investigación realizada.

THEY SUMMARIZE EXECUTIVE

The present project is guided to the feasibility of creating a making enterprise, commercialization and rent of girlfriend's dresses and quinceañera contributing to the economic and textile development of Atuntaqui. This investigation is born with the necessity of satisfying the necessities the population of young ladies of the canton Antonio Before, that which constitutes the objective of the investigation. This study of feasibility contains six chapters; the first one constitutes the Diagnosis that gives us the base to determine the problem with the help of the summary of information. The second chapter indicates all the scientific information of the investigated topic taking into account a logical sequence of the treated topics. The third chapter represents market study in which all the costs and expenses are analyzed which you/they should be carried out for the making of the products. The fourth chapter establishes the technical study in which we identify the administrative organization of the enterprise. In the fifth chapter we form the budget and the evaluation of the investment besides the countable system of the productive unit. The sixth chapter indicates the main impacts that the creation of this project causes. At the end we find the conclusions and recommendations to those that you has arrived with the whole carried out investigation.

PRESENTACIÓN

La ciudad de Atuntaqui con una tradición económica - productiva dentro de un espacio y una interculturalidad compartida exhibe sus propios rasgos de identidad convirtiéndose en el centro textil y artesanal del cantón.

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en el cantón Antonio Ante, procura integrarse al desarrollo textil ampliando la gama de productos que en la ciudad se ofrece e intentando posesionarse dentro de un mercado competitivo basado en calidad y variedad elevando los índices económicos del sector viabilizando fuentes de trabajo que permita el bienestar de los trabajadores.

El producto que se intenta comercializar son ajuares completos tanto de novia como de quinceañera mismos que tendrán tres diferenciaciones de calidad como son alta, mediana y económica facilitando la adquisición a los clientes; pensando en este aspecto se toma en cuenta la opción de alquiler mismo que se realiza solo de vestidos.

El desarrollo de este proyecto abarca algunos aspectos que son administrativos, técnicos, financieros y contables los mismos que avalan el buen funcionamiento de la microempresa, ya que se tienen resultados positivos en la recuperación de la inversión a corto plazo, lo cual indica la rentabilidad del proyecto. Este documento será una base para futuras microempresas de similares características.

Con todo lo antes mencionado se puede establecer la factibilidad de la microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

Muchos son los retos que deben enfrentar los sectores productivos en una economía globalizada, y un elemento vital es la competitividad que depende básicamente de la capacidad de las empresas y particularmente las pequeñas y medianas ya que deben vincularse en el entorno productivo.

El cantón Antonio Ante está localizado en el centro de la provincia de Imbabura, la cabecera cantonal es Atuntaqui, la cual se encuentra junto a la parroquia de Andrade Marín. Las parroquias rurales son: San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya.

Dentro de un espacio de interculturalidad compartida, cada parroquia, exhibe sus propios rasgos de identidad, ejemplo de ello tenemos la productividad agrícola de Imbaya, la gastronomía de Chaltura resumida en la preparación del cuy, la diversidad productiva y cultural de Natabuela, la presencia indígena de San Roque. Atuntaqui unida con Andrade Marín, se consolidan como el centro textil y artesanal del cantón, en la actualidad podemos encontrar muchas fábricas las mismas que en su mayoría trabajan a gran escala es así que observamos gran cantidad de almacenes modernos en donde se muestran todas las variedades de ropa que tienen diferentes modelos y colores como son: camisetas, sacos, pijamas, medias, calentadores, ropa interior, lencería para dormitorio, lencería para baño, salidas de cama, salidas de baño, toallas, entre otras; entonces el presente proyecto está encaminado a la creación de una microempresa dedicada a la confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera por cuanto en el cantón Antonio Ante no contamos con una empresa dedicada a este tipo de actividad y las clientes deben viajar a la ciudad de Ibarra o en su defecto a

Quito para la adquisición de sus vestidos para esta fecha especial en sus vidas.

El cantón Antonio Ante cuenta con una población de 36.053 habitantes dedicados especialmente al dinamismo textil, cabe mencionar que el crecimiento poblacional trae consigo la unión de un mayor número de parejas por lo que los matrimonios al igual que las fiestas de quince años han variado en su forma de celebración por tal motivo incluso nace la iniciativa de ofrecer el servicio de alquiler de vestidos ya que en la actualidad no existe la posibilidad económica por parte de algunos padres de familia para adquirir un vestido propio sino que optan por alquilar para ese día importante en las vidas de las señoritas novias y quinceañeras.

Por todo lo antes expuesto se ve la necesidad de la creación de mayores microempresas e incluso de competir entre sí ofreciendo productos de buena calidad y a precios accesibles utilizando para ello las diferentes herramientas y estrategias de contabilidad, administración y marketing; formar microempresas y empresas que realicen productos ya existentes así como de aquellos que no logramos encontrar fácilmente en el cantón Antonio Ante.

1.2 OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional a cerca de la confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en la ciudad de Atuntaqui, cantón Antonio Ante.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.2.2.1** Definir la calidad de la materia prima e insumos que serán utilizados en la confección de los vestidos, para lo cual se realizarán entrevistas a los dueños de locales dedicados a esta actividad.

- 1.2.2.2** Identificar los modelos más actuales en la confección de vestidos de novia y quinceañera, mediante la técnica de la encuesta.
- 1.2.2.3** Determinar los modos de comercialización más utilizados en la venta de vestidos, por medio de la entrevista.
- 1.2.2.4** Establecer un modelo contable para la microempresa a través de investigación bibliográfica.
- 1.2.2.5** Determinar el talento humano idóneo para laborar en la microempresa, con ayuda de la entrevista.
- 1.2.2.6** Establecer la estructura organizacional y legal de la microempresa, para ello se realizará una entrevista a los principales productores de vestidos de novia y quinceañera.

1.2.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Dentro del proceso de investigación del presente proyecto se llegaron a identificar las siguientes variables diagnósticas las cuales serán objeto de estudio y análisis:

- ✓ Variable 1: **Materia prima e insumos**
- ✓ Variable 2: **Confección**
- ✓ Variable 3: **Comercialización**
- ✓ Variable 4: **Contable**
- ✓ Variable 5: **Talento humano**
- ✓ Variable 6: **Estructura organizacional y legal**

1.3 INDICADORES O SUBASPECTOS QUE DEFINEN A LAS VARIABLES

Los indicadores o subaspectos que ayudarán a definir cada una de las variables que se han determinado son los siguientes:

1.3.1 MATERIA PRIMA E INSUMOS

- ✓ Precio de materia prima
- ✓ Cercanía al lugar de producción
- ✓ Productores

1.3.2 CONFECCIÓN

- ✓ Maquinaria
- ✓ Mano de obra
- ✓ Cantidad de Producción
- ✓ Formas de confección

1.3.3 COMERCIALIZACIÓN

- ✓ Oferta
- ✓ Demanda
- ✓ Aceptación del producto
- ✓ Tipo de mercado
- ✓ Canales de distribución
- ✓ Presentación del producto
- ✓ Atención al cliente

1.3.4 CONTABLE

- ✓ Estados financieros
- ✓ Costo
- ✓ Precio
- ✓ Capital de trabajo
- ✓ Inversión
- ✓ Financiamiento

1.3.5 TALENTO HUMANO

- ✓ Nivel de educación
- ✓ Capacitación
- ✓ Experiencia
- ✓ Creatividad

1.3.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LEGAL

- ✓ Departamentalización
- ✓ Proceso Administrativo
- ✓ Recurso Humano
- ✓ Aspectos Laborales
- ✓ Aspectos Legales

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro Nº 1

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA					
OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TECNICAS	BASE DE DATOS
Definir la calidad de la materia prima e insumos que serán utilizados en la confección de los vestidos, para lo cual se realizarán entrevistas a los dueños de locales dedicados a esta actividad.	Materia prima e insumos	Precio de materia prima	Primaria	Encuesta	Consumidores
		Cercanía al lugar de producción		Encuesta	Consumidores
		Productores		Entrevista	Opinión expertos
Identificar los modelos más actuales en la confección de vestidos de novia y quinceañera.	Confección	Maquinaria	Primaria Secundaria	Entrevista	Productores de vestidos de novia y quinceañera; libros y revistas
		Formas de confección		Entrevista	
		Mano de obra		Entrevista	
		Cantidad de Producción		Entrevista	
Determinar los modos de comercialización más utilizados en la venta de vestidos.	Comercialización	Oferta	Primaria Secundaria	Encuesta	Productores
		Presentación del producto		Encuesta	Productores
		Atención al cliente		Encuesta	Consumidores
		Demanda		Encuesta	Consumidores
		Aceptación del producto		Encuesta	Productores
		Tipo de mercado		Encuesta	Productores
		Canales de distribución		Encuesta, fich	Produc, libros.
Establecer un modelo contable para la microempresa	Contable	Estados financieros	Primaria Secundaria	Entrevista	Productores
		Costo		Entrevista	Productores
		Precio		Encuesta	Productores, inter
		Capital de trabajo		Entrevista	Productores
		Inversión		Entrevista	Productores
		Financiamiento		investigación	Expertos
Determinar el talento humano idóneo para laborar en la microempresa.	Talento humano	Nivel de educación	Primaria	Entrevista	Productores
		Creatividad		Entrevista	Productores
		Capacitación		Entrevista	Productores
		Experiencia		Entrevista	Productores
		Departmentalización		Entrevista	Productores
		Proceso Administrativo		Entrevista	Productores
Establecer la estructura organizacional y legal de la microempresa.	Estructura organizacional y legal	Recurso Humano	Primaria Secundaria	Entrevista	Productores
		Aspectos Laborales		Fichaje	Libros y revistas
		Aspectos Legales		Fichaje	

1.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población o universo que ha sido tomada en cuenta para el presente proyecto es:

Mujeres de Atuntaqui de edades entre 14 y 25 años las cuales forman un total de 4.881 esta información se tomó del censo del año 2001 otorgada por el INEN; con el índice de crecimiento poblacional que es de 2.5% se ha logrado realizar la proyección para el año 2010, entonces la población proyecta es de 6.096 mujeres.

Padres de familia de las señoritas novias y quinceañeras de la ciudad de Atuntaqui, los cuales conforman igual número; con lo cual se pretende cotejar la información que se obtenga.

1.6 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para el cálculo de la muestra se utilizaron los siguientes parámetros tomando como base la población antes mencionada:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población (6.096)

S^2 = varianza 0.25

Z^2 = nivel de confianza (95% dos colas) = 1.96

E^2 = nivel de error (5% para población finita hasta 1.00, 3% para población infinita más de 1.000)

1.7 FÓRMULA DE CÁLCULO

$$n = \frac{N * S^2 * Z^2}{(N - 1) * E^2 + S^2 * Z^2} \quad n = \frac{6.096 * (0,25)^2 * (1,96)^2}{(6.096 - 1) * (0,03)^2 + (0,25)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{6.096 * (0,0625) * (3,8416)}{(6.095) * (0,0009) + (0,0625) * (3,8416)} \quad n = \frac{6.096 * (0,2401)}{5.4855 + (0,2401)}$$

$$n = \frac{1.463,6496}{5,7256}$$

n= 255,6325276 n= 256 señoritas n= 256 padres de familia

1.8 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1.8.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

La información primaria de la presente investigación está basada directamente en la población de mujeres de edades entre los 14 a 25 años con que cuenta el cantón Antonio Ante, además de los padres de familia de las señoritas y los expertos en confección de vestidos tanto de novia como de quinceañera.

✓ ENCUESTAS

La técnica de encuesta (ver anexo 1) fue aplicada a la población del cantón Antonio Ante, luego del cálculo de la muestra y la constituyen mujeres (de entre los 14 a 25 años) y los padres de las señoritas, lo cual ayudará a comparar la investigación.

✓ ENTREVISTAS

La entrevista (ver anexo 2) se aplicó a los expertos en confección que tienen locales comerciales de vestidos de novia y quinceañera de la ciudad de Ibarra, específicamente a tres que son los principales.

1.8.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para la presente investigación se utilizó información secundaria basada en la técnica del fichaje investigando en libros, revistas, internet, etc., especializados en el tema.

✓ FICHAJE

La técnica del fichaje permitió obtener la información necesaria para lo cual se utilizaron libros especializados en confección de vestidos de novia y quinceañera, revistas las cuales contenían diferentes modelos y variedades de acabados para los vestidos además de las telas utilizadas en su elaboración e internet que constituye una ventana abierta a las necesidades del tema.

1.9 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para ilustrar de mejor manera se ha procedido a presentar las preguntas de señoritas en el lado izquierdo y de padres de familia en el lado derecho lo cual ayuda a la visualización de las diferencias encontradas, además de sus respectivos gráficos, el análisis de los dos tipos de preguntas se puede observar en la parte de abajo.

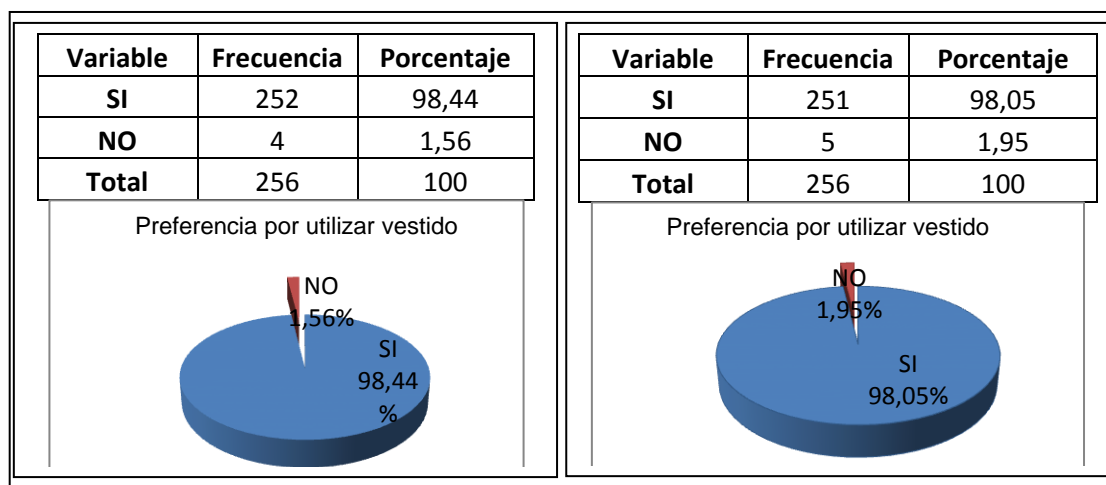
1.9.1 EVALUACION DE LA INFORMACION DE LAS SEÑORITAS DE EDADES ENTRE 14 Y 25 AÑOS

1.9.1.1 ¿Cuándo usted vaya a cumplir sus quince años o a casarse le gustaría usar vestido de novia o quinceañera? SI () NO ()

1.9.2 EVALUACION DE LA INFORMACION DE LOS PADRES DE LAS SEÑORITAS DE EDADES ENTRE 14 Y 25 AÑOS

1.9.2.1 ¿Cuándo usted vaya a cumplir sus quince años o a casarse le gustaría usar vestido de novia o quinceañera? SI () NO ()

CUADRO N° 2



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

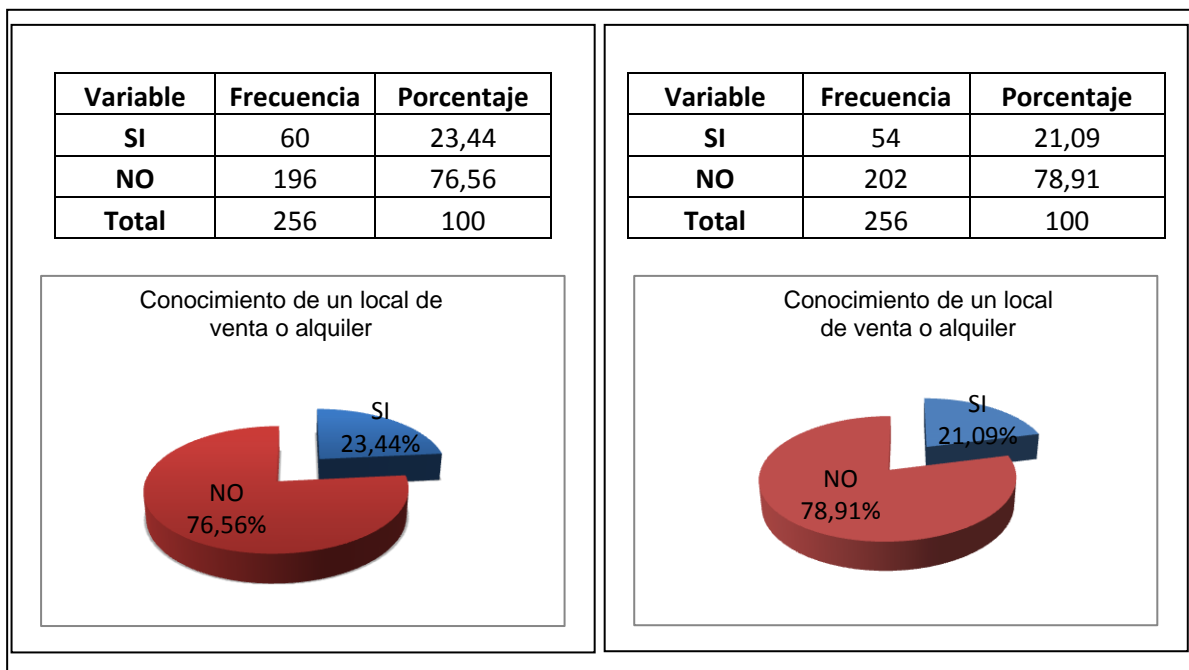
a) ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron del criterio de las señoritas que se encuentran en edades de 14 a 25 años tenemos que el 98.44% tuvo una opinión positiva a cerca del uso de vestido tanto de novias como de quinceañeras, lo cual puede ser debido a la tradición, estatus, influencia de la religión o social por lo que ese espacio de necesidad debe ser cubierto en la ciudad de Atuntaqui, contrastándose con una opinión negativa del 1.95%; además observamos que los padres aseguran en un 98.05% que les gustaría que sus sucesoras utilicen vestido en este día especial tanto novia como quinceañera porque la mayoría tienen la ilusión de ver a sus hijas elegantes en estas ocasiones, mientras que un 2.33% declara que no le simpatizaría.

1.9.1.2 ¿Conoce usted un local de ventas o alquiler de vestidos de novia o quinceañera en Atuntaqui? SI () NO ()

1.9.2.2 ¿Conoce usted un local de ventas o alquiler de vestidos de novia o quinceañera en Atuntaqui? SI () NO ()

CUADRO Nº 3



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

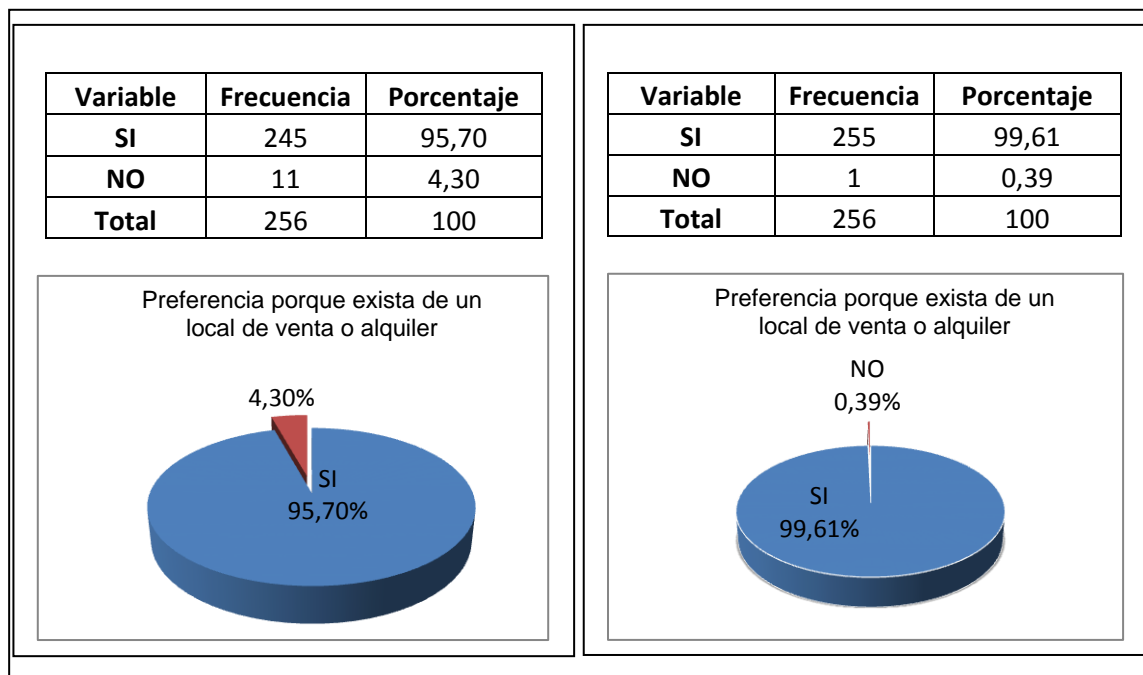
b) ANÁLISIS

Según los resultados observados encontramos que el 76.56% de los encuestados dicen no conocer un local de ventas o alquiler de vestidos de novia y quinceañera en la ciudad de Atuntaqui, mientras que el 23.44% asegura que si conoce y que mayormente se dedica a alquilar; los resultados de las encuestas de los padres indican claramente que un 78.91% declara no conocer local alguno de venta o alquiler de vestidos ya que en Atuntaqui es poco probable encontrar un almacén de este tipo, y un 21.09% afirman conocer un local pero que es de alquiler, recalándonos la necesidad que tiene la ciudad ya que existe un porcentaje alto que requiere de un local de venta y alquiler de este tipo de productos.

1.9.1.3 ¿Le gustaría que en Atuntaqui exista un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera? SI () NO ()

1.9.2.3 ¿Le gustaría que en Atuntaqui exista un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera? SI () NO ()

CUADRO Nº 4



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

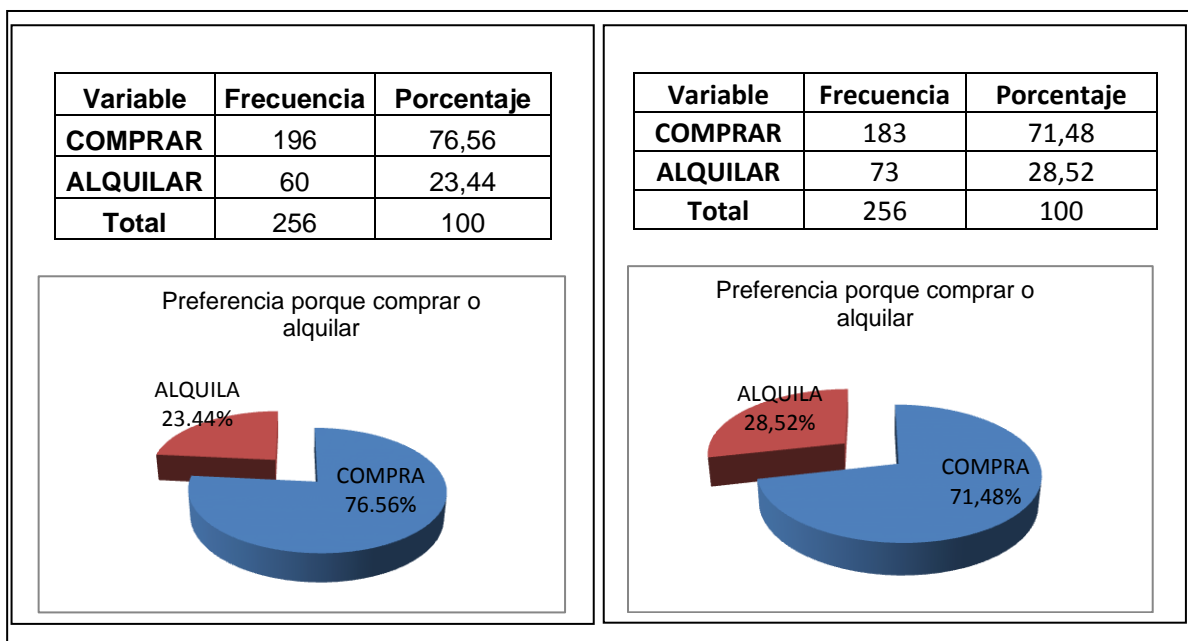
c) ANÁLISIS

Como podemos observar el 95.70% de los encuestados aseguran que si les gustaría que en la ciudad de Atuntaqui exista un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera, ya que de esta forma se evitarían dirigirse a otras ciudades para hacer sus compras y lo pueden hacer en menor tiempo, en cambio un 4.30% opina que no le agradaría. Es muy interesante conocer que la mayoría de los papás esto es el 99.61% menciona que es muy buena la idea de crear un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en Atuntaqui ya que por la falta de estos productos y servicios ellos han tenido una gran necesidad, la cual deben cubrir trasladándose a otras ciudades para conseguir la vestimenta que requiere, contrastándose con un 0.39% que exterioriza que no le gustaría la creación de este local.

