



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y BORDADOS TRADICIONALES INDÍGENAS EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA

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

AUTORA

ALICIA VERÓNICA IBADANGO LIMAICO

DIRECTORA

MSc. MARÍA GABRIELA ARCINIEGAS ROMERO

IBARRA, JULIO, 2019

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como finalidad dar a conocer el estudio de factibilidad desarrollado, para la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas en la parroquia de Natabuela, cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura.

Este proceso tiene diversas etapas que consolidan la factibilidad de dicha creación, se inició con un estudio diagnóstico, el cual genera una panorámica del sector, estableciendo aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

Afianzando los criterios base, se realiza el estudio de mercado para determinar el segmento meta, así como la demanda y oferta de dicho proyecto.

Así también se establece el estudio técnico, que fija el espacio físico, la maquinaria e insumos necesarios para el debido funcionamiento y operatividad del negocio.

Con el establecimiento de las unidades a producir, costos y gastos a generar, se proyectan los distintos estados financieros y aplican los indicadores financieros, que determinan la viabilidad del proyecto.

De la misma manera se realiza el estudio organizacional que contiene la normativa que será guía de las actividades desarrolladas por quienes conforman el talento humano operacional y administrativo.

Finalmente se efectúa la validación del proyecto, con la revisión y aprobación por parte de los técnicos especializados.

ABSTRACT

The aim of this research is to make known the feasibility study developed for the creation of a traditional indigenous clothing and embroidery microenterprise in the parish of natabuela, canton Antonio Ante, province of Imbabura.

This process has different stages that consolidate the feasibility of such creation, began with a diagnostic study, which generates an overview of the sector, establishing allies, opportunities, opponents and risks.

By strengthening the basic criteria, the market study is carried out to determine the target segment, as well as the demand and supply of the project.

The technical study is also established, which fixes the physical space, machinery and inputs necessary for the proper functioning and operativity of the business.

With the establishment of the units to be produced, costs and expenses to be generated, the different financial statements are projected and applied the financial indicators, which determine the viability of the project.

In the same way, the organizational study is carried out, which contains the regulations that will guide the activities carried out by those who make up the operational and administrative human talent.

Finally, the validation of the project is carried out, with the review and approval by the specialized technicians.

AUTORÍA

iv

AUTORÍA

Yo, **ALICIA VERÓNICA IBADANGO LIMAICO**, portadora de la cédula de ciudadanía N.º 100396434-1, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y BORDADOS TRADICIONALES INDÍGENAS EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Ibarra, 12 de julio del 2019



Ibadango Limaico Alicia Verónica

C.C. 100396434-1

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

v

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Alicia Verónica Ibadango Limaico, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA., cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y BORDADOS TRADICIONALES INDÍGENAS EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 12 días del mes de julio, 2019.



MSC. María Gabriela Arciniegas Romero

DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO



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

vi



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

Yo, **IBADANGO LIMAICO ALICIA VERÓNICA**; portadora de la cédula de ciudadanía No. 100396434-1, manifiesto la voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales del trabajo de grado titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y BORDADOS TRADICIONALES INDÍGENAS EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”** siendo desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando los derechos intelectuales de terceros, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

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

Ibarra, 12 de julio 2019

Ibadango Limaico Alicia Verónica

C.C. 100396434-1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	100396434-1		
APELLIDOS Y NOMBRES	Ibadango Limaico Alicia Verónica		
DIRECCIÓN	San Antonio de Ibarra, Barrio la Cruz		
EMAIL	avibadangol@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO	062 535-593	TELÉFONO MÓVIL	0939779034

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE CONFECCIÓN Y BORDADOS TRADICIONALES INDÍGENAS EN LA PARROQUIA DE NATABUELA, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”

AUTORA	Ibadango Limaico Alicia Verónica
FECHA: DD/MM/AA	12 de julio 2019
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA	INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR/ DIRECTORA	Msc. María Gabriela Arciniegas Romero

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 12 días del mes de julio del 2019

EL AUTOR:



Ibadango Limaico Alicia Verónica

C.C. 100396434-1

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a Dios, quien por medio de su voluntad me ha permitido luchar y seguir constante en el camino, siendo mi soporte.

A mi madre, quien, siendo padre y madre a la vez, con mucho esfuerzo, dedicación, noches en vela, consejos y apoyo constante, luchó para cumplir juntas esta meta.

Hoy y siempre serás mi ángel y desde el cielo sé que me cubrirás con tus bendiciones. Te Amo Mamá.

A mi tía y mis abuelitos quienes con su rectitud y responsabilidad han sido un ejemplo de lucha y constancia para alcanzar este objetivo.

Alicia Verónica Ibadango Limaico

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento muy especial a mi Madre quien es y será mi ejemplo a seguir, quien

con su amor cuidó de mí, siendo padre y madre al mismo tiempo.

Su ejemplo siempre lo llevaré conmigo, ahora sé que eres mi luz y aunque no esté

físicamente, sé que desde el cielo siempre cuidarás de mí y será ese ángel que me

acompañara siempre.

Alicia Verónica Ibadango Limaico

PRESENTACIÓN

La parroquia rural de Natabuela se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura Cantón Antonio Ante, a 2.50 km de la capital provincial, limita al norte con la parroquia San José de Chaltura, al oeste con la cabecera cantonal de Antonio Ante, al este con la parroquia de San Antonio del Cantón Ibarra y al sur con las parroquias del Cantón Otavalo. (GAD Antonio Ante)

Está conformada por una población de 4.288 habitantes entre ellos 2.075 son hombres y 2.213 mujeres, que se dedican a la agricultura, carpintería, artesanías en madera y confección de prendas bordadas (INEC). Su cultura y tradiciones son diversas, varían según las festividades celebradas como Navidad, Semana Santa, Corpus Cristi, San Juan y San Pedro siendo las últimas conocidas como Inti Raymi que atrae a propios y extraños, dando a conocer las diversas actividades que se desarrollan, así como la vestimenta que los caracteriza.

Actualmente el uso de la ropa tradicional (indumentaria indígena) que forma parte de su cultura y tradición, tanto en hombres como en mujeres indígenas se está perdiendo, según (Romero, 2016), coordinadora de la carrera de Diseño de Modas de la Universidad San Francisco de Quito menciona que “...Las jóvenes indígenas empezaron a utilizar ropa “mestiza” porque muchas prefieren verse más modernas...”.

Ante esta concepción, la vestimenta tradicional indígena de alguna manera se ha ido modificando sin perder sus raíces, es decir que se conserva el uso de la prenda, pero con diseños modernos y juveniles.

De esta manera se identifica que la modernización es un factor clave que influye en la comercialización y atracción de nuevos mercados como son los jóvenes indígenas quienes diseñan de actualidad a aquellos que son ambiguos, para estar a la moda.

Por lo tanto, se plantea la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas que, a través de los nuevos diseños, colores y telas, posicionen a este

traje típico como una moda, no solo para grupos indígena, también para el sector mestizo, quienes aprecian y valoran la diversificación cultural.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto genera una investigación a nivel educativo, ya que indaga en la historia y cultura del sector, así como la oferta, la demanda, la competencia etc., que representa información indispensable para la determinación de la viabilidad del proyecto en el mercado seleccionado.

A nivel económico se identifica por medio de fuentes del INEC y Plan de ordenamiento territorial de la Imbabura

Con relación al aspecto social, la creación de esta microempresa generaría fuentes de trabajo, en especial para las mujeres, quienes predominan la actividad del bordado, reactivando así la economía de sus hogares, lo cual es un apoyo para el estudio de sus hijos, alimentación, vestimenta, vivienda y salud que son gastos indispensables en la vida.

A nivel cultural, no solo se trata de moda, es el estilo que marca una identidad y cultura que representa a una parte de la sociedad. La ropa tradicional indígena se ha preservado a lo largo del tiempo, sin embargo, actualmente se ha ido modificando esta prenda con respeto a su diseño, siendo este más juvenil y atrayendo más a las nuevas generaciones para su uso.

Este emprendimiento en los últimos años se ha proliferado notablemente, en distintas partes del Ecuador, entre ellos el cantón Otavalo ubicado en la Provincia de Imbabura que cuenta con varios representantes como Sisa Morales y Rodrigo Cachimuel quienes con sus proyectos “Sisa” y “Wasipungo” respectivamente, han demostrado al mundo su creatividad, empeño y constancia en el trabajo realizado, siendo merecedores de reconocimientos en pasarelas a nivel nacional e internacional.

Con estos antecedentes, se busca el establecimiento de una microempresa que cree, realice y confeccione bordados tradicionales indígenas, conservando su autenticidad y manteniendo estándares de modernización que no altere sus raíces autóctonas, con el apoyo de artesanos

residentes en las distintas comunidades del cantón Antonio Ante, quienes con sus habilidades contribuyen a esta actividad.

OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas en la parroquia de Natabuela, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura

Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación actual del entorno de la parroquia de Natabuela, considerando los factores positivos y negativos que inciden en el sector para la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas, identificando los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.
2. Establecer el marco teórico a través del análisis, descripción e interpretación de conceptos relacionados con la constitución de una microempresa, desarrollados de manera legible para los lectores.
3. Realizar un estudio mercado que permita identificar las características existentes de las prendas de vestir indígenas que se desea insertar en el mercado meta, acorde con la oferta y demanda a establecerse.
4. Elaborar un estudio técnico que permita determinar la ubicación, funcionamiento y operatividad de la factibilidad con los recursos existentes.
5. Realizar un estudio financiero, por medio de las proyecciones de ingresos, costos y gastos, así como el desarrollo de los indicadores financieros, para la determinación de la viabilidad del proyecto.
6. Elaborar un estudio organizacional, que defina los procesos y funciones que deben ser desarrolladas por parte del talento humano de la microempresa.
7. Validar el estudio de factibilidad con el respaldo de los lectores asignados, identificando inconsistencias para sus respectivas correcciones

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
JUSTIFICACIÓN.....	xiii
OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	xv
ÍNDICE DE TABLAS	xxvi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xxxii
CAPÍTULO I.....	1
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Objetivos del Diagnóstico	2
1.2.1. Objetivo general.....	2
1.2.2. Objetivos específicos	2
1.3. Variables e indicadores.....	2
1.4. Matriz de relación diagnóstica.....	3

1.5. Desarrollo del diagnóstico	7
1.5.1. Situación Geográfica.....	7
1.5.2. Demográfica.....	8
1.5.3. Socio económico.....	16
1.5.4. Cultural	19
1.5.5. Sectorial	23
1.5.6. Político	26
1.6. Matriz AOOR	27
1.7. Identificación de la oportunidad	28
CAPÍTULO II	30
MARCO TEÓRICO II	30
2.1. Introducción.....	30
2.2. Objetivo general	30
2.3. Objetivos específicos.....	30
2.4. Metodología.....	30
2.5. Empresa	31
2.6. La Microempresa.....	31
2.7. Persona Natural.....	32
2.8. Administración	32
2.9. Estudio de Mercado	32
2.9.1. Mercado.....	33
2.9.3. Oferta.....	33

2.9.4. Demanda.....	33
2.9.5. Marketing.....	33
2.9.6. Producto.....	34
2.9.8. Plaza.....	34
2.9.9. Promoción.....	35
2.9.10 Medios convencionales.....	35
2.9.11. Medios digitales.....	35
2.10. Estudio Técnico	35
2.10.1. Tamaño del Proyecto	35
2.10.2. Localización del proyecto.....	35
2.11. Estudio Financiero	36
2.11.1. Costo Beneficio	37
2.11.2. VAN.....	37
2.11.3. TIR.....	37
2.12. Bordado	37
CAPÍTULO III	38
ESTUDIO DE MERCADO	38
3.1. Introducción.....	38
3.2. Objetivo general	38
3.3. Objetivos específicos.....	38
3.4. Variables	38
3.5. Matriz.....	39

3.6. Segmentación de mercado	43
3.6.1. Variables de segmentación	43
3.6.2. Mercado meta	49
3.7. Cálculo de la muestra	50
3.7.1. Muestreo según conglomerado	51
3.8. Técnicas de recolección de información	52
3.8.1. Encuesta.....	52
3.9. Análisis e Interpretación de resultados	52
3.9.1. Análisis e Interpretación de los resultados de la encuesta.....	52
3.10. Demanda.....	68
3.10.1. Identificación de la demanda.....	68
3.10.2. Determinación de la demanda	69
3.10.2. Proyección de la demanda	72
3.11. Oferta	74
3.11.1. Identificación de la oferta	74
3.11.2. Demanda insatisfecha	74
3.11.3. Demanda objetivo.....	74
3.11.4. Proyección de la oferta	75
3.12. Balance oferta-demanda	75
3.12.1. Análisis de establecimiento de precios.....	76
3.13. Estrategias del marketing mix	77
3.13.1 Estrategia del Producto	77

3.13.2. Precio	77
3.13.3. Plaza.....	77
3.13.4. Promoción.....	78
3.14. Conclusión del estudio de mercado	78
CAPÍTULO IV	80
ESTUDIO TÉCNICO	80
4.1. Introducción.....	80
4.2. Objetivo General.....	80
4.3. Objetivos específicos	80
4.4. Localización del proyecto.....	80
4.4.1. Macro localización	80
4.4.2. Micro localización	81
4.5. Tamaño del proyecto	83
4.6. Costos variables.....	84
4.6.1. Materia prima directa.....	84
4.6.2. Mano de obra directa	85
4.6.3. Costos indirectos de fabricación CIF.....	89
4.6.4. Costos de producción.....	89
4.6.5. Rentabilidad mensual	90
4.7. Costos Fijos	91
4.7.1. Servicios básicos.....	91
4.7.2. Utillaje	91

4.7.3. Limpieza y aseo	92
4.7.4. Publicidad y promoción.....	93
4.7.5. Gastos de constitución e instalación.....	93
4.7.8. Remuneración personal administrativo	93
4.8. Activos fijos.....	94
4.8.1. Maquinaria y equipo.....	94
4.8.2. Muebles y encerres	94
4.8.3. Equipo de computo.....	95
4.8.4. Resumen de activos fijos	95
4.9. Disponibilidad de materiales, insumos y maquinaria.....	96
4.9.1. Proveedores de materia prima	96
4.9.2. Proveedores Maquinaria.....	96
4.9.3. Proveedores muebles y encerres	97
4.9.4. Proveedores equipo de computo.....	97
4.10. Ingeniería del proyecto	98
4.10.1. Distribución del área de producción.....	98
4.11. Diseño del proceso productivo	99
4.11.1. Diseño del proceso de productivo	100
4.11.2. Flujogramas de procesos	101
4.12. Opciones de Financiamiento	103
4.13. Capital de trabajo.....	104
4.14. Inversión Total.....	104

4.15. Financiamiento	105
CAPÍTULO V	106
ESTUDIO FINANCIERO.....	106
5.1. Introducción.....	106
5.2. Objetivo general	106
5.3. Objetivos específicos.....	106
5.4. Estructura de la inversión	106
5.4.1. Ingresos.....	106
5.4.2. Proyección de ingresos	107
5.5. Costos y gastos proyectados	109
5.6. Costos proyectados	109
5.6.1. Materia prima directa proyectada	109
5.6.2. Mano de obra directa proyectada.....	111
5.6.3.CIF	111
5.6.4. Resumen costos proyectados	113
5.7 Proyección de gastos	113
5.7.1. Gastos Administrativos.....	113
5.7.2. Tasa de inflación.....	113
5.7.3. Proyección de gastos servicios básicos	114
5.7.4. Proyección Utillaje	115
5.7.5. Proyección Limpieza y aseo	116
5.7.6. Proyección publicidad y promoción	117

5.7.7. Amortización de Constitución e Instalación.....	117
5.6.8. Proyección de la remuneración personal administrativo	118
5.8. Gastos financieros.....	121
5.8.1. Resumen gastos financieros.....	124
5.9. Proyección Depreciaciones.....	124
5.10. Estados financieros proyectados.....	126
5.10.1. Estado de Situación Inicial	126
5.10.2 Estado de resultados proyectado.....	128
5.10.3. Estado de flujo de efectivos proyectado	129
5.11. Análisis Financiero	130
5.11.1. Costo de oportunidad.....	130
5.11.2. Tasa de rendimiento medio (TMR)	130
5.11.3. Valor Actual Neto.....	131
5.11.4 Tasa interna de retorno TIR.....	132
5.11.5. Relación costo beneficio.....	133
5.11.6. PRI.....	133
5.11.7. Punto de equilibrio.....	135
5.11.8. Equilibrio en unidades camisa-hombre	138
5.11.9. Resumen indicadores financieros	146
<u>5.12. Conclusión de Evaluación Financiera</u>	<u>147</u>
CAPÍTULO VI.....	149
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	149

6.1. Introducción.....	149
6.2. Denominación de la empresa.....	149
6.2.1. Logotipo.....	150
6.2.2. Slogan	150
6.4. Visión.....	151
6.5. Objetivos organizacionales.....	151
6.6. Valores corporativos.....	151
6.7. Estructura organizacional	152
6.7.1. Organigrama estructural	152
6.7.2. Organigrama funcional	153
6.8. Manual de funciones.....	155
6.8.1. Funciones del Gerente Propietario	155
6.8.2. Funciones de los operarios	156
6.9. Tipo de constitución	158
6.9.1. Persona natural	158
6.9.2. Requisitos legales para el funcionamiento de una microempresa SRI.....	158
6.9.3. Obtención de permiso de bomberos	158
6.9.4. Requisitos IESS	159
6.9.5. Obligación del empleador.....	160
6.9.6 Obligaciones del trabajador	160
CAPÍTULO VII. VALIDACIÓN	162
7.1. Introducción.....	162

7.2. Descripción del estudio	162
7.2.1 Objetivo	162
7.2.2 Equipo de Trabajo	162
7.3. Método de verificación.....	162
7.3.1. Factores para validar.....	163
7.4. Método de calificación	167
7.5. Rango de interpretación.....	167
7.6. Calificación.....	169
7.7. Interpretación.....	169
Conclusiones	170
Recomendaciones.....	172
Bibliografía.....	173
Anexos.....	175

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Variables e indicadores	2
Tabla 2 Matriz Diagnóstica	4
Tabla 3 Porcentaje Grupos Étnicos	9
Tabla 4 Número de Habitantes por cada Grupo Étnico de Imbabura	10
Tabla 5 Población de Natabuela según género.....	11
Tabla 6 Población Proyectada	12
Tabla 7 P.E.A. Natabuela	14
Tabla 8 Pobreza.....	15
Tabla 9 Sectores económicos	15
Tabla 10 Principales actividades del sector Natabuela	16
Tabla 11 Principales actividades productivas del territorio según PEA	17
Tabla 12 Analfabetismo	18
Tabla 13 Analfabetismo 15-45 años.....	19
Tabla 14 Diferencias prendas Natabuela y Otavalo	21
Tabla 15 Geografía de Establecimientos textiles	23
Tabla 16 Personal área textil	24
Tabla 17 Desarrollo Humano	25
Tabla 18 Aspectos Socioculturales	25
Tabla 19 Matriz AOOR.....	27
Tabla 20 Variables estudio de mercado	38
Tabla 21 Matriz Variables Estudio de mercado	39
Tabla 22 Variables de Segmentación	43
Tabla 23 Población Imbabura	43
Tabla 24 Población general divida por hombres y mujeres según el cantón y parroquia	44

Tabla 25 Población Otavalo según edad de 15- 49 años.....	45
Tabla 26 Población parroquia Natabuela según edad de 15- 49 años.....	46
Tabla 27 Población San Antonio de Ibarra según edad de 15-49 años.....	46
Tabla 28 Resumen de la población general de 15 a 49 años.....	47
Tabla 29 Población indígena por cantón y parroquia.....	48
Tabla 30 Población indígena por cantón y parroquia.....	48
Tabla 31 Población indígena por edades 15-49 años según tendencia.....	49
Tabla 32 Datos muestra.....	50
Tabla 33 Muestra según conglomerado.....	51
Tabla 34 Género.....	52
Tabla 35 Grupo étnico.....	53
Tabla 36 Conservación de la vestimenta tradicional.....	54
Tabla 37 Integrantes familiares.....	55
Tabla 38 Lugar para adquirir prendas.....	56
Tabla 39 Satisfacción del Mercado hacia las blusas ofertadas.....	57
Tabla 40 Criterios de adquisición.....	58
Tabla 41 Tipo de bordado con mayor demanda.....	59
Tabla 42 Frecuencia de compra.....	60
Tabla 43 Fechas conmemorativas.....	61
Tabla 44 Formas de pago más utilizado por los clientes.....	62
Tabla 45 Preferencias de bordado.....	63
Tabla 46 Costo promedio de la vestimenta (blusa-mujer).....	65
Tabla 47 Precio de mayor preferencia en la compra de camisas.....	65
Tabla 48 Lugar de Adquisición de la prenda.....	66
Tabla 49 Medios de comunicación más utilizado.....	67

Tabla 50 Determinación de la demanda	69
Tabla 51 Población general según genero	70
Tabla 52 Porcentaje población demanda.....	70
Tabla 53 Población meta	70
Tabla 54 Tasa de crecimiento Imbabura	71
Tabla 55 Cantidad de unidades mensuales a elaborarse	72
Tabla 56 Proyección blusas	73
Tabla 57 Proyección de camisas	73
Tabla 58 Cálculo de la Oferta	74
Tabla 59 Proyección oferta	75
Tabla 60 Balance oferta demanda	76
Tabla 61 Criterio de micro localización	82
Tabla 62 Unidades de producción anuales	83
Tabla 63 Materia prima directa	84
Tabla 64 Mano de obra directa.....	85
Tabla 65 Rol de pagos operarios	87
Tabla 66 Distribución de horas para la fabricación de prendas de manera unitaria.....	88
Tabla 67 CIF Blusas- Mujer.....	89
Tabla 68 Camisas- Hombre.....	89
Tabla 69 Costos de producción	90
Tabla 70 Utilidad de la prenda de vestir unitaria	90
Tabla 71 Rentabilidad mensual	91
Tabla 72 Servicios básicos	91
Tabla 73 Útiles para la confección	92
Tabla 74 Limpieza y aseo.....	92

Tabla 75 Publicidad y promoción	93
Tabla 76 Gastos de constitución e instalación	93
Tabla 77 Rol de pagos gerente propietario.....	93
Tabla 78 Maquinaria y equipo	94
Tabla 79 Muebles y encerres	94
Tabla 80 Equipo de computo	95
Tabla 81 Cuadro de resumen de inversión en Activos Fijos.....	95
Tabla 82 Proveedores de materia prima	96
Tabla 83 Proveedores Maquinaria.....	96
Tabla 84 Proveedores muebles y encerres.....	97
Tabla 85 Proveedores equipo de computo	97
Tabla 86 Opciones de Financiamiento	103
Tabla 87 Capital de trabajo	104
Tabla 88 Inversión Total	104
Tabla 89 Financiamiento.....	105
Tabla 90 Tasas de Crecimiento poblacional	107
Tabla 91 Ingresos blusas mujeres.....	108
Tabla 92 Ingresos camisas hombres.....	108
Tabla 93 Resumen de unidades de blusas y camisas proyectadas	109
Tabla 94 Resumen económico de los ingresos de blusas y camisas proyectadas	109
Tabla 95 Materia prima blusa- mujeres proyectada	110
Tabla 96 Materia prima camisas- hombres proyectada.....	110
Tabla 97Mano de obra directa proyectada	111
Tabla 98 CIF blusas de mujer	111
Tabla 99 CIF Camisas de hombre	112

Tabla 100 Resumen de costos proyectados de blusas y camisas	113
Tabla 101 Tasa de inflación promedio	114
Tabla 102 Proyección gastos servicios básicos	114
Tabla 103 Proyección utilillaje.....	115
Tabla 104 Proyección Limpieza y aseo.....	116
Tabla 105 Proyección publicidad y promoción.....	117
Tabla 106 Amortización de Constitución e Instalación	117
Tabla 107 Tasa crecimiento SBU.....	118
Tabla 108 Proyección remuneración personal administrativo	118
Tabla 109 Resumen Gastos Administrativos	120
Tabla 110 Datos del financiamiento.....	121
Tabla 111 Cuotas del financiamiento	121
Tabla 112 Resumen gastos financieros	124
Tabla 113 Proyección Depreciaciones	124
Tabla 114 Estado de Situación Inicial.....	126
Tabla 115 Estado de resultados proyectado	128
Tabla 116 Flujo de efectivo proyectado	129
Tabla 117 Costo de oportunidad	130
Tabla 118 Relación costo beneficio	133
Tabla 119 Período de recuperación de la inversión	133
Tabla 120 Equilibrio en valor monetario blusas- mujer.....	135
Tabla 121 Punto de equilibrio unidades de mujer.....	137
Tabla 122 Equilibrio en valor monetario camisas-hombre	138
Tabla 123 Estados Financieros e Indicadores que cambian según los productos	139
Tabla 124 Estado de resultados un solo producto	140

Tabla 125 Flujo de caja un solo producto	142
Tabla 126 Relación costo beneficio un solo producto	144
Tabla 127 Periodo de recuperación de la inversión un solo producto	144
Tabla 128 Punto de equilibrio un solo producto	145
Tabla 129 Resumen indicadores financieros.....	146
Tabla 130 Equipo de trabajo	162
Tabla 131 Matriz de validación 1.....	163
Tabla 132 Matriz de validación 2.....	165
Tabla 133 Matriz de Validación 3.....	166
Tabla 134 Rango de interpretación	167
Tabla 135 Porcentaje de factores	167
Tabla 136 Matriz de validación general.....	168

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Cantón Antonio Ante	7
Ilustración 2 Proyección de Crecimiento Poblacional	11
Ilustración 3 Población Proyectada Natabuela	12
Ilustración 4 Estructura de la población de la PEA en Imbabura.....	13
Ilustración 5 Ocupación población Imbabura	14
Ilustración 6 Actividades económicas productivas del territorio, según ocupación por PEA.	17
Ilustración 7 Vestimenta cultura natabuela	19
Ilustración 8 Vestimenta cultura otavalo.....	20
Ilustración 9 Esquema marco teórico	31
Ilustración 10 Esquema estudio de mercado	32
Ilustración 11 Esquema estrategias de marketing	34
Ilustración 12 Esquema indicadores financieros	36
Ilustración 13 Género	53
Ilustración 14 Grupo étnico.....	54
Ilustración 15 Conservación de la vestimenta tradicional.....	55
Ilustración 16 Personas que usan vestimenta tradicional en los hogares	56
Ilustración 17 Lugar de Adquisición de ropa indígena	57
Ilustración 18 Porcentaje de Satisfacción del Mercado hacia las blusas ofertadas	58
Ilustración 19 Criterios de adquisición de la prenda	59
Ilustración 20 Tipo de bordado con mayor demanda	60
Ilustración 21 Frecuencia de compra de la vestimenta indígena.....	61
Ilustración 22 Fechas conmemorativas de mayor adquisición de la prenda	62
Ilustración 23 Formas de pago más utilizado por los clientes.....	63
Ilustración 24 Preferencia de vestimenta con diseños con acabados hechos a mano	64

Ilustración 25 Costo promedio de la vestimenta (blusa-mujer)	65
Ilustración 26 Precio de mayor preferencia en la compra de camisas	66
Ilustración 27 Lugar de Adquisición de la prenda	67
Ilustración 28 Medios de comunicación más utilizado	68
Ilustración 29 Mapa de Imbabura.....	81
Ilustración 30 Micro localización.....	81
Ilustración 31 Áreas de trabajo.....	98
Ilustración 32 Formas Diseño Productivo	100
Ilustración 33 Proceso productivo.....	102
Ilustración 34 Logotipo empresarial	150
Ilustración 35 Organigrama estructural.....	152
Ilustración 36 Organigrama funcional.....	154

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La provincia de Imbabura es parte de la Sierra ecuatoriana, su población es diversa y cuenta con ocho grupos étnicos como los; Awa, Natabuela, Otavalo, Karanki, y en menor representatividad y cantidad los pueblos Kayambi y Chachi, Mestizos, Afroecuatorianos y otros (ImbaburaPDOT, 2015-2015)., que se distribuyen en toda la provincia, cada uno de ellos, con sus respectivas costumbres, tradiciones, vestimenta e idioma.

La parroquia de Natabuela, ubicada en el cantón Antonio ante, posee una población diversa, distribuida en siete barrios y una comunidad, dentro de la cual se encuentra un conglomerado de personas indígenas, quienes a pesar del tiempo y con mucho esfuerzo en especial de los adultos mayores han preservado su cultura y vestimenta. (Rosales, 2016)

Con respecto al cantón Otavalo, este cuenta con una población que en su mayoría se encuentra conformada por personas indígenas, mismas que han preservado su vestimenta a pesar los años.

Hoy en día, se ha evidenciado un crecimiento notable en los proyectos dirigidos al rescate y preservación de la cultura, como la “Exposición sobre indumentaria de los pueblos”, encontrándose dentro de ellos a la cultura de Natabuela y Otavalo.

Así también parte de este rescate es observado a través de las fiestas tradicionales como por ejemplo San Juan y San Pedro (Inti Raymi), los cuales reúnen a la mayoría de la población tanto hombres, mujeres y niños con la vestimenta original.

La presente propuesta se enmarca en una mayor difusión de la cultura a través de la vestimenta indígena, para los pobladores de la cultura Natabuela y Otavalo, quienes aprecian el

bordado y confección de estas blusas y camisas, así también busca la innovación para las nuevas generaciones, sin perder la visión y raíces culturales.

1.2. Objetivos del Diagnóstico

1.2.1. Objetivo general

Diagnosticar la situación actual del entorno de la parroquia Natabuela, considerando los factores positivos y negativos que inciden en el sector, para la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Reconocer el entorno geográfico de la parroquia de Natabuela
2. Identificar las características demográficas de la población de la provincia de Imbabura
3. Identificar la situación socioeconómica del entorno en el que se estudia la factibilidad
4. Determinar los aspectos culturales y tecnológicos que inciden en la propuesta de factibilidad relacionados con la vestimenta indígena
5. Analizar la situación social del sector.

1.3. Variables e indicadores

Tabla 1

Variables e indicadores

Variables	Indicadores
Geográfico	Superficie
	Clima
	Ubicación
	Límites
	Vías de acceso
Demográfico	Población Indígena

	Crecimiento Poblacional
	PEA
	Educación
Social	Empleo
	Subempleo
	Seguridad
Económico	Actividades económicas
Cultural	Vestimenta
	Costumbres y tradiciones
	Idioma
Tecnológico	Bordados a máquina computarizada
	Oferta
Sectorial	Demanda
	Precio
	Características del producto
Político	Saberes ancestrales

Elaborado por: El autor

1.4. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 2

Matriz Diagnóstica

Objetivo general	Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Técnicas e instrumentos	Informantes
Diagnosticar la Natabuela situacional actual del entorno de la parroquia de Natabuela, considerando los factores positivos y negativos que inciden en el sector para la	Reconocer el entorno geográfico de la parroquia	Geográfica	Superficie Clima Ubicación Límites Vías de acceso	Secundarias	Gad Antonio ante Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Natabuela
	Identificar las características demográficas de la población de la provincia de Imbabura	Demográfica	Población Indígena Crecimiento Poblacional PEA	Secundarias	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Natabuela INEC

<p>creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas</p>	<p>Identificar la situación socioeconómica del entorno en el que se estudia la factibilidad</p>	<p>Social</p>	<p>Educación Empleo Subempleo Seguridad</p>	<p>Secundarias</p>	<p>Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Natabuela INEC</p>
		<p>Económico</p>	<p>Actividades económicas</p>		
	<p>Determinar los aspectos culturales y tecnológicos que inciden en la propuesta de factibilidad relacionados con la vestimenta indígena</p>	<p>Cultural</p>	<p>Vestimenta Costumbres y tradiciones Idioma</p>	<p>Primaria Secundarias</p>	<p>Artículos Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Natabuela Entrevistas</p>

	Tecnológico	Bordados a máquina computarizada Oferta	Secundarias	Manuales
Analizar la situación social del sector.	Sectorial	Demanda Precio Características del producto	Secundarias	Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Natabuela
	Político	Saberes ancestrales	Secundarias	Constitución de la República

Fuente: propia

1.5. Desarrollo del diagnóstico

1.5.1. Situación Geográfica.

Ubicación y Superficie

La parroquia rural San Francisco de Natabuela es parte del cantón Antonio Ante, se encuentra ubicada a 2,5 km del cantón Ibarra, con una superficie de 14.799km².



