



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS ELABORADOS
CON FIBRA DE CABRA Y ALGODÓN EN LA PARROQUIA JORDÁN DEL CANTÓN
OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA.**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD
Y AUDITORIA C.P.A.**

AUTOR:

EDISON RODRIGO DIAZ SEGOVIA

DIRECTORA:

ING. ANA ISABEL ARCINIEGAS CALDERÓN

IBARRA, ENERO 2020

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una microempresa textil, destinada a la producción y comercialización de sacos elaborados a base de fibra de cabra y algodón, en la parroquia Jordán del cantón Otavalo provincia de Imbabura, la presente organización se encuentra denominada como “Tejidos D&M”. Mediante la implementación de la entidad, se estableció una oportunidad de aportar al desarrollo de la economía de la población Otavaleña, como también creando fuentes de empleo, que mejoran la calidad de vida de los habitantes, y a su vez fomentando el crecimiento de la industria textil. Para poner en marcha el negocio, fue necesario invertir económicamente, y poder adquirir la maquinaria que interviene dentro del proceso productivo. El lugar donde se va a desarrollar el proyecto son sitios estratégicos y turísticos, denominados la plaza de los ponchos y el mercado de Copacabana. El presente proyecto se explica en VII capítulos, donde primeramente se procedió a realizar un diagnóstico situacional, para tener una mejor visión sobre la industria textil dentro del cantón, para respaldar teóricamente el proyecto se realizó una investigación bibliográfica y documental. Mediante el estudio de mercado se recopiló información sobre la oferta, demanda, precios y las características de los consumidores. En el estudio técnico se estableció el tamaño óptimo del proyecto. Dentro del estudio financiero se pudo fijar la inversión requerida y determinar los estados financieros, e indicadores donde reflejan la factibilidad del proyecto. Con la estructura organizativa se determinó un tipo de administración eficaz, que permita un buen rendimiento dentro de las actividades. Y por último se determinó los posibles impactos que ocasionará la ejecución de este proyecto.

SUMMARY

The purpose of this project is the creation of a textile microenterprise, aimed at the production and marketing of sweaters made of goat fiber and cotton, in the Jordan parish in Otavalo canton in the province of Imbabura, this organization goes by the name of “Tejidos D&M”. Through the implementation of this enterprise, the development of the economy of the Otavalo population will be improved, sources of employment will be created, resulting in the improvement of the quality of life of the citizens, and the growth of the textile industry. To start with this endeavor, it is necessary an economic investment in order to acquire the machinery to be used in the production process. The places the project is to be developed are strategic due to their touristic nature, being these: the “Plaza de los Ponchos” and the “Mercado de Copacabana”.

This project is explained in VII chapters, the research began by carrying out a situational diagnosis to obtain an insight of the textile industry within the canton; to theoretically support the project, a bibliographic and documentary research was carried out. Through the market research, data on supply, demand, prices and consumer characteristics were collected. The optimum size of the project was established through the technical study. Within the financial study, the required investment, financial statements and indicators that reflect the feasibility of the project are determined. With the organizational structure an effective management was established to attain a good performance of the activities in the production process. Finally the possible impacts of this project were sought out.

AUTORÍA

Yo, Edison Rodrigo Díaz Segovia, con Cédula de Identificación Nro. 1004047187, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS ELABORADOS CON FIBRA DE CABRA Y ALGODÓN EN LA PARROQUIA JORDÁN DEL CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA**, es de mi autoría, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

Firma: _____ a los 22 días del mes de noviembre de 2019.



Edison Rodrigo Díaz Segovia

CI. 1004047187

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado Edison Rodrigo Díaz Segovia para optar por el Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS ELABORADOS CON FIBRA DE CABRA Y ALGODÓN EN LA PARROQUIA JORDÁN DEL CANTÓN OTAVALO 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 22 días del mes de noviembre de 2019.



Ing. Ana Isabel Arciniegas Calderón

DATOS DE CONTACTO

CÉDULA DE IDENTIDAD:

100404718-7

APELLIDOS Y NOMBRES:

EDISON RODRIGO DIAZ SEGOVIA

DIRECCIÓN:

OTAVALO-CARDÓN BAJO - CALLE 13 DE JUNIO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
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:	100404718-7
APELLIDOS Y NOMBRES:	EDISON RODRIGO DÍAZ SEGOVIA
DIRECCIÓN:	OTAVALO- CARDÓN BAJO – CALLE 13 DE JUNIO
EMAIL:	erdiazs@utn.edu.ec
TELÉFONO MÓVIL:	0988660986
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE SACOS ELABORADOS CON FIBRA DE CABRA Y ALGODÓN EN LA PARROQUIA JORDÁN DEL CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA
AUTORA:	EDISON RODRIGO DÍAZ SEGOVIA
FECHA:	28 de enero de 2020
PROGRAMA:	PREGRADO

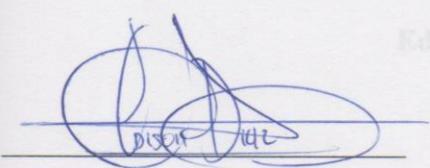
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
ASESOR/DIRECTOR:	Ing. Ana Isabel Arciniegas Calderón

2. CONSTANCIAS

El autor(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 28 días del mes de Enero de 2020.