1.9.1.4 ¿Para obtener su vestido le gustaría? Comprar () Alquilar ()

1.9.2.4 ¿Para obtener el vestido para su hija le gustaría? Comprar () Alquilar ()

CUADRO Nº 5



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

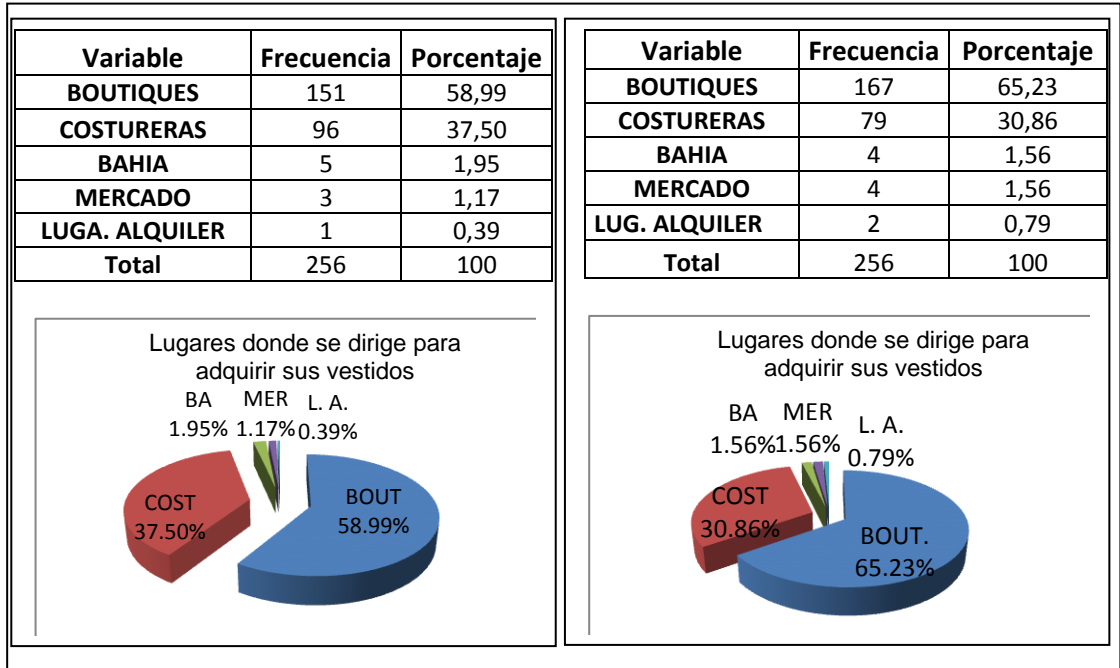
d) ANÁLISIS

Los resultados ponen en evidencia que el 76.56% de las señoritas que formaron parte de la investigación prefiere comprar su vestido por consejo de sus familiares y amigos o por decisión propia ya que es un recuerdo que lo tendrán por siempre y el 23.44% tiene su inclinación por el alquiler de vestidos tanto de novia como de quinceañera porque piensan que se lo utiliza una sola vez. En cuanto a los padres el 71.48% indica que le gustaría comprar el vestido para su hija lo cual puede deberse a tradición familiar, status, consejos de allegados o porque desean que sus hijas tengan un maravilloso recuerdo de un día especial en sus vidas, diferenciándose con el 28.52% que se inclina por el alquiler, debido al nivel socioeconómico ya que gran parte de las familias no posee dinero suficiente como para comprar se atuendo.

1.9.1.5 ¿Para adquirir su vestido usted se dirige a: Boutiques () Costureras () Otros Lugares ()_____

1.9.2.5 ¿Para adquirir el vestido que su hija necesita para sus quince años o matrimonio usted se dirige a: Boutiques () Costureras () Otros Lugares ()_____

CUADRO Nº 6



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

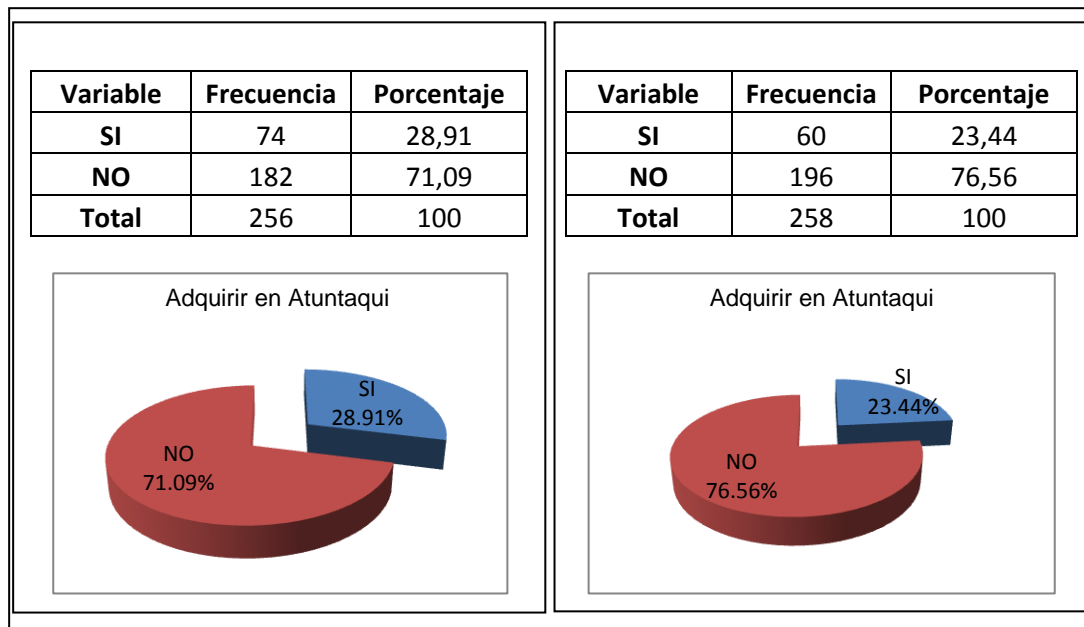
e) ANÁLISIS

Es muy halagador observar que un 58.99% de las señoritas que forman parte de este estudio revelan que elige acercarse a las boutiques mientras que el 37.50% prefiere dirigirse a costureras, el 1.95% da un paseo por la bahía o como el 1.17% que lo hace por el mercado y un 0.39% que visita lugares de alquiler, cabe señalar que este tipo de diferencias tan marcadas se dan por el nivel socio económico o por costumbre de compra de la familia de las jóvenes. De igual forma encontramos diferencias marcadas entre los padres ya que un 65.23% se dirige a las boutiques porque encuentra mayor variedad en precios, modelos y calidades, por el contrario un 30.86% se acercaría a costureras ya que en este caso se compra la tela de acuerdo a las necesidades y se escoge el modelo al gusto y talla de la señorita, el 1.56% asegura que asistiría a la bahía ya que es mucho más económico coincidiendo con el 1.56% que daría un paseo por el mercado y finalmente el 0.79% que asegura visitar lugares de alquiler específicamente por el precio.

1.9.1.6 ¿De existir en Atuntaqui un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera usted preferiría comprar en otros lugares de la provincia o fuera de ella? SI () NO ()

1.9.2.6 ¿De existir en Atuntaqui un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera usted preferiría comprar el vestido para su hija en otros lugares de la provincia o fuera de ella? SI () NO ()

CUADRO Nº 7



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

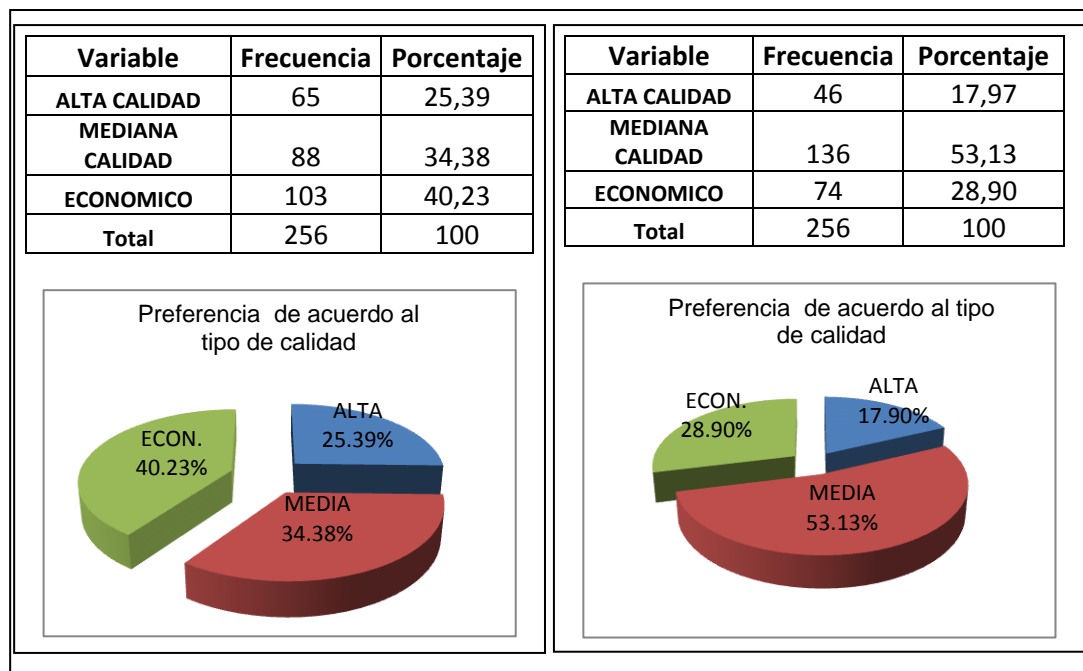
f) ANÁLISIS

El presente cuadro hace referencia a la preferencia de compra y el 71.09% del total de las encuestadas manifiesta que no estaría dispuesta a adquirir sus vestidos en otro lugar que no sea Atuntaqui y mucho menos hacerlo fuera de la ciudad ya que les parece mucho más cerca y viable la adquisición, por el contrario el 28.91% indica que si saldría de la ciudad y de la provincia para comprar su vestimenta. Como muestra el gráfico el 76.56% de los padres afirma que de existir en Atuntaqui un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera preferiría realizar la compra en este sitio y no salir de la ciudad de esta forma ahorraría tiempo y dinero, mientras que el 23.44% asegura que si visitaría lugares fuera de la urbe así encontrarían mayor variedad en calidad y precios ya que pueden creer que por existir mayor competencia los precios serán más económicos.

1.9.1.7 ¿De acuerdo a sus necesidades estaría dispuesta a pagar por su vestido de novia o quinceañera un precio? Alta calidad () Mediana calidad () Económico ()

1.9.2.7 ¿De acuerdo a sus necesidades estaría dispuesto (a) a pagar por el vestido de novia o quinceañera de su hija un precio? Alta calidad () Mediana calidad () Económico ()

CUADRO Nº 8



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

g) ANÁLISIS

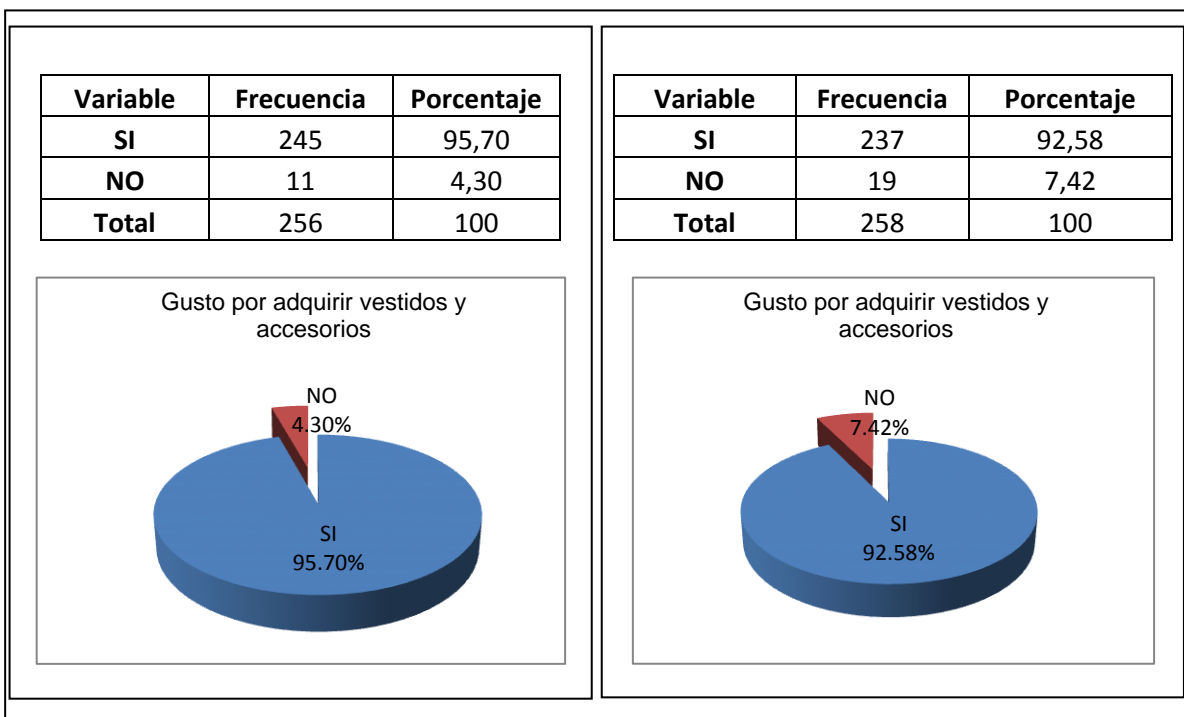
Del total de señoritas encuestadas un 40.23% revela que le gustaría un vestido de económico, además el 34.38% expresa su inclinación por un vestido de mediana calidad y solamente un 25.39% manifiesta que su vestido debe ser de alta calidad; conjuntamente las jóvenes revelaron que en todo caso el tipo de vestido debe ser de buena calidad y con buenos acabados. Además es muy alentador saber que un 53.13% de los progenitores aseveran que les interesaría adquirir para sus hijas un vestido de mediana calidad, también es necesario mencionar que se ajustan a un presupuesto real ya que la situación socioeconómica no permite a la mayoría decidir por un vestido de alta calidad como observamos que solo el 17.97% ha manifestado esta situación, a más de un 28.90% menciona que optaría por adquirir un vestido económico.

1.9.1.8 ¿Le gustaría que en este local además de ofrecer vestidos también se ofrezcan los accesorios que se necesitan para este tipo de ocasiones?

SI () NO ()

CUADRO N° 9

1.9.2.8 ¿Le gustaría que en este local además de ofrecer vestidos para su hija también se ofrezcan los accesorios que se necesitan para este tipo de ocasiones?



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

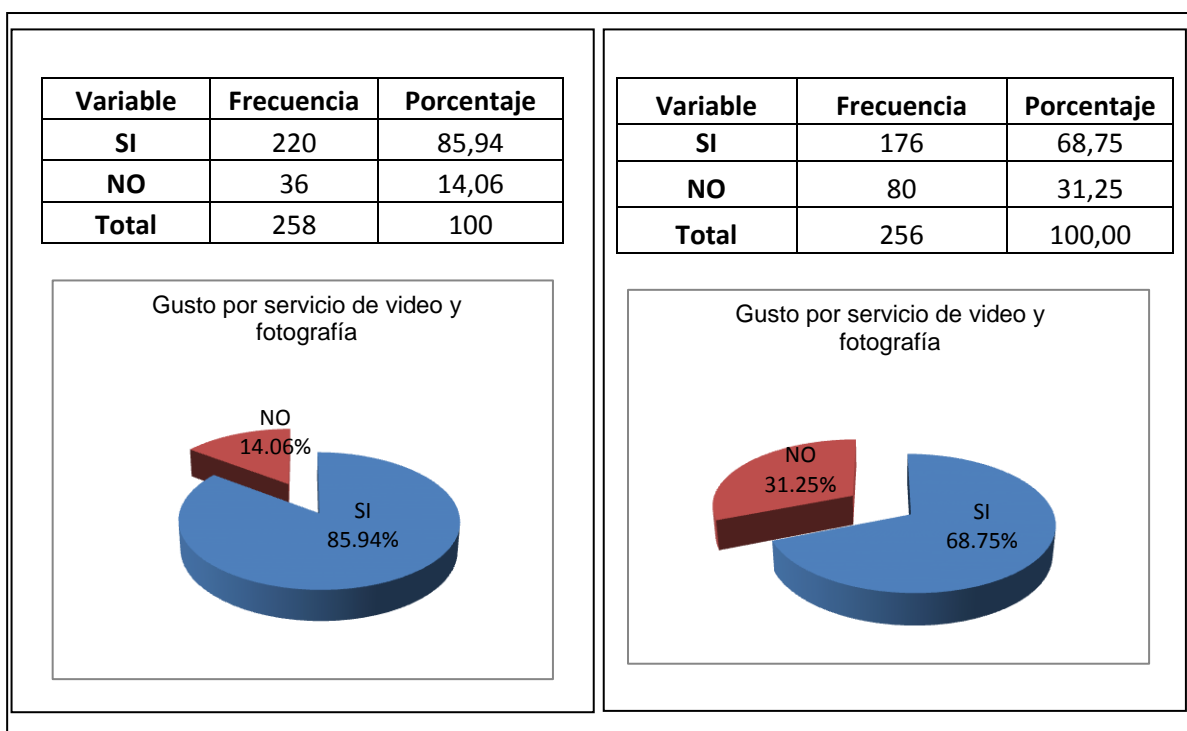
h) ANÁLISIS

Como podemos observar las señoritas prefieren que si existan en este local los accesorios que necesitan para complementar sus atuendos así lo revela el 95.70%, mientras que un 4.30% afirman que negativa de la venta de accesorios en el mismo sitio, demuestran la preferencia por buscar en otros sitios. Es interesante observar que el 92.58% de los padres que han sido encuestados señalan el interés que tienen de que se venda también los accesorios que son complemento importante de los vestidos que la microempresa va a ofrecer, mientras que un 7.42% asegura que no le gustaría que se expendan los adjuntos.

1.9.1.9 ¿Le gustaría que en esta microempresa además de venta y alquiler de vestidos se brinde el servicio de video y fotografía para su fiesta como un recuerdo? SI () NO ()

1.9.2.9 ¿Le gustaría que en esta microempresa además de venta y alquiler de vestidos se brinde el servicio de video y fotografía como un recuerdo para su hija? SI () NO ()

CUADRO N° 10



Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

i) ANÁLISIS

Es importante saber que el 85.94% de las damas encuestadas les agrada la idea de ofrecer el servicio de fotografía y video como complemento adicional a todo el ajuar que necesita para su día especial lo cual se contrapone con la opinión del 14.06% que manifiesta su desacuerdo ante esta situación. Los padres por su parte demuestran en un 68.75% su aceptación por la propuesta de ofrecer el servicio de fotografía y video además de los vestidos para estas ocasiones importantes y un 31.25% demuestra que no le gustaría este servicio o que le es indiferente.

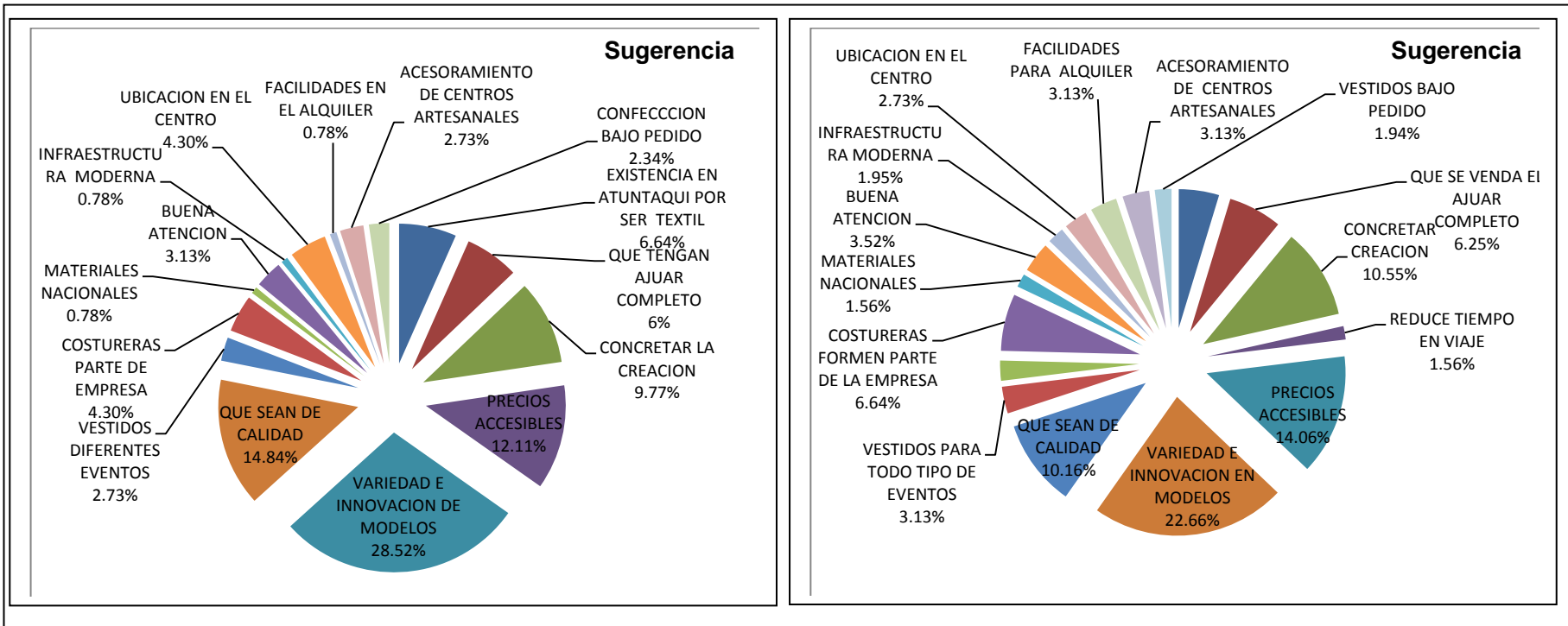
1.9.1.10 ¿Qué sugerencia daría usted para la creación de una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en la ciudad de Atuntaqui?

1.9.2.20 ¿Qué sugerencia daría usted para la creación de una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en la ciudad de Atuntaqui?