Ilustración 1
Cantón Antonio Ante

Fuente: Plan de ordenamiento territorial del área rural del cantón Antonio ante 2015

Límites

Esta parroquia limita:

Norte: Parroquia San José de Chaltura

Oeste: Cabecera cantonal de Antonio Ante

Este: Parroquia San Antonio del cantón Ibarra

Sur: Parroquias del cantón Otavalo, principalmente San Pablo

Clima

Debido a la cercanía a los páramos del volcán Imbabura, esta parroquia cuenta con un clima frío, que va desde los 3.060 hasta los 4.621 m.s.n.m. y templado desde los 2.360 hasta los 3.060 m.s.n.m., su pluviosidad es de 650 a 1000 mm, siendo así su temperatura anual de 8 C ° en la parte alta y 16 C ° en la parte baja.

Un factor por considerar es el número de meses secos, que van desde los 5 hasta los 6 meses, considerados importantes por los pobladores para tomar medidas que solucionen problemas relacionados a la agricultura y ganadería. (GAD)

Vías de acceso

La parroquia de Natabuela cuenta con una longitud de 68.33km², representando el 15.05 % del total del cantón, en su mayoría posee vías con calzada de tierra, siendo este un problema debido a su mal estado, así también la inexistencia de veredas en la autovía por parte de Panavial.

En el caso del transporte, se cuenta con buses inter parroquiales e inter cantonales, así como dos cooperativas de camionetas “Natabuela” y Transmiros” y taxis para el traslado de las personas del sector.

Con relación a su conectividad, esta infraestructura vial es aceptable, ya que no hay la necesidad de abrir nuevos caminos entre los 7 barrios y 1 comunidad que lo integran. (NatabuelaPDOT, 2014-2019)

1.5.2. Demográfica.

Población de Imbabura

Ecuador es un país Plurinacional y Pluricultural, que posee gran diversidad de manifestaciones culturales, en donde sus diferencias deben ser vistas como potencia social para construir un país equitativo, solidario, respetuoso y justo. (ImbaburaPDOT, 2015-2015)

Imbabura es una provincia étnica y cultural por excelencia, en ella se encuentran diversos asentamientos, con raíces propias e identidad particular. Según el SIISE del año 2010 la composición étnica es muy variada pues presenta a los Awa, Natabuelas, Otavalos, Karanki y en menor cantidad los pueblos Kayambi y Chachi, Mestizos, Afroecuatorianos y otros.

Según los datos del censo de población y vivienda del año 2010 efectuado por el INEC, Imbabura se encuentra conformado por una población de 398.244 habitantes. Sin embargo, debido a que este proyecto se enfoca en la población indígena, se realizará un mayor énfasis en los porcentajes que lo que representan, siendo:

Tabla 3

Porcentaje Grupos Étnicos

Grupos étnicos	Porcentaje
Otavalos	11.59%
Kayambi	1.61%
Karanki	2.58%
Natabuelas	0.38%
Awá	0.27%
Chachi	0.01%
Afro- ecuatoriana	5.38%
Total	21,82%

Fuente: PDOT Provincia de Imbabura 2015-2035

Elaborador por: El Autor

Todos estos grupos étnicos representan el 21.82 % de la población, mientras que el resto, es decir, el 78,18 %, lo conforman las personas autodefinidas como mestizas y otros.

Tabla 4

Número de Habitantes por cada Grupo Étnico de Imbabura

Cantón	Afroecuatoriano	Awá	Chachi	Natabuela	Otaval	Karani	Kayampi	Mestizos
Ibarra	15.748	793	5	236	541	8.408	563	141.675
Antonio Ante	768	8	10	1.167	4353	24	1	33.765
Cotacachi	1.101	9	5	28	3117	43	14	21.430
Otaval	1.041	1	8	20	37.830	708	5.809	42.260
Pimampiro	1.317	0	0	58	221	1.078	22	9.524
Urcuquí	1.451	261	0	18	89	13	1	13.030
Total	21.426	1.072	28	1.527	46.151	10.274	6.410	261.684

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Dirección de Planificación GPI

De manera cuantificable el número de habitantes de todos los grupos étnicos de la provincia de Imbabura asciende a 86.888 personas, quienes se asientan en diversos sectores, conservando costumbres, tradiciones, idioma y vestimenta.

Crecimiento Poblacional Antonio Ante

El cantón Antonio Ante cuenta con una población de 43.518 habitantes, conformado por 22.449 mujeres y 21.060 hombres.

Así también cuenta con una proyección de crecimiento para el 2020 del 9.19%.

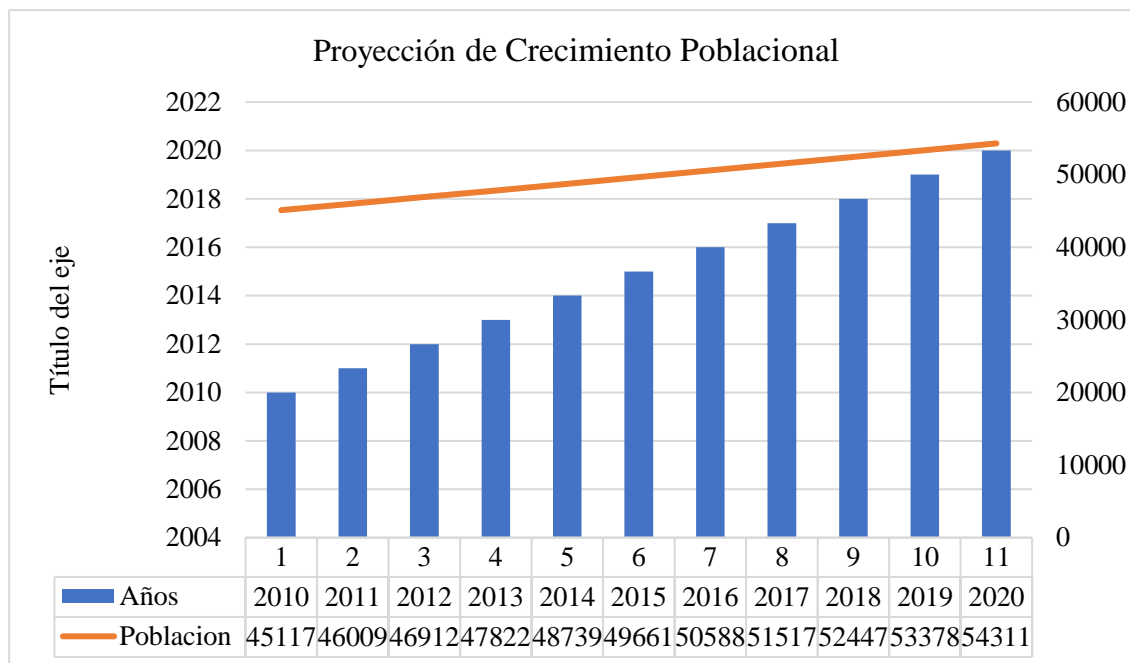


Ilustración 2

Proyección de Crecimiento Poblacional

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El autor

Con relación a la parroquia de Natabuela, esta se encuentra conformada por una población de 5.651 habitantes, siendo las mujeres el conglomerado más predominante con el 51,89% es decir 2,932, mientras que los hombres representan el 48,11% es decir 2.719.

Tabla 5

Población de Natabuela según género

Género	Habitantes	Porcentaje
Femenino	2.932	51,89 %
Masculino	2.719	48,11 %
Total	5.651	100%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El autor

De la misma manera según el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social (MCDS) existe una proyección poblacional al 2030, que refleja un incremento de 4.784 habitantes, representando el 15.68% en el cantón. (NatabuelaPDOT, 2014-2019)

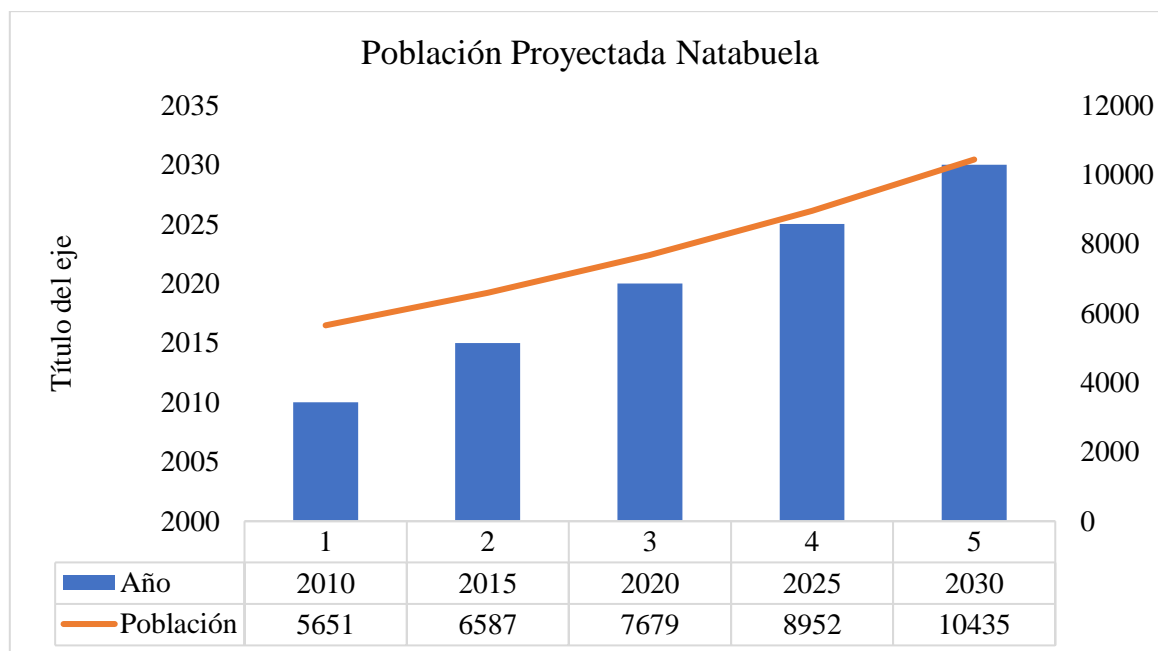
Tabla 6

Población Proyectada

Año	Población
2010	5651
2015	6587
2020	7679
2025	8952
2030	10435

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El autor

*Ilustración 3***Población Proyectada Natabuela**

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

Población indígena

Con relación a la población indígena, los Natabuelas son un grupo considerable en el cantón Antonio ante, con una población de 1.167 personas, seguido por el cantón Ibarra con 236 personas, mismas que se encuentran distribuidas en las diferentes parroquias y comunidades. Así también se toma en cuenta a los otavaleños quienes cuenta con una población indígena de 37.830 personas.

Población económicamente activa P.E.A

Imbabura

La población de Imbabura con relación a la PEA se distribuye según su capacidad laboral

PT - Población Total de la provincia: 398244 hab.					
Hombres	193664	48,63%	Mujeres	204580	51,37%
PET - Población en edad de Trabajar					Población menor 10 años
315602 (79.25% prov)					82.642 (20.75%prov)
PEA - Población Económicamente Activa			PEI - Población Económicamente Inactiva		
168.734 (53.46% PET)			146868 (46.54%PET)		
H	100.250	59,41%	H	51.625	35,15%
M	68.484	40,59%	M	95.243	64,85%
Población Desocupada		Población Ocupada			
6982	4,14%	161752	95,86%		

Ilustración 4

Estructura de la población de la PEA en Imbabura

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaboración: Subdirección de Planificación Territorial – Prefectura de Imbabura

Las actividades que pueden desarrollar los imbabureños son muy variadas, sin embargo, las más predominantes son el empleo privado con el 28,8% y el desarrollado por cuenta propia con el 30,3%.

Ocupación	Hombre	Mujer
Empleado privado	28.472	18.362
Cuenta propia	28.134	20.832
Jornalero o peón	19.451	3.412
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	10.355	8.689
No declarado	2.865	3.783
Empleada doméstica	241	5.361
Patrono	3.663	2.843
Trabajador no remunerado	1.528	1.344
Socio	1.614	803
Total	96.323	65.429

Ilustración 5
Ocupación población Imbabura

Fuente: INEC 2010

Parroquia de Natabuela

Según el censo 2010, la PEA de la parroquia de Natabuela es de 2.536 personas, que representa el 13.37% del total del cantón Antonio ante, siendo el grupo masculino quien predomina

Tabla 7 P.E.A.

Natabuela

PEA	Hombres	Mujeres	%
2.536	1.507	1.029	13.37%

Fuente: INEC

Elaborado por: PDOT 2015 Natabuela

Para el caso de la población que se encuentra en edad de trabajar, dentro de un total de 4.294 habitantes, predominan las mujeres con 2.249 personas, mientras que los hombres representan el 2.040.

Nivel de pobreza parroquial

Este nivel se ha disminuido en los últimos períodos censales, llegando a ser este nivel similar al del cantón

Tabla 8

Pobreza

Indicadores	Natabuela	Antonio ante
Tasa de pobreza NBI	50.40%	53.10%
Extrema pobreza	16.50%	22.40%
Número de pobres	2.842	20.323
Numero de no pobres	2.798	23.003
Total	5.640	43.326

Fuente: INEC / SIICE

Elaborado por: PDOT 2015 Natabuela

Sectores económicos PEA

Tabla 9

Sectores económicos

Sector económico	PEA
Primario (producción)	18.54%
Secundario (industria)	23.42%
Terciario (servicios)	58.04%
Total	100%

Fuente: INEC

Elaborado por: PDOT 2015 Natabuela

Por medio de la información precedente en la Tabla 9, se muestra la escala de actividades económicas de la provincia de Imbabura, en donde se puede identificar qué sector es el más predominante. En este caso es el de Servicios debido a que la mayoría de pobladores son comerciantes en los distintos mercados de la provincia, seguido por la Producción de textiles y finalmente la Agricultura, que, a pesar de estar al final de esta escala, no quiere decir que sea una actividad nula, sino que debido a la situación actual de los moradores la comparten con su diario vivir. (NatabuelaPDOT, 2014-2019)

1.5.3. Socio económico

Actividades económicas de la parroquia de Natabuela

La parroquia de Natabuela según el censo del año 2010, poseen una serie de actividades ejecutadas por sus pobladores, siendo las más destacadas aquellas relacionadas con el comercio y la agricultura, así también la construcción ha crecido en los últimos años representando el 11% de población.

Tabla 10

Principales actividades del sector Natabuela

Actividades	Porcentaje
Industrias Manufactureras	23,26
Agricultura, ganadería	18,38
Comercio al por mayor y menor	15,7
Construcción	10,78
Actividades de Alojamiento	4,25
Transporte	3,58
Enseñanza	3,35
Actividades de los hogares	2,83

Administración Pública y	2,78
Otros	15,09
Total	100%

Fuente: INEC

Elaborado por: El autor

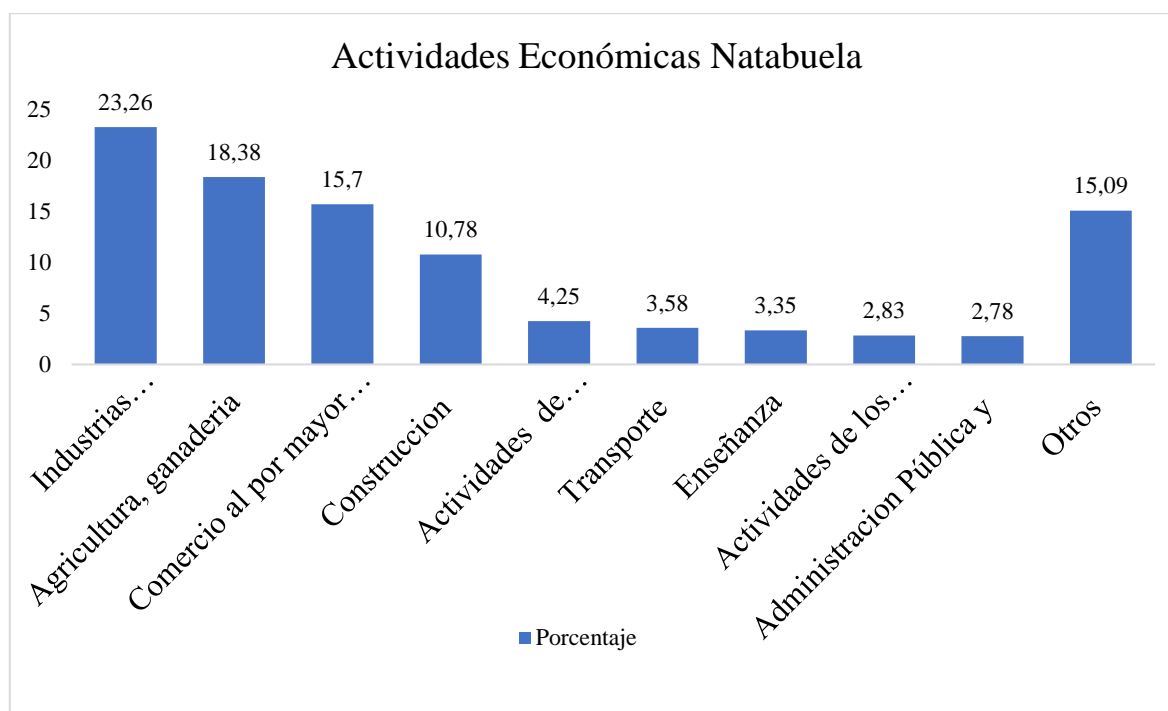


Ilustración 6

Actividades económicas productivas del territorio, según ocupación por PEA.

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: PDOT 2015 Natabuela

Principales actividades productivas

Las actividades más predominantes son la venta Hornado, Unidades productivas relacionadas al ámbito textil y metal mecánicas, así también en los últimos años se ha visto un incremento en el área de la carpintería ya que anteriormente se contaba con 4 unidades y hoy en día ya son 20 en la parroquia.

Tabla 11

Principales actividades productivas del territorio según PEA

Actividad	PEA (% o número)
Manufactura	23,26
Agropecuario	18,38
Comercio	15,70
Otras	42,66
Total	100%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: PDOT 2015 Natabuela

Educación

La población de Natabuela ha reducido sus niveles de analfabetismo de manera considerable ya que para el año 1982 era del 20,5% y en el 2010 llegó a un porcentaje del 7,09 %, evidenciado una disminución de 13 puntos porcentuales, sin embargo, las mujeres siguen siendo el grupo más vulnerable ante el analfabetismo.

Tabla 12

Analfabetismo

Indicador	Total
Tasa de analfabetismo hombres	5,18
Tasa de analfabetismo mujeres	8,84

Fuente: PDOT2014-2019

Elaborado por: el Autor

Analfabetismo de 15-45 años

Según el censo del 2010, los habitantes acceden a los diversos niveles educativos de manera diferencial siendo su mayor ingreso en el nivel primario con el 43%, mientras que para el superior solo asiste el 10% de la población.

Tabla 13

Analfabetismo 15-45 años

Nivel de educación	Porcentaje
Primaria	43%
Secundaria	19%
Educación básica	12%
Superior	10%

Fuente: INEC/PDOT

Elaborado por: El autor

1.5.4. Cultural**Natabuela***Ilustración 7*

Vestimenta cultura natabuela

La vestimenta tradicional indígena de la cultura Natabuela tiene cierta similitud con la cultura otavaleña, sin embargo, existen algunos detalles que lo hacen diferente.

En la cultura Natabuela la vestimenta de los hombres consiste en el uso alpargatas de color blanco con un cordón rosa, un pantalón blanco de basta ancha confeccionado en tela lienzo y sujeto a la cintura por una faja, la cual lleva impresa dibujos relacionados con la tierra como el

gallo o las flores, su camisa esta bordada a mano, con colores llamativos, al igual que su poncho, así también usan un sombrero de gigantesca y arremangada falda, fabricado en fieltro apretado y endurecido en el cual se añade un cinta de color rosa intenso.

En el caso de las mujeres usan alpargatas negras con un cordón rosa, un anaco de color negro sujeto con una faja en la que predominan los colores fuertes como el amarillo, azul, rojo, rosa entre otros, mismo que puede ir combinado con la blusa que es bordada a mano, así también usan un rebozo de color y una fachalina blanca elaborada en lienzo acompañada del sombrero, similar al del hombre y otros accesorios como; hualcas gruesas y pulseras de coral.

Otavallo



Ilustración 8
Vestimenta cultura otavalo

En el caso de la cultura otavaleña se observa que la vestimenta de los hombres está compuesta por un poncho de color azul marino o negro, camisa blanca de manga larga sin diseños, pantalón blanco de polyester sujeto con una correa, alpargatas blancas y un sombrero de paño. Para el caso de las mujeres se usa una blusa de vistosos colores, dos anacos uno blanco que va debajo del otro de color negro, sujeto a la cintura con dos fajas una gruesa llamada chumbi y la otra de diversos colores, alpargatas negras y un rebozo.

Son pocas las diferencias existentes como:

Tabla 14

Diferencias prendas Natabuela y Otavalo

	Prenda	Natabuela	Otavalo
	Sombrero	De color Blanco o crema	Corlo negro, gris o azul
		Gigantesca falda elaborado en fieltro, con una cinta o borla rosa	marino preferentemente Pequeño elaborado en paño
	Camisa	Blanca con bordado delantero	Blanca con bordado
Hombre	Poncho	De color Rosa	De color negro o azul marino
	Faja	Faja multicolor	Correa negra o café
	Pantalón	Blanco	Blanco
		Basta ancha confeccionado en lienzo	Corte recto confeccionado en polyester
	Alpargatas	Blancas	Blancas
Mujer	Sombrero	Similar al del hombre	Similar al del hombre
	Camisa	Bordadas a mano o máquina	Bordadas a mano o máquina
		Diseño de la camisa, llano	Diseño de la camisa, diversificado y contiene más
		Falda de la camisa hasta las rodillas	accesorios (encajes adornos, perlas etc).
			Falda de la camisa hasta el tobillo

Faja	2 fajas	1 faja	multicolor
	<ul style="list-style-type: none"> • Negra (chumbi) • Multicolor 	(banderilla)	
Anaco	2 anacos	1 anaco negro	
	Blanco o crema		
	Negro o azul marino		
Alpargatas	Negras	Negras	

Fuente: propia

Actualmente el uso de esta vestimenta no es tan común como hace unos años atrás, sin embargo, se busca que las nuevas generaciones lo usen dando a conocer esta cultura a nivel nacional e internacional.

Costumbres y tradiciones

Parte de la identidad cultural se encuentra la celebración de fiestas tradicionales, donde se puede observar el despliegue de arte a través de sus costumbres, música y vestimenta, entre las más conocidas y festejadas están (GAD):

- Fiestas Patronales (acarreo de chamarasca)
- Corpus Cristi (Quitar el duelo a la Virgen María)
- Fiestas pascuales
- San Pedro
- San Pablo
- San Juan

Idioma

Originalmente fue el idioma quichua, sin embargo, este fue olvidado por lo que se considera como lengua materna al castellano.

1.5.5. Sectorial

La presente propuesta se considera como parte del área textil, enfocada al rescate de la cultura a través de la confección y bordados de las blusas y camisas indígenas, expresando la identidad de un pueblo, así como las habilidades que posee.

Este enfoque no se lo ha identificado a gran escala, sin embargo, su proliferación a través de pequeños negocios ha evidenciado el deseo de acaparamiento de este nuevo segmento, cuyo fin es satisfacer a la población indígena en general, acoplado a sus gustos, preferencias y economía

A nivel geográfico las provincias que poseen mayor asentamiento de establecimientos relacionados al área textil o manufacturera son de la sierra y una de la costa.

Tabla 15

Geografía de Establecimientos textiles

Provincias	Porcentaje
Pichincha	27%
Guayas	17%
Tungurahua	8.1%
Azuay	7.5%
Imbabura	4,5%

Fuente: Ecuador en cifras 2016

Elaborado por: El autor

Según el censo del 2010 el país cuenta con tres grandes grupos de actividades que componen el sector textil como: la manufactura, el comercio y servicios.

La manufactura cuenta con 11.006 establecimientos de los cuales el:

- 74.2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir excepto prendas de piel
- 8.2% Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles excepto prendas de vestir
- 8.2% Fabricación de calzado y
- 9.5% Otras actividades manufactureras

En el caso de Servicios se registran 4.504 establecimientos de los cuales el 56% se dedica a la reparación del calzado y artículos de cuero, y el 44% restante al lavado y limpieza de productos textiles y de piel

Así también para el caso del Comercio existen 31. 983 establecimientos de los cuales el 80% se dedican a la venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados, el 13% a la venta al por menor de textiles, prendas de vestir y calzados en puesto de venta y mercado ; y el 7% a otros negocios similares . (Infoconomía, 2016)

Personal que interviene dentro del área textil

Las personas quienes se dedican a esta actividad se distribuyen según el grupo al que pertenecen

Tabla 16

Personal área textil

Grupo del área textil	Cantidad
Comercio	62.352
Manufactura	46.562
Servicios	7.023
Total	115.937

Fuente: Ecuador en cifras 2016
Elaborado por: El autor

Enfoque de desarrollo humano en la parroquia de Natabuela

Siendo el centro de atención el ser humano, se busca la expansión y desarrollo de las capacidades, ampliación de oportunidades y libertades, así como el crecimiento económico de manera equitativa.

Tabla 17

Desarrollo Humano

Equidad	
%Discapacitados que asisten a un establecimiento educacional especial	11.4
%Niños/as < de 5 años en programas del gobierno	0.1
% Discapacitados que trabajan en el sector publico	0.5
%Adultos mayores jubilados	2.8

Fuente: Equipo Consultor

Elaborado por: Actualización PDYOT 2015

Sociocultural

En la parroquia de Natabuela existen potencialidades y problemas por resolver, mismos que contribuirán al bienestar de la población

Tabla 18

Aspectos Socioculturales

Potencialidades	Problemas
Festividades del Inti-Raymi	

Festividades Religiosas	Perdida de la cultura Ancestral
Artesanías / Bordados	Natabuela
Cultura Natabuela	
Talentos musicales, artesanos, pintores, etc.	Perdida del patrimonio cultural
Memorias vivas	Intangible

Fuente: Equipo Consultor

Elaborado por: Actualización PDYOT 2015

Tecnológico

Con el pasar del tiempo, la innovación tecnológica ha tomado espacio en el campo del bordado de blusas y camisas indígenas, antiguamente solo eran elaboradas a mano o través de una maquina a pedal y con un tambor, en donde las mujeres eran quienes dibujaban sobre la tela el diseño y lo bordaban con el movimiento y direccionamiento de sus manos.

Actualmente estos procesos han sido tecnificados, con la aparición de máquinas industriales, que cumplen con esa labor de una manera completa, ya que los dibujos son digitales y su bordado solo dependen de un clic para su ejecución de manera automática, en donde las personas solo debe encargarse de hacer pequeñas actividades como ubicar el bastidor y cambio de hilos, ya que la máquina emite un sonido de advertencia en caso de que se trabaje o tenga alguna dificultad, bordando una blusa en menos de la mitad de tiempo que puede durar una hecha a mano.

1.5.6. Político

Dentro del aspecto político se puede evidenciar que las comunidades, pueblos y nacionalidades del Ecuador se encuentran amparados por la Constitución de la República, a través de la cual se evidencia un marco legal que protege y promueve el desarrollo de

conocimientos colectivos y saberes ancestrales tal como se plasma en el artículo 57 numeral 8 del capítulo cuarto de la carta magna. (Constitucion, 2008)

1.6. Matriz AOOR

Tabla 19

Matriz AOOR

Matriz AOOR	
ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • La provincia de Imbabura es parte del asentamiento del sector textil. • Costumbres y tradiciones son conmemoradas cada año, convirtiéndose en una actividad cultural. • Se da mayor énfasis a la difusión de la cultura y uso de la vestimenta tradicional, a través de proyectos o programas de integración con la colectividad y demás pueblos aledaños • La Junta Parroquial de Natabuela establece como una potencialidad económica, a las artesanías y bordados 	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa mano de obra, son muy pocas las personas quienes tiene conocimientos y habilidades en el bordado o diseño de blusas, así como el manejo de maquinaria moderna referente al bordado automático

-
- Las vías de acceso son adecuadas, se encuentra cerca de la panamericana

OPORTUNIDADES

- La provincia de Imbabura posee diversidad étnica y cultural
- Crecimiento poblacional
- Incremento de Tecnología

RIESGOS

- Competencia debido a la existencia de varios emprendimientos dedicados a la confección y venta de indumentaria indígena, en especial en el cantón Otavalo

Fuente: propia

1.7. Identificación de la oportunidad

La provincia de Imbabura posee diversidad étnica y cultural por excelencia, concentrando a una gran variedad de pueblos, representados por el 21% de la población en general, siendo el grupo étnico de Otavalo el más predominante de la zona con un 11.59%, así también se encuentra la cultura Natabuela con un 0.38% de participación.

De esta manera y de acuerdo al diagnóstico situacional realizado en la parroquia de Natabuela, se concluye que existen factores positivos para el desarrollo de la factibilidad como la potencialidad económica del bordado, vías adecuadas para el transporte debido a la cercanía de la Panamericana, difusión de la cultura y su vestimenta a través de programas y festividades celebradas por los pueblos indígenas de Imbabura, así como el incremento de la tecnología, que permitirá optimizar procesos, generado una producción más rápida y económica, sin embargo la mano de obra con relación al bordado no es muy amplia dentro del sector, ya que son pocas las personas quienes poseen esta habilidad y conocimiento sea este empírico o especializado, así también se evidencia una competencia amplia, lo cual hace que este negocio tenga un

proceso lento de aceptación y confianza por parte de los clientes locales y regionales ,
demostrando en cada trabajo variedad, calidad y exclusividad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO II

2.1. Introducción

El marco teórico, es una guía de términos que da a conocer de manera conceptual el planteamiento de un proyecto y su desarrollo.

2.2. Objetivo general

Describir por medio de conceptos el proceso que conlleva la constitución de una microempresa, detallando de manera comprensible para los lectores las variables que se desarrollaron.

2.3. Objetivos específicos

1. Definir la metodología a emplearse para el desarrollo de la investigación
2. Identificar temas primarios y secundarios para el establecimiento de conceptos
3. Investigar teorías que sustente los procesos a efectuarse en el desarrollo de la factibilidad

2.4. Metodología

La metodología por usarse es la investigación descriptiva, que permite el análisis de la información recolectada, misma que servirá de base para el desarrollo del proyecto de factibilidad.

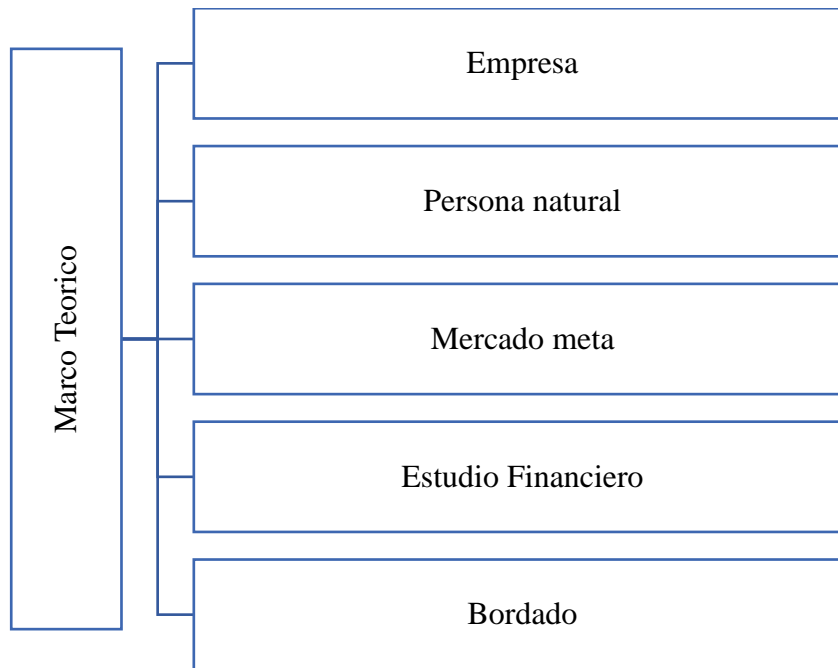


Ilustración 9
Esquema marco teórico

Fuente: propia

2.5. Empresa

“constituye en motor de crecimiento y desarrollo que permite transformar escenarios económicos inestables en competitivos (Diego Cardona, 2017, pág. 134)”.

La empresa es una combinación de recursos materiales, humanos y económicos, los cuales conjugados de manera apropiada generan actividades que retribuyen lucro para la entidad, satisfaciendo las necesidades, gusto y preferencias del mercado meta.

2.6. La Microempresa

“constituye una categoría de pequeñas empresas especialmente importante para el desarrollo del espíritu empresarial y la creación de empleo” (Raquel Saco, 2004).

La microempresa es el inicio de un proyecto, el cual a pequeña escala busca satisfacer a una parte del mercado, con tendencia al crecimiento para la generación de fuentes de empleo e ingreso económicos.

2.7. Persona Natural

“personas nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas lícitas y pueden o no estar obligadas a llevar contabilidad” (SRI, 2018).

Las personas naturales son aquellas personas que de manera individual ejecutan una actividad económica, obteniendo el permiso necesario para ejecutarlo hacia la sociedad, llevando o no la contabilidad, dependiendo del tipo de contribuyente que sea, según los parámetros establecidos en el SRI.

2.8. Administración

Koontz and O'Donnell: consideran la Administración como: "la dirección de un organismo social, y su efectividad en alcanzar sus objetivos, fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes".

La administración, busca la organización de actividades o procesos dentro de una empresa para el alcance de objetivos y bienestar de quienes la conforman.

2.9. Estudio de Mercado

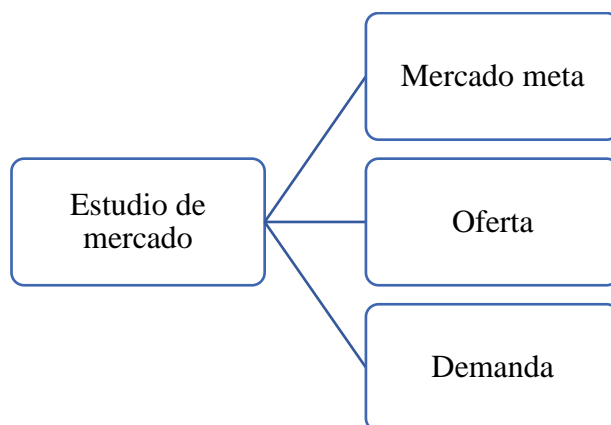


Ilustración 10
Esquema estudio de mercado

Fuente: propia

2.9.1. Mercado

“conjunto de compradores que necesitan o pueden necesitar los productos/servicios ofertados por la empresa” (Jaime Rivera, 2007).

Es un lugar físico o virtual en donde se realizan transacciones comerciales, a nivel local, regional e internacional.

2.9.2. Mercado meta (objetivo)

Hace referencia al grupo de personas, que estando dentro de la sociedad carece de productos que satisfagan sus necesidades y preferencias.

2.9.3. Oferta

“La definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes o servicios similares al del proyecto (Arboleda, 2010).

Hace referencia a la cantidad de productos existentes en el mercado, que son similares al que se busca posicionar en el mercado

2.9.4. Demanda

“Capacidad de una mercancía que los consumidores desean y pueden comprar a un precio dado en un período dado, además en base a la cantidad, las preferencias del consumidor, la renta disponible (Seldon, 2009).”

Es la cantidad de un producto que el mercado pide y está dispuesto a pagar, ya que posee la capacidad adquisitiva que este bien exige.

2.9.5. Marketing

Es la acción de dar a conocer un producto, por medio de estrategias que capten la atención del cliente potencial, logrando la fidelización de este y la satisfacción de necesidades.

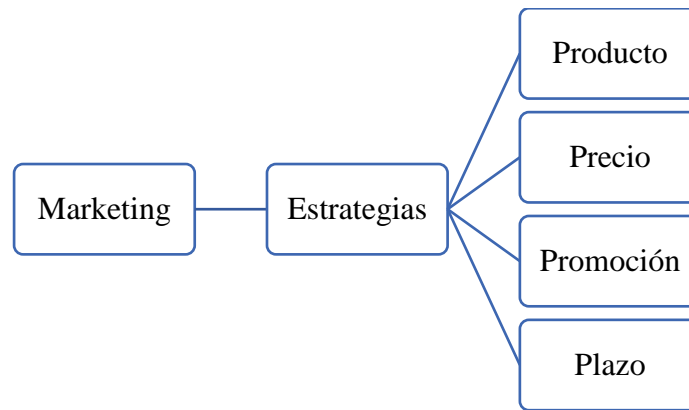


Ilustración 11
Esquema estrategias de marketing

Fuente: propia

2.9.6. Producto

Es un bien que satisface las necesidades de un nicho de mercado, cumpliendo con las exigencias que esta demanda y es resultado de un trabajo conjunto de recursos, humanos técnicos, económicos.

2.9.7. Precio

“cantidad de dinero que deben pagarse para obtener un producto o, desde un punto de vista más amplio, la suma de los valores que se entregan para lograr los beneficios de poseerlo o usarlo” (Chagra, 2017).

Es la cantidad de dinero que se paga por un bien.

2.9.8. Plaza

“Se refiere a las actividades que se llevan a cabo para poner el producto a disposición del comprador en el lugar y el momento en que este lo necesita” (Chagra, 2017).

2.9.9. Promoción

“Conocida como mezcla promocional o mezcla de comunicaciones de marketing, abarca una serie de actividades pensadas para forjar buenas relaciones con el público meta de una campaña, informarlo sobre sus productos y persuadirlo para que los acepte” (Chagra, 2017).

Es una actividad que busca conectar al cliente con el objetivo principal de una campaña para dar a conocer un producto y que el mercado lo capte de manera masiva.

2.9.10 Medios convencionales

Son aquellos medios tradicionales como la radio, televisión y prensa que se utilizan para la difusión y promoción de un producto o servicio.

2.9.11. Medios digitales

Son medios en los que está implicada la tecnología, como el internet, redes sociales; Facebook, twitter, instagram, ampliando la difusión de productos y llegando a niveles internacionales.

2.10. Estudio Técnico

“Esta fase del proyecto puede subdividirse en cuatro partes que son: determinación del tamaño optima de la planta, determinación de la localización optima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo” (Vaca, 2010).

2.10.1. Tamaño del Proyecto

“Es la capacidad de producción durante el tiempo que se considere normal para las circunstancias y clase de proyecto a tratar, hay que definir cuál es el mejor nivel de producción que conviene y es posible para el proyecto” (A. Cañadas, 2013).

2.10.2. Localización del proyecto

Macro localización

“Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto” (Orozco, 2013).

Se relaciona con aspectos sociales a nivel externo del mercado, tomando en cuenta la oferta y demanda existentes en el mercado actual.

Micro localización

“La micro localización abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.). Cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización” (Orozco, 2013).

2.11. Estudio Financiero

Es un análisis que da a conocer el movimiento económico del proyecto de factibilidad, proyectando hacia 5 años.

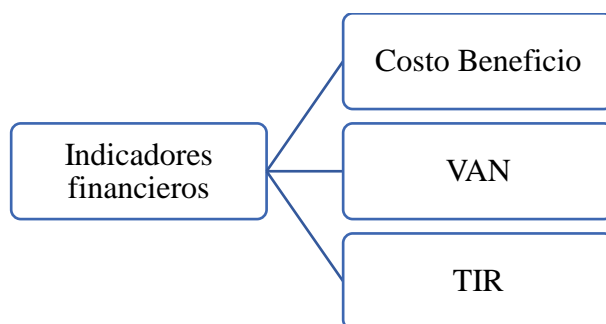


Ilustración 12
Esquema indicadores financieros

Fuente: propia

2.11.1. Costo Beneficio

“evaluar si en un periodo de tiempo determinado los beneficios de la nueva inversión o nueva oportunidad de negocio serán mayores que los costos asociados” (Comercial, 2009).

2.11.2. VAN

“indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto” (conexionesan, 2017)

2.11.3. TIR

“porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto” (Economía, 2018).

2.12. Bordado

“El bordado es un arte que consiste en la ornamentación por medio de hebras textiles, de una superficie flexible. Los hilos que se emplean en el bordado son principalmente los de seda, lana y lino” (ecured, s.f.).

Es un arte que plasma ideas y sentimiento por medio de un tela, hilos y aguja, los cuales identifican a una cultura, etnia o idiosincrasia.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El estudio de mercado determina la posibilidad de inserción de un producto en un mercado definido, identificando dentro del entorno los aspectos positivos y negativos de dicha factibilidad.

3.2. Objetivo general

Realizar un estudio de mercado para identificar las características de mayor aceptación del producto y el mercado meta, acorde con la oferta y demanda a establecerse.

3.3. Objetivos específicos

1. Determinar el segmento de mercado meta
2. Identificar los gustos y preferencias del mercado meta en cuanto a prendas de vestir con bordados indígenas
3. Identificar la demanda y oferta existente de prendas con bordados tradicionales en el entorno geográfico.
4. Reconocer la capacidad de pago por parte del mercado meta de la propuesta del producto
5. Reconocer los medios de comunicación más utilizados para el segmento de mercado
6. Identificar los canales de comercialización adecuados para la propuesta de los productos

3.4. Variables

Tabla 20

Variables estudio de mercado

Variable	Indicadores
Demanda	Mercado meta Demanda potencial

	Demanda Insatisfecha
	Proyección de la demanda
Producto	Características requeridas del producto
	Frecuencia de compra
	Tipo de bordados con mayor demanda
	Tipos de Consumidores de prendas con bordados indígenas
	Fechas de mayor incidencia de compra
Oferta	Competencia
	Precio del producto
	Productos similares
	Oferta real
	Oferta proyectada
Precio	Disposición de pago
	Precio de la competencia
	Forma de pago
Medios de comunicación	Medios convencionales
	Medios digitales
Plaza	Canales

Fuente: propia

3.5. Matriz

Tabla 21

Matriz Variables Estudio de mercado

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente de información	Técnica
Determinar la demanda del segmento de mercado meta	Demanda	Mercado meta	Encuesta	Primaria
		Demanda Potencial	Observación	
		Demanda Insatisfecha		
		Proyección de la demanda		
Identificar los gustos y preferencias del mercado meta en cuanto a prendas de vestir con bordados indígena	Producto	Características requeridas del producto	Encuesta	Primaria
		Frecuencia de compra		
		Tipo de bordados con mayor demanda		
		Tipos de Consumidores de prendas con bordados indígenas		
		Fechas de mayor incidencia de compra		

Identificar la oferta existente de prendas con bordados tradicionales en el entorno geográfico.	Oferta	Competencia	Encuesta	Primaria
		Precio del producto	Observación	
		Productos similares		
		Oferta real		
		Oferta proyectada		
Reconocer la capacidad de pago por parte del mercado meta de la propuesta del producto	Precio	Disposición de pago	Encuesta	Primaria
		Precio de la competencia		
		Forma de pago		
Reconocer los medios de comunicación más utilizados para el segmento de mercado	Medios de comunicación	Medios convencionales	Encuesta	Primaria
		Medios digitales		
Identificar los canales de comercialización adecuados	Plaza	Canales	Encuesta	Primaria

para la propuesta de los

productos

Fuente: propia

3.6. Segmentación de mercado

Es el análisis efectuado a un grupo de personas con características similares de edad, etnia, ubicación, poder de compra entre otros, que se encuentran dentro del mercado, con el fin de identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) que implica la inserción de un nuevo producto.

3.6.1. Variables de segmentación

Tabla 22

Variables de Segmentación

Criterio	Descripción
Geográfico	Provincia de Imbabura
Demográfico	Población indígena según edades de la provincia de Imbabura ubicadas en Otavalo, Antonio Ante e Ibarra
Demográfico Cultural	Vestimenta indígena de la cultura natabuela y otavalo

Elaborado por: El Autor

- **Geográfico**

El mercado meta está ubicado geográficamente en la provincia de Imbabura, el cual cuenta con una población de 398.244 habitantes, siendo los cantones Otavalo, Antonio Ante e Ibarra parte de la segmentación.

Tabla 23

Población Imbabura

Cantón	Población
Antonio Ante	43518

Cotacachi	40036
Ibarra	181175
Otavalo	104875
Pimampiro	12970
Urcuquí	15670
Total	398.244 habitantes

Fuente: INEC 2010

- **Demográfico**

A nivel demográfico, el proyecto de factibilidad se enfoca en la población indígena de la cultura otavalo y natabuela, con edades comprendidas entre los 15 y 49 años, que se encuentran ubicados en el cantón Otavalo, cantón Antonio Ante parroquia San Francisco de Natabuela y cantón Ibarra parroquia San Antonio, debido a las similitudes que posee ambas culturas tanto en costumbres como en la vestimenta.

Debido a la inexistencia de datos en donde se muestra la cantidad de hombres y mujeres indígenas de los lugares antes determinados, se toma a la población general del cantón otavalo, la parroquia Natabuela y la parroquia san Antonio de Ibarra para establecer tendencias aproximadas, misma que está dividida de la siguiente manera:

Tabla 24

Población general dividida por hombres y mujeres según el cantón y parroquia

Lugar	(Q)Mujeres	(Q)Hombres	Total
Cantón Otavalo	54428	50446	104874
Cantón Antonio Ante parroquia San Francisco de Natabuela	2932	2719	5651

Cantón Ibarra parroquia	8927	8595	17522
San Antonio			
Total	66287	61760	128.047 habitantes

Fuente: INEC 2010

Al determinar la población de manera general siendo de 128.047 personas, se procede a analizar otro factor como son las edades de 15 a 49 años que permiten delimitar y determinar el mercado meta hacia el cual está dirigido el proyecto como:

Tabla 25

Población Otavalo según edad de 15- 49 años

AREA # 1004	OTAVALO		
	GRUPOS DE EDAD	SEXO	
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	907	884	1,791
De 1 a 4 años	4760	4676	9,436
De 5 a 9 años	5703	5662	11,365
De 10 a 14 años	5570	5422	10,992
De 15 a 19 años	4571	4739	9,31
De 20 a 24 años	3729	4212	7,941
De 25 a 29 años	2871	3302	6,173
De 30 a 34 años	2720	3100	5,82
De 35 a 39 años	2359	2745	5,104
De 40 a 44 años	2007	2249	4,256
De 45 a 49 años	1657	1787	3,444
De 50 a 54 años	1483	1798	3,281
De 55 a 59 años	1215	1358	2,573
De 60 a 64 años	1092	1306	2,398
De 65 a 69 años	880	1081	1,961
De 70 a 74 años	700	919	1,619
De 75 a 79 años	492	636	1,128
De 80 a 84 años	304	429	733
De 85 a 89 años	177	266	443
De 90 a 94 años	104	150	254
De 95 y mas	67	99	166
TOTAL	43368	46820	90188

Fuente: Redatam-INEC

La población de hombres y mujeres del cantón Otavalo, con edades de 15 a 49 años, dan un total de 42.048 habitantes, representando el 47% de la totalidad de personas del cantón otavalo.

Tabla 26

Población parroquia Natabuela según edad de 15- 49 años

AREA # 100252		SAN FRANCISCO DE NATABUELA		
GRUPOS DE EDAD	SEXO			Total
	Hombre	Mujer		
Menor de 1 año	29	31		60
De 1 a 4 años	172	156		328
De 5 a 9 años	239	243		482
De 10 a 14 años	226	262		488
De 15 a 19 años	237	220		457
De 20 a 24 años	191	187		378
De 25 a 29 años	133	176		309
De 30 a 34 años	139	168		307
De 35 a 39 años	139	140		279
De 40 a 44 años	105	104		209
De 45 a 49 años	93	111		204
De 50 a 54 años	73	80		153
De 55 a 59 años	75	67		142
De 60 a 64 años	49	63		112
De 65 a 69 años	49	55		104
De 70 a 74 años	45	51		96
De 75 a 79 años	33	34		67
De 80 a 84 años	22	25		47
De 85 a 89 años	9	22		31
De 90 a 94 años	9	10		19
De 95 y mas	8	8		16
TOTAL	2075	2213		4288

Fuente: redatam-INEC

La población de hombres y mujeres con edades comprendidas entre los 15 y 49 años de la parroquia San Francisco de Natabuela, conforman 2.143 habitantes, representando el 49% de la población de Natabuela.

Tabla 27

Población San Antonio de Ibarra según edad de 15-49 años

SAN ANTONIO DE IBARRA			
GRUPOS DE EDAD	SEXO		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	136	130	266

De 1 a 4 años	603	574	1,177
De 5 a 9 años	780	737	1,517
De 10 a 14 años	761	767	1,528
De 15 a 19 años	688	706	1,394
De 20 a 24 años	612	655	1,267
De 25 a 29 años	510	526	1,036
De 30 a 34 años	470	519	989
De 35 a 39 años	417	421	838
De 40 a 44 años	368	359	727
De 45 a 49 años	315	329	644
De 50 a 54 años	301	301	602
De 55 a 59 años	216	242	458
De 60 a 64 años	197	210	407
De 65 a 69 años	165	184	349
De 70 a 74 años	124	116	240
De 75 a 79 años	104	116	220
De 80 a 84 años	64	83	147
De 85 a 89 años	46	46	92
De 90 a 94 años	18	34	52
De 95 y mas	22	15	37
TOTAL	6917	7070	13987

Fuente: Redatam-INEC

El número de habitantes con edades de 15 y 49 años de la parroquia de San Antonio de Ibarra da como resultado 3.149 personas, que representan el 26% de la población san antonense.

Tabla 28

Resumen de la población general de 15 a 49 años

Lugar	Población general	Porcentaje que representa la población general
Cantón Otavalo	42048	46%
Cantón Antonio Ante parroquia San Francisco de Natabuela	2143	50%
Cantón Ibarra, parroquia San Antonio	3709	27%
Total	47.900 personas	

Fuente: propia

Determinada la población según las edades, en base a datos generales, se toma el número de personas indígenas, dato proporcionado por el PDOT de Imbabura:

Tabla 29

Población indígena por cantón y parroquia

Lugar	Población indígena
Otavallo	37830
Natabuela	1167
San Antonio	236
Total	39.233 personas indígenas

Fuente: PDOT Imbabura-INEC 2010

Elaborado por: Dirección de Planificación GPI

Con el número total de habitantes indígenas en cada cantón y parroquia respectivamente, se toma como referencia los porcentajes obtenido de la población general por edades, y se aplica dicha tendencia a la población indígena, determinando la cantidad de personas que forman el nicho de mercado al que deseamos llegar.

Tabla 30

Población indígena por cantón y parroquia

Lugar	Población indígena	Porcentaje que representa la población general
Cantón Otavallo	37830	46%
Cantón Antonio Ante, parroquia San Francisco de Natabuela	1167	50%
Cantón Ibarra, parroquia San Antonio de Ibarra	236	27%
Total	39.233 habitantes	

Fuente: PDOT Imbabura-INEC 2010

Elaborado por: Dirección de Planificación GPI

Tabla 31

Población indígena por edades 15-49 años según tendencia

Lugar	Población indígena	Porcentaje	Cantidad de personas indígenas
Cantón Otavalo	37830	0,4662	17636
Cantón Antonio Ante, parroquia Natabuela	1167	0,4997	583
Cantón Ibarra, parroquia San Antonio	236	0,2651	63
Total	39.233		18.282 nicho de mercado

Fuente: propia

De esta manera se identifica el nicho de mercado hacia la cual se dirige la investigación, siendo 18.282 personas indígenas localizadas en el cantón otavalo, cantón Antonio Ante, parroquia Natabuela, cantón Ibarra, parroquia San Antonio, con edades comprendidas entre los 15 y 49 años, cuya cultura es otavaleña y natabuelas.

- **Demográfico Cultural**

Identificada la población en la que se encuentra nuestro segmento de mercado, se determina que 18.282 personas indígenas usan la vestimenta tradicional tanto en hombres como en mujeres, compartiendo similitudes.

3.6.2. Mercado meta

En base al análisis realizado a los principales factores que inciden en la segmentación del mercado, se ha determinado que el nicho de mercado al cual se desea llegar son los grupos indígenas de la cultura Otavalo y Natabuela, localizadas en el cantón otavalo, cantón Antonio Ante, parroquia Natabuela, cantón Ibarra, parroquia San Antonio, con edades comprendidas entre los 15 y 49 años, considerándoles potenciales consumidores del producto a ofertar.

3.7. Cálculo de la muestra

Donde:

$$n = \frac{z^2 PQN}{e^2(N - 1) + z^2 PQ}$$

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

P: Desviación estándar de la población

Z: Valor obtenido mediante niveles de confianza

e: Límite aceptable de error muestral

Tabla 32

Datos muestra

Variables	Valores
n	?
z2	1,96
P	0,5
Q	0,5
N	18.282
e2	5%

Fuente: estudio de mercado

$$n = \frac{((1,96)(1,96))(0,5)(0,5)(18,282)}{((5\%)(5\%))(18,282 - 1) + ((1,96)(1,96))(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{17.558,03}{46,66}$$

$$n = 376$$

Por medio del cálculo de la muestra se ha determinado que el número de encuestas a realizarse son de 376.

3.7.1. Muestreo según conglomerado

Para la aplicación de encuestas se ha tomado como referencia el muestreo conglomerado, siendo su base la población de Otavalo, seguido de la parroquia de Natabuela y parte de San Antonio de Ibarra, identificando la cantidad de encuestas a realizarse en cada lugar.

Para ello se ha definido los conglomerados siendo; Otavalo con 17.636 personas indígenas, Natabuela con 583, y San Antonio con 63 dándonos un total de 18.282 habitantes de la cultura indígena

Para obtener el porcentaje que representa cada sector se divide el número de personas indígenas de cada lugar para el total.

Así también para conocer el número de encuesta a realizarse en cada conglomerado se multiplica el número total de encuestas a realizarse, en este caso 376 para el porcentaje que representa la población de cada sector.

Tabla 33

Muestra según conglomerado

Población	#	%	Tamaño muestra según conglomerado
Otavalo	17.636	0,96	363
Natabuela	583	0,03	12
San Antonio de Ibarra	63	0,003	1

Total	18.282	1,00	376
--------------	---------------	-------------	------------

Elaborado por: El Autor

3.8. Técnicas de recolección de información

3.8.1. Encuesta

Esta técnica fue aplicada a 376 personas indígenas de la provincia de Imbabura, distribuidas en el cantón Otavalo, cantón Ibarra parroquia San Antonio y cantón Antonio ante parroquia de Natabuela.

El objetivo de esta técnica fue reunir información a través de fuentes primarias, cuantificando la demanda potencial, e identificando los gustos y preferencias más comunes en el mercado meta.

3.9. Análisis e Interpretación de resultados

3.9.1. Análisis e Interpretación de los resultados de la encuesta

1. Género

Tabla 34

Género

Género	Población Indígena	Porcentaje %
Femenino	255	68
Masculino	121	32
Total	376	100

Fuente: Encuesta

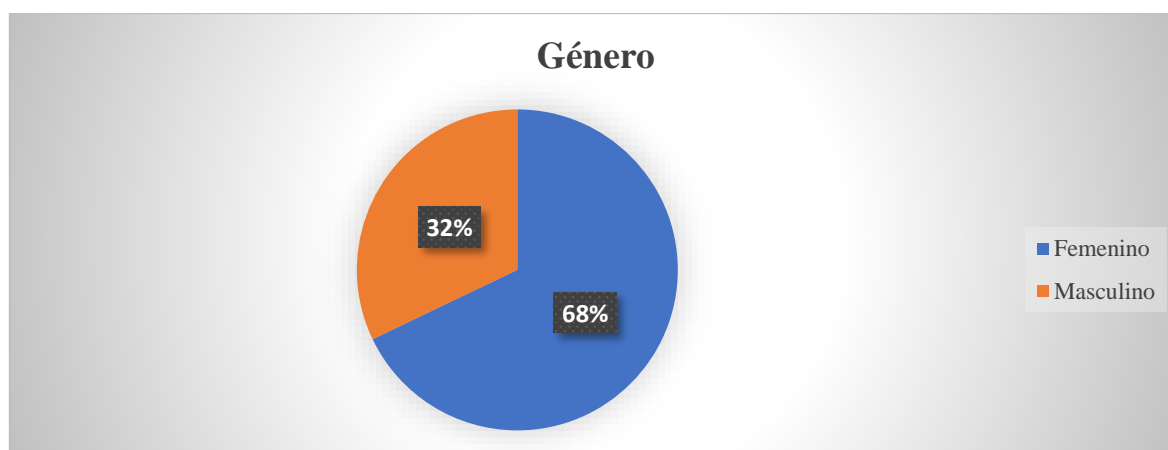


Ilustración 13

Género

Fuente: Encuesta

Análisis: por medio de las encuestas efectuadas a la muestra tomada de la población indígena de Otavalo, Natabuela y parte de San Antonio de Ibarra, el 68% es decir 255 personas son de género femenino, mientras que el resto, 121 personas es decir el 32% son de género masculino.

2. Ud. de qué grupo étnico se considera:

Tabla 35

Grupo étnico

Grupo Étnico	Población Indígena	Porcentaje %
Natabuela	14	4
Otavalo	362	96
Total	376	100

Fuente: Encuesta

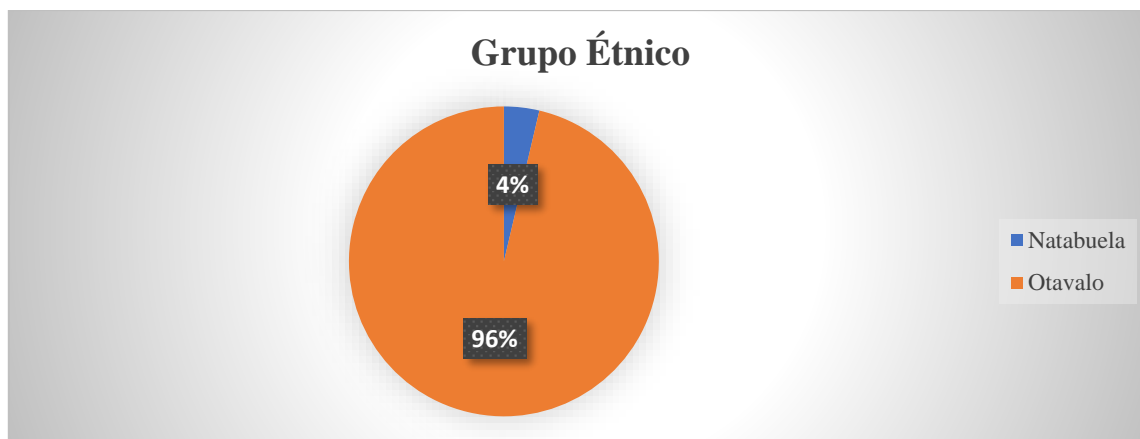


Ilustración 14
Grupo étnico

Fuente: Encuesta

Análisis: según las encuestas efectuadas a la muestra el 96% es decir 362 individuos son pertenecientes a la cultura Otavalo, mientras que el 4% es decir 14 personas son de la cultura Natabuela.

3. Cree Ud. importante mantener la vestimenta tradicional de su comunidad

Tabla 36

Conservación de la vestimenta tradicional

Variables	Población Indígena	Porcentaje %
Si	376	100
No	0	0
Total	376	100

Fuente: Encuesta



Ilustración 15

Conservación de la vestimenta tradicional

Fuente: Encuesta

Análisis: el 100% de encuestados da a conocer que está de acuerdo con la conservación de la vestimenta tradicional indígena de su comunidad.

4. ¿Qué miembros de su familia visten con ropa tradicional?

Tabla 37

Integrantes familiares

Integrantes Familiares	Cantidad de personas	Porcentaje %
Padres y Abuelos	136	36
Jóvenes	0	0
Niños	0	0
Todos	240	64
Total	376	100

Fuente: Encuesta

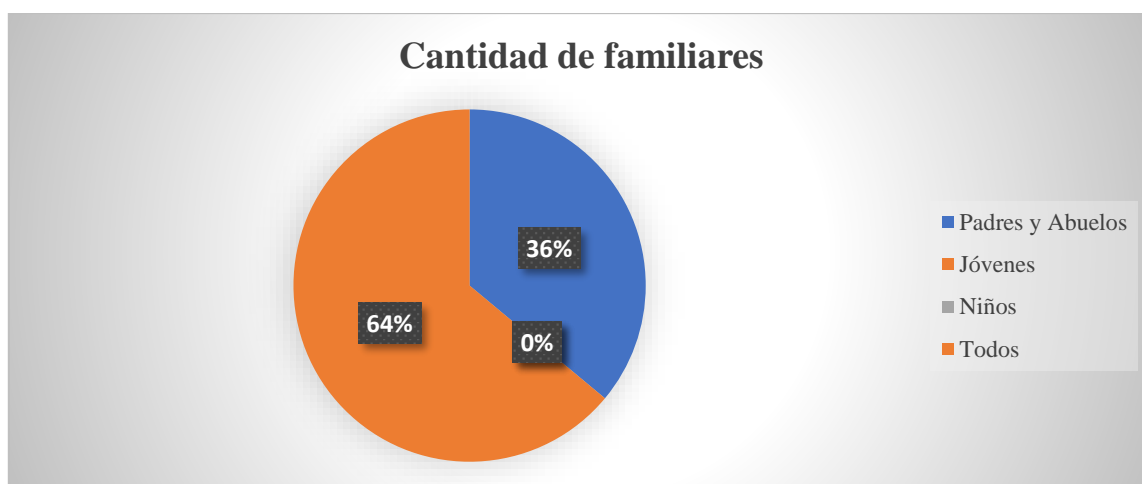


Ilustración 16

Personas que usan vestimenta tradicional en los hogares

Fuente: Encuesta

Análisis: según las encuestas efectuadas a una parte de la población indígena, se conoce que el 64% es decir 240 hogares usan la vestimenta tradicional, seguido del 36% es decir 136 personas mencionaron que en sus hogares solo sus padres y abuelos visten acorde con la cultura que representan.