CUADRO Nº11

Variable	Frecuencia	Porcentaje
QUE SI EXISTA EN ATUNTAQUI PORQUE ES MUY TEXTIL	17	6,64
QUE TENGAN AJUAR COMPLETO	16	6,25
QUE SE LOGRE CONCRETAR LA CREACION DE LA EMPRESA	25	9,77
QUE LOS PRECIOS SEAN ACCESIBLES	31	12,11
QUE TENGAN VARIEDAD E INNOVACION EN MODELOS	73	28,52
QUE SEAN DE CALIDAD	38	14,84
QUE SE ENCUENTREN VESTIDOS PARA TODO TIPO DE EVENTOS	7	2,73
QUE SE ASOCIEN LAS COSTURERAS Y FORMEN PARTE DE LA EMPRESA	11	4,3
QUE SE TRABAJE CON MATERIALES NACIONALES	2	0,78
QUE BRINDEN BUENA ATENCION	8	3,13
QUE LA INFRAESTRUCTURA SEA MODERNA	2	0,78
QUE ESTE UBICADO EN EL CENTRO DE LA CIUDAD	11	4,30
QUE EXISTAN FACILIDADES PARA EL ALQUILER	2	0,78
QUE LOGREN TENER ACESORAMIENTO A LOS CENTROS ARTESANALES	7	2,73
QUE SE REALICE LA CONFECCION DE VESTIDOS BAJO PEDIDO	6	2,34
Total	258	100

Variable	Frecuencia	Porcentaje
QUE SI EXISTA EN ATUNTAQUI PORQUE ES MUY TEXTIL	12	4,69
QUE SE VENDA EL AJUAR COMPLETO	16	6,25
QUE SE CONCRETE LA CREACION DE LA EMPRESA	27	10,55
ES BUENO PORQUE SE REDUCE TIEMPO EN VIAJE	4	1,56
QUE LOS PRECIOS SEAN ACCESIBLES	36	14,06
QUE EXISTA VARIEDAD E INNOVACION EN MODELOS	58	22,66
QUE SEAN DE CALIDAD	26	10,16
QUE EXISTAN VESTIDOS PARA TODO TIPO DE EVENTOS	8	3,13
LA ROPA DE ALQUILAR DEBE ESTAR EN BUEN ESTADO	6	2,34
QUE SE ASOCIEN LAS COSTURERAS Y FORMEN PARTE DE LA EMPRESA	17	6,64
QUE SE TRABAJE CON MATERIALES NACIONALES	4	1,56
QUE SE BRINDE BUENA ATENCION	9	3,52
QUE LA INFRAESTRUCTURA SEA MODERNA	5	1,95
QUE ESTE UBICADO EN EL ENTRO DE LA CIUDAD	7	2,73
QUE SE DE FACILIDADES PARA EL ALQUILER	8	3,13
LOGRAR ACESORAMIENTO DE LOS CENTROS ARTESANALES	8	3,13
QUE LOS VESTIDOS SEAN CONFECCIONADOS BAJO PEDIDO	5	1,94
Total	256	100



Fuente: Encuestas
 Elaborado por: La Autora

j) ANÁLISIS

Las opiniones que fueron captadas a cerca de la creación de la microempresa fueron varias entre las cuales se destacan las más representativas el 28.52% la variedad e innovación que debe existir, 14.84% quienes manifiestan que deben ser de calidad, 12.11% destacan que los vestidos deben tener precios accesibles, 9.77% desea que si se llegue a concretar la creación de la microempresa, ya que siente una gran necesidad la cual consideran que debe ser satisfecha lo más pronto posible. En cuanto a las opiniones de los padres podemos decir que el 22.66% mencionan las necesidad de que exista variedad e innovación de modelos y calidades, además de un 14.06% que desea que los precios sean accesibles a todo bolsillo y que incluso sean de calidad lo cual menciona un 10.16%, el 10.55% declara que si requiere que se llegue a concretar la creación de la microempresa y así ampliar más opciones de trabajo para la población de Atuntaqui que es eminentemente textil.

1.9.3 INFORME DE LA ENTREVISTA

Las entrevistas fueron realizadas a los dueños de locales de producción y venta de vestidos de novia y quinceañera de la ciudad de Ibarra como son: El local Ajuares Luly”S, Comercial Dana Valentina y La Casa de las Novias.

Lo más significativo de las entrevistas se resume a continuación:

RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS

- ✓ El lugar en que adquieren de la materia es en Guayaquil tela organza que cuesta \$4.80 el metro, lady dy \$8, tafetán \$12.00, chifon \$8.00, tul \$1.50, fajas de mullos \$25 además de sombreros para novia. También materia prima como chifon importado a \$20, forro carola nacional a \$1.50, tela bipiur \$6,00 el metro, satín \$3,00 el metro. La tela consigue en Quito en las fábricas Printex, bodegas Puebla, la tela velo de novia tiene un costo de \$4 cada metro, seda bordada \$80 la yarda, organza bordada \$110.00 m.
- ✓ Los libros utilizados para la confección son: hogar novias, catálogos del extranjero, revistas de modas, cosas, revistas de España, muy pocas de Estados Unidos y Pronovias.
- ✓ La cantidad de vestidos de novia que se vende es en el año es de 45 y de quinceañera 39, los meses de mayor demanda son diciembre, enero, febrero, junio, mayo y en vacaciones, se expenden a un precio entre \$200 y \$300 el ajuar para novia; mientras que el ajuar de quinceañera varía entre \$160 y \$200, si se requiere solo el vestido tiene un costo de \$100 a \$150 para novias y de \$80 a \$100 para quinceañeras.
- ✓ Las máquinas más utilizadas para la elaboración de los vestidos son industriales de costura recta, recubridora, bordadora, overlok, el espacio físico con el que cuentan son de entre 35 y 150m² aproximadamente.

- ✓ La estructura de la empresa es familiar en el caso de la Casa de las Novias en donde el gerente es la mamá señora Inés Tandalia y el administrador un hijo, en el comercial Dana Valentina el esposo es el gerente, trabaja con una modista; en Ajuares Luly”S la gerente es Lourdes Iza también es una empresa familiar ya que está conformada por hermanas y sobrinas.
- ✓ El número de personas con el que cuenta Ajuares Luly”S es de 10 personas a las cuales se les paga mensual el sueldo básico, y sueldo extra cuando se trata de pintura. En Dana Valentina trabajan 2 personas a las cuales se les cancela también sueldo. En la Casa de las Novias trabajan 5 obreras a las cuales el pago mensual es \$280 con alimentación y pasajes.
- ✓ La inversión que han realizado es de \$20.000 Ajuares Luly”S, Comercial Dana Valentina \$10.000 en la fábrica y en el local \$2.000, La casa de las Novias en la fábrica \$25.000 y en el local \$18.000.

1.9.4 MATRIZ FODA

Cuadro N°12

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cercanía a las clientes ya que no tienen que viajar fuera de la ciudad. ✓ Facilitar la opción de alquiler para aquellas personas que así lo deseen, ✓ Para la elaboración de los vestidos se utiliza maquinaria básica. ✓ Existe una demanda fuerte en temporada alta que son los meses de mayo, junio y diciembre de vestidos de novia y todos los meses de vestidos de quinceañera. ✓ Bajo nivel de inversión. ✓ Existe la predisposición tanto de padres como de las señoritas en realizar el gasto en este producto. ✓ Existencia de mercado en la señoritas de 14 a 25 años de nivel socioeconómico medio alto del cantón Antonio Ante. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ En la ciudad de Ibarra y Quito existen empresas dedicadas a esta actividad y pueden asesorarnos. ✓ Existencia de internet y de revistas de alta costura que permiten ampliar la creatividad y variedad de los vestidos. ✓ Las ciudades aledañas no cubren con la demanda del producto.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Los clientes pasan mucho tiempo en dirigirse a otras ciudades a buscar los vestidos. El costo del vestido se eleva por el transporte y por el sitio de ubicación de la boutique. Atuntaqui no cuenta con un local o boutique donde se ofrezcan vestidos de novia y quinceañera. Los sitios de venta en otras ciudades no cuentan con modelos variados y de diferentes calidades. Atuntaqui no tiene un local de venta de telas y accesorios especializados en esta rama. Existen casos de no poder acceder a la compra sino al alquiler. Entidades crediticias con intereses altos. Altos costos de la materia prima.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Existencia de boutiques de prestigio en la ciudad de Ibarra. ✓ Inestabilidad política y económica. ✓ Crisis en el área textil.

1.9.4.1 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LA MATRIZ DE ESTRATEGIAS FODA

CUADRO Nº 13

MATRIZ DE ESTRATEGIAS FO - FA - DO - DA		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
		O1	En la ciudad de Ibarra y Quito existen empresas dedicadas a esta actividad y pueden asesorarnos.	A1	Existencia de boutiques de prestigio en la ciudad de Ibarra.
		O2	Existencia del internet y de revistas de alta costura que permitan ampliar la creatividad y variedad del producto.	A2	Inestabilidad política y económica.
		O3	Las ciudades aledañas no cubren la demanda del producto.	A3	Crisis en el área textil.
FORTALEZAS		FO		FA	
F1	Cercanía a las clientes ya que no tienen que viajar fuera de la ciudad.	F1, F2 -O1,O2 Beneficiar la cercanía al lugar de adquisición además de facilitar la opción de alquiler con un producto creativo y variado aprovechando internet y revistas de alta costura.		F1, F2 - A2 Superar la inestabilidad política y económica brindando un producto dentro de la misma ciudad e incluso facilitando la opción de alquiler.	
F2	Facilitar la opción de alquiler para aquellas personas que así lo deseen.				
F3	Para la elaboración del producto se utiliza maquinaria básica.				
F4	Existe una demanda fuerte en temporada alta que son los meses de mayo, junio y diciembre de vestidos de novia y todos los meses de vestidos de quinceañeras.	F3, F4 - O3 Aprovechar la fuerte demanda existente además de la utilización de maquinaria básica para la producción y ofrecer un producto que cubra la demanda del mismo.		F3, F4, F5 - A1 Implementar la producción con maquinaria e inversión necesaria en temporada con vestidos de calidad y así atraer a los clientes para que no tengan la necesidad de visitar otros lugares fuera de la ciudad de Atuntaqui.	
F5	Bajo nivel de inversión.	F5, F6 - O1 Favorecer el bajo nivel de inversión y el hecho de que tanto padres como señoritas tienen el deseo de compra para la confección de los vestidos apoyándonos en empresas que pueden asesorarnos en este sentido.		F6 -A3 Confeccionar los vestidos para la población de padres y señoritas que tienen la necesidad de adquirir este producto y minimizar la crisis actual en el área textil.	
F6	Existe la predisposición tanto de padres como de las señoritas en realizar el gasto en este producto.				

F7	Existencia del mercado en señoritas de 10 a 36 años de nivel socioeconómico medio alto del cantón Antonio Ante.	F7 - O3 Establecer la producción de tal forma que pueda cubrir la demanda existente en el cantón Antonio Ante de las señoritas entre 10 y 36 años.	F7 - A1 Poner a disposición de este mercado el producto que necesita dentro del cantón evitando que tengan que dirigirse a boutiques de la ciudad de Ibarra.
DEBILIDADES		DO	DA
D1	Los clientes pasan mucho tiempo en dirigirse a otras ciudades a buscar los vestidos.	D1, D2 - O1 Elaborar vestidos de calidad a un precio razonable en la ciudad de Atuntaqui, aprovechándonos de empresas de otras ciudades que pueden asesorarnos en el área de la confección.	D1, D2, D3 - A1 Crear promocionar la microempresa para que la clientela se dirija a nuestro local en lugar de visitar boutiques de otras ciudades, con lo cual se disminuye el costo por transporte.
D2	El costo del vestido se eleva por transporte y por el sitio de ubicación de la boutique.		
D3	Atuntaqui no cuenta con un local o boutique donde se ofrezcan vestidos de novia y quinceañera.	D3, D4, D5 - O2 Crear una microempresa dedicada a la confección de vestidos de novia y quinceañera en Atuntaqui que tenga modelos variados y de diferentes calidades además de telas y accesorios especializados tomando como base internet, libros y revistas especializados en el tema.	D4 - A3 Fabricar vestidos de modelos variados además de diferentes calidades para satisfacer las necesidades de los consumidores.
D4	Los sitios de venta en otras ciudades donde acuden los clientes no cuentan con modelos variados y de diferentes calidades.		
D5	Atuntaqui no tiene un local de venta de telas y accesorios especializados en esta rama.	D6 - O3 Establecer una política de alquiler para los casos que necesiten y que además las ciudades aledañas no cubren este tipo de demanda.	D5, D6 - A2 Adquirir telas y accesorios en otras ciudades para crear los vestidos tanto para venta como para alquiler.
D6	Existen casos de no poder acceder a la compra sino al alquiler		
D7	Entidades crediticias con intereses altos	D7, D8 - O1, O2, O3 Poner en marcha la producción con ayuda de otras empresas que saben de este tema, incluso con medios bibliográficos cubriendo la demanda existente y así minimizar costos y gastos.	D7, D8 - A2 Investigar que institución crediticia me otorga las facilidades para acceder a un crédito con intereses moderados, además de buscar sitios en los cuales exista la materia prima con un costo adecuado.
D8	Altos costos de la materia prima.		

Fuente: Diagnóstico
Elaborado por: La Autora

1.9 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

De acuerdo con el análisis de la información obtenida del presente diagnóstico y con la matriz FODA se logró establecer que el principal problema es la no complacencia de la demanda de vestidos de novia y quinceañera y el no gozar con una microempresa orientada de forma técnica y administrativa a la creación de este tipo de producto para la satisfacción de las necesidades de las señoritas del cantón Antonio Ante.

Por ser Atuntaqui un cantón netamente textil es oportuno y necesario ampliarse con nuevos productos, nuevas ofertas como es el caso de los vestidos, además de implementar la opción de alquiler, porque muchas de las señoritas no pueden acceder a la compra ya que su situación económica no les permite y prefieren este servicio.

El problema se inicia por algunas causas como son un estudio de mercado de las necesidades de los consumidores, ubicación estratégica, comercialización, falta de visión de futuro lo cual hace que la producción de Atuntaqui esté encaminada a otras áreas, entonces se estima conveniente la solución de este problema por medio del proyecto citado “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en el cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura”.

CAPITULO II

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 LA MICROEMPRESA

TORRES L, (2005) afirma: “Es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras que tiene objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los USD 30 000 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio.

2.1.1 CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

www.dspace.espol.edu.ec/bitstream afirma: “La microempresa suele tener las siguientes características, según el Banco Interamericano de Desarrollo:

- 2.1.1.1** Es gestionada por un empresario - propietario, que en un alto porcentaje son mujeres.
- 2.1.1.2** Posee diez o menos trabajadores y depende en gran medida de la mano de obra familiar.
- 2.1.1.3** Tiende a mezclar las finanzas familiares con las comerciales.
- 2.1.1.4** Tiene activos fijos de hasta US\$ 20.000,00.
- 2.1.1.5** No tiene acceso al sector financiero regulado ni a los servicios de apoyo empresarial.
- 2.1.1.6** Los propietarios suelen carecer de capacitación administrativa y técnica.”

2.1.2 NIVELES DE MICROEMPRESA

TORRES L, (2005) afirma:”La heterogeneidad de la microempresa nos hace reflexionar sobre la existencia de varios niveles de microempresas, que están clasificados de la siguiente manera:

2.1.2.1 Microempresa de Subsistencia.- Actividades micro empresariales primarias en las que no se da el fenómeno de acumulación de capital, usa los ingresos netos para consumo, sin mayor reinversión.

Operan a partir de la lógica de producción individual o familiar. Se realizan a partir de muy bajo recursos, vinculaciones inestables y marginales con el mercado y mínimas posibilidades de generar algún tipo de excedentes.

2.1.2.2 Microempresa de Expansión.- Se limitan a garantizar la producción y permanencia en el mercado en condiciones de inestabilidad, apoyándose en el esfuerzo individual y produciendo una baja acumulación de capital. Posee menos de 10 empleados.

2.1.2.3 Microempresa de Transformación.- Es el estado en la evolución hacia la pequeña empresa. Hay un proceso de acumulación de capital más orientado a la incorporación de activos fijos. El propio crecimiento le obliga a iniciar la formalización y es común que se produzca la incorporación de trabajadores y se inicie una diferenciación de funciones.

Es cierto que la mayoría de microempresas son de subsistencia, pero ello no nos debe llevar a desconocer la existencia de las otras, que en los últimos años ha tenido un gran auge, debido a la participación de los cesantes y profesionales jóvenes.

2.2 LA EMPRESA

VALDIVIESO M, (2005) afirma: “Es una entidad compuesta por capital y trabajo que se dedica a actividades de producción, comercialización y prestación de bienes y servicios a la colectividad”

El presente concepto ha sido tomado en cuenta porque es necesario saber que la empresa es la base del desarrollo de un país con una adecuada organización de las actividades de producción, comercialización, bienes y servicios prestados a la población.

2.2.1 CLASIFICACION Y CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

VALDIVIESO M, (2005) afirma: “Existen algunos criterios para clasificar a las empresas, para efectos contables se consideran más útiles los siguientes:”

2.2.1.1 POR SU ANTURALEZA

- ✓ **Empresas Industriales.-** Son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos.
- ✓ **Empresas Comerciales.-** Son aquellas que se dedican a la compra – venta de productos convirtiéndose en intermediarias entre productores y consumidores.
- ✓ **Empresas de Servicios.-** Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad.

2.2.1.2 POR EL SECTOR AL QUE PERTENECEN

- ✓ **Públicas.-** Son aquellas cuyo capital pertenece al sector público (Estado).
- ✓ **Privadas.-** Son aquellas cuyo capital pertenece al sector privado (personas naturales o jurídicas).
- ✓ **Mixtas.-** Son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como al sector privado (personas jurídicas).

2.2.1.3 POR LA INTEGRACIÓN DEL CAPITAL

- ✓ **Unipersonales.-** Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.
- ✓ **Pluripersonales.-** Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

2.3 ADMINISTRACIÓN

C. Certo S, (1992) afirma: “La administración se define como el proceso de alcanzar metas organizacionales trabajando con y por medio de personas y otros recursos organizacionales”.

Una comparación entre esta definición y las definiciones de administración ofrecidas por varios y diferentes teóricos de la administración contemporánea muestra que existe algún acuerdo en el sentido de que la administración tiene características como: que es un proceso o una serie de actividades continuas y relacionadas, que alcanza las metas trabajando con y por medio de personas y otros recursos, que implica y se concentra en alcanzar metas.

2.3.1 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN

REYES A, (1990) afirma: “La Administración se da dondequiera que exista un organismo social, aunque lógicamente sea más necesaria, cuanto mayor y más complejo sea este”.

El éxito de un organismo social depende, directamente e inmediatamente de su buena administración, y sólo a través de ésta, de los elementos materiales, humanos, etc. con que ese organismo cuenta.

Para las grandes empresas, la administración técnica o científica es indiscutible y obviamente esencial, ya que su magnitud y complejidad, simplemente no podría actuar si no fuera a base de una administración sumamente técnica. En ella es, quizá, donde la función administrativa puede aislarse mejor de las demás.

Para las empresas pequeñas y medianas, también, quizá su única posibilidad de compartir con otras, es el mejoramiento de su administración o sea, obtener una mejor coordinación de sus elementos para maquinaria, mercado, calificación de mano de obra, etc., en los que indiscutiblemente, son superadas por sus grandes competidoras.

La elevación de la productividad, preocupación quizá de la mayor importancia actualmente en el campo económico social, depende por lo dicho, de la adecuada administración de las empresas, ya que si cada célula de esa vida económica social es eficiente y productiva, la sociedad misma, formada por ellas, tendría que serlo.

En especial para los países que están desarrollándose, quizá uno de los requisitos sustanciales es mejorar la calidad de su administración, porque para crear la capitalización, desarrolla la calificación de sus empleados y trabajadores, etc., bases esenciales de su desarrollo, es indispensable la más eficiente técnica de coordinación de todos elementos, la que viene a ser, por ello, como el punto de partida de ese desarrollo.

2.3.2 CONCEPTO DE UNIDAD PRODUCTIVA

es.wikipedia.org/wiki/Comercialización (afirma): “En general, una unidad productiva es considerada como “una actividad generadora de bienes o servicios, que actúa dentro de un sistema económico socialmente reconocido en el cual existe un conjunto de normas que permiten establecer un ordenamiento a la actividad desempeñada.”

La unidad productiva tiene entonces, en la continuidad de su círculo productivo, la razón de su existencia y mantiene una estrecha vinculación con diferentes mercados, tales como el mercado financiero, necesario para la obtención del capital inicial y capital de trabajo; el mercado de insumos y materias primas; el mercado del bien o servicio en el cual cumple la función de productor u oferente; y el mercado laboral, fundamental para la operación de la empresa.

2.3.2.1 CULTURA ORGANIZACIONAL

FREMO A, (1998) afirma: “Cada organización tiene su propia cultura, distinta de las demás, lo que le da su propia identidad. La cultura de una institución incluye valores, creencias y comportamientos que se consolidan y comparten durante la vida empresarial”

Con la evaluación rápida de los valores que profesan los cuerpos directivos y el liderazgo que ejercen, se puede inferir que piensan el resto de la comunidad empresarial, muy importante para destacar los problemas de pertenencia y productividad. Una organización sin sentido de pertenencia, difícilmente progresa porque los objetivos y los planes no se difunden con la fuerza necesaria para que todo el personal propugne por un desarrollo sostenido de la empresa.

La dirección moderna de las empresas es un asunto de liderazgo. El liderazgo eficaz incluye, por lo tanto, habilidad para comunicar los objetivos y metas. Capacidad para tomar decisiones acertadas. Excelentes condiciones para motivar permanentemente a la gente. Enorme flexibilidad para adaptarse a condiciones variables o ambientes cambiantes.

2.4 CONCEPTO DE CONTABILIDAD

BERNARD H, ARMANDO M, (1993) expresan: "Contabilidad es el arte de recoger, resumir, analizar e interpretar datos financieros, para obtener así las informaciones necesarias relacionadas con las operaciones de un empresa".

La contabilidad nos proporciona los instrumentos necesarios para manejar información ordenada con el objetivo de tomar decisiones en un momento determinado a corto o largo plazo.

2.4.1 TRANSACCIONES COMERCIALES

Dicho en la forma más sencilla posible, una transacción comercial es aquello que ocurre cuando tiene lugar cualquier intercambio financiero por ejemplo: cuando una empresa vende mercancías, compra un edificio, obtiene dinero prestado, paga a sus empleados, etc.

2.4.2 ECUACION CONTABLE

En el lado izquierdo de la ecuación figuran todos los recursos o propiedades que posee la empresa para el desarrollo de su

objeto social y en el lado derecho, la participación de los proveedores, acreedores y los propietarios del negocio.

Debe existir un perfecto equilibrio entre las propiedades y los derechos de los dueños y de terceros. La ecuación contable se expresa de la siguiente manera:

$$\begin{array}{l} \text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{PATRIMONIO} \\ A = P + P \end{array}$$

El **activo** representa todos los recursos y propiedades que posee la empresa para el desarrollo de sus operaciones; dinero en efectivo, terrenos, edificios, maquinarias, deudas a favor de la empresa.

El **pasivo** está conformado por todas las obligaciones que posee la empresa o negocio con terceros; cuentas por pagar, documentos por pagar, impuestos por pagar, hipotecas por pagar, etc.

El **patrimonio** representa el derecho que poseen los propietarios en los activos de la empresa; es entonces la diferencia entre lo que tiene y lo que debe, muestra lo que es de los dueños.

2.4.3 CONTABILIDAD DE COSTOS

PEDRO, Z (2007) afirma: "Contabilidad de costos es una técnica especializada de la contabilidad que utiliza métodos y procedimientos apropiados para registrar, resumir e interpretar las operaciones relacionadas con los costos que se requieren para elaborar un artículo, prestar un servicio, o los procesos y actividades que fueran inherentes a su producción"

RAMIREZ P, DAVIL N, (2004) afirman: "Es un sistema de información que clasifica, acumula, controla y asigna los costos para determinar los costos de actividades, procesos y productos, y con ello facilita la toma de decisiones y el control administrativo"

La contabilidad de Costos entonces nos brinda las herramientas necesarias para la correcta distribución de costos que se deben asignar a los servicios, actividades, procesos o productos lo cual facilita tomar decisiones acertadas.

2.4.3.1 PROPÓSITOS DE LA CONTABILIDAD DE COSTOS

✓ Determinar el costo de los inventarios de productos en proceso, terminados y materiales e insumos, tanto unitarios como globales, con miras a su presentación en el balance general.

✓ Establecer el costo de los productos vendidos, a fin de poder calcular la utilidad o pérdida del periodo respectivo y presentarlos en el estado de resultados.

✓ Dotar a los directivos y ejecutivos de la mejor herramienta para planificar y controlar los costos de producción.

✓ Guiar la toma de decisiones, cuándo se deben mantener o desechar ciertas líneas de producción, aceptar o no nuevos pedidos, comprar nueva maquinaria, etc.

✓ Combinar apropiadamente el surtido de productos, ampliar la nave industrial y, en general, todo cuanto se refiera a nuevas inversiones productivas.

✓ Controlar el uso de los elementos del costo mediante el reporte de datos, usos indebidos o demoras innecesarias, y optimizar las utilidades precisamente con los ahorros que se obtengan de las acciones que provengan y eviten los desperdicios citados.

✓ Ubicar las áreas, procesos, actividades y aspectos que encarecen el producto o impiden obtenerlo de manera económica y oportuna, identificando sus causas y efectos de corto y largo plazo.

2.4.4 COSTOS

El costo es el conjunto de valores incurridos en un período perfectamente identificados con el producto que se fabrica. El costo es recuperable.

2.4.5 ELEMENTOS DEL COSTO

Para fabricar cualquier bien o prestar un servicio será necesario adquirir y poner a disposición del proceso productivo los siguientes elementos circunstanciales y vinculados entre sí:

2.4.5.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado. Ejemplos: tela, hierro, madera, etc.

2.4.5.2 MATERIA PRIMA INDIRECTA

Estos pueden o no formar parte del producto terminado, son de difícil cuantificación por dos razones fundamentales, tiempo y costo. Ejemplo: hilos, suelda, envases y embalajes.

2.4.5.3 MATERIALES CONSUMIBLES

Son aquellos materiales que no forman parte del producto terminado, pero son necesarios para que el proceso productivo se lleve a cabo con normalidad. Ejemplos: combustibles, lubricantes, grasas y materiales de limpieza.

2.4.5.4 MANO DE OBRA DIRECTA

Es la fuerza de trabajo que participa directamente en la transformación de los materiales en productos acabados ya sea que intervengan manualmente o accionando máquinas.

2.4.5.5 MANO DE OBRA INDIRECTA

Constituye la fuerza de trabajo que participa en forma indirecta en la transformación del producto. Ejemplos: supervisores en fábrica, capataces, personal de mantenimiento, oficinistas de fábrica, etc.

2.4.5.6 GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

Llamados también carga fabril y engloba aquellos egresos realizados con el fin de beneficiar al conjunto de los diferentes artículos que se fabrican. No se identifican con un solo producto o proceso productivo.

2.4.6 GASTOS

Son los valores que se aplican para cumplir con las funciones de administrar, vender y financiar (costo de distribución).

2.4.6.1 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

2.4.6.2 GASTOS DE VENTAS

Son desembolsos producidos por la ejecución de la función de ventas.

2.4.6.3 GASTOS FINANCIEROS

Llamadas también cargas financieras. Son pagos (intereses y comisiones) que se realizan a instituciones bancarias y financieras.

2.4.7 PRECIO

Para el establecimiento del precio, en microempresas artesanales o industriales, se suele calcular tomando como base los costos y los gastos y el porcentaje de utilidad que se asigna para la

compensación o recuperación de los costos fijos y variables incurridos en la elaboración de los productos.

2.5 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son el conjunto de informes preparados bajo la responsabilidad de los administradores del negocio o empresa, con el fin de darles a conocer a los usuarios la situación financiera y los resultados operacionales del negocio en un período determinado.

2.5.1 BALANCE GENERAL

Es el estado que presenta la situación financiera de la empresa a una fecha determinada. El balance general ofrece información a los usuarios que estén interesados en conocer la verdadera situación financiera de la empresa, como los analistas de crédito, proveedores o inversionistas, y, a su vez, puede utilizarse para la toma de decisiones de los administradores, gerentes o ejecutivos.

2.5.2 ESTADO DE RESULTADOS

Antes denominado estado de ganancias y pérdidas, es quizás el estado de mayor importancia por cuanto permite evaluar la gestión operacional de la empresa y además sirve de base para la toma de decisiones. Este estado resume todas las transacciones correspondientes a los ingresos generados y a los costos y gastos incurridos por la empresa en un período determinado.

2.5.3 ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

Mide la variación, los aumentos y/o disminuciones del patrimonio, originada por las transacciones comerciales realizadas por la empresa durante el período contable.

2.5.4 ESTADO DE FLUJO DE FONDOS

Es un estado financiero complementario que resulta de la comparación del balance general en dos fechas determinadas. De éste se

deduce de dónde obtuvo una empresa recursos financieros y qué destinación se les dio a tales recursos.

2.5.5 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

Debe representar en detalle el efectivo recibido o pagado a lo largo de un período, clasificado por actividades de: operación, de inversión y de financiación.

2.6 LOS INVENTARIOS

Los inventarios están representados por aquellos bienes corporales destinados a la venta en el curso normal de los negocios, así como aquellos que se encuentran en proceso de producción o que se utilizarán en la producción de otros que se van a vender, ya sean o no fabricados por la empresa.

2.6.1 CONTROL INTERNO

El control interno se debe empezar cuando se reciben los artículos. Se debe confrontar la orden de compra con la factura, verificando precios, cantidades, artículos solicitados. Se registra el ingreso de los artículos y se envía la factura al departamento de contabilidad. Se deben establecer medidas de seguridad para evitar daños de las mercancías o bodega; permitir el paso solo a empleados autorizados. Se debe utilizar formas de requisición para el retiro de mercancías, debidamente autorizadas.

2.6.2 MÉTODOS DE VALUACIÓN DE INVENTARIOS

Los inventarios representan uno de los renglones más importantes de la empresa, de aquí la necesidad de la correcta valuación del importe que debe enfrentarse con los ingresos del período y que determinará la utilidad. Las mercancías se adquieren en momentos distintos y a precios distintos, al presentar tendencias alcistas. Existen varios métodos de valoración de inventarios: Método primeras en entrar, primeras en salir (PEPS); Método últimas en entrar, primeras en salir (UEPS); Método promedio ponderado, etc.

2.6.2.1 MÉTODO PEPS

Este método se basa en la suposición de que las primeras unidades en entrar al almacén, serán las primeras en salir, razón por la cual, al finalizar el período contable las existencias quedan valuadas a los últimos costos de adquisición y el inventario final queda a costos actuales.

2.6.2.2 MÉTODO UEPS

Este método se basa en la suposición de que las últimas unidades en entrar al almacén serán las primeras en salir, razón por la cual al finalizar el ejercicio contable las existencias quedan valuadas al costo del inventario inicial y a los precios de las primeras compras. El inventario final queda valuado a costos antiguos o desactualizados.

2.6.2.3 MÉTODO PROMEDIO PONDERADO

Este método es muy utilizado por la relativa facilidad de cálculo y por considerar que se ajusta a la tendencia alcista del mercado.

2.7 ANÁLISIS FINANCIERO

Es una evaluación tanto del funcionamiento financiero de la empresa en el pasado como de sus perspectivas. Por lo regular, implica un análisis de los estados financieros de la empresa. Lo utilizan diversos sectores como acreedores, inversionistas y gerentes, para determinar la posición financiera de la empresa en relación con la de otras.

2.7.1 COMPARACIÓN SECTORIAL

Los índices de una empresa se comparan con los de las compañías similares o con promedios industriales o normas para determinar cómo está comportándose la empresa con relación a sus competidores.

2.7.2 ANÁLISIS DE TENDENCIAS

El índice actual se compara con sus promedios pasados y futuros para determinar si la condición financiera de la compañía está mejorando o deteriorándose a lo largo del tiempo.

Después de completar el análisis de estados financieros, el analista financiero de la empresa consultará con la gerencia para discutir sus planes y perspectivas, y en el análisis identificará las áreas críticas y las soluciones posibles.

2.7.3 ANÁLISIS CON INDICADORES FINANCIEROS

Para evaluar la situación y desempeño financieros de una empresa, el analista requiere de algunos criterios, éstos se utilizan frecuentemente como razones o índices que relacionan datos financieros entre sí. El análisis e interpretación de varias razones debe permitir a analistas y expertos tener un mejor conocimiento de la situación y desempeño financieros de la empresa que el que podrían obtener mediante el análisis aislado de los datos financieros. Los indicadores financieros pueden clasificarse en:

2.7.4 ÍNDICES DE LIQUIDEZ

La liquidez es la capacidad que tiene una compañía para pagar sus obligaciones a corto plazo. El más utilizado es:

2.7.4.1 PRUEBA ÁCIDA

Es la guía más precisa de liquidez (efectivo) que la empresa debe tener para cubrir deudas con acreedores.

$$Prueba \text{ Ácida} = \frac{\text{activos corrientes} - \text{inventario}}{\text{pasivo corriente}}$$

2.7.5 ÍNDICES DE SOLVENCIA (ENDEUDAMIENTO)

Muestra el grado de endeudamiento de una compañía. Indica su capacidad para acceder a nuevos créditos y para cumplir sus obligaciones a corto y a largo plazo.

2.7.5.1 ÍNDICE DE DEUDA

Compara el pasivo total con el activo total; mide la contribución de los acreedores con relación con la contribución de los propietarios para financiar los activos de la compañía.

$$\text{Índice de deuda} = \frac{\text{pasivo total}}{\text{activo total}}$$

2.7.6 ÍNDICES DE ACTIVIDAD

Se utilizan para determinar la rapidez con que varias cuentas se convierten en ventas o efectivo.

2.7.6.1 ÍNDICES DE INVENTARIOS

Los dos indicadores más importantes para evaluar el inventario son: la rotación del inventario y el promedio de edad de éste.

$$\text{Rotación del inventario} = \frac{\text{costo de ventas}}{\text{inventario}}$$

$$\text{Días de rotación} = \frac{360 \text{ días}}{\text{rotación del inventario}}$$

2.7.7 ÍNDICES DE RENTABILIDAD

Mide la posición financiera y la forma eficiente en que se administra una empresa; es la habilidad que tiene la empresa para ganar una utilidad satisfactoria y reinvertir, el más utilizado es:

2.7.7.1 MÁRGEN DE UTILIDAD NETA

Indica la rentabilidad generada por los ingresos; por tanto, es una medida importante de rendimiento de operaciones.

$$\text{Márgen de utilidad neta} = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{ventas netas}}$$

2.7.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se define como el volumen de ventas necesarias para no perder ni ganar; es decir quedar en equilibrio con utilidad cero. Para el análisis de punto de equilibrio, normalmente se trabaja con la utilidad

operativa, o sea la utilidad antes de intereses, impuestos y cualesquiera otros gastos e ingresos que no pertenecen a la operación básica del negocio.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{ingresos}}}$$

2.7.8.1 COSTOS FIJOS

Son aquellos que permanecen constantes frente a cualquier volumen de producción por ejemplo: mano de obra directa e indirecta, depreciaciones de activos fijos (método línea directa), arriendos, seguros, etc.

2.7.8.2 COSTOS VARIABLES

Tienen un comportamiento directamente proporcional al volumen de producción. A mayor cantidad mayor costo, a menor cantidad menor costo por ejemplo: materiales directos e indirectos, lubricantes, mano de obra directa por obra o a destajo, depreciación maquinaria (método unidades de producto), comisiones en ventas, etc.

2.7.9 COSTO DE OPORTUNIDAD

El costo de oportunidad de una inversión es la primera erogación de efectivo que se realiza para iniciar un proyecto o microempresa, la misma que puede ser con capital propio o financiado; el costo de oportunidad está dado por la sumatoria de las tasas activas y pasivas promedio en el mercado.

2.8 COMERCIALIZACION

2.8.1 CANAL DE DISTRIBUCION

es.wikipedia.org/wiki/Comercialización (afirma): “Es el circuito a través del cual los fabricantes (o productores) ponen a disposición de los consumidores (o usuarios finales) los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores y vendedores y la imposibilidad

de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo”.

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

Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante.

2.8.2 TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCION

es.wikipedia.org/wiki/Comercialización (afirma): “Se puede hablar de dos tipos de canales:

2.8.2.1 CANAL DIRECTO (CIRCUITOS CORTOS DE COMERCIALIZACIÓN).- El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo. Por ejemplo, un peluquero presta el servicio y lo vende sin intermediarios; lo mismo ocurre con bancos y cajas de ahorro.

2.8.2.2 CANAL INDIRECTO.- Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el

producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo.

Un canal corto sólo tiene dos escalones, es decir, un único intermediario entre fabricante y usuario final. Este canal es habitual en la comercialización de automóviles, electrodomésticos, ropa de diseño en que los minoristas o detallistas tienen la exclusiva de venta para una zona o se comprometen a un mínimo de compras.

En un canal largo intervienen muchos intermediarios (mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas, agentes comerciales, etc.). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente, como los supermercados, las tiendas tradicionales, los mercados o galerías de alimentación.

En general, se considera que los canales de distribución cortos conducen a precios de venta al consumidor reducidos y, al revés, que canales de distribución largos son sinónimo de precios elevados. Esto no siempre es verdad; puede darse el caso de que productos comprados directamente al productor tengan un precio de venta mayor que en un establecimiento comercial.

2.9 CONFECCION

2.9.1 DEFINICION

LIMAYCO, M (2005) afirma: “Es el armado del saber ejecutar las costuras y el planchado, todo en relación al corte sin afectarlos antes si dándole todo lo que alcanza. Ninguna de estas tres ramas sin mutuo apoyo”.

Cuando van desarmonizados son falsos sus efectos, pues la mutua colaboración de todos ellos es la suma de conocimientos científicos y

elementales que contribuyen a la ejecución del arte indumentario de tanta importancia en la vida de países civilizados.

2.9.2 IMPORTANCIA

Es importante saber del arte de corte y confección en la vida de toda mujer que desea completar su duración y para poder confeccionar sus propios vestidos, el aprendizaje de corte trae consigo una suma de conocimientos que practicados aseguran un porvenir mejor y feliz y también ayuda en la estabilidad económica del hogar. El corte confección es de suma importancia en la mujer, aún como en la actualidad la mujer tiene amplios horizontes de acuerdo a sus actividades; sin embargo, el arte de vestir es de suma importancia tanto para la mujer pobre como para la mujer rica porque a más de ser un adorno es también una economía siendo esta la base de todo progreso.

2.9.3 INDICACIONES GENERALES

Las condiciones generales en la práctica de corte y confección son:

- ✓ Tomar las medidas con precisión.
- ✓ Trazar con exactitud las marcas de tiza.
- ✓ Manejar la tijera con seguridad.
- ✓ Tener buen gusto en la elección de modelos.
- ✓ Cuidar que el modelo guarde relación con la tela y los adornos estén de acuerdo al modelo y se adapte al cuerpo del interesado.
- ✓ Al cortar se debe dar una discreta amplitud para que la prenda permita movimiento cómodo especialmente la ropa de niños.
- ✓ Cuidar la armonía de los colores como el negro para que concuerde con otros, pero no con los colores como el gris, plomo y el verde, la combinación de los colores debe hacer resaltar, uno de ellos es el azul se presta para cualquier vestido sea estilo sastre o cualquier otro modelo de lana

para fiestas o calle combina con el blanco da un aspecto fresco y juvenil, el buen gusto debe guiar la colección del modelo, la combinación de telas estampadas con tejido de lino debe darse escogiendo los colores dominantes consiguiendo un contraste.

- ✓ Quien posee la práctica de corte y confección debe tener buen gusto y precisión.

2.9.4 UTILES Y HERRAMIENTAS QUE SE UTILIZAN EN EL CORTE Y CONFECCION

Son: tijera, tiza, cinta métrica, agujas, alfileres, dedal, hilo de hilvanar, hilo de coser, figurín, venda, plancha, planchador, mesa para trazar, una libreta para tomar las medidas, máquina de coser, tela, un juego de reglas, a no ser posible todo el juego por lo menos una vara y una escuadra.

2.9.5 LA MODA

La moda es el arte de crear modelos bellos y elegantes, sin olvidar los accesorios y detalles que complementan un vestido, la moda en la que todos los tiempos ha interesado a la mujer para la creación de tantos vestidos y trajes preciosos que han inspirado el deseo de renovar nuevos modelos, París fue la cuna de las casas de moda que han puesto las últimas correcciones donde alcance a lucir vestidos elaborados por los famosos diseñadores, es la constante innovación en el estilo del vestido con variaciones, recortes, adornos con el objeto de cambiar la silueta humana y darle una nueva presentación.

2.9.6 MODELOS

La variedad de modelos que se encuentra en la ropa femenina debe estar de acuerdo a la clase de tela y la conformación del cuerpo de la persona siendo cuerpos normales.

Para personas gordas se prefiere modelos de varios recortes que son los que ayudan a dar el armado y la amplitud necesaria sin forzar las líneas.

Para personas delgadas son necesarios los modelos que llevan encarrujados, drapeados, plisados y acampanados ya que estos ayudan a engrosar la silueta.

2.9.7 EL VESTIDO

2.9.7.1 IMPORTANCIA DEL ARTE DE VESTIR

El arte de vestir es un arte de saber vestir, es una de las primeras necesidades de la humanidad de cubrir su cuerpo es una necesidad tanto física como moral.

2.9.7.2 EVOLUCION DEL VESTIDO

Hace muchos años los hombres y las mujeres utilizaban hojas de vegetales y pieles curtidas de animales, después de muchos años utilizaban vestidos más ligeros, airosos prensados de cabuya e hilados de oveja, las mujeres españolas utilizaban un aparato de hierro sujeto al cuello que se levantaba en forma de media luna, se colocaban un velo medio transparente de esta forma se le ve la peineta española.

El traje de telas más generalizado fue una pieza de tela en forma de sábana y al servirse en el cuerpo formaba pliegues.

Los romanos tenían un vestido llamado toga, era una inmensa pieza de tela cortada en media luna.

Los bárbaros pintaban sus trajes para impresionar a los romanos, su prenda principal consistía en un manto de lana que sujetaba en el hombro con una hebilla.

Los trajes de la baraja española en la edad media de los reyes era una túnica y se cubrían con un manto cuyo interior era de armiño.

Hace 500 años existían jóvenes de raros trajes como los hippies y las señoritas utilizaban trajes amplios; no todo el mundo vestía igual en aquel

siglo, cada condición de las personas debe ser señalado por sus trajes y nadie era libre de vestirse bajo la pena de cárcel y azotes de vestirse de acuerdo a la tradición, más tarde al establecer las relaciones entre europeos y americanos la moda se ha ido unificando.

Recurriendo género postizos, tales como unos armazones que se ponían debajo de la falda, usaban una collera de limbre y más tarde unas telas almidonadas. La chaqueta el pantalón fue copiada por las gentes de posición económica acomodada y terminó imponiéndose con el tiempo.

En el siglo XX como las mujeres no trabajaban, vestían faldas largas que cubrían hasta los pies, las señoritas usaban vestidos que eran de un lino más fino.

En los divertidos años XX las faldas quedaban nada menos que hasta la rodilla.

Las faldas descienden o bajan nuevamente, el cine parlante hace que todos se vistan igual.

Entre los años 1940 y 1945 se dio la segunda guerra mundial, muchas mujeres vistieron uniforme militar y ayudaron en las tropas, en los años 1950 la falda tiene ligeros cambios en la altura pocos dedos por debajo de la rodilla, también los trajes de noche empiezan a perder el largo de la falda y muy ceñida hasta la rodilla, la mini falda aparece en 1966. En 1970 hay libertad para el alto de la falda.

2.9.7.3 CLASIFICACION DE LOS VESTIDOS EN MODISTERIA

La modistería clasifica a los trajes en grupos diferentes por su condición, en primer lugar, los trajes se clasifican según la estación del año.

- ✓ **Trajes de verano.-** son de tela, de poco cuerpo y de colores claros, sedas, telas de algodón, telas de hilo, etc.

- ✓ **Trajes de invierno.-** estos trajes en preferencia son de telas de lana o telas dobles que preste abrigo como la lanilla, casimires, paños, etc. los modelos también deberán ser de acuerdo a la estación.
- ✓ **Trajes de entre tiempo.-** son los que se usan para exclusivo como son: punto seda de caucho, sedas impermeables, telas de hilo floreadas, etc.
- ✓ **Trajes de casa.-** estos son generalmente de algodón, sencillos, de color de acuerdo a la edad y su posición social.
- ✓ **Trajes sport.-** estos vestidos son caracterizados por su alzada, son de tejidos resistentes como gabardinas, sempiternos, etc.
- ✓ **Trajes de gala.-** son los que se reservan para los días de fiesta o ceremonia.
- ✓ **Trajes de calle.-** estas se clasifican de acuerdo a la estación en que se usan los vestidos.
- ✓ **Trajes de noche o etiqueta.-** estos trajes se diferencian de los demás, depende de la clase social, generalmente son largos de telas lujosas como terciopelo, telas metálicas, randa, chifón, etc.

Los diseños son sumamente lujosos, elegantes, los escotes o mangas están sujetos de acuerdo a la edad de la persona y el carácter de la ceremonia para la mañana se usa por ejemplo colores claros en cambio para la noche colores oscuros y escotes caprichosos.

2.9.7.4 VESTIDO DE NOVIA

En todas las chicas existe el sueño profundo de casarse y mientras esperan que florezcan con todo detalle ya desde la adolescencia, cuando llega el momento de la decisión surgen mil

preguntas como: ¿El modelo estará en armonía con el estilo personal, con la ceremonia, tradición, la moda y temporada?

Para confeccionar los trajes de novia se debe considerar varias facetas:

Con respecto a la personalidad en sí.- Su personalidad puede ser extrovertida, dinámica o introvertida.

Físico.- Teniendo en cuenta las siguientes sugerencias será fácil encontrar el vestido que mejor nos quede:

Si la persona es un poco gordita indudablemente lo que mejor le va es una línea sencilla, sus cortes verticales tienen el poder de hacer más esbelta la figura, alternativamente el vestido tendrá un talle bajo, evita la línea imperio con volantes, los pliegues y los grandes lasos.

Si tienes mucho busto será los hombros los que adquieran gran importancia resultando muy evidenciados porque sostienen y dan estabilidad al tejido y a su vez cae bien deslizándose sobre el pecho, podemos utilizar el escote cuadrado o en pico.

Si eres bajita clásico o romántico tu vestido tendrá una cola que dé una vuelta hacia arriba proporcionando suavidad y alargando la línea.

Si eres una de las afortunadas delgaditas la línea imperio está hecha para ti o bien ponte drapeados, salpicados de flores en relieve cuellos, mangas y cola la cantidad de tela que tu desees.

La estación del año en que se realizará la boda.- primavera, verano, otoño, invierno, hora en la que se va a realizar mañana, tarde o noche.

Líneas con respecto a la persona y moda.- las más usadas son: princesa, imperio que van bien en la mañana o en la tarde, el tradicional vestido amplio o su contrario utilizaremos en la noche.

Estilos al momento de hacer la elección de nuestro vestido.- debemos tener presente que estilo nos caracteriza si es juvenil, romántico, clásico, sofisticado, sobrio.

Textura.- las telas deben ser siempre de excelente calidad para todas las temporadas como: seda salvaje, brocado, jerabilla, crepe china, faya, georgette, jarquard, jersey, tela de hilo, mi cado, organza, otoman, encaje, bordado razo, tafetán.

2.9.7.5 ACCESORIOS DE LA NOVIA

El velo, el tocado y los guantes además la rama, las joyas y los zapatos constituyen una parte importante e indispensable de la continuidad de éste conjunto sin ellos el modelo más expandido disminuye su encanto.

Son aquellos detalles que resaltan las partes más sugestivas de la persona en su rostro, cabello, cuello, las manos y las piernas.

✓ **El tocado.-** El rostro de la novia el día del sí asume una importancia primaria y por consiguiente enmarcarlo, adornarlo y exaltarlo es imperativo. Los cabellos son su adorno natural mientras que cintas, diademas, flores, coronas, guirnaldas, sombreritos permiten a la fantasía actuar para hacerla más dulce. Como ocurre con el vestido también para el tocado el indispensable que la chica lo sienta suyo por el gusto como por la facilidad y la seguridad de los movimientos. El modelo estará en sintonía con el color y el estilo del traje y también con la forma de la cara con la longitud y el corte del cabello.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 PRESENTACIÓN

El presente estudio de mercado nos ayuda a identificar el producto que se piensa poner a disposición de los clientes del cantón Antonio Ante, estableciendo para ello el mercado, la demanda y sus respectivas proyecciones para lo cual se han utilizado técnicas como encuestas las cuales fueron realizadas a la población de señoritas del cantón Antonio Ante de edades entre 14 a 25 años y entrevistas aplicadas a propietarios de locales comerciales de vestidos de novia y quinceañera de la ciudad de Ibarra.

Por tratarse de un producto nuevo que se pretende introducir en el mercado del cantón Antonio Ante en el cual la falta de una empresa o microempresa que se dedique a la confección y comercialización de vestidos tanto de novia como de quinceañera hace necesaria la creación de una unidad productiva de este tipo para poder cubrir la necesidad existente, incluso podemos mencionar que dicha unidad no tiene competencia dentro del cantón.