5. En dónde usted adquiere estas prendas

Tabla 38

Lugar para adquirir prendas

Lugar	Cantidad de personas	Porcentaje %
Envía a confeccionar a su medida	150	40
Almacenes de ropa indígena	136	36
Mercado local	90	24
Total	376	100

Fuente: Encuesta

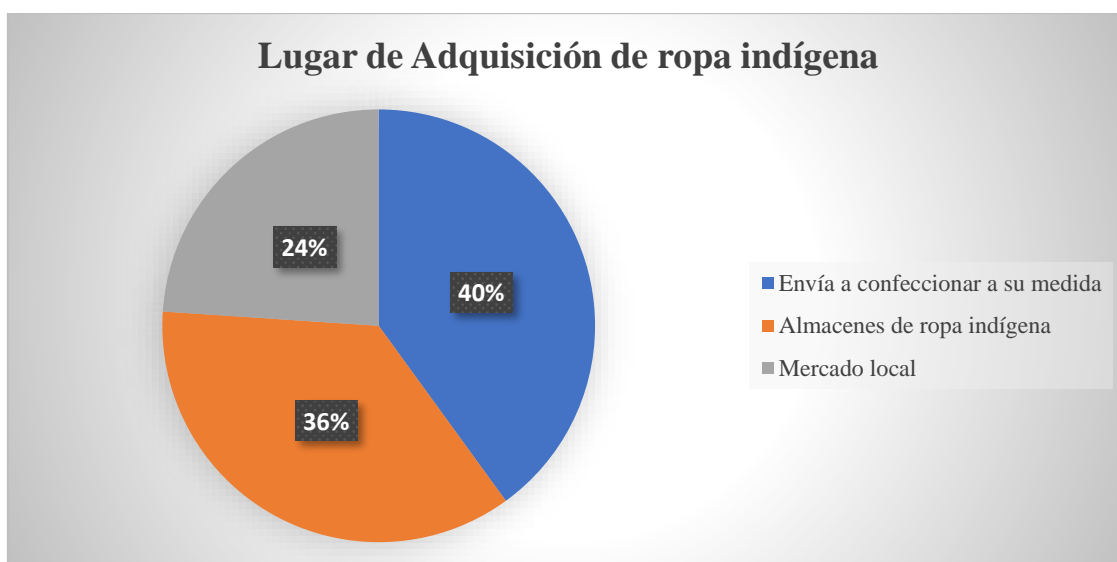


Ilustración 17

Lugar de Adquisición de ropa indígena

Fuente: Encuesta

Análisis: el 40% de las personas encuestadas prefieren enviar a confeccionar las prendas de vestir, mientras que el 36% las adquiere en un local comercial, siendo su última opción con un 24% la compra en el mercado local.

6. Considera que las blusas ofertadas en el mercado satisfacen su necesidad,

Tabla 39

Satisfacción del Mercado hacia las blusas ofertadas

Variables	Cantidad de personas	Porcentaje %
Si	150	40
No	226	60
Total	376	100

Fuente: Encuesta

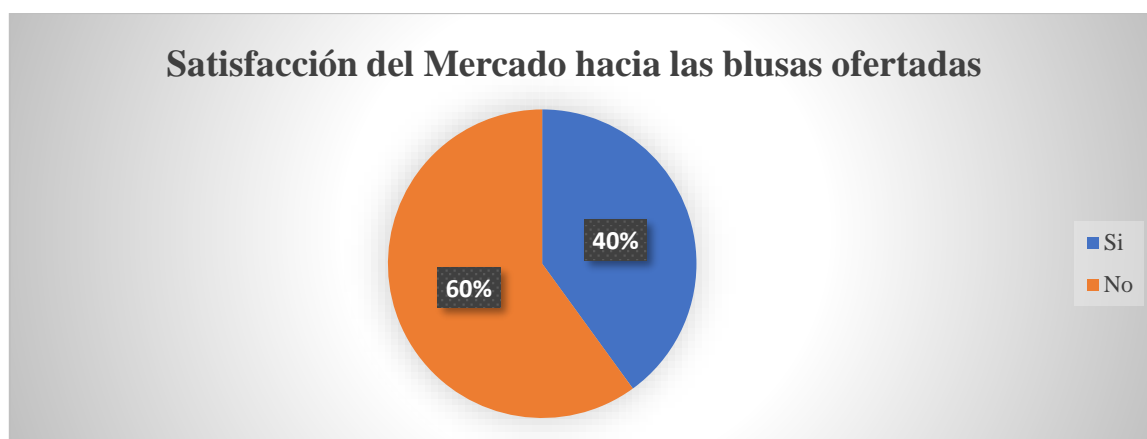


Ilustración 18

Porcentaje de Satisfacción del Mercado hacia las blusas ofertadas

Fuente: Encuesta

Análisis: la muestra según la encuesta efectuada da a conocer que en un 60%, las blusas/camisas ofertadas en el mercado actual no satisfacen en su totalidad las necesidades, gustos y preferencias, mientras que en un 40% considera que son de su agrado.

7. Califique del 1 al 5, cuáles son los criterios que considera al momento de adquirir sus prendas

Tabla 40

Criterios de adquisición

Criterios	Bajo	Medio	Medio	Medio	Alto
	1	2	3	4	5
Precio	15	30	76	137	122
Material (Tela, Hilos, Encaje)	15	30	106	106	122
Tipo de Bordado	15	30	122	76	137
Disponibilidad de tallas	30	46	76	122	106
Diversidad de diseños	30	61	106	76	106

Fuente: encuestas

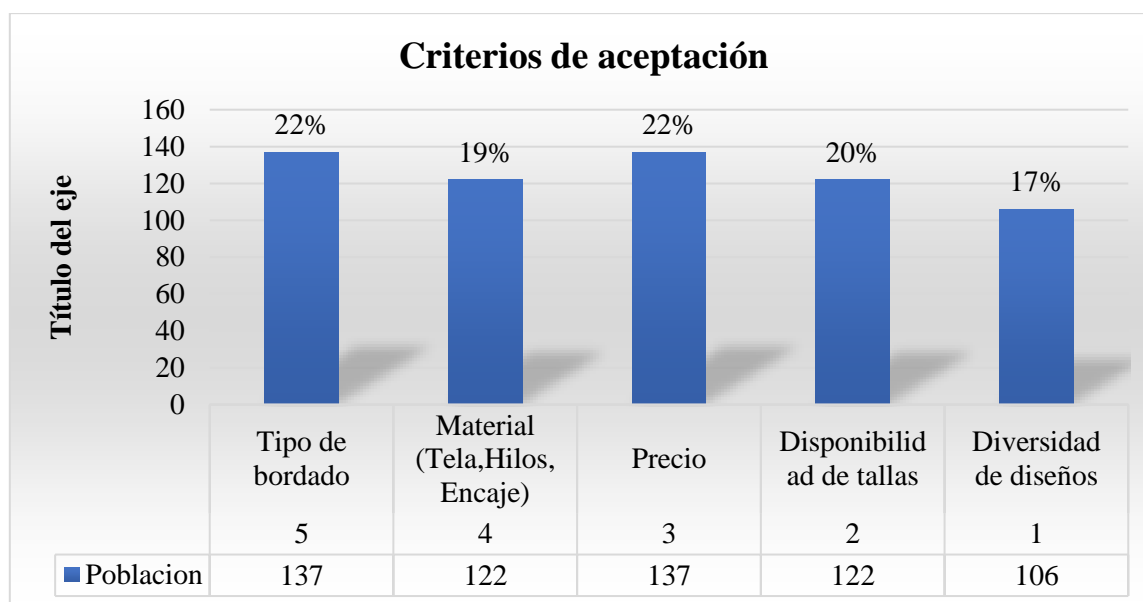


Ilustración 19
Criterios de adquisición de la prenda

Fuente: Encuesta

Análisis: por medio de las encuestas efectuadas, se identifica la prioridad de criterios al momento de adquirir una prenda siendo el principal, el tipo de bordado con un 22%, seguido del material con un 19%, el precio con un 22%, disponibilidad de tallas 20% y finalmente la diversidad de diseños con un 17%.

8. Al momento de adquirir sus prendas, usted prefiere que tenga un bordado:

Tabla 41

Tipo de bordado con mayor demanda

Tipo de Bordado	Cantidad de personas	Porcentaje %
A mano	286	76
A máquina	90	24
Total	376	100

Fuente: encuesta

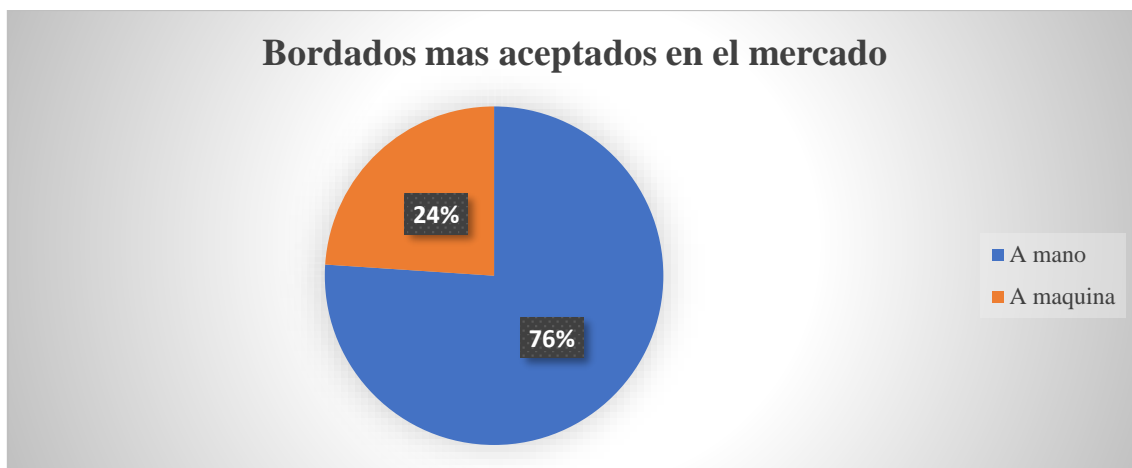


Ilustración 20

Tipo de bordado con mayor demanda

Fuente: Encuesta

Análisis: el bordado con mayor aceptación por parte del mercado meta es el elaborado a mano con un 76% es decir 286 personas, mientras que su diferencia es decir el 24%, 90 encuestados optan por el elaborado a máquina.

9. Cada que tiempo adquiere estas prendas de vestir (frecuencia)

Tabla 42

Frecuencia de compra

Período	Cantidad de personas	Porcentaje %
Mensual	90	24
Trimestral	46	12
Fechas Conmemorativas	240	64
Total	376	100

Fuente: Encuesta

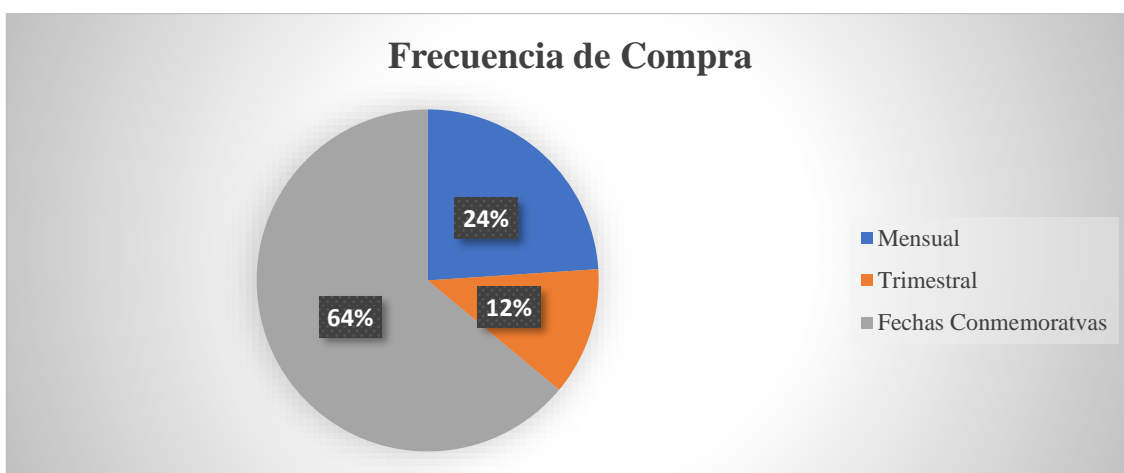


Ilustración 21

Frecuencia de compra de la vestimenta indígena

Fuente: Encuesta

Análisis: por medio de las encuestas realizadas a la muestra se identifica que los meses de mayor frecuencia de compra son en las fechas conmemorativas con un 64%, seguido por el 24% de manera mensual y con un 12% trimestralmente.

10. ¿Cuáles son las fechas conmemorativas en las que más adquiere esta prenda de vestir?

Tabla 43

Fechas conmemorativas

Festividades	Cantidad de personas	Porcentaje %
Carnaval	53	22
Semana Santa	13	6
Día de las Madres	27	11
San Juan y San Pedro	120	50
Día de Difuntos	1	0
Navidad	27	11
Total	240	100

Fuente: Encuesta

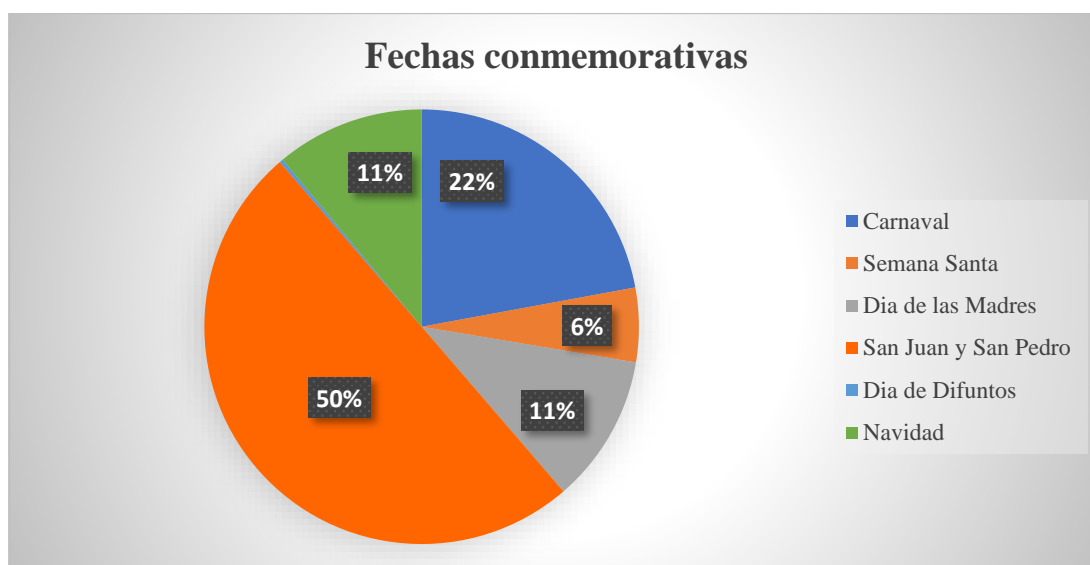


Ilustración 22

Fechas conmemorativas de mayor adquisición de la prenda

Fuente: Encuesta

Análisis: las fechas de mayor adquisición de la prenda son las conmemorativas siendo, 243 encuestados quienes escogieron esta opción, identificando que la de mayor afluencia son San Juan y San Pedro con el 50% es decir 120 personas, seguido por Carnaval con el 22%, el día de las Madres y Navidad cuentan con el 11% y finalmente Semana Santa con el 6%.

11. ¿Cuánto usted pagó por una blusa adquirida en el último año?

Análisis: por medio de las encuestas efectuadas al segmento meta, se ha determinado el precio promedio de las camisas adquiridas durante el transcurso del último año, por parte de la población indígena siendo 15,40\$ y en el caso de las blusas 62,34\$ centavos.

12. ¿Qué medio de pago utilizó?

Tabla 44

Formas de pago más utilizado por los clientes

Formas de pago	Cantidad de personas	Porcentaje
Efectivo	346	92
Tarjeta de crédito	0	0

Crédito	30	8
Total	376	100

Fuente: Encuesta

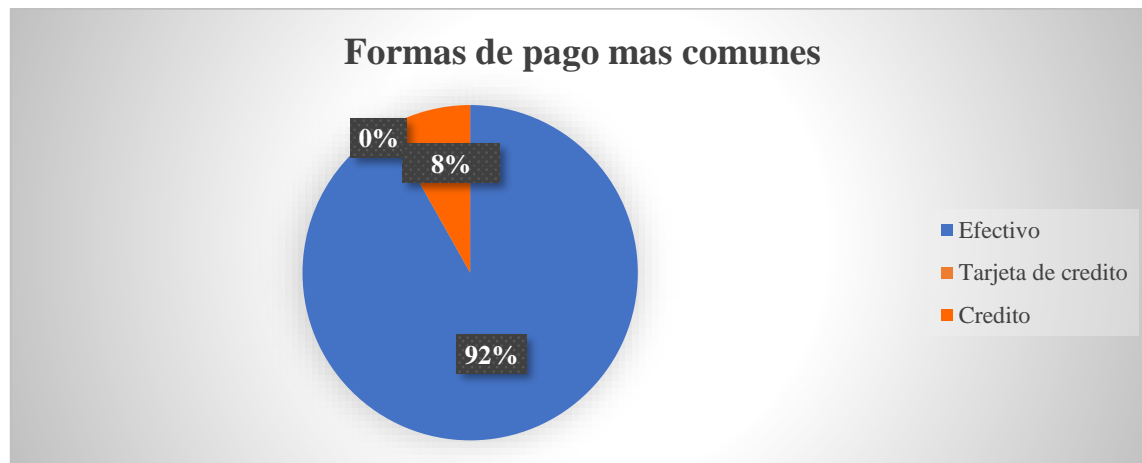


Ilustración 23

Formas de pago más utilizado por los clientes

Fuente: Encuesta

Análisis: el medio de pago más común por los encuestados es el efectivo, representado por un 92%, seguido por el crédito con un 8%, de esta manera se comprende que el uso de la tarjeta de crédito no es una opción común en el mercado meta.

13. Estaría Ud. dispuesto a comprar una prenda con diseños que atiendan la cultura indígena y que contengan bordado automatizado con acabados hechos a mano

Tabla 45

Preferencias de bordado

Variables	Cantidad de Personas	Porcentaje
Si	346	92
No	30	8
Total	376	100

Fuente: Encuesta

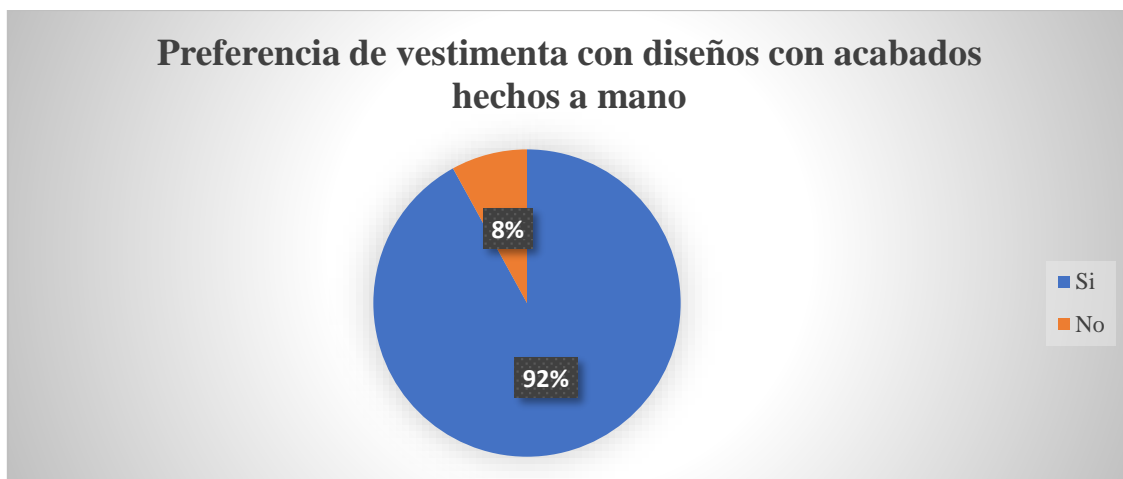


Ilustración 24

Preferencia de vestimenta con diseños con acabados hechos a mano

Fuente: Encuesta

Análisis: el 92% de la población encuestada muestra aceptación de una prenda de vestir bordada a máquina con detalles elaborados a mano, mientras que el 8% no lo prefiere.

14. ¿Cuánto estaría dispuesto Ud., a pagar por una blusa /camisa bordada a máquina computarizada? \$



Blusa (mujer)

55\$-57\$.....

58\$-60\$.....



Camisa(hombre)

12\$-15\$.....

16\$-18\$.....

Blusa

Tabla 46

Costo promedio de la vestimenta (blusa-mujer)

Blusa	Cantidad de personas	Porcentaje
55\$-57\$	202	79,2
58\$-60\$	53	20,8
Total	255	100

Fuente: encuesta

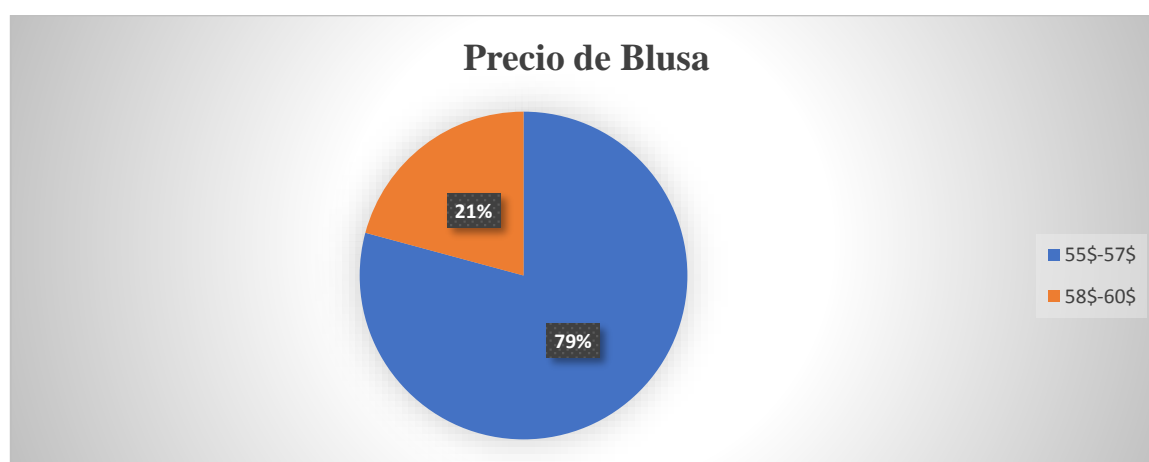


Ilustración 25

Costo promedio de la vestimenta (blusa-mujer)

Fuente: encuesta

Análisis: por medio de las encuestas efectuadas se determina que el precio de mayor aceptación esta entre los 55\$-57\$, con un 79% en acuerdo.

Camisa

Tabla 47

Precio de mayor preferencia en la compra de camisas

Precio Camisa	Cantidad de personas	Porcentaje
12\$-15\$	94	77,8
16\$-18\$	27	22,2

Total	121	100
-------	-----	-----

Fuente: propia

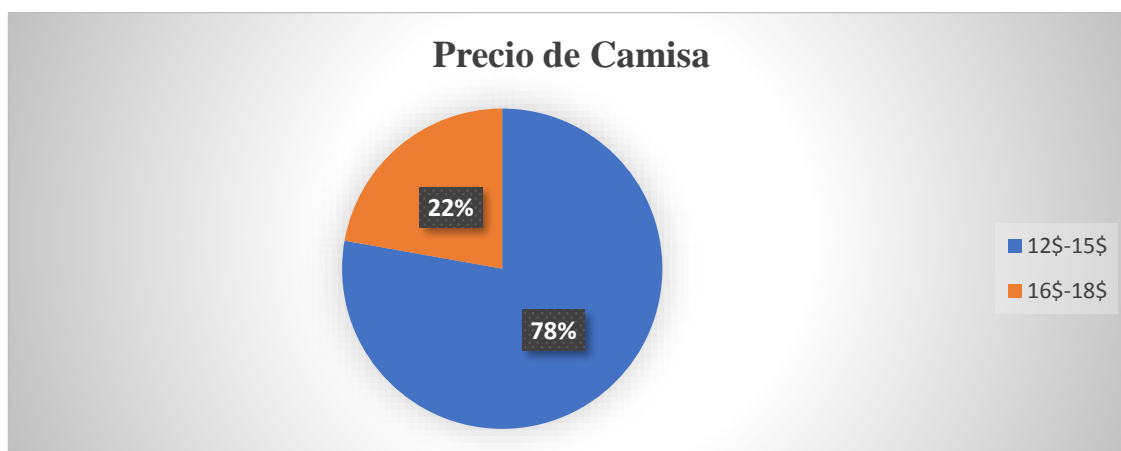


Ilustración 26

Precio de mayor preferencia en la compra de camisas

Fuente: encuestas

Análisis: por medio de las encuestas efectuadas se determina que el precio de mayor aceptación esta entre los 12\$-15\$, con un 78% en acuerdo.

15. En donde le gustaría a Ud. Adquirir la prenda de vestir:

Tabla 48

Lugar de Adquisición de la prenda

Lugar	Cantidad de Personas	Porcentaje
Entrega a Domicilio	90	24
Directamente en un local comercial	196	52
Mercado local	90	24
Total	376	100

Fuente: encuesta

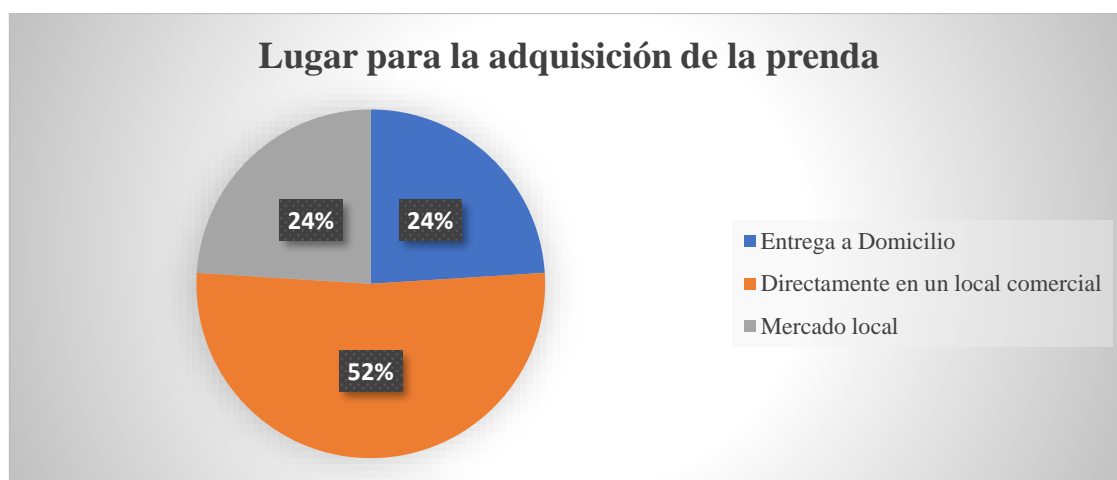


Ilustración 27

Lugar de Adquisición de la prenda

Fuente: encuesta

Análisis: el lugar de mayor preferencia para la adquisición de esta prenda de vestir es un local comercial representado por el 52% de las personas encuestadas, seguido por la entrega a domicilio con un 24% y mercado local con un 24%.

16. ¿Qué medio utiliza usted para conocer respecto a este tipo de prendas de vestir?

Tabla 49

Medios de comunicación más utilizado

Medios de Comunicación	Cantidades de personas	Porcentaje
TV	45	12
Radio	45	12
Prensa Escrita	15	4
Redes Sociales	271	72
Total	376	100

Fuente: encuesta

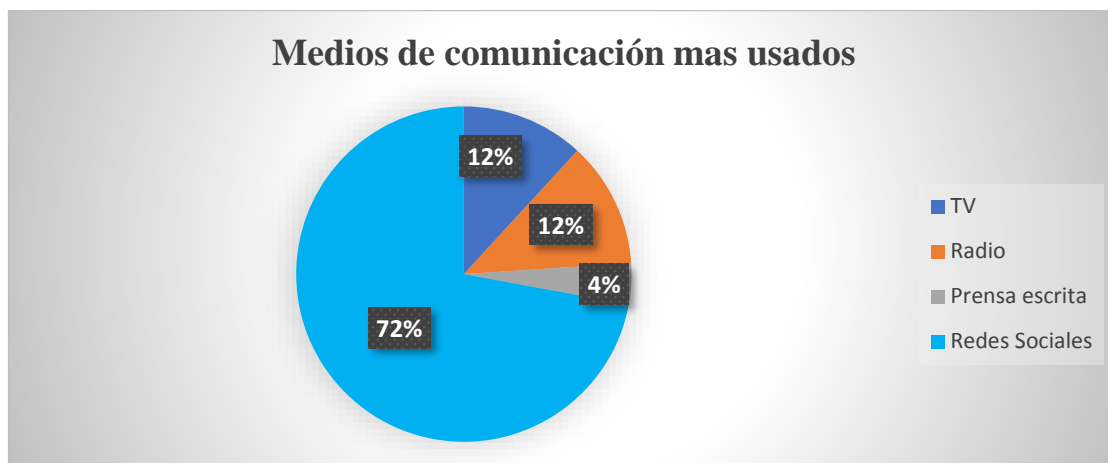


Ilustración 28

Medios de comunicación más utilizado

Fuente: encuesta

Análisis: los medios de comunicación más usados por el mercado, representados con el 72% de la muestra son actualmente las redes sociales como: Facebook, Instagram, seguido por la radio y prensa con un 12% cada una, y la Tv con un porcentaje menor del 4%.

3.10. Demanda

3.10.1. Identificación de la demanda

El objeto de estudio es la población indígena cuyas culturas son otavalos y natabuelas, ubicadas en el cantón Otavalo, cantón Antonio Ante parroquia Natabuela y Cantón Ibarra parroquia San Antonio que alcanza las 18.282 personas indígenas con edades comprendidas entre los 15 y 49 años.

Se ha realizado esta delimitación ya que las culturas antes mencionadas poseen una vestimenta con característica similares en cuanto a su diseño y confección. Así también se especifica que se tomó como parte de esta demanda a la parroquia San Antonio de Ibarra debido a que, en esta zona, comunidades como Pucahuayo, San Vicente son parte de la cultura Natabuela.

3.10.2. Determinación de la demanda

Identificada de manera cuantitativa y cualitativa a la población en donde se realiza la investigación de mercado siendo esta de 18.282 personas indígenas, se toma como referencia el 92% de aceptación de la prenda, reflejado en la pregunta 17 de las encuestas efectuadas a la muestra, dando como resultado 16,819 personas como el mercado potencial para la compra del nuevo producto.

Así también se toma en cuenta la cantidad de prendas que pueden ser adquiridas por el mercado potencial al año, siendo de 2 unidades para hombres y mujeres.

De esta manera se determina que la demanda potencial hacia la cual está dirigido el proyecto es de 33. 639 unidades al año

Tabla 50

Determinación de la demanda

Detalle	Cantidad	Resultado		
Población indígena de 15 a 49 años		18282	Personas	
Porcentaje de aceptación de la prenda a elaborarse según las encuestas a la población indígena de 15 a 49 años	92%	16819	Personas	Mercado potencial
Cantidad de bienes que consume una persona por año (valor per-cápita)	2	33639	Unidades	Demanda potencial

Fuente: propia

Para un mejor manejo y producción de unidades se identifica el número de hombres y mujeres existentes en los sectores de los que se ha tomado la muestra, ya que esta será la base para nuestros costos e identificación de la producción a elaborarse.

Tabla 51

Población general según género

Lugar	Hombres	Mujeres
Otavaló	50446	54428
Natabuela	2719	2932
San Antonio de Ibarra	8595	8927
Total	61760	66287
Total, población general	128.047	

Fuente: INEC 2010

Al ser estos, datos generales que abarcan toda la población del cantón Otavaló, Cantón Antonio Ante parroquia de Natabuela y Cantón Ibarra parroquia de san Antonio, se ha determinado estimar porcentajes, mismos que serán aplicados a la demanda potencial antes establecida (33639 unidades).

Tabla 52

Porcentaje población demanda

Población	MUJERES %	HOMBRES %
Otavaló	0,43	0,39
Natabuela	0,02	0,02
San Antonio	0,07	0,07
	0,52	0,48
Total	1	

Fuente: propia

Con la aplicación de dichos porcentajes se obtiene una demanda distribuida de la siguiente manera:

Tabla 53

Población meta

Lugar	Mujeres	Hombres
Otavaló	9171	8465
Natabuela	303	280
San Antonio	33	30
	9.507	8.775
Total	18.282 unidades (población)	

Fuente: propia

Determinado el porcentaje que representan a los hombres 48% y las mujeres 52% se procede a identificar la tasa de crecimiento poblacional, siendo este referente para la proyección de la demanda

Tasa de crecimiento poblacional

Se ha tomado la tasa de crecimiento poblacional de los tres sectores en donde se encuentra nuestra población, por lo que se ha ponderado dicho porcentaje, estableciendo una tasa de crecimiento del 2,04%, que permitirá proyectar la población duran los 5 años posteriores.

Tabla 54

Tasa de crecimiento Imbabura

Lugar	Tasas de Crecimiento
Ibarra	2,02
Antonio Ante	2,3
Otavaló	1,81
Tasa de crecimiento ponderada	2,04%

Fuente: PDYOT Imbabura 2015

3.10.2. Proyección de la demanda

Determinada la cantidad de hombres y mujeres a los que se les ofertará el producto se procede al cálculo de unidades que se fabricarán en base a la capacidad instalada, así como los valores monetarios, tomando como base el costo promedio de mayor preferencia que ha sido seleccionado por la muestra, según la pregunta 13 de las encuestas efectuadas, siendo para el caso de las blusas 56,00\$ y de las camisas 13,50\$.

En este caso se ha determinado la elaboración de 88 unidades entre hombres y mujeres.

Tabla 55

Cantidad de unidades mensuales a elaborarse

	Porcentaje	Unidades de consumo mensual	Precio PVP\$
Mujeres	52%	48	56
Hombres	48%	40	13,5

Fuente: propia

Definida la producción a elaborarse se procede a proyectar las unidades y el costo de las prendas durante los próximos 5 años de funcionamiento del negocio.

Mujeres (Blusas)

Para la proyección de la demanda en unidades, dentro de los próximos 5 años, se toma el número de mujeres del mercado meta al que se podrá ofrecer el producto, siendo este de 576, el que se multiplica por la tasa de crecimiento poblacional de la provincia promedio de que es de 2,04%, dando como resultado 624 unidades.

De la misma manera se procede con el precio siendo este de 56,00\$ el cual se multiplica por el 2% que representa la tasa de inflación del sector textil, generando al final de los 5 años 37852,36\$.

Tabla 56

Proyección blusas

Años	Unidades	Tasa de Crecimiento	Precio \$	Promedio de inflación del sector	Ingresos \$
		2,04%		2%	
1	576		56,00		32256,00
2	588	11,75	57,12	1,12	33572,30
3	600	11,99	58,26	1,14	34942,32
4	612	12,23	59,43	1,17	36368,25
5	624	12,48	60,62	1,19	37852,36

Fuente: propia

Hombres (Camisas)

Para la proyección de camisas se ha realizado el mismo procedimiento, con una cantidad inicial de 480 unidades, a un precio promedio de 13,50\$ por prenda.

Tabla 57

Proyección de camisas

Años	Unidades	Tasa de Crecimiento	Precio \$	Promedio de inflación del sector	Ingresos \$
		2,04%		2%	
1	480		13,50		6480,00
2	490	9,79	13,77	0,27	6744,44
3	500	9,99	14,05	0,28	7019,66
4	510	10,20	14,33	0,28	7306,12
5	520	10,40	14,61	0,29	7604,27

Fuente: propia

3.11. Oferta

3.11.1. Identificación de la oferta

La Provincia de Imbabura posee una gran variedad de actividades económicas dentro de las cuales se destaca la Textil, siendo el cantón Antonio ante el más representativo, sin embargo, para el caso de este proyecto de factibilidad, debido al asentamiento de la población indígena se toma como referencia al cantón Otavalo, quien se enfoca en el área textil, pero con relación a la vestimenta tradicional.

3.11.2. Demanda insatisfecha

Datos Redatam

Para la proyección de la oferta, se analizó los valores económicos dados por Redatam de la actividad textil del cantón Otavalo, siendo sus ingresos \$ 27.682.451,00, sin embargo, este rubro alberga no solo a la actividad de confección y bordado de ropa tradicional indígena sino también a otras actividades similares.

Tabla 58

Cálculo de la Oferta

Descripción	Valor
Datos Redatam	\$ 27.682.451,00
Tasa de crecimiento del sector textil Otavalo	0,0161

Fuente: INEC- redatam

Ante esta inconsistencia se determina la inexistencia de la demanda insatisfecha, por lo que la oferta estará dada en función de la demanda, insertando el nuevo proyecto dentro del mercado competitivo.

3.11.3. Demanda objetivo

Ante la identificación de la inexistencia de la demanda insatisfecha, se toma parte del nicho de mercado en el que se encuentran los competidores y se determina la fabricación de 88 unidades mensuales siendo 48 para las mujeres y 40 para los hombres con una producción anual de 1056 prendas, en función del establecimiento de estrategias dirigidas a los 4 elementos del marketing mix como son el precio, producto, promoción y plaza para la debida comercialización.

Así también se toma en cuenta la capacidad instalada, la experiencia e innovación que se dará al producto, permitiendo captar un nicho del mercado, siendo competitivos y ajustándonos a los gustos y preferencias de los jóvenes quienes a través de las encuestas dieron a conocer las características principales que buscan en dicha prenda para su uso.

3.11.4. Proyección de la oferta

La oferta está determinada en base a la tasa de crecimiento poblacional, sin embargo, debido a que esta no puede ser cuantificada se toma la tasa promedio de la demanda, siendo de 2,04 %.

Tabla 59

Proyección oferta

Años	Mujer Unidades	Tasa de Crecimiento	Hombres Unidades	Tasa de Crecimiento	Total, de unidades según la tasa de crecimiento anual
		2,04%		2,04%	
1	576		480		1056
2	588	11,75	490	9,79	1078
3	600	11,99	500	9,99	1100
4	612	12,23	510	10,20	1122
5	624	12,48	520	10,40	1145

Fuente: estudio de mercado

3.12. Balance oferta-demanda

Debido a que el mercado competitivo no registra de manera particular a la confección y bordado de prendas de vestir indígenas, sino que la hace parte de la venta de prendas de vestir

en general, se ha igualado la oferta con la demanda, añadiendo un valor agregado en el que se ha tomado en cuenta los criterios de aceptación de los encuestados quienes han dado importancia al tipo de bordado, material, precio, tallas y diversidad de diseños usados para el planteamiento de estrategias del marketing mix.

Tabla 60

Balance oferta demanda

Balance	Demanda	Oferta	Equilibrio
Número de prendas	1056	1056	0
Valor Económico	\$ 38.736	\$38.736	0

Fuente: propia

3.12.1. Análisis de establecimiento de precios

La competencia en el mercado actual es fuerte, sin embargo, el precio es un factor muy importante para la compra. Según la pregunta número 13 de la encuesta efectuada se identifica el precio promedio de las blusas y camisas a adquirir por el mercado meta.

- En el caso de las blusas se determina un precio tentativo, de entre 55\$-57\$
- Para las camisas el valor promedio es de 13\$-15\$

Otro factor a considerarse es el precio ofertado por la competencia siendo alrededor de 45\$ en adelante, dependiendo de la calidad y materiales a usarse según el gusto y preferencia del consumidor.

Así también con base a las tarifas expuestas por la competencia en relación al precio, se define que el costo de una camisa y blusa bordada a máquina con detalles a mano tendrá un valor promedio alto acorde con los ingresos de los consumidores.

Otro factor que puede variar el precio es el crecimiento o decrecimiento de la tasa de inflación del sector al que pertenece este proyecto.

3.13. Estrategias del marketing mix

3.13.1 Estrategia del Producto

El producto posee características similares a los demás ofertados en el mercado, sin embargo, por medio de la encuesta, a través de la pregunta 12 que menciona, si la muestra está de acuerdo con una prenda elaborada a máquina con detalles y acabados a mano, se determina que el producto tendrá aceptación con dichos detalles, siendo este su valor agregado y competitivo en el mercado.

3.13.2. Precio

Por medio del estudio mercado se establece como estrategia la aplicación de un precio promedio a las blusas y camisas indígenas, es decir de \$56,00 y \$13,50, respectivamente, respetando una competencia leal, ya que se elaborarán a máquina y con acabados hechos a mano, siendo este último, el detalle representativo del producto, con un precio asequible por el mercado meta.

3.13.3. Plaza

Para acceder al mercado meta se establece estrategias de difusión del producto por medio de págs. web, anuncios en redes sociales como Facebook, Instagram, así como la elaboración de un catálogo virtual en donde se promocióne las diversas líneas de productos sus precios y ofertas, acaparando al mercado de mejor manera y atendiendo dudas de manera inmediata a través de los contactos establecidos, correo electrónico y celular.

Así también se realizará una venta de manera directa y personalizada con el cliente, en el lugar de fabricación de la prenda.

3.13.4. Promoción

Dentro de las estrategias se encuentra las promociones o descuentos que se fijaran, especialmente en las fechas de mayor comercialización del producto como: Carnaval, Días de las Madres y el Inti Raymi.

3.14. Conclusión del estudio de mercado

- La determinación de objetivos, son la guía para la ejecución correcta del estudio de mercado, que permite establecer factores como, el nicho al cual va dirigido el proyecto, productos con características similares, gustos y preferencias de los consumidores, la oferta y demanda potencial, el precio y las estrategias de comercialización del nuevo producto.
- El estudio de mercado permite analizar las posibilidades de inserción de un producto en el mercado meta, tomando en cuenta variables Geográficas, Demográficas y Demográficas Culturales, que, a través de ítems como la cultura, localización y rangos de edad (15 a 49 años), permitieron determinar que la población con la que se va a trabajar es 18.282 personas indígenas de la cultura otavalo y natabuela.
- Con relación a la determinación de demanda, una vez identificada la población de 18.282 personas, se toma como base la información obtenida de las encuestas efectuadas a la muestra, mismas que dan a conocer que la población en un 92% aceptan una prenda elaborada a máquina y con detalles elaborados a mano, dando como resultado nuestro mercado potencial de 16.819 personas.
- Sin embargo, se ha estimado que la cantidad de bienes que consume una persona por año es de 2 que multiplicado por el mercado potencial nos da la posibilidad de fabricar 33,639 prendas cada año, siendo nuestra demanda potencial en unidades.
- Para el caso de la oferta, se identifica una competencia fuerte, según datos INEC-Redatam, existe una gran cantidad de personas naturales y jurídicas quienes están dentro

del sector textil en el cantón Otavalo, sin embargo, es importante clasificar a aquellas que se dedican específicamente a la confección de ropa tradicional indígena

- Debido a la inexistencia de una demanda insatisfecha por cubrir se procede a igualar la oferta con la demanda, estableciendo una demanda objetivo de 88 prendas mensuales entre hombre y mujeres en base a la capacidad instalada, estrategias de marketing mix, experiencia e innovación.
- Las estrategias de comercialización son tácticas que promueve el nuevo producto, a través de la plaza, promociones y precios a ofertar, permitiendo ser parte del grupo competitivo del sector.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El estudio técnico, también conocido como estudio de ingeniería, tiene como finalidad determinar la capacidad productiva de la factibilidad, tomando en cuenta la ubicación del proyecto, recursos humanos, así como de los equipos y maquinarias a usarse dentro del espacio físico establecido.

4.2. Objetivo General

Determinar el tamaño del proyecto de factibilidad, su ubicación e ingeniería

4.3. Objetivos específicos

1. Establecer la macro y micro localización del proyecto
2. Determinar el tamaño óptimo del proyecto
3. Identificar y determinar la ingeniería del proyecto con relación a la descripción del producto, formulación del proceso de producción, diseño y distribución de la maquinaria, materia prima y talento humano de la factibilidad

4.4. Localización del proyecto

4.4.1. Macro localización

La macro localización, es la delimitación geográfica general de la zona en la que se ubicará el proyecto de factibilidad, mismo que se será dentro de la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia Natabuela.

La accesibilidad a dicha localización es adecuada, ya que cuenta con vías alternas debido a la cercanía de la Panamericana Norte.

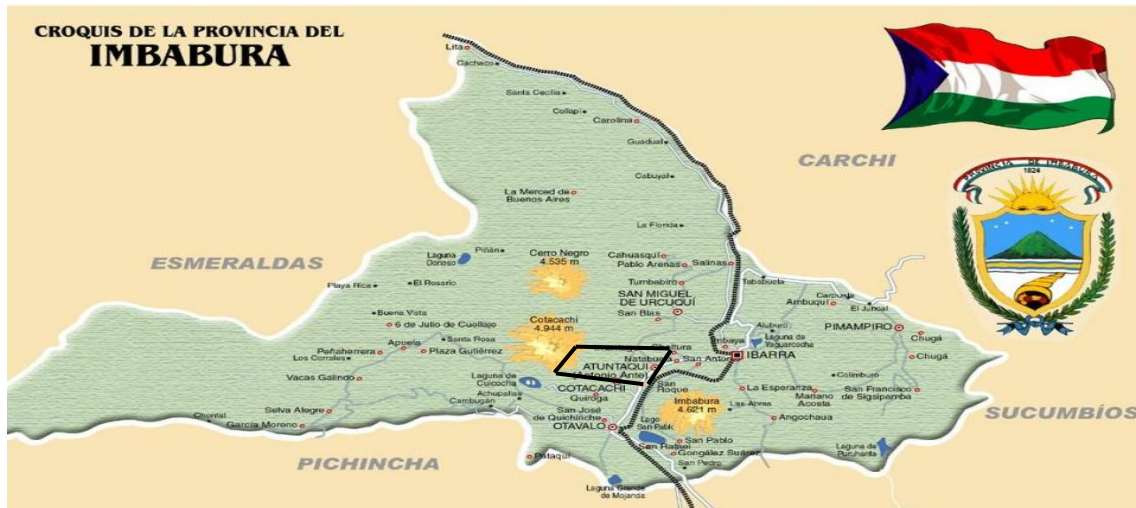


Ilustración 29
Mapa de Imbabura

Fuente: Enciclopedia del Ecuador

4.4.2. Micro localizacion

La micro localizacion es la ubicación del proyecto de factibilidad detallando el lugar exacto del establecimiento, que en este caso es al final de la calle Flores Vasquez Parroquia de Natabuela canton Antonio Ante, e inicio del Barrio Cruz de la parroquia de San Antonio de Ibarra cantón Ibarra.



Ilustración 30
Micro localización

Fuente: Google maps

Criterios

Tabla 61

Criterio de micro localización

Criterios	Ponderación	Barrio La Cruz	%	San Vicente de San Antonio de Ibarra	%	Atuntaqui	%
Vías de acceso	25%	1	0,25	2	0,13	2	0,13
Seguridad	20%	4	0,05	2	0,10	3	0,07
Servicios básicos	20%	3	0,07	3	0,07	3	0,07
Transporte	15%	1	0,15	3	0,05	4	0,04
Mano de obra	20%	5	0,04	3	0,07	4	0,05
Total	100%		0,557		0,41		0,346

Fuente: propia

Factores de localización

Vías de acceso

La accesibilidad a esta ubicación es adecuada, ya que se encuentra cerca del panamericano norte, puente 10, con vías aledañas como la calle Flores Vásquez y Fausto Castro por parte de la parroquia Natabuela y la línea férrea y calle sin nombre por parte de la parroquia de San Antonio de Ibarra.

Seguridad

Cuenta con una unidad de seguridad policial, misma que realiza rutas en toda la parroquia durante el día y la noche

Servicios básicos

Cuenta con los servicios básicos, de agua, luz, alcantarillado, líneas telefónica e internet, así como Wester Union, para realizar transferencias y pagos necesarios.

Transporte

El sector cuenta con transporte urbano y rural, la línea San Miguel de Ibarra y las cooperativas Antaña, Otavalo, Los Lagos, lo cual permite acceder al lugar de producción.

Mano de obra

El sector no cuenta con una amplia cantidad de mano de obra para el trabajo, sin embargo, se necesita de pocas personas quienes conozcan del oficio del bordado y manejo de máquinas computarizadas.

4.5. Tamaño del proyecto

Es la capacidad de producción que posee un proyecto durante un determinado tiempo, tomando en cuenta, la ubicación y la capacidad instalada.

Esta factibilidad a establecido para el primer año fabricar 576 blusas para la mujeres y 480 camisas para los hombres en función de la capacidad instalada.

Tabla 62

Unidades de producción anuales

Producto	Unidades mensuales	Unidades anuales
Blusas-Mujeres	48	576
Camisas- Hombres	40	480
Total	88	1056

Fuente: propia

Para identificar de manera clara los costos y gastos en los que se incurrirá para la generación de dicha producción se identifica lo siguiente:

4.6. Costos variables

Se analizará los costos variables que implica la fabricación de una prenda de mujer y de hombre:

4.6.1. Materia prima directa

Son los insumos necesarios para la confección y bordado de las prendas de vestir

Tabla 63

Materia prima directa

Mujer – Blusa

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Tela semi- dacrón	Metro	1	10	\$ 10,00
Encaje semi- dacrón	Juego de encajes (para mangas y cuello)	1	12	\$ 12,00
Total				\$ 22,00

Fuente: propia

Hombre- Camisa

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Tela Lienzo	metro	1	3,75	\$ 3,75
Total				\$ 3,75

4.6.2. Mano de obra directa

La mano de obra es la fuerza física empleada en la fabricación de la prenda de vestir para este proyecto se estima necesario de un equipo de trabajo que conozca de diseño, confección y bordado, así como una persona que lleve el control financiero del proyecto, siendo en este caso la gerente propietaria.

Dentro de este rubro se encuentran los operarios, quienes intervienen directamente en la fabricación de las prendas.

Se toma como referencia el salario básico unificado, establecido por el Estado cada año, dependiendo de la rama profesional en la que se ubique, en este caso se opta por la rama de la confección con una estructura C3 y un SBU. De \$394.00, para cada operario.

Tabla 64

Mano de obra directa

Talento Humano	Cantidad	Estructura ocupacional	Salario
Diseñadora y Cortadora	1	C3	394,00
Bordador y maquilador	1	C3	394,00
Total	2		788,00

Fuente: propia

Con la especificación del salario que receptara cada operario, se realiza el rol de pagos en donde se plasma el sueldo mensual que recibirá cada año y los beneficios de ley, como son el décimo tercero, decima cuarta remuneración, aporte patronal del 12,15% y fondos de reserva, este último siempre que continúe laborando después de un año de trabajo.

Seguido del rol se presenta una distribución de las horas de trabajo empleadas por los operarios en la confección de prendas de manera unitaria, permitiendo establecer el costo de la

Mano de Obra Directa que interviene en la fabricación de los productos, siendo de \$15,86 para las blusas de mujeres y de \$6,34 para las camisas de los hombres.

Con estos valores se complementa los rubros que conformas el costo de producción, para una vez determinado su totalidad identificar la rentabilidad que genera en comparación con el precio de venta al público.

Tabla 65

Rol de pagos operarios

No	Operacional	Sueldo mensual	Sueldo Total	Aporte patronal IESS 12,15%	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva 8,33%	Año1
1	Diseñadora y Cortadora	\$ 394,00	\$ 4.728,00	\$ 574,45	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 393,84	\$ 6.090,45
1	Bordador y maquilador	\$ 394,00	\$ 4.728,00	\$ 574,45	\$ 394,00	\$ 394,00	\$ 393,84	\$ 6.090,45
Total, personal operativo								\$ 12.180,90

Tabla 66

Distribución de horas para la fabricación de prendas de manera unitaria

Proceso	Mujer		Hombres		Número Total de horas al mes	Costo mensual de la MOD	Costo Unitario por Hora	Costo unitario Mano de Obra Mujer	Costo unitario Mano de Obra Hombre
	Horas por unidad	Número de prendas	Horas por unidad	Número de prendas					
Diseño del dibujo de la prenda, trazo del corte de la prenda, bordado de los detalles a mano y revisión de calidad	2,5	48	1	40	160	\$ 507,54	\$ 3,17	\$ 7,93	\$ 3,17
Manejo de la máquina para el bordado y confección de las prendas (maquilador)	2,5	48	1	40	160	\$ 507,54	\$ 3,17	\$ 7,93	\$ 3,17
Total					320 horas			\$ 15,86	\$ 6,34

4.6.3. Costos indirectos de fabricación CIF

Son aquellos insumos que se utilizarán para la terminación del producto en este caso son los hilos para bordar y cocer las prendas.

Tabla 67

CIF Blusas- Mujer

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Hilo policron	Metros (1 tubo 500m)	1500	0,0018	\$ 2,70
Hilo polyester	Metros	1000	0,00022	\$ 0,22
	Total			\$ 2,92

Tabla 68

Camisas- Hombre

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Total
Hilo policron	Metros (1 tubo 500m)	1000	0,0018	1,80
Hilo polyester	Metros	1000	0,00022	0,22
	Total			\$ 2,02

4.6.4. Costos de producción

Determinados estos rubros se fija el costo de producción de cada prenda siendo \$ 40,78 para las mujeres y \$12,11 para los hombres:

Tabla 69

Costos de producción

	Costo Unitario		Costo Unitario	
	Mujer		Hombre	
Mano de obra directa	\$	15,86	\$	6,34
Materia Prima Directa	\$	22,00	\$	3,75
CIF	\$	2,92	\$	2,02
Total	\$	40,78	\$	12,11

De esta manera podemos identificar la diferencia existente entre el costo de producción y el precio de venta al público obteniendo una rentabilidad de \$15,22 en la fabricación de blusas para mujer y 1,39 para camisas de hombre:

Tabla 70

Utilidad de la prenda de vestir unitaria

	Mujeres		Hombres	
Costo de la Prenda	\$	40,78	\$	12,11
Precio de venta	\$	56,00	\$	13,50
Margen de rentabilidad	\$	15,22	\$	1,39

4.6.5. Rentabilidad mensual

Es el resultado de las prendas mensuales a producirse tanto de hombre como de mujeres por la diferencia o rentabilidad obtenida del costo de producción menos el precio de venta al público, siendo de \$785,96.

Tabla 71

Rentabilidad mensual

	Diferencia (Rentabilidad)	Cantidad de prendas mensuales	Total, rentabilidad mensual
Mujeres	\$ 15,22	48	\$ 730,53
Hombres	\$ 1,39	40	\$ 55,43
Total, de ingresos líquidos			\$ 785,96

4.7. Costos Fijos

Son aquellos costos que debe conservar el negocio sin tomar en cuenta el nivel de producción que maneje, pero que son indispensables para el resto de la microempresa.

4.7.1. Servicios básicos

Son aquellos servicios indispensables para el proceso de producción y comercialización del negocio.

Tabla 72

Servicios básicos

Cantidad (meses de consumo)	Precio Unitario	Detalle	Total	Año 1
12	20	Energía Eléctrica	240	\$240
12	8	Agua Potable	96	\$ 96
12	6	Línea Telefónica	72	\$ 72
12	20	Internet	240	\$ 240
		TOTAL		\$ 648

4.7.2. Utillaje

Son aquellos implementos complementarios para la fase de producción

Tabla 73

Útiles para la confección

Cantidad	Precio Unitario	Detalle	Total	Año 1
1	15	Tijeras de Tela	15	15
2	1,5	Tijeras corta hilos	3	3
2	1,25	Cinta métrica	2,5	2,5
2	1,5	Caja de tizas	3	3
2	1,25	Caja de Alfileres	2,5	2,5
8	6	Paquete de agujas	48	48
3	1	Reglas	3	3
10	3,5	Resmas de papel	35	35
TOTAL				\$ 112

4.7.3. Limpieza y aseo

Son aquellos implementos para mantener limpio el lugar de trabajo, maquinaria, muebles y enceres

Tabla 74

Limpieza y aseo

Cantidad	Precio Unitario	Detalle	Total	Año 1
1080	0,1	Mascarillas	108	\$ 108,00
1	1,25	Escoba	1,25	\$ 1,25
3	5	Desinfectante	15	\$ 15,00
Total				\$ 124,25

4.7.4. Publicidad y promoción

Son los medios por los cuales se promociona al negocio y las prendas que se confeccionan, siendo estos físicos y virtuales, que permiten captar al mercado meta

Tabla 75

Publicidad y promoción

Detalle	Total	Año 1
Tarjetas de presentación	30	\$ 30,00
Catalogo	75	\$ 75,00
Total	105	\$ 105,00

4.7.5. Gastos de constitución e instalación

Son aquellos gastos en los que se ha incurrido para la constitución legal del proyecto, así como la instalación de las maquinarias.

Tabla 76

Gastos de constitución e instalación

Gastos	Valor	Año 1
Constitución	150	\$ 30
Instalación	250	\$ 50
Total	400	\$ 80

4.7.8. Remuneración personal administrativo

Hace referencia a aquel personal que no es parte directa de la producción, en este caso es el Gerente/ propietario.

Tabla 77

Rol de pagos gerente propietario

No	Cargo	Sueldo mensual	Sueldo Total	Aporte patronal IESS 12,15%	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva 8,33%	Año 1
Administrativo								
1	Gerente /Propietario	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 656,10	\$ 450,00	\$ 394,00	\$ 450	\$ 6.900,10
Total, personal administrativo								\$6.900,10

4.8. Activos fijos

Son aquellos bienes que contribuyen a las actividades de la empresa, pero no están destinados a la venta. ((Debitoor, s.f.)

4.8.1. Maquinaria y equipo

Para este proyecto se debe adquirir maquinaria y equipo propio, ya que su uso es constante dentro del proceso de producción.

Tabla 78

Maquinaria y equipo

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Maquina Bordadora Brother	\$ 7.000,00	\$ 7.000,00
1	Maquina Recta	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Plancha Industrial	\$ 80,00	\$ 80,00
	Total	\$ 7.680,00	\$ 7.680,00

4.8.2. Muebles y encerres

Tabla 79

Muebles y encerres

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
----------	-------------	----------------	-------------

2	Mesa mediana	\$	20,00	\$	40,00
1	Escritorio con cajones	\$	120,00	\$	120,00
1	Vitrina	\$	180,00	\$	180,00
1	Estantería	\$	120,00	\$	120,00
4	Silla	\$	15,00	\$	60,00
2	Lámparas Fluorescentes	\$	13,00	\$	26,00
	Total	\$	468,00	\$	546,00

4.8.3. Equipo de computo

Tabla 80

Equipo de computo

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Laptop Core 5	\$ 450,00	\$ 450,00
1	Impresora multifunción	\$ 130,00	\$ 130,00
	Total	\$ 580,00	\$ 580,00

4.8.4. Resumen de activos fijos

Tabla 81

Cuadro de resumen de inversión en Activos Fijos

Concepto	Valor Total
Maquinaria y equipo	\$ 7.680,00
Muebles y enseres	\$ 546,00
Equipo de computo	\$ 580,00
Total	\$ 8.806,00

Fuente: propia

4.9. Disponibilidad de materiales, insumos y maquinaria

Para la consolidación del proyecto de factibilidad se determina los proveedores necesarios que brindaran los insumos base para la fabricación del producto, tomando en cuentas la disponibilidad, calidad y precio.

Una vez determinado los costos variables, costos fijos y activos fijos que serán necesarios para la implementación y desarrollo de la factibilidad y la producción estimada se proceden a determinar los proveedores que contribuirán al desenvolvimiento adecuado del negocio siendo:

4.9.1. Proveedores de materia prima

Tabla 82

Proveedores de materia prima

Proveedor	Detalle	Dirección
Quichua Trading	Tela, hilos de bordar, encajes	Otavallo calle general sucre y terminal terrestre
Enkador	Hilos de bordar	Selva Alegre km 1 vía a San Fernando, Sangolquí 171104
Dongil	Hilos de bordar	Quito- Pichincha América n34-208 y Laiement

4.9.2. Proveedores Maquinaria

Tabla 83

Proveedores Maquinaria

Proveedor	Detalle	Dirección
Servimaq Otavallo	Maquinas industriales, cortadoras, planchas,	Otavallo -frente a la estación de bomberos

	estampadoras y sublimadoras		
Mainco	Maquinas industriales y repuestos		Atuntaqui
Aguayo	Maquinas industriales y repuestos		Ambato

4.9.3. Proveedores muebles y encerres

Tabla 84

Proveedores muebles y encerres

Proveedor	Detalle	Dirección
Distrimuebles Shalom	Muebles	Ibarra, Pérez guerrero 628 y bolívar
El bosque muebles	Muebles de oficina	Quito

4.9.4. Proveedores equipo de computo

Tabla 85

Proveedores equipo de computo

Proveedor	Detalle	Dirección
World Computer	Computadoras, laptops y impresoras, memoria	Pedro Moncayo 3-53 y Rocafuerte
Point Technology	Computadoras, laptops y impresoras, memoria	Ibarra

4.10. Ingeniería del proyecto

Hace referencia a la organización del personal, los materiales, muebles y enceres, maquinaria y equipo en el lugar en donde se instalará el proyecto de factibilidad, con el fin de obtener una adecuada distribución del espacio, para el proceso productivo.

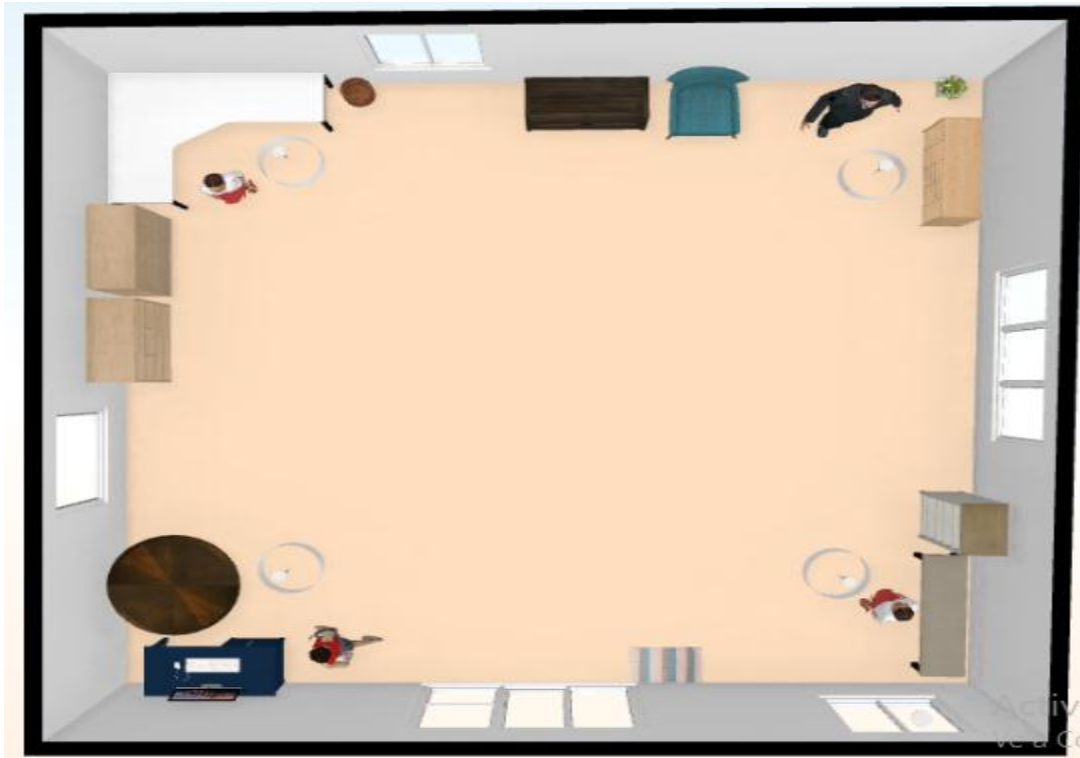


Ilustración 31
Áreas de trabajo

Fuente: propia

4.10.1. Distribución del área de producción

La microempresa estará constituida por algunas áreas que distribuidas de manera idónea y acorde con el espacio facilitan el proceso de confección y bordado:

Área de diseño y corte

Preparación del material, dibujo del diseño de la blusa o camisa y corte de la tela para la fabricación de la prenda.

Área de bordado

Se procede al bordado automático de la blusa o camisa, con diversos colores y diseños

Área de confección

Se une las piezas para la formación de la prenda con la ayuda de la maquina recta.