Para la introducción de los vestidos es necesario aplicar estrategias de comercialización como son precios promocionales, descuentos obedeciendo al monto de compra, además de publicidad en prensa escrita, radio, televisión, tarjetas, promociones por temporada, desfiles de moda y pasarela en las expo ferias en la ciudad de Atuntaqui.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO, CON ANALISIS CUALITATIVO Y CUANTITATIVO DE SUS CARACTERISTICAS

3.2.1 EL PRODUCTO

El producto que se va a ofrecer a nuestra clientela son vestidos de novia y de quinceañera; los vestidos de novia tienen su origen en Roma y eran una túnica blanca que se usada a diario, mientras

que el vestido de quinceañera tiene sus inicios en México en la tradición azteca y tolteca, pero los españoles impusieron su tradición religiosa de incluir una misa, los vestidos han ido variando con el paso de los años



hasta lo que hoy en día conocemos con variados modelos y calidades de telas.

Los vestidos de novia y quinceañera se vende solos o con ajuares completos los cuales incluyen accesorios como: velos, guantes, cola del vestido, ligas, ramos, porta aros dependiendo del modelo en el caso del



vestido de novia; y zapatillas de quinceañeras, además de los ramos para caballeros.

En la microempresa que se pretende crear se expenderán ajuares completos o solo vestidos dependiendo del gusto de las señoritas; también se ofrecerá el servicio de alquiler de vestidos.

3.3 MERCADO META

Nuestro producto está dirigido a las señoritas de 14 a 25 años del cantón Antonio Ante de un nivel socio económico medio y medio alto a las cuales les interese tener una fiesta formal para su matrimonio y sus quince años que tengan un estilo de vida conservador y vanguardista, tomando muy en cuenta los aspectos religiosos y desde luego respetándolos, y que además tengan preferencia por la calidad y el buen servicio ya que incluso se adoptará la opción de alquiler con lo cual se pretende generar lealtad con los clientes.

3.4 SEGMENTO DE MERCADO

Nuestra microempresa dedicada a la confección de vestidos de novia y quinceañera dirige su producto a la cabecera cantonal de Atuntaqui y las cabeceras parroquiales de Andrade Marín, Chaltura, Natabuela, Imbaya y San Roque, es decir solo al centro; ya que aquí encontramos un nivel socioeconómico y cultural elevado, que además

tienen como tradición celebrar tanto los quince años como los matrimonios.

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Para identificar la demanda se procedió a efectuar una investigación de campo visitando el registro civil tanto de Atuntaqui como se San Roque con lo cual se obtuvieron datos históricos de hace tres años de los matrimonios que se han realizado; de igual forma se procedió a la investigación en las iglesias de las cabeceras parroquiales del cantón Antonio Ante con lo cual se recopiló la información histórica tanto de matrimonios como de quince años que se celebraron en dichos templos.

3.6 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA: ANÁLISIS SUBJETIVO Y OBJETIVO (TÉCNICAS MATEMÁTICAS)

Para proyectar la demanda futura se utilizó como base la información histórica recopilada en el registro civil e iglesias del cantón Antonio Ante de los últimos tres años, lo cual nos indica una predisposición de conducta tomando en cuenta que lo sucedido en el pasado se repita en el futuro. A continuación tenemos la siguiente información:

CUADRO N° 14 DEMANDA

Año	Registro civil	Consumo de vestidos de Novia	Consumo de vestidos de Quinceañera
2007	192	177	27
2008	237	168	30
2009	200	181	38

Fuente: Registro Civil e Iglesias del cantón Antonio Ante.

Elaborado por: La Autora

Para la proyección de la demanda se utilizó el modelo exponencial:

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

En donde:

Q_n = Consumo futuro

Q_0 = Consumo inicial

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n = Año proyectado

Aplicando la fórmula $i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$ se establece el siguiente cuadro:

Año	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$ Registro civil	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$ Consumo de vestidos de Novia	$i = \frac{Q_n}{Q_o} - 1$ Consumo de vestidos de Quinceañera
2007	-	-	-
2008	0.23	-0.05	0.11
2009	-0.16	0.08	0.19
Total	0.07	0.03	0.30

Con base a este cálculo el consumo para los próximos años tomando como base el año 2009 es el siguiente:

Año	$Q_n = Q_o(1+i)^n$ Registro civil	$Q_n = Q_o(1+i)^n$ Consumo de vestidos de Novia	$Q_n = Q_o(1+i)^n$ Consumo de vestidos de Quinceañera
2009	200	181	38
2010	205	183	42
2011	209	185	46
2012	214	186	51
2013	219	188	56

3.7 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Luego de la realización del estudio de mercado se detectó que el cantón Antonio Ante no cuenta con una microempresa o empresa dedicada a este tipo de producción por lo tanto la unidad productiva que se pretende crear no tiene competencia dentro de dicho cantón.

3.8 PROYECCIONES DE PRECIOS, COSTOS Y FLUJOS DE CAJA

Para la elaboración del vestido se necesitan los siguientes materiales los cuales se detallan a continuación con sus respectivos precios:

CUADRO Nº15 PROYECCIONES DE PRECIOS Y COSTOS DEL VESTIDO DE NOVIA

PARTE DEL VESTIDO	MATERIAL A UTILIZAR	PRECIO UNITARIO	PRECIO ALTO	PRECIO MEDIO	PRECIO ECONOMICO
Corpiño:					
	Tela Bipiur	\$ 6 c/m	1m \$6.00	1m \$6.00	1m \$6.00
	Cierre	-	1un. 0.50	1un. 0.40	1un. 0.30
	Mullos	-	2 stas. 0.80	2 stas. 0.60	2 stas. 0.40
	Piedritas	1 fda 1.00	1 fda 1.00	1/2 f. 0.50	1/4 fda 0.25
	Forro tela carola	\$1.50 c/m	1m 1.50	1m 0.50	1m 1.50
Falda:					
	Satín	\$3 c/m	3m \$9.00	2m \$6.00	1m \$3.00
	Fuste: Pelón	\$1,5 c/m	3m 4.50	2m \$3.00	1m \$1.50
	Tela Carola	\$1,5 c/m	3m \$4.50	2m 3.00	1m \$1.50
Cola:					
	Tul	\$1,5 c/m	3m \$4.50	2m \$3.00	1m \$1.50
	Encaje	\$0,5 c/m	3m 1.50	2m \$1.00	1m \$0.50
Velo:					
	Tul	\$1,5 c/m	3m \$4.50	2m \$3.00	1m \$1.50
	Encaje	\$0,5 c/m	3m 1.50	2m \$1.00	1m \$0.50
	Hilo para todo		3h 0.90	2h \$0.60	1h \$0.30
TOTAL:			\$ 40.70	\$29.60	\$18.75

Fuente: Investigación de Campo a la Lic. en Corte y Confección Rosa López
Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 16 PROYECCIONES DE PRECIOS Y COSTOS DEL VESTIDO DE QUINCEAÑERA

PARTE DEL VESTIDO	MATERIAL A UTILIZAR	PRECIO UNITARIO	PRECIO ALTO	PRECIO MEDIO	PRECIO ECONOMICO
Corpiño:					
	Tela Bipiur	\$ 6 c/m	1m \$ 6.00	1m \$ 6.00	1m \$ 6.00
	Cierre	-	1 un. 0,50	1 un. 0,40	1 un. 0.30
	Mullos	-	2 stas. 0.80	2 stas. 0.60	2 stas. 0.40
	Piedritas	\$1.00c/fda	1 fda. 1.00	1/2 fda .0.50	1/4 f. 0.25
	Forro tela carola	\$1.50 c/m	1m 1.50	1m 1.50	1m 1.50
Falda:					
	Satín	\$3 c/m	3m \$9.00	2m \$6.00	1m \$3.00
	Fuste: Pelón	\$1,5 c/m	3m \$4.50	2m \$3.00	1m \$1.50
	Tela Carola	\$1,5 c/m	3m \$4.50	2m \$3.00	1m \$1.50
	Hilo para todo		3h \$0.90	2h \$0.60	1h \$0.30
TOTAL:			\$ 28.70	\$21.60	\$14.75

Fuente: Investigación de Campo a la Lic. en Corte y Confección Rosa López
Elaborado por: La Autora

LISTA DE MATERIALES DIRECTOS						
NOMBRE DEL BIEN: RAMO DE FLORES, PORTA ANILLOS, CORONA, LIGAS Y GUANTES (PARA NOVIA)						
Nº del elemento	Especificaciones del material	Dimensiones	Nº de elementos requeridos	Desperdicios %	Valor Unitario	Valor Total
1	Flores artificiales	unidades	10un	0	0.10	1.00
2	Cinta	1m	1m	0.01	0.50	0.50
3	Silicón	1	1un	0.05	0.25	0.25
4	Tul	1m	1m	0	1.50	1.50
5	Alambre especial	1m	1/2m	0	0.50	0.50
6	Gotitas	1m	2m	0	0.50	1.00
7	Cordón	1m	1/2m	0	1.00	0.50
8	Elástico	1m	1/2m	0	0.30	0.15
9	Encaje	1m	1m	0	0.40	0.40
10	Tela	1m	1/2m	0.2	1.50	0.75
11	Plumón	1m	1/4m	0	3.00	0.75
TOTAL MATERIALES						7.30

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

LISTA DE MATERIALES DIRECTOS						
NOMBRE DEL BIEN: RAMO DE FLORES, ZAPATILLAS, LIGAS Y GUANTES (PARA QUINCEAÑERA)						
Nº del elemento	Especificaciones del material	Dimensiones	Nº de elementos requeridos	Desperdicios %	Valor Unitario	Valor Total
1	Flores artificiales	unidades	10un	0	0.10	1.00
2	Cinta	1m	1m	0.01	0.50	0.50
3	Silicón	1	1un	0.05	0.25	0.25
4	Mullos	1 sarta	1 sarta	0	0.50	0.25
5	Encaje	1m	1m	0	0.40	0.40
6	Elástico	1m	1/2m	0	0.30	0.15
7	Tela rosada	1m	1/2m	0.2	1.50	0.75
8	Zapatillas	1un	1un	0	2.00	1.50
TOTAL MATERIALES						4.80

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

3.8.1 COSTO DE PRODUCCIÓN

**CUADRO Nº 17 ESTABLECIMIENTO DE CALIDADES DE VESTIDOS
EN BASE A LA DEMANDA**

CALIDADES	PADRES	HIJAS	PROMEDIO	
ALTO	17,97%	25,39%	21,68%	
MEDIO	53,13%	34,38%	43,75%	
ECONÓMICO	28,90%	40,23%	34,57%	
MATRIMONIOS				
	ALTO	MEDIO	ECONÓMICO	
2010	181	21,68% = 39	43,75% = 79	34,57% = 63
2011	183	21,68% = 40	43,75% = 80	34,57% = 63
2012	185	21,68% = 40	43,75% = 81	34,57% = 64
2013	186	21,68% = 40	43,75% = 81	34,57% = 64
2014	188	21,68% = 41	43,75% = 82	34,57% = 65
QUINCEAÑOS				
2010	38	21,68% = 8	43,75% = 17	34,57% = 13
2011	42	21,68% = 9	43,75% = 18	34,57% = 15
2012	46	21,68% = 10	43,75% = 20	34,57% = 16
2013	51	21,68% = 11	43,75% = 22	34,57% = 18
2014	56	21,68% = 12	43,75% = 25	34,57% = 19

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

**CUADRO Nº 18 PROYECCIÓN DEL COSTO DE LA MATERIA PRIMA
DIRECTA**

VESTIDOS DE NOVIA					
COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑOS
Alto 2.26% de inflación	48,00	49,08	50,19	51,32	52,48
Medio	36,90	37,73	38,58	39,45	40,34
Económico	26,05	26,64	27,24	27,86	28,49
VESTIDOS DE QUINCEAÑERA					
Alto	33,50	34,26	35,03	35,82	36,63
Medio	26,40	27,00	27,61	28,23	28,87
Económico	19,55	20,00	20,45	20,91	21,38

3.8.1.1 MATERIA PRIMA DIRECTA

Todo lo referente a este insumo será obtenido en la ciudad de Ibarra en los Almacenes Mercantil Garzón, material que será transportado a la ciudad de Atuntaqui a la planta de producción con un vehículo propiedad de la microempresa.

NOVIAS					
CALIDADES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑOS
Alta	48	49,08	50,19	51,32	52,48
Cantidad	39	40	40	40	41
Subtotal	1.872,00	1.963,20	2.007,60	2.052,80	2.151,68
Mediana	36,90	37,73	38,58	39,45	40,34
Cantidad	79	80	81	81	82
Subtotal	2.915,10	3.018,40	3.124,98	3.195,45	3.307,88
Económica	26,05	26,64	27,24	27,86	28,49
Cantidad	63	63	64	64	65
Subtotal	1.641,15	1.678,32	1.743,36	1.783,04	1.851,85
TOTAL VESTIDOS DE NOVIA	6.428,25	6.659,92	6.875,94	7.031,94	7.311,41
QUINCEAÑERA					
Alta	33,50	34,26	35,03	35,82	36,63
Cantidad	8	9	10	11	12
Subtotal	268,00	308,34	350,30	394,02	439,56
Mediana	26,40	27,00	27,61	28,23	28,87
Cantidad	17	18	20	22	25
Subtotal	448,80	486,00	552,20	621,06	721,75
Económica	19,55	20,00	20,45	20,91	21,38
Cantidad	13	15	16	18	19
Subtotal	254,15	300,00	327,20	376,38	406,22
TOTAL VES. QUINCEAÑERAS	970,95	1.094,34	1.229,70	1.391,46	1.547,53
TOTAL VESTIDOS N/Q	7.399,20	7.754,26	8.105,64	8.422,75	8.878,94

CUADRO Nº 19. COSTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

PERSONAL					
AREA DE PRODUCCIÓN (Pago por unidad elaborada)					
Nº	DESCRIPCION	REQUERIMIENTO	REMUNERACIÓN		
			Alta Calidad	Mediana Calidad	Económico
1	MODISTA	Conocimiento en vestidos de novia	\$ 10	\$ 7	\$ 5
1	COCEDORAS	Para máquinas overlok	10	7	5
	TOTAL		\$ 20	\$ 14	\$ 10

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 20 PROYECCIÓN DEL COSTO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

VESTIDOS DE NOVIA					
COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
Alto 2.26% de inflación	20,00	20,45	20,91	21,38	21,86
Medio	14,00	14,31	14,63	14,96	15,30
Económico	10,00	10,23	10,46	10,70	10,94
VESTIDOS DE QUINCEAÑERA					
Alto	20,00	20,45	20,91	21,38	21,86
Medio	14,00	14,31	14,63	14,96	15,30
Económico	10,00	10,23	10,46	10,70	10,94

3.8.1.2 MANO DE OBRA DIRECTA

La mano de obra directa está directamente relacionada con lo referente a la confección de vestidos de novia y quinceañera además se encuentra destinada de acuerdo los requerimientos del proyecto.

NOVIAS					
CALIDADES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO5
Alta	20,00	20,45	20,91	21,38	21,86
Cantidad	39	40	40	40	41
Subtotal	780,00	818,00	836,40	855,20	896,26
Mediana	14,00	14,31	14,63	14,96	15,30
Cantidad	79	80	81	81	82
Subtotal	1.106,00	1.144,80	1.185,03	1.211,76	1.254,60
Económica	10,00	10,23	10,46	10,70	10,94
Cantidad	63	63	64	64	65
Subtotal	630,00	644,49	669,44	684,80	711,10
TOTAL VESTIDOS DE NOVIA	2.516,00	2.607,29	2.690,87	2.751,76	2.821,96

QUINCEAÑERA					
Alta	20,00	20,45	20,91	21,38	21,86
Cantidad	8	9	10	11	12
Subtotal	160,00	184,05	209,10	235,18	262,32
Mediana	14,00	14,31	14,63	14,96	15,30
Cantidad	17	18	20	22	25
Subtotal	238,00	257,58	292,60	329,12	382,50
Económica	10,00	10,23	10,46	10,70	10,94
Cantidad	13	15	16	18	19
Subtotal	130,00	153,45	167,36	192,60	207,86
TOTAL VES. QUINCEAÑERAS	523,00	595,08	669,06	756,90	852,68
TOTAL VESTIDOS N/Q	3.039,00	3.202,37	3.359,93	3.508,66	3.674,64

3.8.1.3 GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los gastos indirectos de fabricación constituyen toda la materia prima indirecta para la terminación y empaque de los vestidos.

CUADRO Nº 21. COSTO DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

Nº del elemento	Especificaciones del material	Nº de elementos requeridos	Valor Unitario Total	
1	Reglas de corte y confección	juego	4.00	\$ 4.00
2	Cuaderno	2	1.20	2.40
3	Lápiz	1 caja	0.20	2.40
4	Esfero	1 caja	0.25	3.00
5	Tizas	1 caja	0.10	1.00
6	Prendedores	1 caja	0.20	0.20
7	Figurines	2	1.50	3.00
8	Cinta métrica	2	0.50	1.00
9	Maniquí	6	30	180.00
10	Armadores	1 docena	2.00	2.00
11	Cartón con nombre de la empresa	2 cajas	1.00	200.00
	TOTAL			\$ 399.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 22. COSTO INDIRECTO DE FABRICACION PARA
LOS SIGUIENTES AÑOS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
M. P.I 399 * 2.26% de incremento	399,00	408,02	417,24	426,67	436,31
Otros Gastos					
Depreciación Maquinaria	177.90	177.90	177.90	177.90	177.90
TOTAL C.I.F.	569,90	585,92	595,14	604,57	614,21

3.8.2 PROYECCION DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS

En lo concerniente a los ingresos del proyecto se obtendrán de las cantidades producidas en cada año multiplicado por el precio que tendrá un incremento del 2.26% anual.

Los costos de producción así como la materia prima, los gastos indirectos de fabricación así como la mano de obra directa crecerán en el mismo porcentaje para los siguientes años debido a la inflación.

Los gastos administrativos como son sueldos, salarios, suministros, mantenimiento del equipo de computación, combustible y los servicios básicos se incrementarán en un 2.26%, al igual que los gastos de ventas como sueldo y publicidad.

3.8.2.1 PRECIO DE VENTA

De acuerdo con las entrevistas realizadas a los productores de vestidos de novia y quinceañera de la ciudad de Ibarra se llegó a determinar el siguiente precio \$ 200,00 el económico, \$250,00 de mediana calidad, \$300,00 alta calidad, los vestidos de novia y de \$140,00 el económico, \$180,00 el mediana calidad y \$200,00 el de alta calidad los vestidos de quinceañera.

CUADRO Nº 23 CRECIMIENTO DEL PRECIO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VESTIDO DE NOVIA					
Alta calidad	300,00	306,78	313,71	320,80	328,05
Mediana calidad	250,00	255,65	261,43	267,34	273,38
Económico	200,00	204,52	209,14	213,87	218,70
VESTIDO DE QUINCEAÑERA					
Alta calidad	200,00	204,52	209,14	213,87	218,70
Mediana calidad	180,00	184,07	188,23	192,48	196,83
Económico	160,00	163,62	167,32	171,10	174,97

Fuente: Entrevistas
Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 24 PROYECCION DE LA PRODUCCION

PRODUCCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Producción de Vestidos	219	225	231	237	244

Fuente: Investigación a Expertos
Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 25 INGRESOS POR VENTA Y ALQUILER DE VESTIDOS

PRODUCCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VESTIDOS DE NOVIA					
ALQUILER :ECONÓMICO	30,00	30,68	31,37	32,08	32,81
CANTIDAD	20	20	20	20	20
SUBTOTAL	600,00	613,60	627,40	641,60	656,20
PRECIOS: ALTO	300,00	306,78	313,71	320,80	328,05
CANTIDADES	39	40	40	40	41
SUBTOTAL	11.700,00	12.271,20	12.548,40	12.832,00	13.450,05
MEDIO	250,00	255,65	261,43	267,34	273,38
CANTIDADES	79	80	81	81	82
SUBTOTAL	19.750,00	20.452,00	21.175,83	21.654,54	22.417,16
ECONÓMICO	200,00	204,52	209,14	213,87	218,70
CANTIDADES	63	63	64	64	65
SUBTOTAL	12.600,00	12.884,76	13.384,96	13.867,68	14.215,50
SUBTOTAL V. DE NOVIA	44.650,00	46.221,56	47.736,59	48.815,82	50.738,91

VESTIDOS DE QUINCEAÑERA					
ALQUILER :ECONÓMICO	25,00	25,57	26,15	26,74	27,34
CANTIDAD	10	10	10	10	10
SUBTOTAL	250,00	255,70	261,50	267,40	273,40
PRECIOS: ALTO	200,00	204,52	209,14	213,87	218,70
CANTIDADES	8	9	10	11	12
SUBTOTAL	1.600,00	1.840,68	2.091,14	2.352,57	2.624,40
MEDIO	180	184,07	188,23	192,48	196,83
CANTIDADES	17	18	20	22	25
SUBTOTAL	3.060,00	3.313,26	3.764,60	4.234,56	4.920,75
ECONÓMICO	160,00	163,62	167,32	171,10	174,97
CANTIDADES	13	15	16	18	19
SUBTOTAL	2.080	2.454,30	2.677,12	3.079,80	3.324,43
SUBTOTAL V.	6.990,00	7.863,30	8.794,36	9.934,33	11.142,98
QUINCEAÑERA					
TOTAL VESTIDOS N. Y Q.	51.640,00	54.085,50	56.530,95	58.750,15	61.881,89

Fuente: Cuadros 23 y 24
Elaborado por: La Autora

3.9 CANALES DE COMERCIALIZACION

Prácticamente se trata de una venta directa ya que el cliente se acerca a la microempresa para observar los diseños, modelos, calidades de telas y precios de los ajueres que se encontrarán expuestos, de no estar de acuerdo con uno de ellos la interesada podrá observar nuestro catálogo y elegir el vestido que se ajuste a sus necesidades; previo a ello claro está que se realizarán campañas publicitarias en los medios de comunicación locales y de esta manera se dará a conocer la existencia de la microempresa con lo cual se logrará posicionar su gama de productos en la mente del consumidor.

3.9.1 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

3.9.1.1 ESTRATEGIAS DE PLAZA

- ✓ La microempresa y el almacén estarán ubicados en un sector importante del área textil de la ciudad de

Atuntaqui con lo cual facilita la cercanía a las clientes que necesitan adquirir sus vestidos.

- ✓ El almacén contará con maniqués en los cuales se exhibirán nuestros vestidos para que nuestros clientes tengan una idea del producto que desean.
- ✓ El local se encontrará ordenado y organizado para que llame la atención de la clientela y sepa que nos esmeramos por atenderles.

3.9.1.2 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

- ✓ El trato de la materia prima se la realiza con más estricta higiene ya que son colores claros y deben estar muy limpios.
- ✓ El material de empaque serán cartones con el nombre, dirección y teléfonos de la microempresa.
- ✓ Los vestidos serán realizados con la más alta calidad y eficiencia para ser entregados en la fecha acordada y para que las señoritas tengan un día inolvidable.

3.9.1.3 ESTRATEGIAS DE PRECIO

- ✓ El precio será establecido en base a precios de mercado.
- ✓ Los precios serán exequibles a los consumidores.
- ✓ El precio de alquiler de vestido de novia será de \$30,00 y del vestido de quinceañera será de 20,00; precios que tendrán un incremento del 2,26% anual en base a la inflación que sufre nuestro país.
- ✓ El precio de un vestido de novia y de quinceañera varía de acuerdo a la necesidad del cliente ya que si desea un vestido con finos acabados, telas de lujo, bordados especiales entre otras este se incrementa.

Por todo lo expuesto en el presente capítulo se puede mencionar que este proyecto es posible de realizar porque hay inexistencia en la ciudad de Atuntaqui de un local o boutique que expendan o alquile vestidos de novia y quinceañera, además como hemos podido comprobar el mercado que demanda de este producto puede ser satisfecho cumpliendo con los requerimientos y expectativas de cada uno de los clientes en los diferentes niveles económicos del sector.