Área del detalle

Con la confección terminada se procede al bordado a mano de los detalles restantes en la prenda.

Área de control de calidad

Se realiza la supervisión de la prenda, en caso de fallas para la corrección correspondientes.

Área de Empaque y Almacenamiento

Terminada la prenda se empaca y se la almacena en un lugar seco, para evitar deterioros en la prenda.

4.11. Diseño del proceso productivo

El diseño del proceso productivo este guiado por la norma ANSI, que establece estándares para la constitución de una entidad, así como los procesos que se deben desarrollar para la generación de la producción.








SIMBOLO	REPRESENTA
	Inicio o término. Indica el principio o el fin del flujo, puede ser acción o lugar, además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad. Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
	Documento. Representa un documento en general que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Decisión o alternativa. Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más alternativas.
	Archivo. Indica que se guarda un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página. Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
	Conector. Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte lejana del mismo.

Ilustración 32
Formas Diseño Productivo

4.11.1. Diseño del proceso de productivo

El proceso de producción cuenta con una serie de etapas para la fabricación de la prenda, mismas que son indispensables para un generar un producto de calidad y con los estándares requeridos en el mercado meta.

Diseño y corte

En este paso se diseña el molde de la blusa y camisa de preferencia y se realiza el corte adecuado

Bordado

Pasa a la maquina bordadora, con la ayuda de un bastidor. En esta fase el dibujo se encuentra digitalizado por lo que se ubica la tela y determina el tamaño y colores a usarse.

Confección

Terminado el bordado pasa a la unión de las piezas y costura de encajes en el caso de la blusa.

Detalle

Confeccionada la prenda se procede a bordar a mano los detalles en el filo encajes y uniones de la camisa.

Revisión

Siendo la penúltima fase de este proceso, se revisa la prenda y detecta fallas de costura, para corregirlas antes de su salida a la venta.

Empaque y bodega

Una vez terminado el producto se procede al empaque y almacenamiento, con el fin de evitar daños o rasgaduras en la prenda hasta la entrega directa al cliente.

4.11.2 Flujogramas de procesos

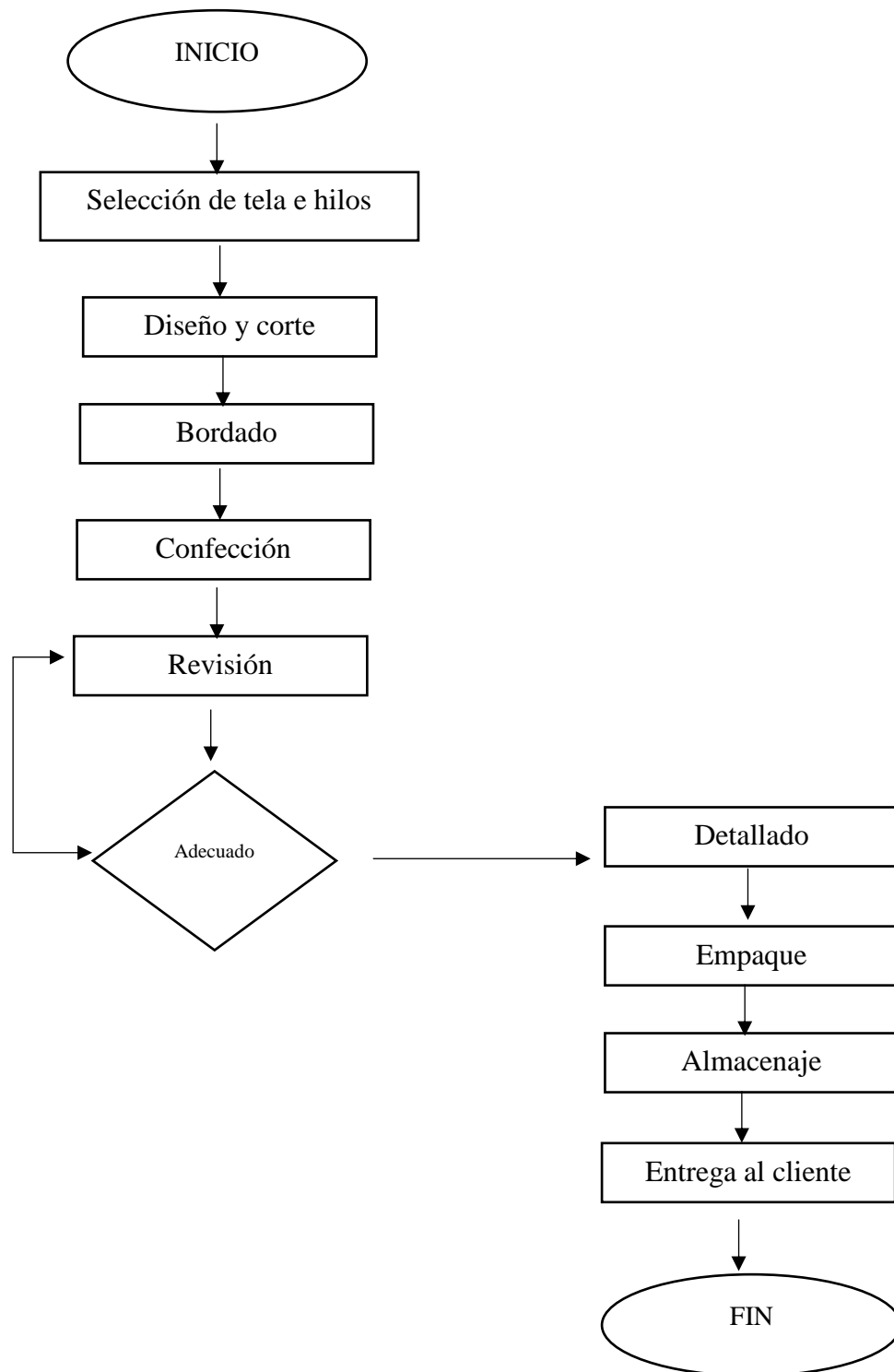
Proceso productivo

Ilustración 33
Proceso productivo

4.12. Opciones de Financiamiento

El financiamiento es un factor clave para la puesta en marcha de la factibilidad, ya que dependiendo de la adecuada distribución económica esta inversión generará réditos para la continuidad del futuro negocio.

Tabla 86

Opciones de Financiamiento

Institución Financiera	Requisitos
Banco Nacional del Fomento	<p>Ser socio del Banco</p> <p>Plazo: 60 meses</p> <p>Monto: 500 a 50.000</p> <p>Garantía: Hipotecas abiertas, prendas industriales, agrícolas o comerciales, garantía personal, certificados de inversión, garantía solidaria, entre otros.</p> <p>Tasa de interés: se determina de acuerdo con la política de fijación de tasas de interés del Banco</p>
Cooperativa San Antonio de Ibarra	<p>Ser socio de la Cooperativa</p> <p>Plazo: 72 meses</p> <p>Monto: 35.000</p> <p>Garantía: Casa o Terreno hasta los 10.000/ Socios Nuevos hasta 5.000/ Socios con historial 10.000/ Crediticio interno 20.000 con garante persona/ de 20.000 a 35.000 con hipoteca propia o prestada, el solicitante y(o) garante deben tener casa o terreno</p>

Fuente: propia

Analizando las opciones de financiamiento, la tasa de interés, el monto, el plazo y demás requerimientos solicitados por cada institución financiera, se determina que la mejor opción es

la del Banco Nacional del Fomento, ya que el monto máximo a otorgar para el inicio de emprendimientos es de \$50.000 dólares, dando versatilidad a la adquisición de dinero según las necesidades del proyecto.

4.13. Capital de trabajo

Es el valor económico que necesita el negocio para trabajar su producción. Se ha determinado un capital bimestral tomando en cuenta la producción a generar mensualmente.

Tabla 87

Capital de trabajo

Detalle	Anual	Mensual
Gastos administrativos y ventas	\$ 7.889,35	\$ 657,45
Costos de producción de hombres y mujeres	\$ 29.304,42	\$ 2.442,04
Capital de trabajo	\$ 37.193,77	\$ 3.099,48

Fuente: propia

De esta manera se cuantifica un capital bimestral de \$3.099,48

4.14. Inversión Total

Tabla 88

Inversión Total

Tipo de Inversión	Subtotal	Total
Inversión Fija		\$ 8.806,00
Maquinaria y equipo	\$ 7.680,00	
Muebles y enseres	\$ 546,00	
Equipo de computo	\$ 580,00	
Inversión Diferida		\$ 400,00
Gastos de instalación	\$ 150,00	
Gastos de constitución	\$ 250,00	

Capital de trabajo bimestral	\$	6.198,96
Total, Inversión	\$	15.405

Fuente: propia

4.15. Financiamiento

Una vez determinada la inversión total, se especifica el tipo de financiamiento que se realizará para la microempresa

Tabla 89

Financiamiento

Detalle	Porcentaje	Valor
Inversión Total	100%	\$ 15.405
Propio	40%	\$ 6.162
Institución bancaria	60%	\$ 9.243

Fuente: propia

Siendo capital propio \$6.162,00 que representa el 40%, y la diferencia, es decir \$9.243 será financiado a través de un préstamo solicitado a Ban Ecuador, considerando las oportunidades de crédito que esta institución financiera brinda.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

En este capítulo se procede a los cálculos financieros mismos que será proyectados, tomando como base la información recopilada acerca de sus ingresos, costos y gastos. Así también se desarrollarán ciertos indicadores financieros, los cuales permitirán evaluar la factibilidad del proyecto.

5.2. Objetivo general

Realizar un estudio financiero del proyecto de factibilidad, por medio de la proyección de ingresos, costos y gastos, así como los indicadores financieros, determinando la viabilidad del proyecto

5.3. Objetivos específicos

1. Describir la composición de los ingresos que constituye la factibilidad
2. Determinar los costos y gastos en los que se incurrirá para la generación el proyecto
3. Realizar una proyección de los costos y gastos a 5 años a futuro
4. Realizar los estados financieros proyectados (Estado de situación inicial, estado de resultados, flujo de efectivo)
5. Analizar la viabilidad de la factibilidad por medio de los indicadores financieros

5.4. Estructura de la inversión

5.4.1. Ingresos

Los ingresos son aquellos que se obtendrán de la venta de la producción generada, en este caso se toma en cuenta el número de blusas y camisas ofertadas al año, multiplicadas por el precio de venta al público determinado en las encuestas efectuadas a la muestra, de esta manera un ingreso económico de \$ 38.736

5.4.2. Proyección de ingresos

Para la determinación de los ingresos proyectados se toma como referencia la tasa de crecimiento poblacional y la tasa de inflación del sector de los últimos 5 años con la cual se determinará dichos valores económicos.

Tasa de crecimiento poblacional

Para determinar la tasa de crecimiento poblacional se tomó los porcentajes de los tres lugares en los que se encuentra nuestro mercado meta, siendo el Catón Otavalo, Cantón Antonio Ante y Cantón Ibarra, datos proporcionados por el PDYOT de Imbabura 2015, mismo que al ser promediados dan una tasa del **2,04%**, que será aplicado para la proyección de los ingresos.

Tabla 90

Tasas de Crecimiento poblacional

Lugar	Tasas de Crecimiento poblacional
Ibarra	2,02%
Antonio Ante	2,3%
Otavalo	1,81%
Promedio	2,04%

Fuente: PDYOT (ImbaburaPDOT, 2015-2015)

Tasa de inflación del sector textil

Para el caso de la inflación se tomó como referencia la tasa del sector textil, debido a que la actividad a desarrollarse como es el bordado y confección de las prendas indígenas se encuentra inmerso en ella, siendo esta del **2%**, permitiendo la proyección de los precios durante los próximos 5 años.

Ingresos obtenidos de la venta de blusas de mujeres

Mediante la aplicación de la tasa de crecimiento y la tasa de inflación del sector textil se obtienen las unidades y precios proyectados de la producción que se estima generar en los próximos 5 años.

Tabla 91

Ingresos blusas mujeres

Años	Unidades	Tasa de Crecimiento	Precio	Promedio de inflación del sector	Ingresos
		2,04%		2%	
1	576		56,00		32256,00
2	588	11,75	57,12	1,12	33572,30
3	600	11,99	58,26	1,14	34942,32
4	612	12,23	59,43	1,17	36368,25
5	624	12,48	60,62	1,19	37852,36

Tabla 92

Ingresos camisas hombres

Años	Unidades	Tasa de Crecimiento	Precio	Promedio de inflación del sector	Ingresos
		2,04%		2%	
1	480		13,50		6480,00
2	490	9,79	13,77	0,27	6744,44
3	500	9,99	14,05	0,28	7019,66
4	510	10,20	14,33	0,28	7306,12
5	520	10,40	14,61	0,29	7604,27

Tabla 93

Resumen de unidades de blusas y camisas proyectadas

Años	Unidades anuales mujer	Unidades anuales hombre	Unidades anuales totales Blusas y camisas
1	576	480	1056
2	588	490	1078
3	600	500	1100
4	612	510	1122
5	624	520	1145

Tabla 94

Resumen económico de los ingresos de blusas y camisas proyectadas

Años	Ingreso anuales mujer	Ingresos anuales hombre	Ingresos anuales totales
1	32.256,00	6.480,00	38.736,00
2	33.572,30	6.744,44	40.316,74
3	34.942,32	7.019,66	41.961,98
4	36.368,25	7.306,12	43.674,37
5	37.852,36	7.604,27	45.456,63

5.5. Costos y gastos proyectados**5.6. Costos proyectados****5.6.1. Materia prima directa proyectada**

Tabla 95

*Materia prima blusa- mujeres proyectada***Blusa- Mujeres**

Detalle	Unidad de medida	Q	Precio unitario	Año 1	Variación	Año 2	Variación	Año 3	Variación	Año 4	Variación	Año 5
Tela semi-dacrón	Metro	1	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 0,17	\$ 10,17	\$ 0,17	\$ 10,33	\$ 0,17	\$ 10,51	\$ 0,17	\$ 10,68
Encaje semi-dacrón	Juego de encajes (para mangas y cuello)	1	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 0,20	\$ 12,20	\$ 0,20	\$ 12,40	\$ 0,21	\$ 12,61	\$ 0,21	\$ 12,82
Total, costo unitario				\$ 22,00	\$ 0,37	\$ 22,37	\$ 0,37	\$ 22,74	\$ 0,38	\$ 23,11	\$ 0,38	\$ 23,50
Cantidad anual de producción blusas mujer				576		588		600		612		624
Costo de materia prima directa anual				\$12.672,00		\$13.147,98		\$13.632,10		\$14.148,87		\$14.674,80

Camisas- hombres

Tabla 96

Materia prima camisas- hombres proyectada

Detalle	Unidad de medida	Q	Precio Unitario	Año 1	Variación	Año 2	Variación	Año 3	Variación	Año 4	Variación	Año 5
Tela Lienzo	metro	1	3,75	\$3,75	\$0,06	\$3,81	\$0,06	\$3,88	\$0,06	\$3,94	\$0,07	\$4,01
Cantidad anual de producción camisas hombre				480		490		500		510		520
Costo de materia prima directa anual				\$1.800,00		\$1.866,11		\$1.939,16		\$2.009,32		\$2.086,74

5.6.2. Mano de obra directa proyectada

Tabla 97

Mano de obra directa proyectada

No	Operacional	Sueldo mensual	Sueldo Total	Aporte patronal IESS 12,15%	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva 8,33%	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
1	Diseñadora y Cortadora	\$ 394,00	\$4.728,00	\$574,45	\$394,00	\$394,00	\$393,84	\$ 6.090,45	\$ 6.484,29	\$ 6.484,29	\$ 6.484,29	\$ 6.484,29
1	Bordador y maquilador	\$ 394,00	\$4.728,00	\$574,45	\$394,00	\$394,00	\$393,84	\$ 6.090,45	\$ 6.484,29	\$ 6.484,29	\$ 6.484,29	\$ 6.484,29
Total, personal operativo								\$ 12.180,90	\$ 12.968,59	\$ 12.968,59	\$ 12.968,59	\$ 12.968,59
Valor mensual incluido los aportes y decimos								\$ 507,54	\$ 540,36	\$ 540,36	\$ 540,36	\$ 540,36
Mano de obra directa por cada unidad de blusas de mujer								\$ 15,86	\$ 16,89	\$ 16,89	\$ 16,89	\$ 16,89
Mano de obra directa por cada unidad de camisa de hombre								\$ 6,34	\$ 6,75	\$ 6,75	\$ 6,75	\$ 6,75

5.6.3.CIF

Tabla 98

CIF blusas de mujer

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Año 1	Vari	Año 2	Varia	Año 3	Varia	Año 4	Varia	Año 5
Hilo policron	Metros (1 tubo 500m)	1500	0,0018	\$ 2,70	\$ 0,04	\$ 0,12	\$ 0,002	\$ 0,12	\$0,002	\$ 0,13	\$ 0,00	\$ 0,13
Hilo polyester	Metros	1000	0,00022	\$ 0,22	\$ 0,004	\$ 0,22	\$ 0,004	\$ 0,23	\$0,004	\$ 0,23	\$ 0,004	\$ 0,23
Total				\$ 2,92	\$ 0,05	\$ 2,97	\$ 0,05	\$ 3,02	\$ 0,05	\$ 3,07	\$ 0,05	\$ 3,12
Cantidad anual de producción blusas de mujer				576,00		587,75		599,74		611,98		624,46
Costo de materia prima directa anual				\$1.681,92		\$1.745,62		\$1.811,22		\$1.878,76		\$1.948,31

Tabla 99

CIF Camisas de hombre

Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Año 1	Vari	Año 2	Varia	Año 3	Varia	Año 4	Varia	Año 5
Hilo policron	Metros (1 tubo 500m)	1000	0,0018	1,8	\$0,03	\$1,83	\$0,03	\$1,86	\$0,03	\$1,89	\$0,03	\$1,92
Hilo polyester	Metros	1000	0,00022	0,22	\$0,00	\$0,22	\$0,00	\$0,23	\$0,00	\$0,23	\$0,00	\$0,23
Total				\$2,02	\$0,03	\$2,05	\$0,03	\$2,09	\$0,04	\$2,12	\$0,04	\$2,16
Cantidad anual de producción blusas de hombre				480		490		500		510		520
Costo de materia prima directa anual				\$969,60		\$1.004,07		\$1.044,55		\$1.081,16		\$1.124,03

5.6.4. Resumen costos proyectados

Tabla 100

Resumen de costos proyectados de blusas y camisas

Costos de producción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima directa	\$14.472,0	\$15.014,0	\$15.571,2	\$16.158,1	\$16.761,5
	0	8	6	9	3
Mano de obra directa	\$12.180,9	\$12.968,5	\$12.968,5	\$12.968,5	\$12.968,5
	0	9	9	9	9
Costos indirectos de fabricación	\$2.651,52	\$2.749,69	\$2.855,76	\$2.959,92	\$3.072,34
Total, costos de producción anuales	\$29.304,4	\$30.732,3	\$31.395,6	\$32.086,7	\$32.802,4
	2	7	2	0	6

Fuente: propia

5.7 Proyección de gastos

5.7.1. Gastos Administrativos

Son aquellos gastos en los que se incurre, para la adquisición de personal y suministros que no interviene directamente en la producción de la empresa, sin embargo, son importantes para el desarrollo del resto de actividades que ejecuta el proyecto

5.7.2. Tasa de inflación

Para la determinación de los gastos proyectados se toma como referencia la tasa de inflación de los últimos 5 años, con la cual se determinará dichos valores económicos.

Tabla 101

Tasa de inflación promedio

Periodo	Año	Variación anual
Año 1	2014	3,67%
Año 2	2015	3,38%
Año 3	2016	1,12%
Año 4	2017	-0,20%
Año 5	2018	0,27%
Total		1,66%

Fuente: propia

5.7.3. Proyección de gastos servicios básicos

Tabla 102

Proyección gastos servicios básicos

Cantidad (meses de consumo)	Precio Unitario	Detalle	Total	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
12	20	Energía Eléctrica	240	\$240,00	\$243,98	\$248,03	\$252,14	\$256,33
12	8	Agua Potable	96	\$ 96,00	\$ 97,59	\$ 99,21	\$100,86	\$102,53
12	6	Línea Telefónica	72	\$ 72,00	\$ 73,19	\$ 74,41	\$ 75,64	\$ 76,90
12	20	Internet	240	\$240,00	\$243,98	\$248,03	\$252,14	\$256,33
		Total		\$648,00	\$658,75	\$669,68	\$680,79	\$692,08

5.7.4. Proyección Utillaje

Tabla 103

Proyección utillaje

Cantidad	Precio Unitario	Detalle	Total	Año 1	Año 2	Año3	Año4	Año5
1	15	Tijeras de Tela	15	\$ 15,00	\$ 15,25	\$ 15,50	\$ 15,76	\$ 16,02
2	1,5	Tijeras corta hilos	3	\$ 3,00	\$ 3,05	\$ 3,10	\$ 3,15	\$ 3,20
2	1,25	Cinta métrica	2,5	\$ 2,50	\$ 2,54	\$ 2,58	\$ 2,63	\$ 2,67
2	1,5	Caja de tizas	3	\$ 3,00	\$ 3,05	\$ 3,10	\$ 3,15	\$ 3,20

2	1,25	Caja de Alfileres	2,5	\$ 2,50	\$ 2,54	\$ 2,58	\$ 2,63	\$ 2,67
8	6	Paquete de agujas	48	\$ 48,00	\$ 48,80	\$ 49,61	\$ 50,43	\$ 51,27
3	1	Reglas	3	\$ 3,00	\$ 3,05	\$ 3,10	\$ 3,15	\$ 3,20
10	3,5	Resmas de papel	35	\$ 35,00	\$ 35,58	\$ 36,17	\$ 36,77	\$ 37,38
Total				\$112,00	\$113,86	\$115,75	\$117,67	\$119,62

5.7.5. Proyección Limpieza y aseo

Tabla 104

Proyección Limpieza y aseo

Cantidad	Precio Unitario	Detalle	Total	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
1080	0,1	Mascarillas	108	\$108,00	\$109,79	\$111,61	\$113,46	\$115,35
1	1,25	Escoba	1,25	\$ 1,25	\$ 1,27	\$ 1,29	\$ 1,31	\$ 1,34
3	5	Desinfectante	15	\$ 15,00	\$ 15,25	\$ 15,50	\$ 15,76	\$ 16,02
Total				\$124,25	\$126,31	\$128,41	\$130,54	\$132,70

5.7.6. Proyección publicidad y promoción

Tabla 105

Proyección publicidad y promoción

Detalle	Total	Año 1	Año 2	Año3	Año 4	Año 5
Tarjetas de presentación	30	\$ 30,00	\$ 30,50	\$ 31,00	\$ 31,52	\$ 32,04
Catalogo	75	\$ 75,00	\$ 76,24	\$ 77,51	\$ 78,80	\$ 80,10
Total		\$105,00	\$106,74	\$108,51	\$110,31	\$112,14

5.7.7. Amortización de Constitución e Instalación

Tabla 106

Amortización de Constitución e Instalación

Gastos	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Constitución	150	30	30	\$ 30,00	30	\$ 30,00
Instalación	250	50	50	\$ 50,00	50	\$ 50,00
Total	400	80	80	\$ 80,00	80	\$ 80,00

5.6.8. Proyección de la remuneración personal administrativo

Para la determinación de la remuneración del personal administrativo se tomó en cuenta la tasa promedio de incremento del salario básico unificado (SBU) que es de:

Tabla 107

Tasa crecimiento SBU

Período	Años	%
Año 1	2014	8,77%
Año 2	2015	3,38%
Año 3	2016	3,27%
Año 4	2017	2,40%
Año 5	2018	2,85%
Tasa promedio SBU		4,13%

Fuente: propia

Tabla 108

Proyección remuneración personal administrativo

No	Cargo	Sueldo mensual	Sueldo Total	Aporte patronal IESS 12,15%	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva 8,33%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrativo												
1	Gerente /Propietarios	\$ 450,00	\$5.400,00	\$ 656,10	\$ 450,00	\$ 394,00	\$ 450	\$ 6.900,10	\$ 7.349,92	\$ 7.349,92	\$ 7.349,92	\$ 7.349,92
Total, personal administrativo								\$6.900,10				

5.7.8 Resumen de Costos y Gastos Administrativos

Tabla 109

Resumen Gastos Administrativos

Periodo	Servicios Básicos	Utillaje	G. Limpieza y aseo	Remuneración gerente	Total, gastos administrativos	Gastos de venta (Publicidad, y promoción)	Total, Costo y Gastos
Año 1	648,00	112,00	124,25	\$ 6.900,10	7784,35	\$105,00	7889,35
Año 2	658,75	113,86	126,31	\$ 7.349,92	8248,84	\$106,74	8355,58
Año 3	669,68	115,75	128,41	\$ 7.349,92	8263,75	\$108,51	8372,27
Año 4	680,79	117,67	130,54	\$ 7.349,92	8278,91	\$110,31	8389,23
Año 5	692,08	119,62	132,70	\$ 7.349,92	8294,33	\$112,14	8406,47

5.8. Gastos financieros

Hace mención ha al capital que se obtendrá por medio de un crédito, este caso se solicitará dicho rubro al Banco Nacional del Fomento.

Tabla 110

Datos del financiamiento

Detalle	Datos
Tipo de Crédito:	Pequeña y mediana empresa
Destino:	Activo Fijo
Forma de Pago:	Mensual
Tasa:	11.26 %
Tasa Efectiva:	10,21 %
Tasa Nominal	9,76 %
Monto Deseado:	\$ 9.243
Plazo:	5 años
Sistema de Amortización:	Cuota fija

Fuente: Simulador BNF (BNF, 2018)

Tabla 111

Cuotas del financiamiento

PERIODO	SALDO	CAPITAL	INTERES	CUOTA
0	9243			
1	9122,88	120,12	75,18	195,3
2	9001,78	121,1	74,2	195,3
3	8879,7	122,08	73,21	195,3
4	8756,63	123,08	72,22	195,3

5	8632,55	124,08	71,22	195,3
6	8507,46	125,09	70,21	195,3
7	8381,36	126,1	69,19	195,3
8	8254,23	127,13	68,17	195,3
9	8126,07	128,16	67,13	195,3
10	7996,87	129,2	66,09	195,3
11	7866,61	130,26	65,04	195,3
12	7735,3	131,31	63,98	195,3
13	7602,91	132,38	62,91	195,3
14	7469,45	133,46	61,84	195,3
15	7334,91	134,55	60,75	195,3
16	7199,27	135,64	59,66	195,3
17	7062,53	136,74	58,55	195,3
18	6924,67	137,85	57,44	195,3
19	6785,69	138,98	56,32	195,3
20	6645,59	140,11	55,19	195,3
21	6504,34	141,25	54,05	195,3
22	6361,95	142,39	52,9	195,3
23	6218,39	143,55	51,74	195,3
24	6073,67	144,72	50,58	195,3
25	5927,78	145,9	49,4	195,3
26	5780,69	147,08	48,21	195,3
27	5632,41	148,28	47,02	195,3
28	5482,93	149,49	45,81	195,3
29	5332,22	150,7	44,59	195,3

30	5180,3	151,93	43,37	195,3
31	5027,13	153,16	42,13	195,3
32	4872,72	154,41	40,89	195,3
33	4717,06	155,67	39,63	195,3
34	4560,13	156,93	38,37	195,3
35	4401,92	158,21	37,09	195,3
36	4242,42	159,49	35,8	195,3
37	4081,63	160,79	34,51	195,3
38	3919,53	162,1	33,2	195,3
39	3756,11	163,42	31,88	195,3
40	3591,37	164,75	30,55	195,3
41	3425,28	166,09	29,21	195,3
42	3257,84	167,44	27,86	195,3
43	3089,04	168,8	26,5	195,3
44	2918,87	170,17	25,12	195,3
45	2747,31	171,56	23,74	195,3
46	2574,36	172,95	22,34	195,3
47	2400	174,36	20,94	195,3
48	2224,23	175,78	19,52	195,3
49	2047,02	177,21	18,09	195,3
50	1868,37	178,65	16,65	195,3
51	1688,27	180,1	15,2	195,3
52	1506,71	181,57	13,73	195,3
53	1323,66	183,04	12,25	195,3
54	1139,13	184,53	10,77	195,3

55	953,1	186,03	9,26	195,3
56	765,56	187,54	7,75	195,3
57	576,49	189,07	6,23	195,3
58	385,88	190,61	4,69	195,3
59	193,72	192,16	3,14	195,3
60	0	193,72	1,58	195,3

Fuente: Simulador BNF ((BNF, 2018)

5.8.1. Resumen gastos financieros

Tabla 112

Resumen gastos financieros

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	835,84	681,93	512,31	325,37	119,34
Capital	1507,7	1661,6	1831,3	2018,2	2224,2

Fuente: Simulador BNF ((BNF, 2018)

5.9. Proyección Depreciaciones

Tabla 113

Proyección Depreciaciones

Concepto	Valor Total	%	Valor residual	Vida útil	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5
Maquinaria y equipo	\$7.680,00	10%	\$ 768,00	10	\$ 691,20	691,2	691,2	691,2	691,2
Total, maquinaria y equipo	<u>\$7.680,00</u>	<u>10%</u>	<u>\$ 768,00</u>	<u>10</u>	<u>\$ 691,20</u>	<u>691,2</u>	<u>691,2</u>	<u>691,2</u>	<u>691,2</u>
Muebles y enseres	\$ 546,00	10%	\$ 54,60	10	\$ 49,14	49,14	49,14	49,14	49,14
Equipo de computo	\$ 580,00	33%	\$ 191,40	3	129,53	129,53	129,53	0	0
Total, muebles y enseres	<u>1.126</u>		<u>246</u>		<u>178,67</u>	<u>178,67</u>	<u>178,67</u>	<u>49,14</u>	<u>49,14</u>
Total	\$8.806,00		\$1.014,00		869,87	869,87	869,87	740,34	740,34

Fuente: propia

5.10. Estados financieros proyectados

5.10.1. Estado de Situación Inicial

Tabla 114

Estado de Situación Inicial

Bordado Aymary
Estado de Situación Inicial
Al 01 de enero 2018

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo corriente			\$9.242,98
Efectivo y Equivalentes	\$6.198,96	Pasivos Corriente Crédito Bancario "Banco del Fomento"	\$9.242,98
Activos fijos	\$ 8.806,00	Total, Pasivos	<u>\$9.242,98</u>
Maquinaria y equipo	\$7.680,00		
Muebles y enseres	\$ 546,00		
Equipo de computo	\$ 580,00		
		PATRIMONIO	
		Capital Social	<u>\$5.761,98</u>
		Total, Patrimonio	<u>\$5.761,98</u>
Total, Activos	<u>\$15.004,96</u>	Total, Pasivo + Patrimonio	<u>\$15.004,96</u>

5.10.2 Estado de resultados proyectado

Tabla 115

Estado de resultados proyectado

“Bordados Alymary”
Estado de resultados
Al 31 de diciembre 2023

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 38.736,00	\$ 40.316,74	\$ 41.961,98	\$ 43.674,37	\$ 45.456,63
(-) Costos de producción	\$ 29.995,62	\$ 31.089,51	\$ 32.224,23	\$ 33.401,31	\$ 34.622,33
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 8.740,38	\$ 9.227,23	\$ 9.737,75	\$ 10.273,06	\$ 10.834,30
(-) Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros					
Gastos Administrativos	\$ 7.784,35	\$ 8.248,84	\$ 8.263,75	\$ 8.278,91	\$ 8.294,33
Gastos de ventas	\$ 105,00	\$ 106,74	\$ 108,51	\$ 110,31	\$ 112,14
Gastos financieros	\$ 835,84	\$ 681,93	\$ 512,31	\$ 325,37	\$ 119,34
Gastos de amortización	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Gastos Depreciación	\$ 869,87	\$ 869,87	\$ 869,87	\$ 740,34	\$ 740,34
(=) Total, Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros	\$ 9.675,06	\$ 8.087,64	\$ 7.934,70	\$ 7.894,26	\$ 7.705,47
(=) Utilidad neta antes del IR	\$ -934,69	\$ 1.139,59	\$ 1.803,05	\$ 2.378,80	\$ 3.128,83
(-) 15% Participación Trabajadores		\$ 170,94	\$ 270,46	\$ 356,82	\$ 469,33
(=) Utilidad después del PT	\$ -934,69	\$ 968,65	\$ 1.532,59	\$ 2.021,98	\$ 2.659,51
(-) 22% antes IR					
(=) UTILIDAD DISPONIBLE	\$ -934,69	\$ 968,65	\$ 1.532,59	\$ 2.021,98	\$ 2.659,51

Fuente: propia

5.10.3. Estado de flujo de efectivos proyectado

Tabla 116

Flujo de efectivo proyectado

**Bordado “Alymary”
Estado de Flujo de Efectivo con Financiamiento
Al 31 de diciembre 2023**

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		\$ -934,69	\$ 968,65	\$ 1.532,59	\$ 2.021,98	\$ 2.659,51
DEPRECIACIONES		869,87	869,87	869,87	740,34	740,34
AMORTIZACIONES		80	80	80	80	80
TOTAL, FLUJO OPERACIONAL		\$ 15,19	\$ 1.918,52	\$ 2.482,46	\$ 2.842,32	\$ 3.479,85
INVERSION TOTAL	\$ -15.404,96					
RECUPERACION DEL CAPITAL DE TRABAJO						\$ 6.198,96
VALOR DE SALVAMENTO ACTIVOS FIJOS						\$ 4.715,70
PRESTAMO	9242,98					
AMORTIZACION DEL PRESTAMO		-1507,7	-1661,6	-1831,3	-2018,2	-2224,2
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -6.161,98	\$ 1.522,89	\$ 3.580,12	\$ 4.313,76	\$ 4.860,52	\$ 16.618,71

Fuente: propia

5.11. Análisis Financiero

Para efectuar este análisis se calcula valores por medio de indicadores financieros, los cuales permiten identificar la posibilidad o descarte de la puesta en marcha de la factibilidad propuesta.

5.11.1. Costo de oportunidad

Este indicador permite conocer el porcentaje al que renunciamos al momento de establecer el proyecto, es decir el valor que no receptamos por el hecho de escoger otra alternativa

Tabla 117

Costo de oportunidad

Inversión	Valor	Incidencia	Tasa ponderada	Porcentaje
Propia	6162	40%	7,85%	3,14%
Financiada	9243	60%	10,21%	6,13%
TOTAL	15405	100%		9,27%

Fuente: propia

5.11.2. Tasa de rendimiento medio (TMR)

Es el porcentaje de rendimiento mínimo que se debe obtener la factibilidad tomando en cuenta el costo de oportunidad y la tasa de inflación general del país.

Fórmula

$$\text{TRM} = ((1 + \text{Ck}) * (1 + \text{inf})) - 1$$

Donde:

Ck: costo oportunidad 9,27%

Inf: tasa de inflación general 1.66%

$$\text{TRM} = ((1+9,27\%) * (1+1.66\%)) - 1$$

$$\text{TRM} = ((1+9,27\%) * (1.0166)) - 1$$

$$\text{TRM} = (1,09 * 1,02) - 1$$

$$\text{TRM} = 11,08\%$$

5.11.3. Valor Actual Neto

Es aquel indicador que, mediante la suma de los flujos de efectivo de los próximos 5 años, restando la inversión inicial, da como resultado el dinero que se obtendrá al final de dicho periodo.

Fórmula

$$VAN = -Inv. Inicial + \frac{\sum FNE}{((1 - i))^n}$$

Donde:

II: inversión inicial

FNE: flujos netos de efectivo

i: TMAR

n: periodos de tiempo

VAN: +/-

$$VAN = 1 + \frac{nx}{1!} + \frac{n(n-1)x^2}{2!} + \dots$$

Cálculo

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VAN=	\$ -6.161,98	\$ 1.522,89	\$ 3.580,12	\$ 4.313,76	\$ 4.860,52	\$ 16.618,71
		1,11	1,23	1,37	1,52	1,69
VAN=	\$ -6.161,98	\$ 1.371,04	\$ 2.901,76	\$ 3.147,76	\$ 3.193,09	\$ 9.828,95
VAN=	\$ -6.161,98	\$ 20.442,60				
VAN=	\$ 14.280,61					

Valor presente es de \$14,280,61

Inversión inicial es de \$6.161,98

VAN: (14.280,61-6.161,98) **\$8118,63**

De esta manera se muestra que el proyecto es factible ya que su VAN es positivo y posee una rentabilidad superior a la inversión inicial

5.11.4 Tasa interna de retorno TIR

Es aquella que permite identificar la tasa de interés máxima de la factibilidad, tomando como base los flujos netos de caja sin actualizar en donde se probará con el porcentaje (*i*) más adecuado.

Se procede con la aplicación del TIR que es del 56%, lo cual genera los nuevos flujos de caja, que una vez sumados dado como resultado 0, comprobando que el TIR es mayor que el VAN y por ende el proyecto es aceptable:

Cálculo

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TIR =	\$ -6.161,98	\$ 1.522,89	\$ 3.580,12	\$ 4.313,76	\$ 4.860,52	\$ 16.618,71
		1,56	2,44	3,82	5,97	9,34

TIR = \$ -6.161,98 \$ 974,16 \$ 1.464,94 \$ 1.129,12 \$ 813,82 \$ 1.779,94

TIR = 0 cero

5.11.5. Relación costo beneficio

Tabla 118

Relación costo beneficio

Período	Ingresos	Ingresos actualizados	Factor	Costos y gastos	Costos y gastos actualizados
0			1		\$-15.404,96
1	\$ 38.736,00	\$ 34.873,59	0,900288989	\$ 38.720,81	\$ 34.859,92
2	\$ 40.316,74	\$ 35.900,25	0,890455301	\$ 32.110,35	\$ 28.592,83
3	\$ 41.961,98	\$ 30.619,76	0,729702468	\$ 34.009,95	\$ 24.817,14
4	\$ 43.674,37	\$ 28.691,58	0,656943097	\$ 44.026,25	\$ 28.922,74
5	\$ 45.456,63	\$ 26.884,81	0,591438636	\$ 45.167,27	\$ 26.713,67
		\$ 156.970,00			\$128.501,34

Fuente: propia

Costo beneficio: 156.970/ 128.501,3

C/B=1,22

Determinado el costo beneficio se identifica que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio de 0,22 ctv., lo que demuestra que es favorable para la rentabilidad del proyecto

5.11.6. PRI

Este indicador determina el periodo en donde se recuperará la inversión que se hizo para la puesta en marcha del negocio

Tabla 119

Período de recuperación de la inversión

Inv. Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
--------------	-------	-------	-------	-------	-------

Flujos netos	-6161,98	\$ 1.522,89	\$ 3.580,12	\$ 4.313,76	\$ 4.860,52	\$ 16.618,71
Flujos acumulados	-6161,98	\$ 1.522,89	\$ 5.103,01	\$ 9.416,77	\$ 14.277,29	\$ 30.896,00

Fuente: propia

Datos

a :2 años (año anterior donde se recupera la inversión)

b: \$6.161,98 (inversión inicial)

c: \$ 5.103,01 (flujo de efectivo acumulado del año anterior de recuperación de la inversión)

d: \$ **9.416,77** (flujo de efectivo del año en el que se rescata la inversión)

Fórmula

$$PRI = a + \frac{b-c}{d}$$

$$PRI = 2 + \frac{6.161,98 - 5.103,01}{9.416,77}$$

PRI=	2,12	AÑOS	
	1,11	MESES	Multiplicamos los decimales del resultado de años por 12 que representa el número de meses que conforma el año para conocer la cantidad de meses
	10	DIAS	Multiplicamos los decimales del resultado de meses y multiplicamos por los 30 días del mes

Una vez calculado el PRI se determina que en 2 años, 1 meses y 10 días se recuperará la inversión inicial.

5.11.7. Punto de equilibrio

Para la obtención del punto de equilibrio se procede a recopilar datos de las ventas totales anuales, así como los costos variables y costos fijos en los que se incurre para la producción de las prendas, en este caso al ser dos productos se realizará dos cálculos, uno para las prendas de mujer y otro para el de los hombres

Equilibrio prendas de mujer

Es aquel que permite identifica el valor económico que deben generarse para no registrar perdida o ganancia.

Fórmula Punto de equilibrio económico

$$PE\$ = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - (\text{costos variables} / \text{ventas totales})}$$

Fórmula Punto de equilibrio en unidades

$$PEQ = \frac{\text{Punto de equilibrio economico}}{\text{Precio de venta}}$$

Tabla 120

Equilibrio en valor monetario blusas- mujer

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Cantidad por producir	576	588	600	612	624

Precio de venta	\$ 56,00	\$ 57,12	\$ 58,26	\$ 59,43	\$ 60,62
VENTAS NETAS BLUSAS MUJER	\$32.256,00	\$33.572,30	\$34.942,32	\$36.368,25	\$37.852,36

COSTOS VARIABLES**BLUSA MUJER**

Materia prima directa	\$9.135,36	\$13.147,98	\$13.632,10	\$14.148,87	\$14.674,80
Mano de obra directa	\$12.672,00	\$9.927,10	\$10.129,62	\$10.336,26	\$10.547,12
Costos indirectos de fabricación	\$1.681,92	\$1.745,62	\$1.811,22	\$1.878,76	\$1.948,31
TOTAL, COSTO VARIABLE	23489,60	24366,43	25275,99	26219,50	27198,23

COSTOS FIJOS

Gastos de administración	\$ 7.784,35	\$ 8.248,84	\$ 8.263,75	\$ 8.278,91	\$ 8.294,33
Gastos de ventas	\$ 105,00	\$ 106,74	\$ 108,51	\$ 110,31	\$ 112,14
Gastos financieros	\$ 835,84	\$ 681,93	\$ 512,31	\$ 325,37	\$ 119,34
TOTAL, COSTO FIJO	\$ 8.725,19	\$ 9.037,51	\$ 8.884,58	\$ 8.714,60	\$ 8.525,81

Resumen	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas blusas mujer	\$ 32.256,00	\$ 33.572,30	\$ 34.942,32	\$ 36.368,25	\$ 37.852,36
Total, costo variable	\$ 23.489,60	\$ 24.366,43	\$ 25.275,99	\$ 26.219,50	\$ 27.198,23
Total, costo fijo	\$ 8.725,19	\$ 9.037,51	\$ 8.884,58	\$ 8.714,60	\$ 8.525,81
Precio de venta	\$ 56,00	\$ 57,12	\$ 58,26	\$ 59,43	\$ 60,62

PUNTO DE EQUILIBRIO ECONOMICO	\$ 32104,36	\$ 32958,31	\$ 32116,39	\$ 31228,94	\$ 30290,79
--------------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	573	577	551	525	500
--	-----	-----	-----	-----	-----

Fuente: propia

De esta manera se identifica que, para el primer año con relación a las prendas de mujer, el punto de equilibrio se da al producir 573 prendas con un ingreso de \$ 32. 104,36

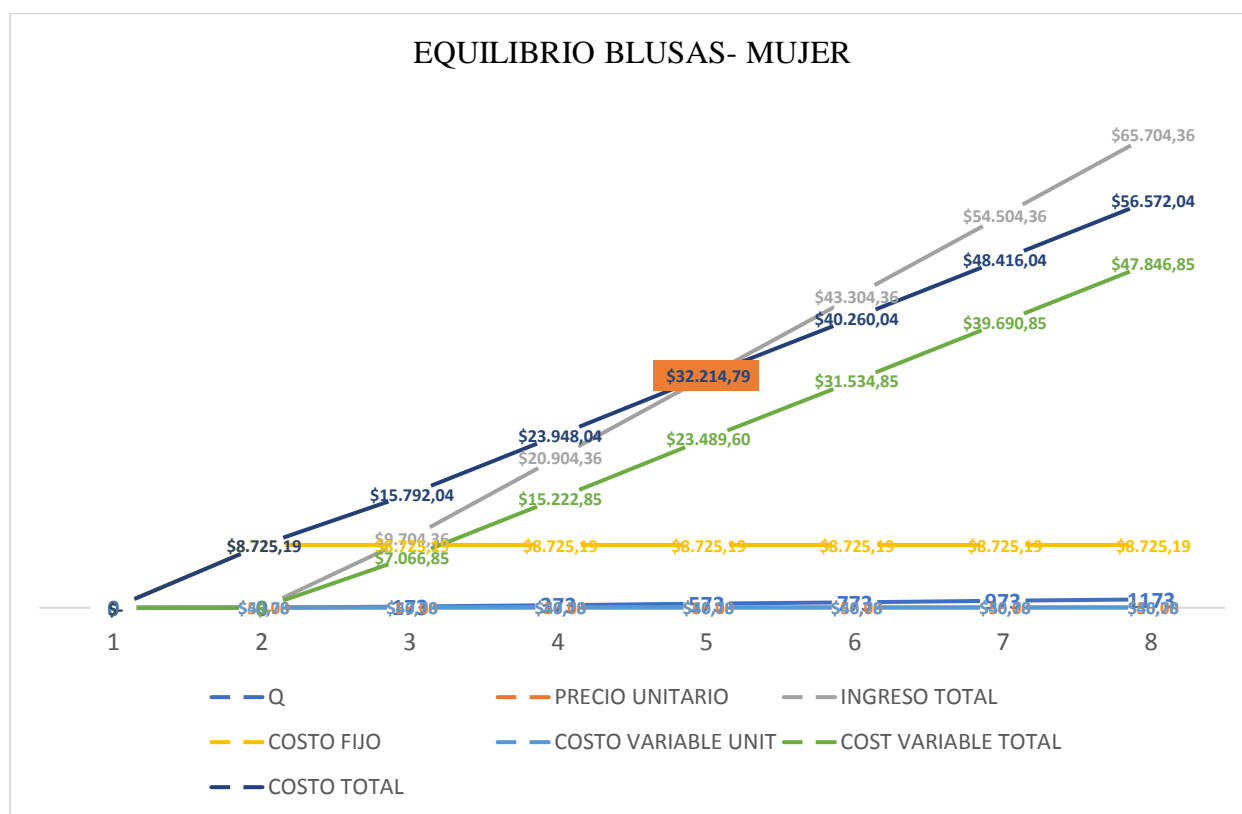
Representación grafica

Tabla 121

Punto de equilibrio unidades de mujer

Q	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE UNIT	COST VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL
0	\$ 56,00	\$ -	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ -	\$ 8.725,19
173	\$ 56,00	\$ 9.704,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 7.066,85	\$ 15.792,04
373	\$ 56,00	\$ 20.904,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 15.222,85	\$ 23.948,04
573	\$ 56,00	\$ 32.104,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 23.489,60	\$ 32.214,79
773	\$ 56,00	\$ 43.304,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 31.534,85	\$ 40.260,04
973	\$ 56,00	\$ 54.504,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 39.690,85	\$ 48.416,04
1173	\$ 56,00	\$ 65.704,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 47.846,85	\$ 56.572,04

Fuente: propia



5.11.8. Equilibrio en unidades camisa-hombre

Tabla 122

Equilibrio en valor monetario camisas-hombre

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Cantidad por producir	480	490	500	510	520
Precio de venta	\$ 13,50	\$ 13,77	\$ 14,05	\$ 14,33	\$ 14,61
VENTAS NETAS CAMISAS HOMBRE	\$ 6.480,00	\$6.744,44	\$7.019,66	\$ 7.306,12	\$7.604,27
COSTOS VARIABLES CAMISAS HOMBRE					
Materia prima directa	\$1.800,00	\$1.866,11	\$1.939,16	\$2.009,32	\$2.086,74
Mano de obra directa	\$3.045,12	\$3.306,10	\$3.373,54	\$3.442,36	\$3.512,58
Costos indirectos de fabricación	\$969,60	\$1.004,07	\$1.044,55	\$1.081,16	\$1.124,03
TOTAL, COSTO VARIABLE	5814,83	6031,88	6257,05	6490,61	6732,90
COSTOS FIJOS					
Gastos de administración	\$ 7.784,35	\$ 8.248,84	\$ 8.263,75	\$ 8.278,91	\$ 8.294,33
Gastos de ventas	\$ 105,00	\$ 106,74	\$ 108,51	\$ 110,31	\$ 112,14
Gastos financieros	\$ 835,84	\$ 681,93	\$ 512,31	\$ 325,37	\$ 119,34
TOTAL, COSTO FIJO	\$ 8.725,19	\$9.037,51	\$8.884,58	\$ 8.714,60	\$8.525,81

RESUMEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas camisas hombre	\$ 6.480,00	\$ 6.744,44	\$ 14,05	\$ 7.306,12	\$ 7.604,27
Total, costo variable	\$ 5.814,83	\$ 6.031,88	\$ 6.257,05	\$ 6.490,61	\$ 6.732,90
Total, costo fijo	\$ 8.725,19	\$ 9.037,51	\$ 8.884,58	\$ 8.714,60	\$ 8.525,81
Precio de venta	\$ 13,50	\$ 13,77	\$ 14,05	\$ 14,33	\$ 14,61

PUNTO DE EQUILIBRIO ECONOMICO	84999,16	85541,77	-19,99	78073,69	74402,65
--------------------------------------	----------	----------	--------	----------	----------

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	6296	6212	-1	5450	5092
--	------	------	----	------	------

Una vez calculado el punto de equilibrio del producto referente a las camisas de hombre, notamos una inconsistencia en los resultados, que tanto el valor económico \$84.999,16 como las unidades 6296 son superiores a la producción establecida para el primer año de 480 unidades, de esta manera se identifica que la producción y el margen de utilidad que genera anualmente es de \$665,67, lo cual no cubrirá los costos fijos que son necesarios para su fabricación.

Las camisas de hombre al tener este margen de utilidad pueden aportar mayor rentabilidad al negocio si aumentase su precio de venta que es de \$ 13, 50 mismo que fue aceptado por la muestra en donde se aplicó las encuestas, siendo este precio el más concurrido, sin embargo, no se procede con el alza, ya que el mercado competitivo posee precios similares e incluso inferiores de esta prenda.

Por ende, se determina que el proyecto de factibilidad que inicialmente trabajaba con 2 productos opta por enfocarse en una sola línea de prendas siendo las blusas de mujer ya que por medio de la investigación se determina que es el producto estrella, con un margen de ganancia líquida de \$15,22 por prenda, permitiendo cubrir los costos y generando rentabilidad y permanencia del negocio en el mercado.

Para ello se determina que ciertos rubros cambian como:

Tabla 123

Estados Financieros e Indicadores que cambian según los productos

Detalle	Dos productos	Un producto
Unidades anuales	1056	768

Ingresos anuales	\$ 38.736	\$ 43.008
Costos de producción anual	29.304,42	31.319,46
Capital bimestral	6198,96	6534,8
Estado de resultados		
Flujo de caja	-----	-----
Indicadores (VAN, TIR, Relación costo beneficio)	-----	-----
Punto de equilibrio		573 unidades/ \$32.104,36

Fuente: propia

Estado de resultados con un solo producto

Tabla 124

Estado de resultados un solo producto

Bordados Alymary
Estado de Resultados Proyectado
Al 31 de diciembre del 2023

INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 43.008,00	\$ 44.763,07	\$ 46.589,76	\$ 48.491,00	\$ 50.469,82
(-) Costos de producción	\$ 32.010,66	\$ 33.179,77	\$ 34.392,52	\$ 35.650,54	\$ 36.955,51
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 10.997,34	\$ 11.583,30	\$ 12.197,24	\$ 12.840,46	\$ 13.514,30
(-) Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros					
Gastos Administrativos	\$ 7.784,35	\$ 8.248,84	\$ 8.263,75	\$ 8.278,91	\$ 8.294,33
Gastos de ventas	\$ 105,00	\$ 106,74	\$ 108,51	\$ 110,31	\$ 112,14
Gastos financieros	\$ 835,84	\$ 681,93	\$ 512,31	\$ 325,37	\$ 119,34
Gastos de amortización	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Gastos Depreciación	\$ 869,87	\$ 869,87	\$ 869,87	\$ 740,34	\$ 740,34
(=) Total, Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros	\$ 9.675,06	\$ 8.087,64	\$ 7.934,70	\$ 7.894,26	\$ 7.705,47
(=) Utilidad neta antes del IR	\$ 1.322,27	\$ 3.495,66	\$ 4.262,54	\$ 4.946,20	\$ 5.808,84
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 198,34	\$ 524,35	\$ 639,38	\$ 741,93	\$ 871,33
(=) Utilidad después del PT	\$ 1.123,93	\$ 2.971,31	\$ 3.623,16	\$ 4.204,27	\$ 4.937,51
(-) 22% antes IR					
(=) UTILIDAD NETA DE EJERCICIO	\$ 1.123,93	\$ 2.971,31	\$ 3.623,16	\$ 4.204,27	\$ 4.937,51

Tabla 125

Flujo de caja un solo producto

Bordados Alymary
Flujo de caja con financiamiento
Al 31 de diciembre del 2023

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO DESPUÉS DE IMPUESTOS		\$ 1.123,93	\$ 2.971,31	\$ 3.623,16	\$ 4.204,27	\$ 4.937,51
AJUSTES NO DESEMBOLSABLES						
Depreciación maquinaria		691,20	691,20	691,20	691,20	691,20
Depreciación otros activos		178,67	178,67	178,67	49,14	49,14
Amortización de intangibles		80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
TOTAL, AJUSTES NO DESEMBOLSABLES		949,87	949,87	949,87	820,34	820,34
TOTAL, FLUJO OPERACIONAL		\$ 3.023,68	\$ 4.871,06	\$ 5.522,91	\$ 5.844,95	\$ 6.578,19
INVERSION TOTAL	\$ -15.740,80					
RECUPERACION DEL CAPITAL DE TRABAJO						\$ 6.534,80
VALOR SALVAMENTO DE ACTIVOS FIJOS						\$ 4.715,70
PRESTAMO	9.243,00					
AMORTIZACION DEL PRESTAMO		\$ 1.507,70	\$ 1.661,60	\$ 1.831,30	\$ 2.018,20	\$ 2.224,20
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	\$ -6.497,80	\$ 1.515,98	\$ 3.209,46	\$ 3.691,61	\$ 3.826,75	\$ 20.052,89

Indicadores financieros

El costo de capital y la tasa de rendimiento se mantienen, por lo que se enfocara en los siguientes indicadores

VALOR ACTUAL NETO

		año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
VAN=	\$ -6.497,80	\$ 1.515,98	\$ 3.209,46	\$ 3.691,61	\$ 3.826,75	\$ 20.052,89
		1,11	1,23	1,37	1,52	1,69

VAN=	\$ -6.497,80	\$ 1.364,82	\$ 2.601,33	\$ 2.693,77	\$ 2.513,96	\$ 11.860,06
------	--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	--------------

VAN=	\$ -6.497,80	\$ 21.033,94
------	--------------	--------------

VAN= **\$14.536,14**

Siendo aceptable, ya que muestra rentabilidad con relación a la inversión inicial

Valor presente: \$14.536,14

Inversión inicial: \$ 6.497,80

VAN: (\$14.536,14-\$ 6.497,80) **\$ 8038,34**

TASA INTERNA DE RETORNO

TIR = 53%

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TIR =	\$ -6.497,80	\$ 1.515,98	\$ 3.209,46	\$ 3.691,61	\$ 3.826,75	\$ 20.052,89
		1,53	2,34	3,57	5,46	8,35

TIR =	\$ -6.497,80	\$ 991,53	\$ 1.372,95	\$ 1.032,88	\$ 700,29	\$ 2.400,14
-------	--------------	-----------	-------------	-------------	-----------	-------------

TIR = 0 cero

RELACION COSTO BENEFICIO

Tabla 126

Relación costo beneficio un solo producto

Período	Ingresos	Ingresos actualizados	Factor	Costos y gastos	Costos y gastos actualizados
0			1		\$-15.740,80
1	\$43.008,00	38719,63	0,90028899	\$ 40.735,85	\$ 36.674,04
2	\$44.763,07	39859,51	0,8904553	\$ 34.200,61	\$ 30.454,11
3	\$46.589,76	33996,66	0,72970247	\$ 36.178,23	\$ 26.399,34
4	\$48.491,00	31855,83	0,6569431	\$ 46.275,47	\$ 30.400,35
5	\$50.469,82	29849,80	0,59143864	\$ 47.500,45	\$ 28.093,60
		174281,43			136280,7

$$C/B = 174281,43 / 136280,7$$

$$C/B = 1,28$$

Siendo que por cada dólar obtendré 0,28 ctv. de ganancia

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION

Tabla 127

Periodo de recuperación de la inversión un solo producto

	Inv. Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos netos	-6497,80	\$ 1.515,98	\$ 3.209,46	\$ 3.691,61	\$ 3.826,75	\$ 20.052,89
Flujos acumulados	-6497,80	\$ 1.515,98	\$ 4.725,44	\$ 8.417,04	\$ 12.243,80	\$ 32.296,69

$$PRI = a + \frac{b-c}{d}$$

$$\text{PRI} = 2 + \frac{6.498 - 4.725,44}{8.417,04}$$

PRI = 2 años, 2 meses y 16 días

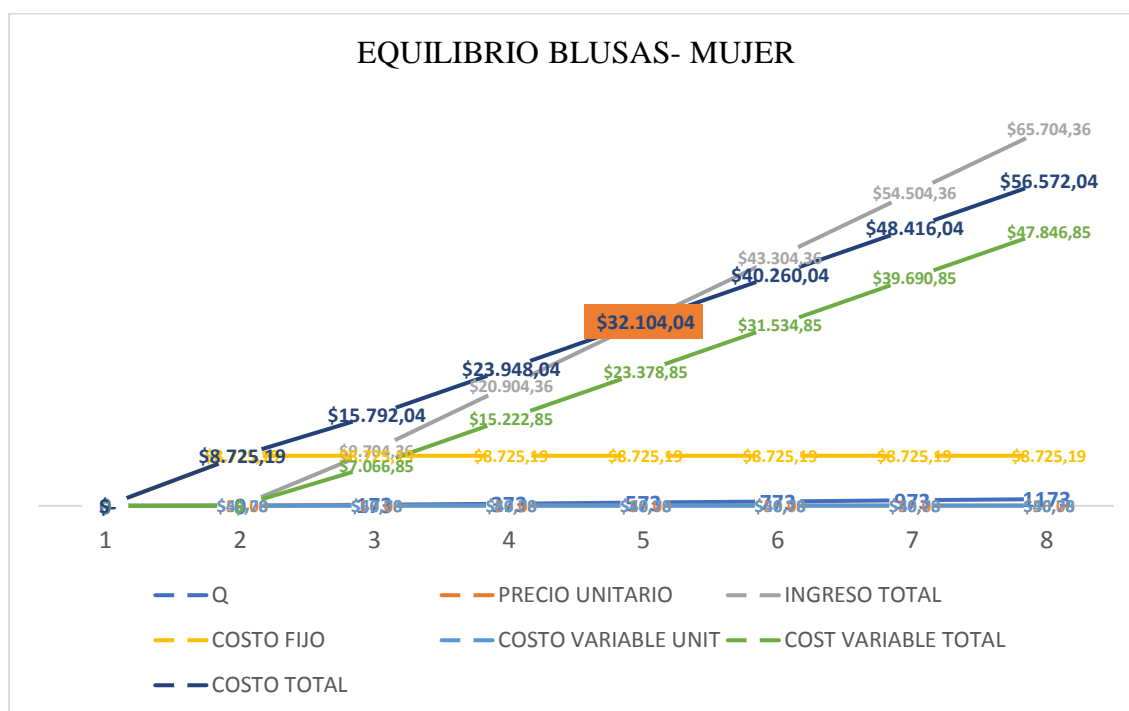
Punto de Equilibrio de un solo producto

Tabla 128

Punto de equilibrio un solo producto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DETALLE					
INGRESOS					
Cantidad por producir	768	784	800	816	833
Precio de venta	\$ 56,00	\$ 57,12	\$ 58,26	\$ 59,43	\$ 60,62
VENTAS NETAS BLUSAS MUJER	\$ 43.008,00	\$ 44.763,07	\$ 46.589,76	\$ 48.491,00	\$ 50.469,82
COSTOS VARIABLES BLUSA MUJER					
Materia prima directa	\$12.180,48	\$17.530,64	\$18.176,14	\$18.865,16	\$19.566,40
Mano de obra directa	\$16.896,00	\$13.236,14	\$13.506,16	\$13.781,68	\$14.062,83
Costos indirectos de fabricación	\$1.681,92	\$1.745,62	\$1.811,22	\$1.878,76	\$1.948,31
TOTAL, COSTO VARIABLE	31319,46	32488,57	33701,32	34959,34	36264,31
COSTOS FIJOS					
Gastos de administración	\$ 7.784,35	\$ 8.248,84	\$ 8.263,75	\$ 8.278,91	\$ 8.294,33
Gastos de ventas	\$ 105,00	\$ 106,74	\$ 108,51	\$ 110,31	\$ 112,14
Gastos financieros	\$ 835,84	\$ 681,93	\$ 512,31	\$ 325,37	\$ 119,34
TOTAL, COSTO FIJO	\$ 8.725,19	\$ 9.037,51	\$ 8.884,58	\$ 8.714,60	\$ 8.525,81
RESUMEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas netas blusas mujer	\$ 43.008,00	\$ 44.763,07	\$ 46.589,76	\$ 48.491,00	\$ 50.469,82
Total, costo variable	\$ 31.319,46	\$ 32.488,57	\$ 33.701,32	\$ 34.959,34	\$ 36.264,31
Total, costo fijo	\$ 8.725,19	\$ 9.037,51	\$ 8.884,58	\$ 8.714,60	\$ 8.525,81
Precio de venta	\$ 56,00	\$ 57,12	\$ 58,26	\$ 59,43	\$ 60,62
PUNTO DE EQUILIBRIO ECONOMICO	32104,36	32958,31	32116,39	31228,94	30290,79
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	573	577	551	525	500

Q	PRECIO UNITARIO	INGRESO TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE UNIT	COST VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL
0	\$ 56,00	\$ -	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ -	\$ 8.725,19
173	\$ 56,00	\$ 9.704,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 7.066,85	\$ 15.792,04
373	\$ 56,00	\$ 20.904,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 15.222,85	\$ 23.948,04
573	\$ 56,00	\$ 32.104,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 23.378,85	\$ 32.104,04
773	\$ 56,00	\$ 43.304,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 31.534,85	\$ 40.260,04
973	\$ 56,00	\$ 54.504,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 39.690,85	\$ 48.416,04
1173	\$ 56,00	\$ 65.704,36	\$ 8.725,19	\$ 40,78	\$ 47.846,85	\$ 56.572,04



5.11.9. Resumen indicadores financieros

Tabla 129

Resumen indicadores financieros

Indicador	Valor	Resultado
Costo oportunidad	9,27%	Factible
TRM	11,08%	Aceptable
VAN	\$ 14.536,14	Rentable
TIR	53%	Aceptable
Costo beneficios	0,28 ctv.	Rentable

PRI	2 años, 2 meses y 16 días	Años
PE\$	32104,36	Dólares
PEQ	573	Unidades

Fuente: propia

5.12. Conclusión de Evaluación Financiera

Por medio de la evaluación financiera se identificó que el proyecto de factibilidad opta por trabajar con un solo producto, siendo el de las blusas de mujer, ya que es la prenda que genera mayor rentabilidad, cubriendo los costos y gastos en los que se incurre a diferencia de las camisas de hombre cuyo margen de utilidad no era rentable para su permanencia en el mercado.