3.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

Como conclusiones del presente estudio tenemos que la ciudad de Atuntaqui no cuenta con una fábrica o empresa que confeccione vestidos de novia y quinceañera, que además existe un mercado insatisfecho en cuanto a vestidos y ajueres para matrimonio y quince años, por lo tanto el proyecto es factible de realizar ya que existe el mercado y la necesidad de adquirir este producto y que el proyecto no tiene competencia en la ciudad de Atuntaqui, por lo que la empresa será monopolizadora y podrá desarrollarse dentro del ámbito textil y económico.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TECNICO – INGENIERIA DEL PROYECTO

4.1 MACRO Y MICRO LOCALIZACION DEL PROYECTO

4.1.1 MACRO LOCALIZACION

El proyecto se encontrará ubicado al norte del Ecuador, en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, cabecera cantonal Atuntaqui, parroquia Andrade Marín que conjuntamente con su cabecera se consolida como el centro textil y artesanal del cantón por lo cual se considera ideal para la confección de vestidos de novia y quinceañera, además la ciudad cuenta con una carretera de primer orden en buen estado lo cual facilita el transporte para que los clientes puedan visitar la microempresa.

Gráfico 1

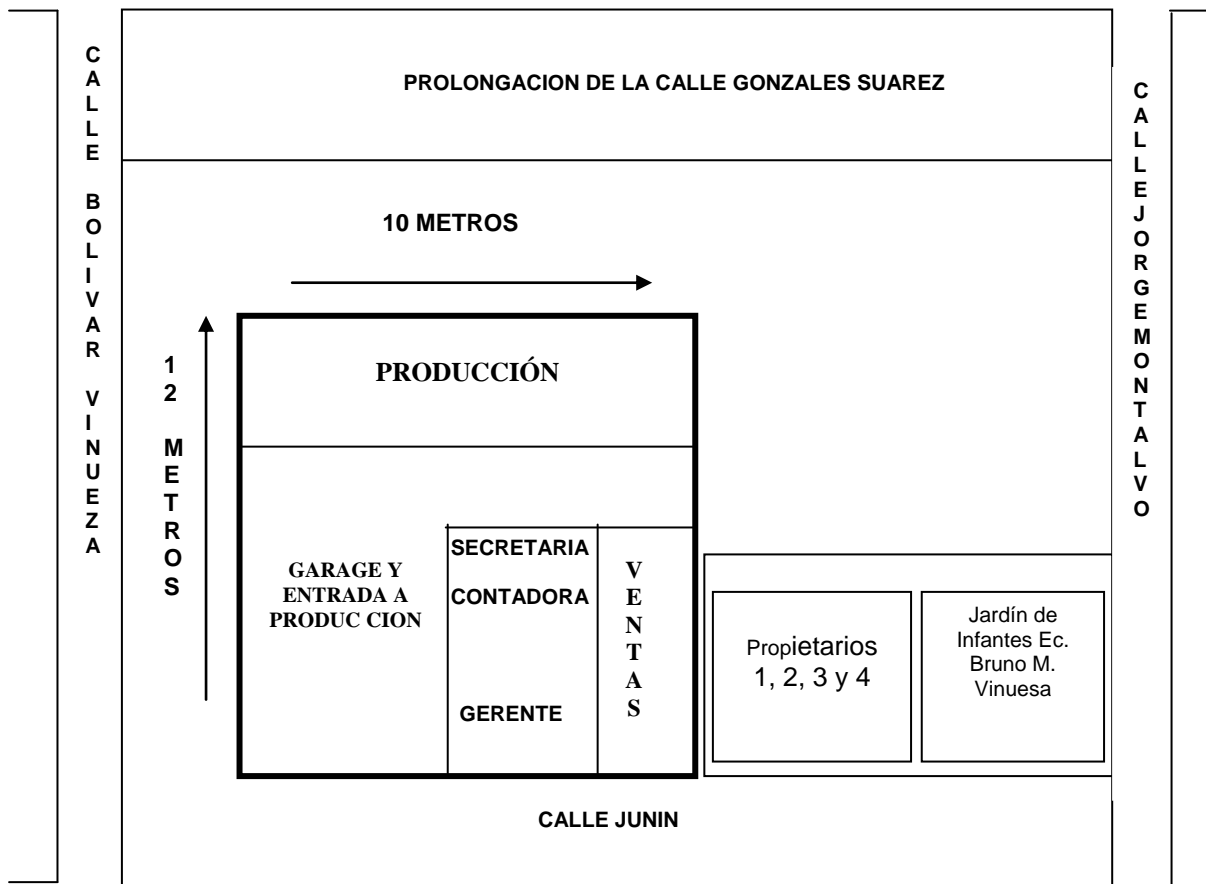


4.1.2 MICRO LOCALIZACION

El proyecto estará localizado en la parroquia de Andrade Marín, aquí la mayoría de sus habitantes se dedican a la producción textil y una mínima parte a la producción agrícola. El terreno en donde estará situado el proyecto cuenta con servicios básicos de alcantarillado, agua

potable, teléfono y energía eléctrica; por ser eminentemente industrial existe mano de obra calificada necesaria para el normal funcionamiento de la industria. Del total del terreno, es decir 120m^2 , 33m^2 están destinados para la producción, un área de 12m^2 administración y una fracción adecuada de 16m^2 para el sitio de ventas, además se contará con garaje de 15m^2 y un patio de 44m^2 .

Gráfico N°2



4.2 UBICACIÓN DE LA PLANTA

La confección de vestidos tanto de novia como de quinceañera se realizará en la ciudad de Atuntaqui. La extensión de terreno es de 120m^2 , su valor es de \$6.000, cuenta con carreteras accesibles y en buenas condiciones muy cerca de la panamericana que conduce a la ciudad de

Ibarra de donde se obtendrán algunas materias primas e insumos, así como la disposición de acceso a los proveedores y clientes.

4.3 DISEÑO DE INSTALACIONES

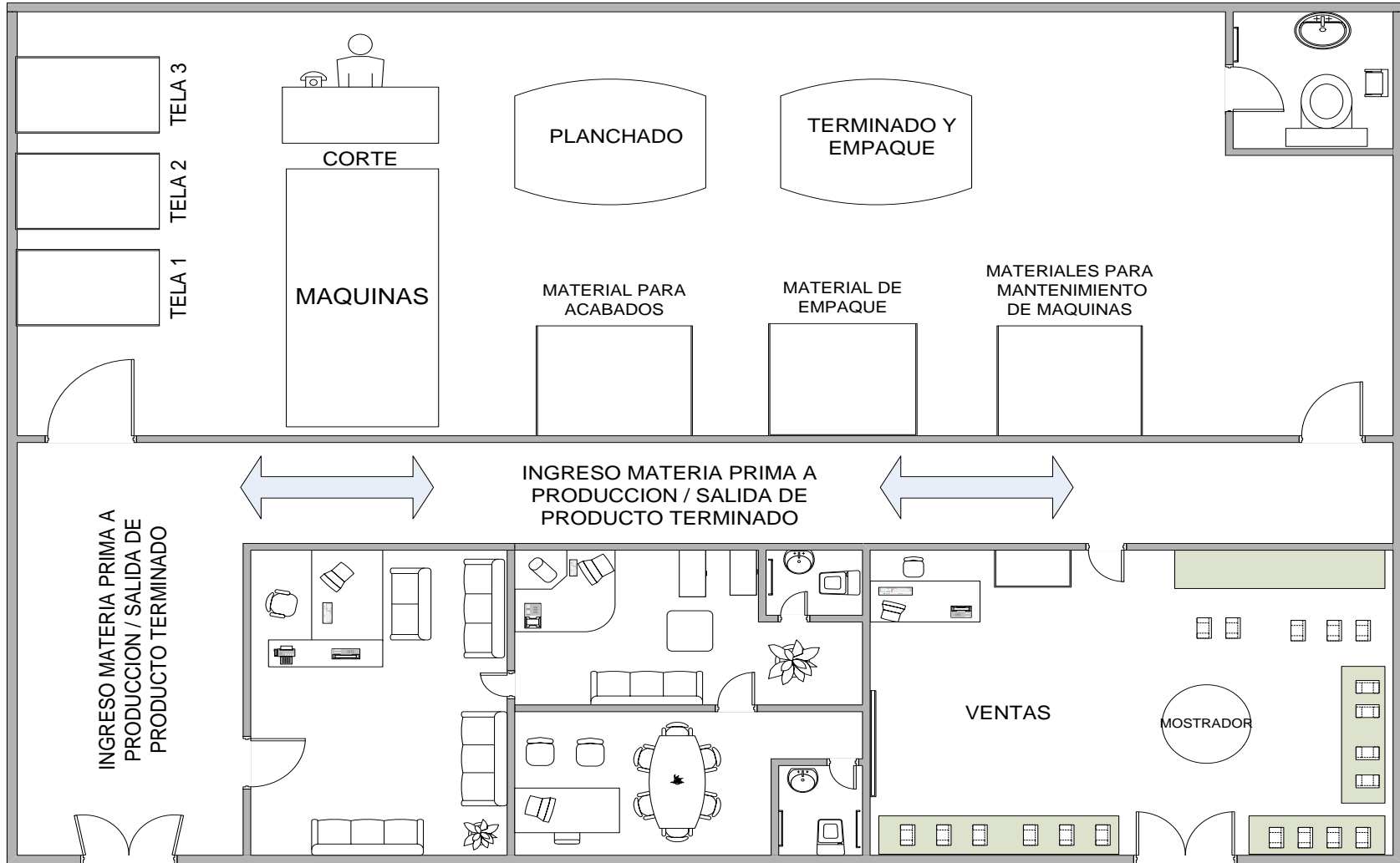
Para el diseño de la planta se han tomado varias consideraciones y se tomado en cuenta la más lógica y necesaria en parte de delantera estará el área de ventas luego se encontrará la gerencia, contabilidad y secretaria que compartirán el mismo espacio lo cual ayuda a la comunicación directa entre sí y con ventas para mayor rapidez y agilidad en los procesos; esta área administrativa estará seguida por un pasaje que nos conducirá directamente al área de confección por este acceso entrará en forma más rápida la materia prima sin ningún tipo de obstrucción en su paso.

4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

4.4.1 ÁREA ADMINISTRATIVA

Esta área está destinada para los ambientes de gerencia, secretaria, contabilidad y ventas; lo cual en su totalidad suman 28m².

Gráfico N°3 Distribución de la planta



4.4.2 ÁREA DE CONFECCIÓN

El área consta de 33 m^2 destinados para la producción de vestidos de novia y quinceañera, espacio que estará dividido en corte y armado a continuación del espacio para acabados y empaque; un ambiente adicional estará destinado para el almacenamiento de la materia prima como son materiales directos e indirectos.

4.5 NOMBRE LA MICROEMPRESA

La microempresa que se va a crear se llamará FECHAS INOLVIDABLES, su domicilio será en la parroquia de Andrade Marín.

4.5.1 PROPUESTA ADMINISTRATIVA

4.5.1.1 MISIÓN

Entregar a nuestros clientes ajuares de novia y quinceañera de calidad y a precios cómodos, con la creación de la microempresa Fechas Inolvidables.

4.5.1.2 VISIÓN

Ser una empresa pionera en la confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en un tiempo límite de cinco años, ocupando un sitio significativo dentro de la comercialización de los vestidos en el mercado y manteniendo un crecimiento continuo con lo cual se constituirá en un entidad que contribuya al progreso de la economía atuntaqueña.

4.5.1.3 POLÍTICAS

- ✓ Tomar en cuenta las opiniones de los clientes que se acerquen a nuestra microempresa porque ello nos ayudará al crecimiento de la misma.
- ✓ Escuchar las sugerencias de los empleados de la microempresa para conocer sus necesidades y valorar su trabajo.

- ✓ Cancelar puntualmente los impuestos determinados por la ley.
- ✓ Atender las sugerencias de los empleados de la microempresa para conocer sus necesidades y valorar su trabajo.
- ✓ Ofrecer un producto de alta calidad que satisfaga las necesidades de los clientes.
- ✓ Usar los medios publicitarios adecuados para llegar oportunamente a la clientela.
- ✓ Alquilar únicamente 20 vestidos de novia y 10 de quinceañera de los de calidad económica; ya que si se alquilan de las otras calidades se pierden ventas.
- ✓ Incrementar el valor agregado en nuestros productos y en la microempresa para ganar ventajas con la competencia a la vez que se logra un mejor posicionamiento de la empresa en el mercado.
- ✓ Evaluar los estados financieros cada mes para tomar decisiones a tiempo y corregir posibles dificultades.

4.5.1.4 OBJETIVOS

- ✓ Promover la confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera a través de publicidad eficiente dentro del cantón Antonio Ante y con el tiempo en la provincia.
- ✓ Establecer los impactos positivos y negativos que se den con la actividad que desarrollamos para mejorar los beneficios y evitar aquellos que puedan perjudicar a la microempresa.

- ✓ Capacitar a los empleados para optimizar al máximo sus conocimientos a favor de la microempresa.
- ✓ Cumplir con todo lo establecido en la ley para las microempresas de este tipo para ofrecer seguridad a nuestros clientes, proveedores y acreedores.

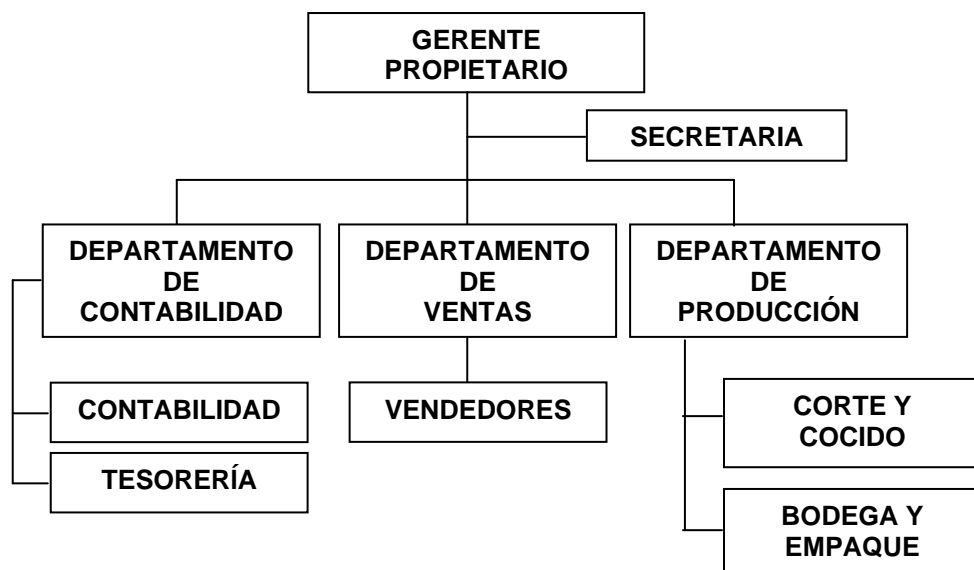
4.5.1.5 VALORES

- ✓ Ética
- ✓ Relaciones humanas
- ✓ Puntualidad
- ✓ Empatía
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Honradez

4.5.2 ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACION DE LA MICROEMPRESA

Su estructura organizacional no es compleja ya que se trata de una microempresa y cuenta con un gerente, una secretaria – contadora, una vendedora y obreros del área de producción de vestidos de novia y quinceañera.

4.5.2.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA DE LA MICROEMPRESA



4.5.3 FUNCIONES Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

4.5.3.1 GERENTE PROPIETARIA (ADMINISTRADOR)

CUADRO N° 26

NOMBRE DEL PUESTO	GERENTE NIVEL EJECUTIVO
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Estudios Superiores en Administración de Empresas, Contabilidad Superior, Comercio Exterior o similares. Experiencia dos años en cargos similares.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none">✓ Ser el representante legal de la microempresa.✓ Es el responsable por la marcha administrativa, operativa y financiera de la microempresa.✓ Presentar informes y análisis financieros.✓ Definir y hacer cumplir las políticas y normas para el funcionamiento de la microempresa.✓ Administrar de buena forma los recursos de la microempresa.✓ Utilizar la información financiera para la toma de decisiones oportunas.✓ Realizar y poner en consideración el plan operativo anual.✓ Remover a cualquier funcionario de los siguientes niveles: operativo y de apoyo al encontrar actos dolosos, de mala fe o que vayan en contra de la ética o la moral.✓ Hacer cumplir todas las disposiciones legales y tributarias.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none">✓ Responsabilidad.✓ Honradez.✓ Capacidad administrativa y de liderazgo✓ Ética moral.✓ Puntualidad.

4.5.3.2 CONTADOR

CUADRO N° 27

NOMBRE DEL PUESTO	CONTADOR NIVEL DE APOYO ADMINISTRATIVO
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Título profesional de Contador Público Autorizado CPA, con licencia actualizada. Experiencia mínima de dos años en trabajos similares, indispensable haber tomado cursos de actualización profesional contable, tributación, legislación laboral y uso de paquetes informáticos.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Construir la contabilidad de la empresa según el sistema contable. ✓ Realizar los pagos mensuales de la nómina de la empresa; además de impuestos y tributos. ✓ Presentar balances mensuales y la información contable oportuna cuando el gerente lo requiera. ✓ Fijar el sistema ideal para calcular costos y precios de venta. ✓ Elaborar el cronograma de adquisición de materia prima. ✓ Mantener actualizada la contabilidad de las actividades de la empresa con sus respectivos registros entre ellos los kárdex. ✓ Presentar a gerencia estados financieros anuales. ✓ Organizar y mantener actualizado el archivo de la documentación que sustenta los registros contables. ✓ Realizar la toma física de inventarios semestralmente. ✓ Controlar los registros y cuentas de los fondos rotativos y hacer reposiciones respectivas. ✓ Realizar otras actividades dispuestas por la Gerencia u organismos directos, dentro del ámbito de su competencia.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidad en el mantenimiento de la contabilidad y elaboración de estados financieros. ✓ Honradez, criterio y ética profesional. ✓ Excelentes relaciones humanas con clientes y empleados. ✓ Puntualidad. ✓ Capacidad de trabajar bajo presión. ✓ Excelentes conocimientos de contabilidad.

4.5.3.3 TESORERO

CUADRO N° 28

NOMBRE DEL PUESTO	TESORERO NIVEL DE APOYO (ADMINISTRATIVO - FINANCIERO)
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Estudios Superiores en Administración de Empresas, Contabilidad Superior o similares. Experiencia dos años en cargos similares.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recauda en la oficina el dinero de las ventas diarias. ✓ Depositar dicho dinero en los bancos. ✓ Realizar conciliaciones bancarias.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidad. ✓ Honradez. ✓ Ética moral y profesional. ✓ Puntualidad. ✓ Capacidad de trabajar bajo presión.

4.5.3.4 SECRETARIA

CUADRO N° 29

NOMBRE DEL PUESTO	SECRETARIA NIVEL DE APOYO ADMINISTRATIVO
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Título profesional de secretariado ejecutivo. Experiencia mínima de un año en trabajos similares.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presentar información oportunamente cuando el Gerente General precise. ✓ Establecer calendarios de pago para empleados y proveedores. ✓ Determinar el cronograma de adquisición de materia prima. ✓ Recibir, revisar y archivar de forma actual y organizada facturas, guías de remisión, órdenes de pago, compra, ingresos y egresos de la empresa. ✓ Organizar y mantener archivos de documentos y cartas generalmente confidenciales, agenda y registros, determinando su localización, cuando sea necesario. ✓ Atender al público, personal y telefónicamente para proporcionar información. ✓ Prevenir oportunamente requerimientos como material de escritorio, servicios generales y disposiciones. ✓ Concretar entrevistas y organizar la agenda del gerente. ✓ Administrar el fondo de caja chica. ✓ Realizar otras actividades dispuestas por la Gerencia u organismos directos, dentro del ámbito de su competencia.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ética profesional. ✓ Honradez. ✓ Excelentes relaciones humanas. ✓ Puntualidad. ✓ Ser cortés, discreta, responsable; capacidad de análisis y síntesis. ✓ Buena redacción y ortografía. ✓ Capacidad de trabajar bajo presión.

4.5.3.5 VENDEDOR
CUADRO Nº 30

NOMBRE DEL PUESTO	VENDEDOR NIVEL OPERATIVO
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Estudios secundarios en contabilidad, o carreras afines, conocimientos de informática y marketing. Experiencia mínima de un año en ventas.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Atender a los clientes. ✓ Manejo de paquetes informáticos para facturación. ✓ Control de caja chica. ✓ Mantener el orden, privacidad y seguridad de los documentos del área de ventas. ✓ Mantener comunicación con la secretaria contadora de los requerimientos de los clientes para el mejoramiento de la microempresa. ✓ Organizar los documentos que sustenten las ventas. ✓ Sugerir a los clientes la calidad y el tipo de producto que se ofrece.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser responsable con las funciones encomendadas. ✓ Honradez y cordialidad con el público. ✓ Excelentes relaciones humanas. ✓ Puntualidad. ✓ Ética moral. ✓ Ser creativa en el trabajo.

4.5.3.6 MODISTA
CUADRO Nº 31

NOMBRE DEL PUESTO	MODISTA Y PERSONAL DE PRODUCCIÓN NIVEL OPERATIVO
REQUISITOS DEL PUESTO:	Instrucción: Título de modista profesional. Tener conocimiento en actividades de costura. Experiencia mínima de un año en confección de vestidos.
FUNCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cumplir con las actividades de corte, confección, acabados y empaque de vestidos de novia y quinceañera. ✓ Realizar mantenimiento a las máquinas utilizadas para la producción. ✓ Informar del estado de la materia prima e insumos para futuras adquisiciones. ✓ Selección de la materia prima para la elaboración de los productos. ✓ Manejar las materias primas con total cuidado ya que existen telas delicadas.
PERFIL DEL PUESTO:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser responsable con las funciones encomendadas. ✓ Excelentes relaciones humanas y trabajo en equipo. ✓ Puntualidad. ✓ Colaboradores. ✓ Creatividad, trabajo a presión.

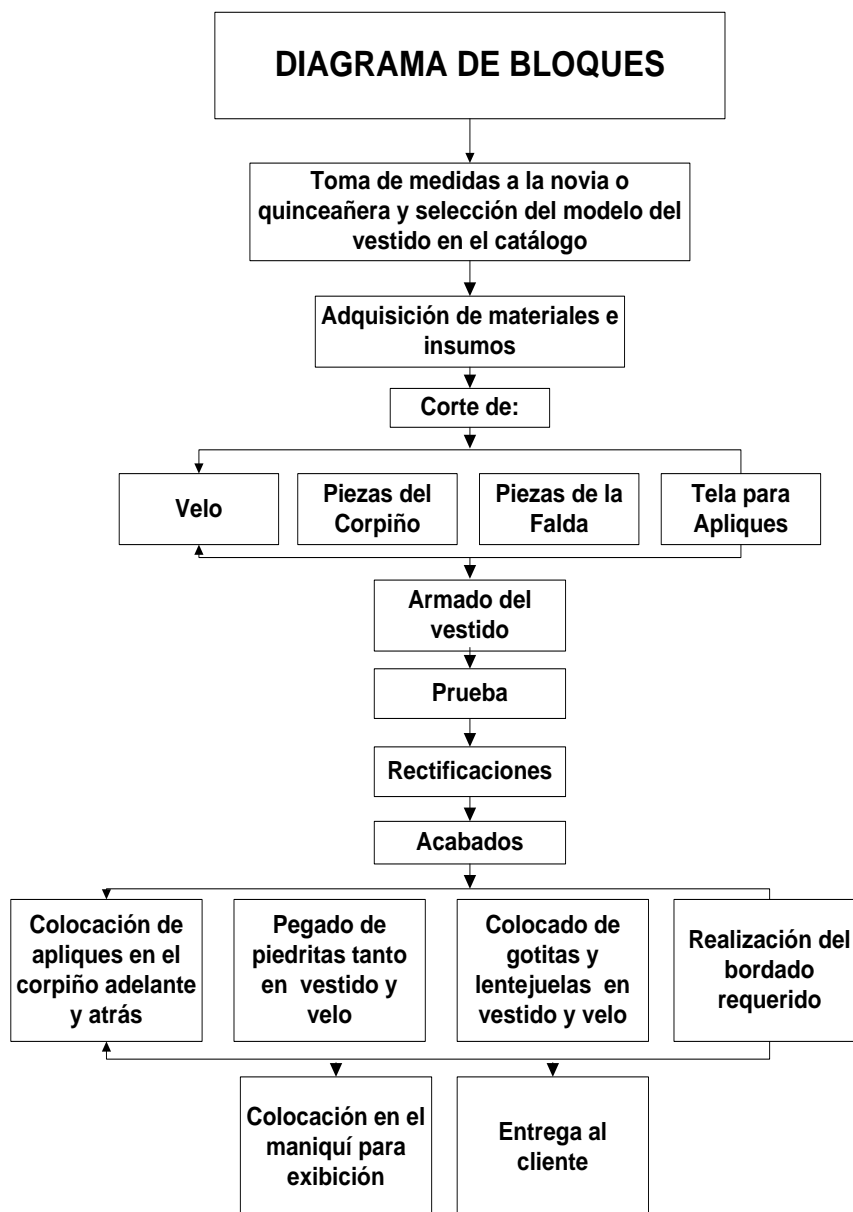
4.6 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

El proceso de producción de los vestidos tanto de novia como de quinceañera es el siguiente:

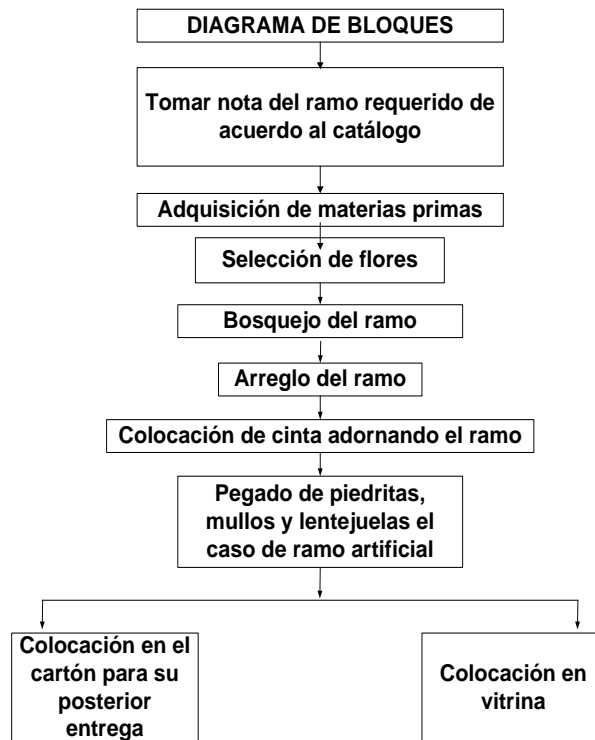
4.6.1 DIAGRAMA DE BLOQUES

Este diagrama indica el proceso de confección de los vestidos, el cual tiene una duración de 6 días dependiendo del modelo y dificultad del vestido.

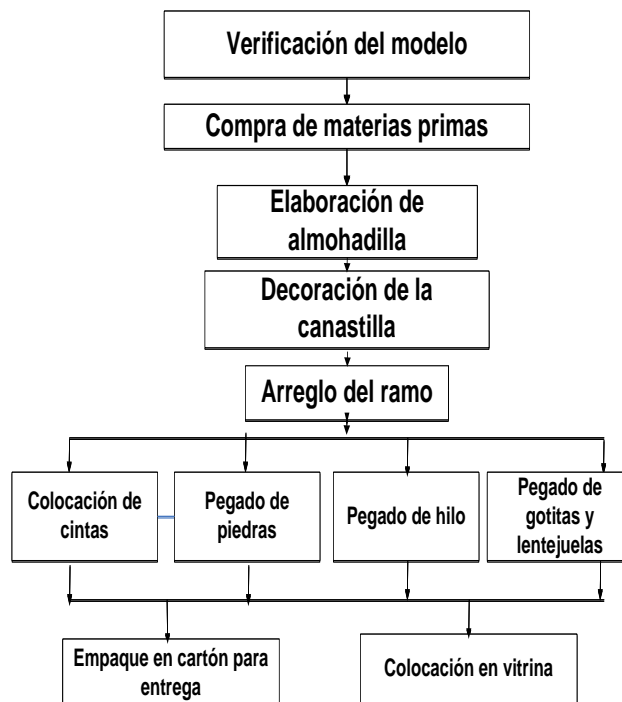
4.6.1.1 ELABORACION DEL VESTIDO



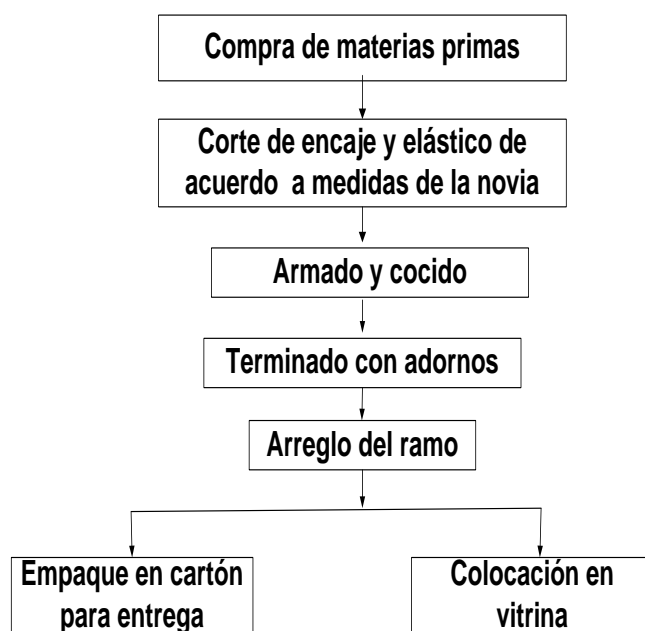
4.6.1.2 ELABORACIÓN DEL RAMO



4.6.1.3 ELABORACIÓN DEL PORTA ANILLOS



4.6.1.4 ELABORACIÓN DE LIGAS



4.7 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.7.1 INVERSIONES FIJAS

4.7.1.1 TERRENO

Para la consecución del proyecto se aportará como inversión propia 120 m² de terreno que se encuentra valorado en \$6.000.

CUADRO Nº 32. TERRENO

DESCRIPCION	CANTIDAD	TOTAL
Terreno	120 m ²	\$ 4.200

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.7.1.2 INFRAESTRUCTURA CIVIL

CUADRO Nº 33. INFRAESTRUCTURA CIVIL

MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN			
DESCRIPCION	Nº DE MATER. REQUER.	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mano de obra para la construcción	120 m ²	30	\$ 3.600
Manguera	150m		50
Material Eléctrico			100
Hierro	50qq	40	2.000
Cemento	150qq	7	1.050
Polvo de Piedra	3 volquetas5m ³	60	180
Piedra	2 volquetas5m ³	40	80
Instalaciones de servicios básicos			300
Tubería PVC			200
Portón	1	500	500
Puertas de madera	9	50	450
Baños	3	50	150
Cerámica	80 m ²	6	480
Pintura y estuque	2 canecas	50	100
Bloques para encofrado	200	0,22	44
Arena fina	3 volquetas	50	150
Alambre y clavos			40
Tablas	260	1.50	390
Ladrillos	3.000	220 c/1.000	660
Pingos	150	0,60	90
Puerta y ventana metálica			120
TOTAL			\$ 10.734

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.7.1.3 VEHÍCULO

Para el funcionamiento de la microempresa se aportará como inversión propia una camioneta valorado en \$5.000.

CUADRO Nº 34. VEHÍCULO

DESCRIPCION	CANTIDAD	TOTAL
Camioneta	1	\$ 5.000

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.7.1.4 MUEBLES Y ENCERES

CUADRO Nº 35. MUEBLES Y ENCERES

ADMINISTRACIÓN Y VENTAS			
Cantidad	Detalle	Precio U.	Total
4	Escritorios	95	\$ 380.00
3	Sillas ejecutivas	33	99.00
1	Archivadores	120	120.00
4	Sillas para clientes	14	56.00
TOTAL ADMINISTRACION Y VENTAS			\$ 655.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

4.7.1.5 EQUIPO DE COMPUTACIÓN

CUADRO Nº 36. EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO/UNITARIO	TOTAL
Computador	3	\$ 630.00	\$ 1.890

Fuente: Pro forma de Hard Technology

Elaborado por: La Autora

4.7.1.6 EQUIPO DE OFICINA

CUADRO Nº 37. EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO U.	PRECIO T.
1	Sumadora	58.04	\$ 58.04
3	Teléfonos	15.00	45.00
1	Calculadora	7.00	7.00
TOTAL			\$ 110.04

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

4.7.1.7 MAQUINARIA NECESARIA

CUADRO Nº 38. MAQUINARIA PARA PRODUCCIÓN

TECNOLOGÍA Y MAQUINARIA PARA PRODUCCIÓN			
NÚMERO	DESCRIPCIÓN	USO	COSTO
1	Gemsky Overlook	Armado del vestido	\$ 620.00
2	Siruba recta	Acabados del vestido	490.00
3	Gemsky filo de pañuelo	Confección del velo	620.00
5	Plancha	Planchar el vestido	30.00
6	Pistola de silicón	Acabados del vestido	7.00
7	Tijeras	Corte de piezas	12.00
TOTAL PRODUCCIÓN			\$1.779.00

Fuente: Proforma de Mainco

Elaborado por: La Autora

4.7.2 INVERSIONES DIFERIDAS

4.7.2.1 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CUADRO Nº 39. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Gastos de Constitución	\$300

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.7.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS

4.7.3.1 SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO Nº 40. GASTOS SUELDOS ADMINISTRATIVOS

CARGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gerente	300.00	\$ 3.600
Secretaria	240.00	2.880
Contadora	240.00	2.880
Tesorero	240.00	2.880
TOTAL		\$ 12.240

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.7.3.2 SUMINISTROS DE OFICINA

CUADRO Nº 41. SUMINISTROS

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO U.	PRECIO T.
Papel bond	1 Resma	3,50	\$ 3,50
Esferos	1 caja	4.91	4.91
Tinta	1 Cartucho	10,50	10,50
Cuaderno	3	1,25	3,75
Archivador	1	2.59	2.59
Grapadora	2	4,50	9.00
Perforadora	2	2,50	5.00
TOTAL			\$ 39.25

Fuente: Pro Forma (Provesum)
Elaborado por: La Autora

4.7.3.3 SERVICIOS BÁSICOS

CUADRO Nº 42. SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCION	PAGO MENSUAL	PAGO ANUAL
Energía Eléctrica	12,00	\$ 144,00
Agua Potable	2,00	24,00
Servicio Telefónico	10,00	120,00
TOTAL		\$ 288,00

4.7.3.4 GASTO MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACION

CUADRO Nº 43. GASTO MANTENIMIENTO EQUIPO

DETALLE	VALOR ANUAL
Gasto Mantenimiento Equipo de Computación	\$ 25,00

Fuente: Investigación de Campo en American System.
Elaborado por: La Autora

4.7.4 GASTOS DE VENTAS

4.7.4.1 SUELDO EN VENTAS

CUADRO Nº 44. GASTO EN VENTAS

CARGO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Vendedora	240,00	\$ 2.880,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.7.4.2 GASTO PUBLICIDAD

CUADRO Nº 45. GASTO PUBLICIDAD

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto Publicidad	30,00	\$ 360,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.7.4.3 GASTO COMBUSTIBLE

CUADRO Nº 46. GASTO COMBUSTIBLE

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto Combustible	25,00	\$ 300,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.7.5 CAPITAL DE TRABAJO

Para el capital de trabajo se tomará en cuenta todos los rubros de costos y gastos que constituye el valor que se requiere para comenzar las actividades productivas esto es para un año de producción de vestidos que a continuación se detalla:

CUADRO N° 47. CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA	616,60	7.399,20
MANO DE OBRA DIRECTA	253,25	3.039,00
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	33,25	399,00
Materia Prima Indirecta	33,25	399,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.049,35	12.592,25
Gastos Sueldos	1.020,00	12.240,00
Gastos Suministros	3,27	39,25
Gasto Mantenimiento Equipo de Computación	2,08	25,00
Servicios Básicos	24,00	288,00
GASTOS DE VENTAS	295,00	3.540,00
Sueldo en Ventas	240,00	2.880,00
Publicidad	30,00	360,00
Combustible y Mantenimiento	25,00	300,00
SUBTOTAL	2.247,45	26.969,45
Imprevistos 5%	112,37	1.348,47
TOTAL	2.359,82	28.317,92

Fuente: Cuadros 18,19, 22, 40, 41, 42, 43, 44, 45 y 46.

Elaborado por: La Autora

CUADRO N°48. ESTABLECIMIENTO DEL COSTO UNITARIO

COSTO UNITARIO DE VESTIDOS DE NOVIA Y QUINCEAÑERA						
DETALLE	NOVIA			QUINCEAÑERA		
	ALTO	MEDIO	ECONÓMICO	ALTO	MEDIO	ECONÓMICO
M.P.D.	48,00	36,90	26,05	33,50	26,40	19,55
M.O.D.	20,00	14,00	10,00	20,00	14,00	10,00
G.I.F. 399/219v	1,82	1,82	1,82	1,82	1,82	1,82
Gtos. Adm. 12592,25/219	57,49	57,50	57,50	57,50	57,50	57,50
Gtos. Vtas.3540	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16	16,16
Subtotal C.U.	143,48	126,38	111,53	128,98	115,88	105,03
x la cantidad	39	79	63	8	17	13
C. U. Total	5.595,33	9.982,23	7.025,76	1.030,76	1.969,79	1.365,26
COSTO TOTAL	26.969,45					

4.8 TAMAÑO DEL PROYECTO

El presente proyecto es encaminado a ser en un principio una microempresa, el mismo que tendrá la capacidad de producir ciento

cuarenta y cuatro vestidos al año, señalando que este número no es fijo ya que podremos producir más de acuerdo a los pedidos efectuados por parte de las interesadas.

4.8.1 FACTORES PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto está determinado por factores como: demanda, disponibilidad de materia prima, tecnología y financiamiento.

4.8.1.1 DEMANDA

La demanda es un aspecto muy importante, de acuerdo con el estudio de mercado existen buenas posibilidades de producir vestidos ya que la oferta en Antonio Ante es casi nula lo cual nos permite captar una buena parte del mercado.

4.8.1.2 DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA

Todo lo referente a telas será obtenido en la ciudad de Ibarra en los Almacenes Mercantil Garzón, material que será transportado a la ciudad de Atuntaqui a la planta de producción con un vehículo propiedad de la microempresa. Para el material de acabado nuestra principal fuente de abastecimiento serán los bazares ubicados en la ciudad de Ibarra, con los cuales se realizará el convenio de adquisición con entrega de la mercadería en nuestra planta, evitando así incurrir en un gasto adicional que afectaría al precio final del bien.

4.8.1.3 TECNOLOGÍA

La tecnología a utilizar para la elaboración de los vestidos de novia será obtenida en forma directa en los almacenes más económicos de la provincia como son MAINCO, PROCERCOM, los cuales nos brindarán la asesoría para la instalación y funcionamiento así como la garantía suficiente para poder instalar en la planta de producción para el desarrollo y cumplimiento del proyecto.

4.8.2 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Se ha llegado a determinar que para la instalación y puesta en marcha de la planta productiva con sus respectivas áreas de: Producción, Administración y Ventas además del capital de trabajo es necesario la suma de \$52.985,96 para lo cual es necesario un crédito mismo que será solicitado al Banco de Fomento por un monto de \$20.000 lo cual permitirá iniciar la actividad productiva de forma normal.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 INVERSION TOTAL

CUADRO Nº 49 INVERSION TOTAL DEL PROYECTO

CONCEPTO	USO DE FONDOS	APORTE PROPIO	APORTE FINANCIADO
ACTIVOS FIJOS	24.368,04	24.368,04	
Terreno	4.200,00	4.200,00	
Infraestructura Civil	10.734,00	10.734,00	
Vehículo	5.000,00	5.000,00	
Muebles y Enceres	655,00	655,00	
Equipo de Computación	1.890,00	1.890,00	
Equipo de Oficina	110,04	110,04	
Máquinas	1.779,00	1.779,00	
INVERSIÓN DIFERIDA	300,00	300,00	
Gastos de Constitución	300,00	300,00	
Capital de Trabajo	28.317,92	8.317,92	20.000,00
TOTAL	52.985,96	32.985,96	20.000,00

Fuente: Estudio Técnico del Proyecto
Elaborado por: La Autora

5.1.1 DEPRECIACIONES

CUADRO Nº 50 PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN

CONCEPTO	AÑOS DE VIDA UTIL	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN
Infraestructura Civil	20	5%
Muebles y Enceres	10	10%
Equipo de Computación	3	33,33%
Equipo de Oficina	10	10%
Máquinas	10	10%
Vehículo	5	20%

Fuente: Tabla del Contador
Elaborado por: La Autora

5.1.1.1 DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS

CUADRO Nº 51 DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura Civil	536,70	536,70	536,70	536,70	536,70
Muebles y Enceres	65.50	65.50	65.50	65.50	65.50
Equipo de Computación	629,94	629,94	629,94		
Equipo de Oficina	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00
Máquinas	177,90	177,90	177,90	177,90	177,90
Vehículo	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
TOTAL	2.421,04	2.421,04	2.421,04	1.791,10	1.791,10

Fuente: Tabla del Contador
Elaborado por: La Autora

5.1.2 AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONSTITUCION

CUADRO Nº 52 AMORTIZACION GASTOS DE CONSTITUCION

CONCEPTO	VALOR INICIAL	AMORTIZACION ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de constitución	300,00	20%	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaborado por: La Autora

5.1.3 NECESIDAD DE CAPITAL

Para que la microempresa pueda funcionar se necesita un capital de \$52.985,96, de los cuales el 62.25% se financiará con recursos propios que son \$32.985,96 y el 37,75% sobrante se financiará con recursos externos mediante un préstamo bancario de \$20.000 al Banco de Fomento.

5.1.4 GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros son los intereses que se deben abonar por el crédito que se nos ha otorgado a una tasa fijada por el banco; el financiamiento para cubrir el 37,75% de la inversión se obtendrá con recursos del Banco de Fomento a una tasa activa del 10% anual, a un plazo de 5 años. La amortización de la deuda de \$20.000 se realizará con pagos trimestrales de capital e interés.

5.1.4.1 AMORTIZACION DE LA DEUDA

Monto Inicial: \$ 20.000

Plazo: 5 años (20 trimestres)

Tasa de Interés: 10% capitalizable trimestralmente

Forma de pago: Trimestral

$$Vp = \frac{VF * i * (1 + i)^n}{[(1 + i)^n - 1]}$$

En donde:

Vp = Pago de la amortización

VF = Valor de la deuda

i = Tasa activa trimestral

n = Períodos de pago

$$Vp = \frac{20.000 * (0.025) * (1 + 0.025)^{20}}{[(1 + 0.025)^{20} - 1]}$$

$$Vp = \frac{20.000 * (0.025) * (1,63861644)}{[0,63861644]}$$

$$Vp = \frac{819,30822}{0,63861644} \quad Vp = 1.282,94$$

CUADRO Nº 53 TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA

PERIODO	CAPITAL INSOLUTO	INTERES	CUOTA O PAGO	CAPITAL PAGADO
1	20.000*0.025	500,00	1.282,94	782,94
2	19.217,06	480,42	1.282,94	802,52
3	18.414,55	460,36	1.282,94	822,58
4	17.591,97	439,80	1.282,94	843,14
5	16.748,88	418,72	1.282,94	864,22
6	15.884,61	397,11	1.282,94	885,83
7	14.998,79	374,97	1.282,94	907,97
8	14.090,82	352,27	1.282,94	930,67
9	13.160,15	329,00	1.282,94	953,94
10	12.206,21	305,16	1.282,94	977,78
11	11.228,43	280,71	1.282,94	1.002,23
12	10.226,20	255,65	1.282,94	1.027,29
13	9.198,92	229,97	1.282,94	1.052,97
14	8.145,95	203,64	1.282,94	1.079,30
15	7.066,66	176,66	1.282,94	1.106,28
16	5.960,39	149,00	1.282,94	1.133,94
17	4.826,45	120,66	1.282,94	1.162,28
18	3.664,17	91,60	1.282,94	1.191,34
19	2.472,83	61,82	1.282,94	1.221,12
20	1.251,71	31,28	1.282,94	1.251,66
TOTAL		5.658,80	25.658,80	20.000,00

5.2 PRESUPUESTO Y PROYECCION DE INGRESOS, COSTOS Y GASTOS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Venta de vestidos	50.790,00	53.226,20	55.642,05	52.841,15	60.952,29
Alquiler de vestidos	850,00	859,30	888,90	909,00	929,60
TOTAL INGRESOS	51.640,00	54.085,50	56.530,95	58.750,15	61.881,89
EGRESOS					
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima e Insumos	7.399,20	7.754,26	8.105,64	8.422,75	8.878,94
Mano de Obra Directa	3.039,00	3.202,37	3.359,93	3.508,66	3.674,64
Gastos Indirectos de Fabri.	399,00	408,02	417,24	426,67	436,31
Gto. Depreciación Máquinas	177,90	177,90	177,90	177,90	177,90
Combustible y Mantenimiento	300,00	306,78	313,71	320,80	328,05
TOTAL COSTOS DE PROD.	11.315,10	11.849,33	12.374,42	12.856,78	13.495,84
GTOS. ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	12.240,00	12.516,62	12.799,50	13.088,77	13.384,58
Suministros	39,25	40,14	41,05	41,98	42,93
Servicios Básicos	288,00	294,51	301,17	307,98	314,94
Gto. Mant. Equipo de Comp.	25,00	25,57	26,15	26,74	27,34
Depreciación Infraestructura	536,70	536,70	536,70	536,70	536,70
Depre. Muebles y Enceres	65,50	65,50	65,50	65,50	65,50
Deprec. Equipo de Comp.	629,94	629,94	629,94	0,00	0,00
Deprec. Equipo de Oficina	11,00	11,00	11,00	11,00	11,00
Depreciación Vehículo	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
TOTAL GTOS. ADMINIST.	14.835,39	15.119,98	15.411,01	15.078,67	15.382,99
GASTOS DE VENTAS					
Sueldos	2.880,00	2.945,09	3.011,65	3.079,71	3.149,31
Publicidad	360,00	368,14	376,46	384,97	393,67
TOTAL GTOS. DE VENTAS	3.240,00	3.313,23	3.388,11	3.464,68	3.542,98
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses	1.880,58	1.543,07	1.170,52	759,52	305,36
TOTAL GTOS. FINANCIE.	1.880,58	1.543,07	1.170,52	759,52	305,36
Gastos de Constitución	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
TOTAL EGRESOS	31.331,07	31.885,61	32.404,06	32.219,66	32.787,17
UTILIDAD O PERDIDA	20.308,93	22.199,89	24.126,89	26.530,75	29.094,42

5.3 BALANCE GENERAL INICIAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 28.218,92	PASIVOS A LARGO PLAZO	\$ 20.000,00
Caja	8.218,92	Préstamo por Pagar	20.000,00
Bancos	20.000,00		
ACTIVO FIJO	24.368,04		
Terreno	4.200,00		
Infraestructura Civil	10.734,00	PATRIMONIO	
Vehículo	5.000,00	Aporte de Socios	32.985,96
Muebles y Enceres	655,00		
Equipo de Computación	1.890,00		
Equipo de Oficina	110,04		
Máquinas y Tecnología	1.779,00		
ACTIVO DIFERIDO	300,00		
Gastos de Constitución	300,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 52.985,96	TOTAL PASIVOS	\$ 52.985,96

5.4 PROYECCION DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	51.640,00	54.085,50	56.530,95	58.750,15	61.881,89
- Costo de Producción	11.315,10	11.849,33	12.374,42	12.856,78	13.495,84
UTILIDAD BRUTA	40.324,90	42.236,17	44.156,53	45.893,37	48.305,75
Gastos Administrativos	12.592,25	12.876,84	13.167,87	13.465,47	13.769,79
Gastos de Ventas	3.240,00	3.313,23	3.388,11	3.464,68	3.542,98
Depreciaciones	2.243,14	2.243,14	2.243,14	1.613,20	1.613,20
Amortiz.Gtos.de Constitución	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
- TOTAL GASTOS	18.135,39	18.493,21	18.859,12	18.603,35	18.985,97
UTILIDAD OPERATIVA	22.189,51	23.742,96	25.297,41	27.290,02	29.399,78
Gastos Financieros	1.880,58	1.543,07	1.170,52	759,27	305,36
UTILI. ANTES DE 15% PTU	20.308,93	22.199,89	24.126,89	26.530,75	29.094,42
15% P.T.U.	3.057,14	3.329,98	3.619,03	3.979,61	4.364,16
UTILI. A. DE IMPUESTOS	17.323,79	18.869,91	20.507,86	22.551,14	24.730,26
25% Impuesto a la Renta	4.330,95	4.717,48	5.126,97	5.637,79	6.182,57
UTILIDAD NETA	12.992,84	14.152,43	15.380,89	16.913,35	18.547,69

5.5 FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	52.985,96					
Préstamo	20.000,00					
Capital Propio	32.985,96					
Ventas		51.640,00	54.085,50	56.530,95	58.750,15	61.881,89
-Gtos. de Produ.		11.315,10	11.849,33	12.374,42	12.856,78	13.495,84
UTIL. BRUTA		40.324,90	42.236,17	44.156,53	45.893,37	48.305,75
-Gtos. Adm.		12.592,25	12.876,84	13.167,87	13.465,47	13.769,79
- Gtos. de Ventas		3.240,00	3.313,23	3.388,11	3.464,68	3.542,98
-Depreciaciones		2.243,14	2.243,14	2.243,14	1.613,20	1.613,20
-Amort.GtosConst		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
- TOTAL GTOS.		18.135,39	18.493,21	18.859,12	18.603,35	18.985,97
UTIL. OPERATIVA		22.189,51	23.742,96	25.297,41	27.290,02	29.399,78
-Gtos. Finan.		1.808,58	1.543,07	1.170,52	759,27	305,36
U.A. 15% PTU		20.380,93	22.199,89	24.126,89	26.530,75	29.094,42
-15% PTU		3.057,14	3.329,98	3.619,03	3.979,61	4.364,16
U.A. DE IMPTOS.		17.323,79	18.869,91	20.507,86	22.551,14	24.730,26
-25% Imto. Renta		4.330,95	4.717,48	5.126,97	5.637,79	6.182,57
UTILIDAD NETA		12.992,84	14.152,43	15.380,89	16.913,35	18.547,69
+ Depreciación		2.243,14	2.243,14	2.243,14	1.613,20	1.613,20
+Amort.Gtos.Cont		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
FLUJO FECTIVO		15.295,98	16.455,57	17.684,03	18.586,55	20.220,89

5.6 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es aquella que determina y analiza los beneficios netos que obtendría exclusivamente el capital en un proyecto específico, tiene como objetivos calcular y valorar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realizará en la ejecución de la microempresa de confección para ello se utiliza las importantes técnicas de evaluación financiera.