El costo capital de proyecto es de 9,27%, lo cual muestra que la inversión es rentable, ya que se compara la rentabilidad que generaría colocar el rubro de la inversión a plazo fijo, obteniendo como resultados valores económicos bajos a comparación de la inversión

La tasa de rendimiento, medio muestra un resultado de 11,08%, lo cual es considerado aceptable ya que muestra que es mayor que el costo beneficios sustentando que la factibilidad puede desarrollarse en el tiempo y generar rentabilidad mayor a la inicial.

El VAN, es considerado rentable, siendo este de \$ 14.536,14 demostrando que la inversión en dicho proyecto es adecuada para el futuro inversionista

La tasa interna de retorno, de 53 % muestra que la factibilidad es aceptable al ser un porcentaje superior a la tasa de rendimiento medio (TRM), siendo esto un sustento que avala la generación de ingresos del proyecto.

Con relación al costo beneficio se idéntica que por cada dólar que se invierte en la factibilidad se obtendrá a nuestro favor 0,28 ctv., considerado aceptable para el establecimiento del negocio.

El Periodo de recuperación de la inversión será en 2 años, 2 meses y 16 días, después de esto se visualizará una mayor rentabilidad en el negocio.

Por último, se identifica el punto de equilibrio es de 573 entre blusas con un valor económico de \$32,104,36, dando la pauta para identificar cuando se generaran las próximas utilidades.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1. Introducción

El estudio organizacional es aquel que da a conocer los lineamientos bajo los cuales se rige la entidad como la misión, visión, valores, objetivos entre otros., así como la composición jerárquica, detallando las funciones y responsabilidades asignadas, con el fin de establecer un ambiente de trabajo idóneo, en el que exista cooperación y ayuda mutua, siendo la eficiencia y eficacia los pilares fundamentales en todas las operaciones ejecutadas.

Objetivos

1. Establecimiento de la denominación de la empresa
2. Determinación de la misión, visión, objetivos y valores organizacionales
3. Establecimiento de la estructura organizacional
4. Determinación de funciones a ejecutarse por el talento humano
5. Elaboración de un manual de funciones
6. Determinación del tipo de constitución que posee la microempresa
7. Identificación de los requisitos legales necesarios para el funcionamiento de la microempresa

6.2. Denominación de la empresa

La razón social de la microempresa tiene como objetivo reflejar la esencia de la actividad como es, de la confección y bordado indígena, así también facilitar su inserción en el mercado meta con un nombre llamativo y fácil de recordad.

Para la determinación del nombre se ha tomado como base los siguientes criterios:

- Corto y Conciso: es un nombre corto y directo, fácil de recordar por los potenciales consumidores, tanto jóvenes como personas adultas.

- Calor: tiene un significado positivo, el cual denota bienestar, dado que su pronunciación en el idioma quichua significa “bien esta”

De esta manera se ha nombrado al emprendimiento como “Alymary”, el cual nació de la fusión de dos palabras ALY, que significa bien o bueno, y MARY, que al unirse con la primera palabra denota bienestar

Esta palabra expresa, lo que buscamos lograr con el producto en los consumidores, comodidad, confianza. belleza y seguridad en su opción de compra.

6.2.1. Logotipo



Ilustración 34
Logotipo empresarial

Elaborado por: El autor

6.2.2. Slogan

“Bordando raíces”

El slogan, menciona la ambigüedad de la cultura indígena y su trascendencia en el tiempo, el cual puede ser visualizado a través del bordado, buscando fomentar la confección y uso de dichas prendas sin perder su originalidad.

6.3. Misión

Fabricar prendas de vestir de la cultura indígena otavaleña y natabuela, con diseños actuales y detalles elaborados a mano, conservando la esencia y calidad del bordado acorde con las necesidades, gustos y preferencias del consumidor.

6.4. Visión

La microempresa “Alymary”, busca para el 2024, ser una entidad posicionada en el mercado, cuya marca se popularice en la provincia de Imbabura y regiones aledañas, cuya calidad y diversificación de estilos sea el estándar promocional para los clientes actuales y potenciales.

6.5. Objetivos organizacionales

1. Fabricar una línea de prendas de vestir indígenas con diseños modernos acorde con las tendencias actuales y detalles elaborados a mano
2. Trabajar con materia prima de calidad, a precios moderados acorde con las necesidades de los consumidores
3. Modernizar y diversificar diseños según las tendencias actuales del mercado
4. Incorporar maquinaria tecnificada para la optimización de tiempo y dinero en la elaboración de la prenda
5. Brindar un servicio de calidad a los consumidores, con una comunicación fluida y armoniosa

6.6. Valores corporativos

- Responsabilidad: visible en cada una de las actividades a desarrollar en la microempresa, fases de compra de materia prima, siendo justo con la calidad adquirida, fase de fabricación comprometidos con su trabajo relacionado a la confección de la prenda y fase de venta siendo responsable con el stock encomendado.

- Puntualidad: puntualidad en las horas de trabajo, pagos de remuneraciones y entrega de pedidos al cliente
- Excelencia: prendas elaboradas con calidad tanto en su bordado como en su confección, sin fallas y según las especificaciones del consumidor.
- Compromiso: de todo el sistema de trabajo, propietario y operarios a cumplir con su trabajo de manera adecuada y en función de la mejora continua.

6.7. Estructura organizacional

6.7.1. Organigrama estructural

Es un esquema de orden jerárquico en el que se ubican según la autoridad y función que desempeñe, a cada uno de los integrantes de la microempresa, así como las áreas que la conforman.



Ilustración 35
Organigrama estructural

Fuente: propia

La jerarquía visualizada en este organigrama muestra dos niveles, el primero que es el nivel ejecutivo, compuesto por el gerente propietario y el segundo nivel siendo el área operacional constituido por el contador, operarios y agente de ventas.

6.7.2. Organigrama funcional

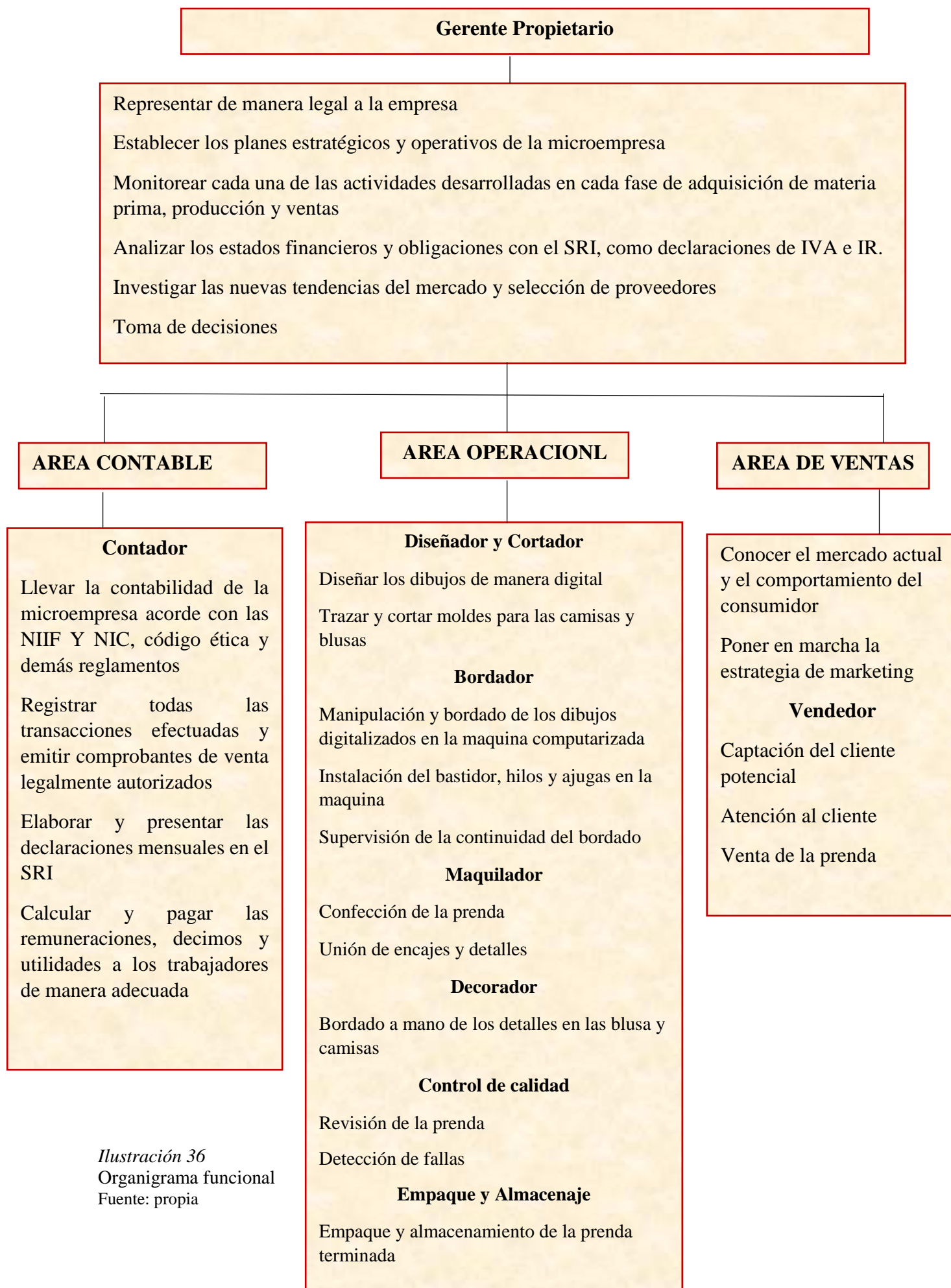



Ilustración 36
Organigrama funcional
Fuente: propia

6.8. Manual de funciones


6.8.1. Funciones del Gerente Propietario


Cuadro. Funciones del gerente

<p>Área: Gerencial Cargo: Gerente/ Propietario</p>	
<p>Objetivo del Área</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, coordinar y administrar las actividades de la empresa, así como la supervisión en cada una de las áreas. 	
<p>Perfil</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoria • Experticia de 2 años • Tener visión y liderazgo • Comunicación fluida y Conocimientos en administración y contabilidad 	
<p>Funciones</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Representar de manera legal a la microempresa • Establecer los planes estratégicos y operativos con relación a la producción y la administración del negocio • Monitorear las actividades desarrolladas en cada fase de; adquisición de materia prima, producción y ventas • Organizar reuniones con los trabajadores, para realizar capacitaciones o informar de temas relevantes para el desarrollo óptimo del negocio • Investigar las nuevas tendencias del mercado • Analizar y comparar las ofertas de proveedores • Llevar al día la contabilidad del negocio y las obligaciones referentes al pago de impuestos • Actualizar sus conocimientos referentes al giro del negocio, y reformas legales y tributarias 	
<p>Nota: al ser una microempresa que inicia sus funciones, se determina que el propietario se encargará de la venta de la producción, trato con los clientes y proveedores.</p>	

6.8.2. Funciones de los operarios

Cuadro. Funciones del diseñador y cortador

<p>Área: Operaria</p> <p>Cargo: Diseñador y cortador</p> <p>Reporta a: Gerente propietario</p>	
<p>Objetivo del Área</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar y supervisar los procesos que se ejecutan dentro la microempresa 	
<p>Perfil</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser bachiller o poseer certificados de diseño o similares • Conocimiento en manejo de máquinas cortadoras • Experiencia de por lo menos 2 años • Creativo • Responsable • Adaptación a los cambios de tendencia del mercado 	
<p>Funciones</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de moldes • Trazo y corte de piezas en la tela • Decoración a mano de la prenda • Revisión de la prenda y detección de fallas • Empaque y almacenaje del producto 	
<p>Nota: esta persona se encargará de más funciones, debido a que el diseño y corte de la prenda no es una actividad constante, siendo necesario añadirle más actividades acordes con sus capacidades.</p>	

<p>Área: Operaria</p> <p>Cargo: Bordador y Maquilador</p> <p>Reporta a: Gerente propietario</p>	
<p>Objetivo del Área</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar y supervisar los procesos que se ejecutan dentro la microempresa 	
<p>Perfil</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser bachiller o título universitario en diseño o carreras afines • Conocimientos en manejo de máquinas recta y confección de prendas • Experiencia de 1 año en el oficio • Creativo y Responsable • Adaptación a los cambios de tendencia del mercado • Investigativo en nuevas tendencias tecnologías acorde con la maquinaria 	
<p>Funciones</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de máquinas bordadoras industriales • Manejo de máquinas (recta, zigzag) industriales para confección • Creación de nuevos dibujos para el diseño y bordado de la prenda • Búsqueda y creación de colores de hilos destinados al bordado 	
<p>Nota: esta persona se encargará de otras actividades adicionales que pueden ser ejecutadas a la par con el bordado y confección de la prenda acorde con sus capacidades.</p>	

6.9. Tipo de constitución

6.9.1. Persona natural

El proyecto de factibilidad a proponerse define su constitución como una persona natural, siendo aquella quien asumen de manera personal todas las obligaciones contraídas con el negocio para su puesta en marcha y funcionamiento.

6.9.2. Requisitos legales para el funcionamiento de una microempresa SRI

Para el funcionamiento adecuado del negocio es importante poseer toda la reglamentación necesaria entre ellos esta:

- Inscribirse en el registro único de contribuyentes, ya que se desarrollará una actividad económica de manera permanente
- Emitir comprobantes de venta autorizados sean notas de venta, facturas etc.
- Llevar un registro de las compras y gastos relacionados con el giro del negocio
- Realizar y presentar las declaraciones pertinentes y de manera puntual, evitando multas o notificaciones por incumplimiento de pago, esto se realizará según el noveno dígito de RUC. Para el caso del IVA se efectuará una declaración mensual formulario 102 A, y del Impuesto a la Renta una vez al año.

6.9.3. Obtención de permiso de bomberos

- Presentación del RUC
- Asignación de la fecha de revisión (señalética, detector de humos, extintor, rutas de evacuación)
- Presentar el informe de aprobación

6.9.4. Requisitos IESS

Para el cumplimiento de todas las obligaciones como empleador y para beneficios de los empleados es importante proceder con la afiliación al seguro, para ello se establece los siguientes requerimientos:

Registro como nuevo empleador

- Ingresar a la página web del IESS www.iess.gob.ec.
- Seleccionar la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece en este caso es el privado
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco. Datos generales
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal. (IEES, s.f.)

Registro del ingreso de un nuevo trabajador

La persona que ingresa a trabajar debe ser registrada en el IESS desde el primer día de labor, a través de la pág. web (www.iess.gob.ec), llenando todos sus datos personales e indicando que cargo o función desempeña.

- Ingresamos a la pag web de IESS
- Seleccionamos la opción empleadores
- Aviso de entrada
- Ingresamos al sistema por medio de la cedula y clave del empleador

- Ingresamos el número de cedula del afiliado
- Llenamos los datos solicitados del nuevo trabajador
- Pulsamos aceptar, validar y enviar

6.9.5. Obligación del empleador

Amparado por el código de trabajo las obligaciones del empleador para con el trabajador según el Art. 42 menciona:

- Establecer un contrato de trabajo y afiliar a su empleado desde el primer día de labor
- Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones del código de trabajo
- Sujetarse a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales
- Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales.
- Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado

6.9.6 Obligaciones del trabajador

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
- Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo

- Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que él tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta
- Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades (Codigo de trabajo, 2018)

CAPÍTULO VII. VALIDACIÓN

7.1. Introducción

El objeto de esta validación es verificar la factibilidad integral del proyecto a establecerse, tomando como referencia los resultados obtenidos en cada capítulo desarrollado.

7.2. Descripción del estudio

7.2.1 Objetivo

Reconocer la factibilidad del proyecto para la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas de la cultura natabuela en la parroquia de Natabuela, Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura

7.2.2 Equipo de Trabajo

El equipo de trabajo está constituido por dos partes, la primera que es quien ejecutara el proyecto, Autor (investigador), y la segunda que es la contraparte conformada por el tutor y sus oponentes quienes analizaran los resultados del trabajo realizado dando a conocer la aceptación o no del posible emprendimiento

Tabla 130

Equipo de trabajo

Ejecutora	
Autor(investigador)	Alicia Ibadango
Contraparte	
Tutor	Ms. Gabriela Arciniegas
Oponente 1	Ms. Jácome León José Guillermo
Oponente 2	Ms. Espinoza Gavilanes Dolores del Rocío


7.3. Método de verificación

7.3.1. Factores para validar

Tabla 131

Matriz de validación 1

Matriz de validación 1

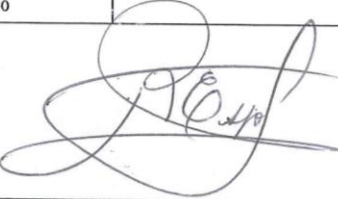
MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas en la parroquia de Natabuela, Cantón Antonio ante, Provincia de Imbabura					
VALIDADO POR: Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero					
FECHA:					
Capítulo	Factor por validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Diagnóstico Situacional	10%	4	0,40	
II	Marco Teórico	5%	5	0,25	
III	Estudio de Mercado	25%	5	1,25	
IV	Estudio Técnico	25%	5	1,25	
V	Estudio Financiero	25%	5	1,25	
VI	Estudio Organizacional	10%	5	0,50	
TOTAL		100%		4,90	
FIRMA					

Fuente: Validación docentes

Tabla 132

Matriz de validación 2

Matriz de validación 2

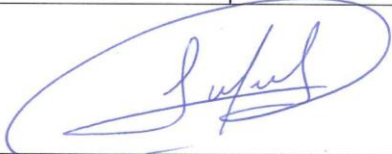
MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas en la parroquia de natabuela, Cantón Antonio ante, Provincia de Imbabura					
VALIDADO POR: Mgs. Dolores del Rocío Espinoza Gavilanes					
FECHA:					
Capítulo	Factor a validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Diagnóstico Situacional	10%	4	0,4	
II	Marco Teórico	5%	4	0,2	
III	Estudio de Mercado	25%	5	1,25	
IV	Estudio Técnico	25%	5	1,25	
V	Estudio Financiero	25%	5	1,25	
VI	Estudio Organizacional	10%	4	0,4	
TOTAL		100%		4,75	
FIRMA					

Fuente: Validación docentes

Tabla 133

Matriz de Validación 3

Matriz de validación 3

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas en la parroquia de natabuela, Cantón Antonio ante, Provincia de Imbabura					
VALIDADO POR: Mgs. José Guillermo Jácome León					
FECHA:					
Capítulo	Factor a validar	Porcentaje	Calificación	Resultados	Observaciones
I	Diagnóstico Situacional	10%	4	0,4	
II	Marco Teórico	5%	4	0,2	
III	Estudio de Mercado	25%	5	1,25	
IV	Estudio Técnico	25%	5	1,25	
V	Estudio Financiero	25%	5	1,25	
VI	Estudio Organizacional	10%	4	0,4	
TOTAL		100%		4,75	
FIRMA					

Fuente: Validación docentes

7.4. Método de calificación

La calificación se dará en base a las siguientes ponderaciones, considerando que 5 es la calificación con mayor valor y 1 la calificación más baja.

7.5. Rango de interpretación

Tabla 134

Rango de interpretación

Criterios	Porcentaje
3: Factible	90% - 100%
2: Medianamente factible	70% - 89.99%
1: No Factible	Menor a 70%

Tabla 135

Porcentaje de factores

Porcentaje	%
Diagnostico situacional	10%
Marco teórico	5%
Estudio de mercado	25%
Estudio técnico	25%
Estudio Financiero	25%
Estudio Organizacional	10%
Total	100%

Resultados

Tabla 136

Matriz de validación general

MATRIZ DE VALIDACIÓN								
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD								
Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales indígenas en la parroquia de Natabuela, Cantón Antonio ante, Provincia de Imbabura								
Capítulo	Factor para validar	Porcentaje	Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero	Mgs. Espinoza Gavilanes Dolores del Rocío	Mgs. Jácome León José Guillermo	Promedio	Resultados	Observaciones
I	Diagnóstico Situacional	10%	0.40	0.40	0.40	0.40	8.6%	
II	Marco Teórico	5%	0.25	0.20	0.20	0.21	4.2%	
III	Estudio de Mercado	25%	1.25	1.25	1.25	1.25	25%	
IV	Estudio Técnico	25%	1.25	1.25	1.25	1.25	25%	
V	Estudio Financiero	25%	1.25	1.25	1.25	1.25	25%	
VI	Estudio Organizacional	10%	0.50	0.4	0.40	0.43	8.6%	
TOTAL		100%	4.90	4.75	4.75	4.80	96,4%	

Fuente: Validación docentes

7.6. Calificación

La calificación obtenida por parte de la tutora del trabajo de grado y demás miembros del tribunal asignados son:

- Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero= 4,90 equivalente al 98%
- Mgs. Espinoza Gavilanes Dolores del Rocío= 4,75 equivalente al 95%
- Mgs. Jácome León José Guillermo= 4,75 equivalente al 95%

Con los resultados obtenidos se procede a la suma y promedio de las tres calificaciones dando como resultado 4,80 sobre 5 puntos, equivalente al 96, 4%.

7.7. Interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos por medio de la validación efectuada por la tutora de trabajo de grado y miembros del tribunal asignado, se determina que el proyecto de factibilidad es factible, considerando que los resultados logran ubicar al proyecto en el primer rango de 90% a 100%

Conclusiones

El proyecto de factibilidad se desarrollará en el cantón Antonio ante, debido a que su ubicación es adecuada y cuenta con los servicios necesarios, así también la comercialización no dependerá en un 100% de su ubicación, ya que se realizará la distribución de estos productos en Otavalo, apoyado por los diversos medios de comunicación como el internet, pág. web etc.

Con la realización del Diagnóstico situacional, se identificó el lugar y la población a la cual se destinará el proyecto, a través aspectos sociales, demográficos y culturales que son indispensables para una determinación de la actividad que se va a desarrollar, en este caso se observó a la cultura indígena de Otavalo y Natabuela, siendo estos los potenciales clientes de las prendas de vestir indígenas a producir.

El estudio de mercado permitió conocer de manera cercana los puntos de vista, gustos y preferencia del mercado meta establecido, comparando sus criterios con preguntas plasmadas en una encuesta, que buscaba corroborar información y establecer líneas de productos que estén acorde con las necesidades del sector actual, tomando en cuenta los precios de productos similares, calidad del material, diseños, tallas y el lugar de mayor comercialización.

Con relación al estudio técnico se identificó todo lo que llevaría constituir el negocio de bordado y confección de ropa tradicional indígena, siendo esto la materia prima, remuneraciones del personal administrativo y operacional, determinación de ingresos tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional, del sector y la inflación del país, así también la identificación de costos y gastos. De esta manera se procede al establecimiento de la inversión total a efectuarse, optando por financiamiento de \$ 9.243 que contribuirán como parte de Activo fijo y producción a generarse.

El estudio financiero, muestra de manera general los valores económicos a generarse en los próximos 5 años, identificando la rentabilidad futura, así como la posibilidad de puesta en marcha del negocio, así también demostró que el proyecto puede sostenerse con la fabricación de un solo producto, como es de las blusas de mujer, a través de los estados financieros proyectados y los indicadores. Con un costo de capital del 9,27%, que muestra que el proyecto es viable, así como una tasa de rendimiento del 11,08%, a través del TIR con un 53% que es superior a la tasa de rendimiento medio (TRM 11,08%), así como el costo beneficio de cada dólar invertido que es de 0,28 ctv., se demuestra que el proyecto es aceptable para su posterior constitución.

Con relación al estudio organizacional, se identifica los parámetros que se deben seguir para el establecimiento del negocio, como son los requisitos legales de constitución, la formulación de la misión, visión, valores, objetivos a cumplir, entre otros. Así también otro factor primordial es la identificación jerárquica del recurso humano, así como la asignación de las respectivas funciones a desempeñar, para de esta manera crear un adecuado equilibrio en los procesos a desarrollarse.

Finalmente, la validación, es aquella que evalúa, la recopilación de información y los resultados previamente obtenidos, afirmando la factibilidad del proyecto o su descarte, ya que, a través de esto, se dará a conocer los factores que validan el proyecto o aquellos que lo hacen poco rentable.

Recomendaciones

Identificar de manera clara y precisa los aliados y oponentes del proyecto, siendo fundamental para el desarrollo adecuado de la investigación tanto teórica como de campo.

Con referencia al estudio técnico y financiero se recomienda, mayor asesoramiento por parte de especialistas, para identificar la factibilidad de manera óptima y de fácil comprensión.

Con relación al estudio financiero es importante estar informado acerca de las tasas de crecimiento del sector, la inflación y demás cambios económicos del país, con el fin de establecer proyecciones lo más certeras posibles.

Identificar nuevas estrategias de mercado, que sean adaptables al rol del proyecto que se desea ejecutar, con la finalidad de captar mayor mercado además de ya establecido

Trabajar a la par con las normas APA actuales y establecer una referenciación teórica adecuada que sustente el desarrollo del proyecto.

Bibliografía

- A. Cañadas, D. R. (2013). *Bases económicas y desarrollo sostenible como plataforma para la formulación de proyectos ambientales*. Ibarra : Universidad Técnica del Norte.
- Arboleda, G. (2010). *Proyectos, formulación, evaluación y control* . Colombia: AC ediciones .
- BNF. (2018). *Banecuator*. Obtenido de Banecuator: <https://www.banecuator.fin.ec/simulador-de-credito/>
- Chagra, A. D. (2017). *Introducción al Marketing*. Buenos Aires: GAE.
- Comercial, I. M. (2009). *Entendiendo las finanzas*.
- *conexionesan*. (2017). Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>
- Constitución. (2008). *Constitucion*. Montecristi . Obtenido de Constitución.
- *Debitoor*. (s.f.). Obtenido de Debitoor: <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>
- Diego Cardona, A. M. (2017). Creación de empresa como pilar para el desarrollo social e integral de la región caribe en Colombia: Apuntes críticos. *Saber, Ciencia Y Libertad*. doi:<https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.698>
- *Economía*. (2018). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- *ecured*. (s.f.). Obtenido de <https://www.ecured.cu/Bordado>
- *GAD Antonio Ante*. (s.f.). Obtenido de *GAD Antonio Ante*: <http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/canton/poblacion/17-canton/100-natabuela>
- *GAD*. (s.f.). *ANTONIOANTE*. Obtenido de *ANTONIOANTE*: <http://www.antonioante.gob.ec/AntonioAnte/index.php/canton/poblacion/17-canton/100-natabuela>
- *IEES*. (s.f.). *IESS*. Obtenido de *IESS*: <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>
- ImbaburaPDOT. (2015-2015). *Imbabura*. Ibarra.
- *INEC*. (s.f.). Obtenido de *INEC*: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonales/Imbabura/Fasciculo_Antonio_Ante.pdf

- Infoconomía. (2016). Ecuador. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Infoconomia/info6.pdf>
- Jaime Rivera, M. d. (2007). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. Madrid: ESIC. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=NTR1DkBBIW8C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- López, F. (2009). *La empresa, explicada de forma sencilla*. (L. Rubio, Ed.) España: Libros de cabecera S.I. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=8QqIGLF7txsC&printsec=frontcover&dq=que+es+la+empresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj6tubHke7eAhUHoVMKHSnLCQIQ6AEIJzAA#v=onepage&q=que%20es%20la%20empresa&f=false>
- NatabuelaPDOT. (2014-2019). *PDOT NATABUELA*.
- Orozco, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos* (Vol. tercero). Bogotá: ECOE.
- Raquel Saco, M. M. (2004). *Aprender a crear una microempresa*. España: Grupo Planeta. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=8lh32pYVvh4C&printsec=frontcover&dq=microempresa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiCyMOU3LLgAhVGMd8KHVm9CQIQ6AEILzAC#v=onepage&q=microempresa&f=false>
- Romero, S. (25 de 07 de 2016). Diseño de los trajes. *La Hora*. Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/noticia/1101966891/la-moda-tambin-entra-en-la-vestimenta-indgena>
- Rosales, J. L. (16 de 04 de 2016). Las costumbres y tradiciones del pueblo Natabuela se recuperan. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/costumbres-tradiciones-natabuela-lenguaje-vestimenta.html>
- Seldon, A. (2009). *Diccionario de economía*. Barcelona España : Oikos .
- SRI. (2018). *SRI*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-personas-naturales>
- trabajo, C. d. (2018). *Código de trabajo*. Montecristi: https://www.iess.gob.ec/documents/10162/2903501/I.2+Base_Legal+Código+de+Trabajo.pdf?version=1.0.
- Vaca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. s/e.

Anexos

ANEXO 1. ENCUESTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA



Objetivo: la presente encuesta tiene como objetivo conocer la aceptación por parte de la población, de la creación de una microempresa de confección y bordados tradicionales enfocados en el sector indígena de Otavalo y Natabuela.

Instrucciones: marque con un **x** la respuesta de su elección

1. Género

Femenino

Masculino

2. Ud. de qué grupo étnico se considera:

Natabuela

Otavalo

3. Cree Ud. importante mantener la vestimenta tradicional de su comunidad

Si

No.....

4. ¿Qué miembros de su familia visten con ropa tradicional?

Padres y Abuelos.....

Jóvenes.....

Niños.....

Todos

5. En donde usted adquiere estas prendas

Envía a confeccionar a su medida.....

Almacenes de ropa indígena.....

Mercado local

6. Califique del 1 al 5, cuáles son los criterios que considera al momento de adquirir sus prendas

Precio.....

Material (Tela, hilos, encaje)

Tipo de Bordado

Disponibilidad de tallas.....

Diversidad de diseños.....

7. Al momento de adquirir sus prendas, usted prefiere que tenga:

Bordado a Mano.....

Bordado a Máquina.....

8. Cada que tiempo adquiere estas prendas de vestir:

Mensual

Trimestral

Fechas conmemorativas

(En caso de escoger **fechas conmemorativas** seguir a la pregunta 8, caso contrario responda la pregunta 9)

9. ¿Cuáles son las fechas conmemorativas en las que más adquiere esta prenda de vestir?

Carnaval.....

Semana santa.....

Día de las madres.....

San Juan y San Pedro (Inti Raymi)

Día de difuntos.....

Navidad.....

10. ¿Cuánto usted pagó por una blusa adquirida en el último año?

\$.....

11. ¿Qué medio de pago utilizó?

Efectivo.....

Tarjeta de crédito.....

Crédito.....

12. **Considera que las blusas ofertadas en el mercado satisfacen su necesidad, gusto o preferencia**

SI.....

NO.....

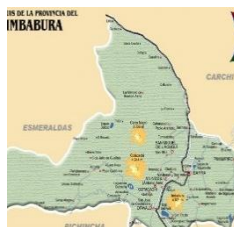
13. **¿Cuánto estaría dispuesto Ud., a pagar por una blusa /camisa bordada a máquina computarizada?**



Blusa (mujer)

55\$-57\$.....

58\$-60\$.....



Camisa(hombre)

12\$-15\$.....

16\$-18\$.....

14. **En donde le gustaría a Ud. Adquirir la prenda de vestir:**

Entrega a domicilio.....

Directamente en un local comercial

Mercado local.....

15. **¿Qué medio utiliza usted para conocer respecto a este tipo de prendas de vestir?**

TV.....

Radio.....

Prensa.....

Redes sociales

Gracias por su colaboración

ANEXO 2: MAQUINARIA

- MÁQUINA DE BORDAR COMPUTARIZADA



- MÁQUINA RECTA JACK A2



- PLANCHA INDUSTRIAL



ANEXO 3. EQUIPO DE COMPUTO

LAPTO COREi-5



Lenovo B40 Intel Core I5,
8 Gb, 1tb, Dvd-w Como
Nueva!

U\$\$ 450

🔍 Pago a acordar con el vendedor
Acepte deposito bancario, efectivo, tarjeta de
crédito.
[Más información](#)

🔍 Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Pichincha (Quito)
[Más información](#)

Color: **Negro**

Cantidad: 1 unidad (997 disponibles)

Comprar