5.6.1 CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

CUADRO Nº 54 CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	32.985,96	62.25	10+6 ries p 16%	9,96%
Inversión Financiada	20.000,00	37.75	10%	3,78%
TOTAL	52.985,96	100		13,74%

Fuente: Banco de Fomento
Elaborado por: La Autora

Tasa de redescuento: 13,74%

5.6.2 VALOR ACTUAL NETO

Este indicador muestra el monto de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión. La tasa de redescuento es de 13.73%, el VAN para los cinco años proyectado será:

$$VAN = -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \frac{FNE}{(1+r)^4} + \frac{FNE}{(1+r)^5}$$

CUADRO Nº 55 VALOR ACTUAL NETO

AÑO	INVERSION INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 13,74%	ENTRADAS ACTUALIDAS
0	- 52. 985,96			- 52. 985,96
1		15.295,98	1,1374	13.448,20
2		16.455,57	1,29367876	12.719,98
3		17.684,03	1,471430222	12.018,26
4		18.586,55	1,673604734	11.105,70
5		20.220,89	1,903558025	10.662,68
VAN				6.968,86

El resultado que se obtiene del Van es positivo por lo tanto inversión es rentable.

5.6.3 TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno evalúa el proyecto es función de la única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales. El TIR

deberá ser mayor que la tasa de redescuento para que la inversión sea aceptada.

Para calcular el TIR se utiliza una tasa de redescuento arbitraria para obtener un Van positivo y un Van negativo.

CUADRO Nº 56 TASA INTERNA DE RETORNO

AÑO	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR 18%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 20%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	1.1.52.985,96		-52.899,12		- 52.985,96
1	15.295,98	1,18	12.962,69	1,20	12.746,65
2	16.455,57	1,3924	11.818,13	1,44	11.427,48
3	17.684,03	1,643032	10.763,05	1,728	10.233,81
4	18.586,55	1,93877776	9.586,74	2,0736	8.963,42
5	20.220,89	2,287757757	8.838,74	2,48832	8.126,32
VAN			983,39		-1.488,28

Fuente: Flujo de Caja
Elaborado por: La Autora

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

$$TIR = 20 + (18 - 20) \frac{983,39}{983,39 - (-1.488,28)}$$

$$TIR = 20 + (-2) \frac{983,39}{2.471,67} \quad TIR = 20 + (-2)(0,397864601) \quad TIR = 20 - 0,795729203$$

TIR = 19,20%

La tasa interna de retorno resultó con un valor igual a 19,20% cifra que supera a la tasa de redescuento que es de 13,74%. Por lo tanto la inversión se acepta.

5.6.4 PERIODO DE RECUPERACION

Este elemento de evaluación financiera permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados.

CUADRO Nº 57 PERIODO DE RECUPERACION

AÑO	INVERSION	F.N.E.	F.N.E ACTUALIZADO
0	-52.985,96		
1		15.295,98	15.295,98
2		16.455,57	31.751,55
3		17.684,03	49.435,58
4		18.586,55	68.022,13
5		20.220,89	88.243,02

Fuente: Flujo de Caja
Elaborado por: La Autora

El cálculo del período de recuperación es el siguiente:

Inversión 52.985,96-49. 435,58= 3.550,38/18.586,55=0.19 fracción de año
*12 meses = 2,28; 0,28 fracción de mes *30 días= 8 días. Entonces la inversión se recupera en 2 años y 8 días.

5.6.5 BENEFICIO COSTO

Implica la relación que tienen ingresos y costos, se debe tomar en cuenta el siguiente análisis:

C/B >1 se acepta

C/B =1 es indiferente

C/B <1 se rechaza

INGRESOS Y EGRESOS ACTUALIZADOS CON LA TASA DE REDESCUENTO DEL 13.74%

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	51.640,00	31.331,07	45.401,79	27.546,22
2	54.085,50	31.885,61	41.807,52	24.647,24
3	56.530,95	32.404,06	38.419,05	22.022,15
4	58.750,15	32.219,66	35.103,96	19.251,65
5	61.881,59	32.787,17	32.508,38	17.224,15
TOTAL			193.240,70	110.691,41

$$BENEFICIO/COSTO = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$BENEFICIO/COSTO = \frac{193.240,70}{110.691,41}$$

$$BENEFICO/COSTO = 1,745760579 \quad \square 1.75$$

De acuerdo con el resultado podemos decir que por cada dólar de gasto se generan 1.75 dólares de ingresos.

5.6.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

5.6.5.1 FÓRMULAS PARA DETERMINAR EL PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

$$PEu = \frac{PE\$}{\text{Precio de venta unitario}}$$

5.6.5.2 CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	50.790,00	53.226,20	55.642,05	52.841,15	60.952,29
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	12.592,25	12.876,84	13.167,87	13.465,47	13.769,79
Gastos de Ventas	3.240,00	3.313,23	3.388,11	3.464,68	3.542,98
Gastos Financieros	1.880,58	1.543,07	1.170,52	759,52	305,36
Depreciación	2.243,14	2.243,14	2.243,14	1.613,20	1.613,20
TOTAL COSTOS FIJOS	19.955,97	19.976,28	19.969,64	19.302,87	19.231,33
COSTOS VARIABLES					
Costos de Fabricación	11.293,15	11.701,07	11.981,10	12.362,00	12.755,12
TOTAL COSTOS VARIABLES	11.293,15	11.701,07	11.981,10	12.362,00	12.755,12

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{19.955,97}{1 - \frac{11.315,10}{50.790}}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{19.955,97}{1 - 0,222782043}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{19.955,97}{0.777217956}$$

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = 25.675,64$$

$$PEu = \frac{PE\$}{\text{Precio de venta unitario}} \quad PEu = \frac{25.675,64}{143,48} \quad PEu = 179 \text{ VESTIDOS}$$

CAPITULO VI

6. IMPACTOS DEL PROYECTO

En este capítulo se detallan las posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, ya nos permite establecer las posibles bondades o defectos que tiene el proyecto.

Primero se debe establecer un rango de nivel de impacto, para la evaluación se aplica la siguiente escala:

VALORACIÓN CUALITATIVA	VALORACIÓN CUANTITATIVA
Impacto alto negativo	-3
Impacto medio negativo	-2
Impacto bajo negativo	-1
No hay impacto	0
Impacto bajo positivo	1
Impacto medio positivo	2
Impacto alto positivo	3

Segundo se determinan las matrices con sus respectivos rangos en cada uno de los impactos asignándoles una valoración de acuerdo a los indicadores utilizados lo cual nos permite obtener información precisa del área analizada.

6.1 IMPACTO SOCIECONÓMICO

NIVEL DE IMPACTO / INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Estabilidad económica						X	
Desempeño laboral						X	
Calidad de vida						X	
Seguridad familiar					X		
Generación de empleo					X		
TOTAL					2	6	

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N} \quad \text{Nivel de Impacto} = \frac{8}{5} = 1,6$$

El nivel de impacto socioeconómico es bajo positivo.

6.1.1 Estabilidad económica

La microempresa ofrece a sus empleados trabajo estable por lo tanto también su economía les permitirá acceder a mayor cantidad de transacciones comerciales libremente sin el miedo de que no puede satisfacer sus necesidades.

6.1.2 Desempeño Laboral

Cada uno de los trabajadores podrá desarrollar su rendimiento en base a motivaciones, desempeñándose en un ámbito laboral de libertad y además teniendo incentivos en bien de cada ser humano.

6.1.3 Calidad de vida

La calidad de vida de las personas que laboren en la microempresa podrá mejorar por el hecho obtener un sueldo con lo cual lograrán alcanzar sus objetivos a corto o largo plazo.

6.1.4 Seguridad familiar

La puesta en marcha de la microempresa brindará confianza a la familia de los empleados ya que tendrán un trabajo estable y podrán atender los requerimientos de sus familias.

6.1.5 Generación de empleo

La ejecución del proyecto impulsará el desarrollo del área textil y comercial en lo referente a vestidos viabilizando la creación de más fuentes de trabajo para la población del sector.

6.2 IMPACTO EDUCATIVO

NIVEL DE IMPACTO \ INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Modelo de consulta							X
Iniciativa para nuevos proyectos						X	
TOTAL						2	3

$$Nivel\ de\ Impacto = \frac{\sum}{N} \quad Nivel\ de\ Impacto = \frac{5}{2} = 2,5$$

El nivel de impacto educativo es medio positivo.

6.2.1 Modelo de consulta

La creación de la microempresa de vestidos de novia y quinceañera servirá como base para la implementación de nuevos proyectos en todo lo referente a contabilidad, costos, confección, comercialización inclusive proporcionará elementos para capacitación identificando la necesidad de llevar contabilidad, cumplir con la ley en cuanto a tributos se refiere. También estudiantes pueden utilizar como fuente de consulta.

6.2.2 Iniciativa para nuevos proyectos

La presente investigación estimula a otras personas a iniciar la creación de este tipo de empresas o de otras similares.

6.3 IMPACTO EMPRESARIAL

NIVEL DE IMPACTO \ INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
Cultura Organizacional							X
Cumplimiento de leyes							X
Control Contable							X
TOTAL							9

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\Sigma}{N} \quad \text{Nivel de Impacto} = \frac{9}{3} = 3$$

El nivel de impacto educativo es alto positivo.

6.3.1 Cultura Organizacional

La adecuada organización de la microempresa con su respectivo manual de funciones facilitará la correcta marcha de la misma para el cumplimiento de los objetivos teniendo muy claro su misión y visión.

6.3.2 Cumplimiento de Leyes

La presente investigación indica que el debido cumplimiento de las leyes tributarias, laborales, entre otras da como resultado el buen funcionamiento de una empresa sin complicaciones ni sanciones.

6.3.3 Control Contable

Un control contable organizado e ideal permite tener claro cuáles son nuestras obligaciones y derechos con lo cual podemos planificar lo que se realizará a futuro, además de corregir posibles errores.

CONCLUSIONES

- ✓ En el cantón Antonio Ante por tradición y religión se celebran los matrimonios y los 15 años de aquí nace la necesidad de crear una microempresa dedicada a la confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera ya que en la ciudad de Atuntaqui no existe un fábrica o empresa que realice este tipo de productos, por lo cual existe un mercado insatisfecho ya que debe dirigirse a otras ciudades en busca de sus vestidos

- ✓ Dentro de la ciudad el proyecto como tal no tiene competencia y la microempresa sería la pionera con este tipo de actividad y los beneficios saltan a la vista porque existe el mercado, por lo tanto el propósito de implantar la unidad productiva es factible.

- ✓ Es importante aclarar que tratándose de Antonio Ante que es un cantón netamente textil se encuentra mano de obra calificada para la confección ya que tienen un amplio conocimiento de la moda, calidad, marketing, ventas, etc. lo cual favorece a la empresa y a la consecución de sus objetivos.

- ✓ Con los datos obtenidos con la evaluación financiera sabemos que el proyecto es adecuado de realizar porque ha quedado demostrada su rentabilidad en función de la inversión inicial y a las entradas de efectivo que se obtendrán.

- ✓ Tomando en cuenta los resultados de las matrices de impactos tenemos que el proyecto es sustentable y que su implementación no causará un impacto negativo; además está basado en un estudio y planificación adecuada como todo proyecto lo exige esto avala la creación del proyecto en la ciudad de Atuntaqui.

RECOMENDACIONES

- ✓ Implementar una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en la ciudad de Atuntaqui con altos estándares de calidad, accesibles a todo tipo de público y sobre todo que tenga variedad de diseños; todo esto basándose en indicadores internacionales y en rentabilidad que este proyecto genera.
- ✓ Capacitación agresiva al personal joven que esté interesado en incursionar en este tipo de confección y sobre todo que tenga gusto, habilidades, destrezas; personal que reúna el perfil adecuado para esta actividad que de por sí demanda de alta técnica y conocimiento poniendo especial cuidado en aquellas personas que deben atender a los clientes para que se sientan bien con el servicio prestado porque esto ayuda a la imagen de la microempresa además que es la mejor carta de presentación y publicidad para nuevos clientes.
- ✓ Contar con un gran stock de diseños de diferentes calidades de este tipo de vestidos, para que los clientes tengan la facilidad de escoger, seleccionar y decidirse por sus compras según más les convenga de acuerdo a sus gustos y recursos económicos.
- ✓ Mantenerse actualizado de acuerdo a las exigencias del mercado que requiere de este producto actualizándose en innovación y tecnología.
- ✓ Establecer normas y políticas de control de la producción para evitar riesgos laborales del personal operario y de esta manera establecer solidez empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ ANZOLA, Servulo, Administración de Pequeñas Empresas, Editorial Mc Graw Hill, México 1993.
- ✓ BRAVO, Mercedes, Contabilidad General, Ediciones Nuevodia, Cuarta Edición, Quito –Ecuador, 2001.
- ✓ CENTRO ARTESANAL TALLER DE SAN JOSÉ, Álbum Monográfico de Corte y Confección, Asesorado por Fátima Ortíz.
- ✓ CERTO, Samuel, Administración Moderna, editorial Mac Graw Hill, Segunda Edición, México, 1992.
- ✓ CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de Producción, Primera edición, 2001 Ibarra – Ecuador.
- ✓ DIAZ, Hernando, Enfoque Práctico con Aplicaciones Informáticas, Editorial Quebecor World Bogotá S.A., Bogotá D.C. 2001.
- ✓ FRENO, Ángel, Diagnóstico Empresarial, Editorial Otero, Santafé Bogotá, 1998.
- ✓ GARCÍA, Luis Ab., Legislación Laboral y Cooperativismo, Editorial Offset graba.
- ✓ GUDIÑO, Emma; CORAL, Lucy, Contabilidad 2000, Editorial Mac Graw Hill, Segunda Edición, Santafé, Bogotá – Colombia, 1994.
- ✓ GOBIERNO MUNICIPAL DE ANTONIO ANTE, Plan Estratégico de Desarrollo Cantonal, período 2005-2009.
- ✓ GUEVARA, Rosa, Monografía del Centro Artesanal “Teodoro Wolf”, período escolar 2005-2006.
- ✓ HARGADON, Bernard y MÚNERA, Armando, Principios de Contabilidad, Editorial Nomas S.A., Colombia 1993.
- ✓ J. GITMAN, Laurence, Principios de Administración Financiera, Décimo Cuarta Edición, Pearson Education, México 2007.
- ✓ JENKYN, Jones, Diseño de Moda, Primera Edición, impreso en China.
- ✓ LEIVA, Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, Editorial Inacaped, Quito – Ecuador, 1996.
- ✓ LIMAICO, María, Cuaderno de Corte y Confección.

- ✓ MAURIN, Jacqueline y MBAYE, Aline, La Costura, Educar cultura recreativa.
- ✓ MC CARTHY, E Jerome y PERREAULT, William, Editorial MC GRAW Hill, Barcelona – España, 1997.
- ✓ MOLINA, Antonio, Contabilidad de Costos, Quito – Ecuador, 1987.
- ✓ MOMZ, Mitch, Enciclopedia Universal, Editores Espasa Calpe S.A. Barcelona – España, 1918.
- ✓ MOSCOSO, Sandra Ab., Legislación Laboral y Cooperativismo, Ediciones Horguín 2003.
- ✓ Revista Eres Novia abril – marzo, 2004.
- ✓ REYES, Agustín, Administración de Empresas Teórica y Práctica Primera Parte, Editorial Limusa, México, 1990.
- ✓ SELLINI, Sandro, Novias Sposabella, Ediciones Condé Nast, S. A.
- ✓ TORRES, Luis, Características de la Microempresa, Impresión Quality, Sexta Edición, Quito – Ecuador, 2005.
- ✓ VÁSQUEZ, Germán, Curso de Legislación Laboral y Artesanal, Vigésimo Primera Edición, Impreso en Ecuador, 1997.
- ✓ WM, Jackson Inc, Enciclopedia Práctica, México, 1959.
- ✓ ZAMORA Editores Ltda., Diseño, Corte y Confección, Editorial Colombiana, S. A., Bogotá – Colombia, 1999; Tomo 1.
- ✓ ZAMORA Editores Ltda., Diseño, Corte y Confección, Editorial Colombiana, S. A., Bogotá – Colombia, 1999; Tomo 2.
- ✓ ZAMORA Editores Ltda., Diseño, Corte y Confección, Editorial Colombiana, S. A., Bogotá – Colombia, 1999; Tomo 3.
- ✓ ZWIG; Usufructo y Atlas Esteban, Enciclopedia Barza, Editores Enciclopedia Británica Inc, México.

LINCOGRAFÍA:

- ✓ www.pronovias.com
- ✓ www.noviasynovios.ci/mexico/mariage_articulo
- ✓ guia.mercadolibre.com.ar/tipos-telas-vestido-
- ✓ www.saga.com.ar/

- ✓ www.elcosturerodestella.org/2006/09/medidas-para-elaborar-patrn-del.html
- ✓ www.dspace.espol.edu.ec

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
ENCUESTA PARA LAS SEÑORITAS DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI
DE EDADES ENTRE 14 A 25 AÑOS

OBJETIVO: La presente investigación tiene como finalidad medir el nivel de aceptación para la creación de una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera.

IMPORTANTE: Se solicita contestar la encuesta con la mayor seriedad y sinceridad del caso.

- 1.- ¿Cuándo usted vaya a cumplir sus quince años o a casarse le gustaría usar vestido de novia o quinceañera?
SI () NO ()
- 2.- ¿Conoce usted un local de ventas o alquiler de vestidos novia o quinceañera en Atuntaqui?
SI () NO ()
- 3.- ¿Le gustaría que exista en Atuntaqui un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera?
SI () NO ()
- 4.- ¿Para obtener su vestido le gustaría?
Comprar () Alquilar ()
- 5.- ¿Para adquirir su vestido usted se dirige a
Boutiques () Costureras () Otros lugares?
- 6.- ¿De existir en Atuntaqui un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera usted preferiría comprar en otros lugares de la provincia o fuera de ella?
SI () NO ()
- 7.- ¿De acuerdo a su calidad estaría dispuesta a pagar por su vestido de novia o quinceañera un precio?
Alta calidad () Mediana calidad () Económico ()
- 8.- ¿Le gustaría que en este local además de ofrecer vestidos también se ofrezcan los accesorios que se necesitan para este tipo de ocasiones?
SI () NO ()
- 9.- ¿Le gustaría que en esta microempresa además de venta y alquiler de vestidos se brinde un servicio de video y fotografías para su fiesta como un recuerdo?
SI () NO ()
- 10.- ¿Qué sugerencia daría usted para la creación de una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en la ciudad de Atuntaqui?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
ENCUESTA PARA LOS PADRES DE LAS SEÑORITAS DE LA
CIUDAD DE ATUNTAQUI DE EDADES ENTRE 14 A 25 AÑOS

OBJETIVO: La presente investigación tiene como finalidad medir el nivel de aceptación para la creación de una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera.

IMPORTANTE: Se solicita contestar la encuesta con la mayor seriedad y sinceridad del caso.

- 1.- ¿Cuándo su hija vaya a cumplir sus quince años o a casarse le gustaría que use vestido de novia o quinceañera?
SI () NO ()
- 2.- ¿Conoce usted un local de ventas o alquiler de vestidos novia o quinceañera en Atuntaqui?
SI () NO ()
- 3.- ¿Le gustaría que exista en Atuntaqui un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera?
SI () NO ()
- 4.- ¿Para obtener el vestido para su hija le gustaría?
Comprar () Alquiler ()
- 5.- ¿Para adquirir el vestido que su hija necesita para sus quince años o matrimonio usted se dirige a:
Boutiques () Costureras () Otros lugares?
- 6.- ¿De existir en Atuntaqui un local de venta y alquiler de vestidos de novia y quinceañera usted preferiría comprar en otros lugares de la provincia o fuera de ella?
SI () NO ()
- 7.- ¿De acuerdo a sus necesidades estaría dispuesto(a) a pagar por el vestido de novia quinceañera de su hija un precio?
Alta calidad () Mediana calidad () Económico ()
- 8.- ¿Le gustaría que en este local además de ofrecer vestidos para su hija también se ofrezcan los accesorios que se necesitan para este tipo de ocasiones?
SI () NO ()
- 9.- ¿Le gustaría que en esta microempresa además de venta y alquiler de vestidos se brinde un servicio de video y fotografías como un recuerdo para su hija?
SI () NO ()
- 10.- ¿Qué sugerencia daría usted para la creación de una microempresa de confección, comercialización y alquiler de vestidos de novia y quinceañera en la ciudad de Atuntaqui?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
ENTREVISTA PARA LOS EXPERTOS EN LA CONFECCIÓN DE
VESTIDOS DE NOVIA Y QUINCEAÑERA**

TEMA: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y ALQUILER DE VESTIDOS DE NOVIA Y QUINCEAÑERA, EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI, CANTON ANTONIO ANTE.

1.- ¿En qué lugar y a qué precio adquiere la materia prima para la confección de los vestidos?

2.- ¿Cuáles son los libros, revista que usted más utiliza para la confección de los vestidos de novia y quinceañera?

3.- ¿Cuántos vestidos de novia y quinceañera vende usted en promedio al mes, a qué precio y cuáles son los meses de mayor venta?

4.- ¿Qué tipos de máquinas utiliza para la confección de los vestidos y con qué espacio físico cuenta?

5.- ¿Cómo está estructurada la empresa donde usted trabaja?

6.- ¿Con cuántas personas cuenta para la elaboración de los vestidos y cuál es su salario o forma de pago?

7.- ¿Cuál es la inversión que ha realizado en equipos para la instalación de su empresa?

MODELOS DE VESTIDOS DE NOVIA Y QUINCEAÑERA