EL AUTOR



Edison Rodrigo Díaz Segovia

C.I. 100404718-7

Facultad por resolución del Honorable Consejo Universitario.....

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico respetuosamente a:

Mis padres Luis Alfonso Díaz y Rosa Elena Segovia quienes desde muy temprana edad con su esfuerzo, dedicación y sacrificio me indujeron en el camino del aprendizaje e hicieron que nada me falte, gracias a ellos comprendí que en la vida no existe imposibles, que solo basta con tener una actitud positiva, confiando en las promesas de Dios se puede alcanzar las metas en nuestra vida.

A mi esposa Dayana Maldonado y a mi hija Ainara Díaz, que gracias a su apoyo, paciencia, fuerza e inspiración que me han brindado, han hecho posible la culminación de mis estudios Universitarios, siendo el motor de mi vida y que gracias a ellos cada día me esfuerzo más y más para poder seguir cumpliendo nuestros objetivos.

Edison Rodrigo Díaz Segovia

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios, porque a pesar de mis errores él siempre permanece conmigo, bendiciéndome, cuidándome y guiándome en mi camino, gracias a Dios desde mis inicios educativos pude superar cada obstáculo que se me presento en mi vida y hasta el día de hoy siempre va conmigo, por eso digo mil gracias padre mío hoy y siempre mil gracias te amo.

A mis padres, hermanos, esposa y mi querida hija gracias a ellos por su apoyo, inspiración, motivación y dedicación hacia mi hacen que pueda superarme y cumplir mis metas.

A todos ellos mi esfuerzo,

Edison Rodrigo Díaz Segovia

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
ÍNDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
TABLA DE ILUSTRACIONES.....	xxi
NOMBRE DEL PROYECTO.....	xxii
OBJETIVOS	xxii
Objetivo general.....	xxii
Objetivos Específicos.....	xxii
CAPITULO I	24
DIAGNOSTICO SITUACIONAL	24
1. Antecedentes.....	24
1.2 Justificación	25
1.3 Objetivos del Diagnostico.....	26
1.3.1 Objetivo general.....	26
1.3.2 Objetivo especifico	27
1.4 Indicadores.....	27
1.4.1 Aspectos geográficos	28
1.4.2 Aspectos demográficos	28
1.4.3 Análisis PEST	28
1.4.4 Aspectos económicos.....	28
1.4.5 Aspectos culturales	29
1.5 Matriz de relación diagnostica	30
1.6 Análisis de las variables diagnosticas	31
1.6.1 Aspecto geográfico	31
1.6.1.2 Historia.....	31
1.6.1.3 Ubicación	31

1.6.1.4 Limite.....	32
1.6.1.5 Clima.....	32
1.7 Aspectos demográficos	32
1.7.1 Población.....	32
1.7.2 Genero.....	33
1.7.3 Grupo por edades	33
1.7.4 Población en edad de trabajar	33
1.8 Análisis PEST.....	33
1.8.1 Político	33
1.8.2 Económico	34
1.8.3 Social.....	34
1.8.4 Tecnológico.....	34
1.9 Aspectos económicos	35
1.9.1 PEA	35
1.9.2 Turismo	35
1.9.3 Actividad económica	35
1.9.4 Nivel de ingresos de la población	36
1.9.5 Afluencia turística.....	36
1.10.1 Tradiciones y Costumbres.....	36
1.10.2 Hábitos de consumo	37
1.10 Elaboración de la matriz AOOD	37
1.12 Cruce estratégico de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	38
1.13 Identificación de la oportunidad de inversión.....	41
CAPITULO II.....	42
2. MARCO TEÓRICO.....	42
2.1 Introducción	42
2.2 Objetivo del marco teórico.....	42
2.3 Términos generales	42
2.3.1 Empresa.....	43
2.3.1.1 Clasificación	44
2.3.1.2 Microempresa	45
2.3.2 Marketing.....	46
2.3.3.1 Mercado	46
2.3.3.1.1 Demanda	47

2.3.3.1.2 Oferta	47
2.3.3.2 Producto	48
2.3.3.3 Precio	49
2.3.3.4 Plaza	49
2.3.3.5 Promoción	50
2.3.3.6 Publicidad	51
2.3.4 Estudio Organizacional	52
2.3.4.1 Filosofía empresarial.....	52
2.3.4.1.1 Visión.....	53
2.3.4.1.2 Misión	53
2.3.4.2 Organigrama Funcional	54
2.3.4.3 Organigrama estructural.....	54
2.3.5 Estudio Técnico	55
2.3.5.1 Macro localización.....	56
2.3.5.2 Micro localización	56
2.3.5.3 Tamaño del proyecto.....	57
2.4 Términos Específicos	58
2.4.1 Industria	58
2.4.1.1 Industria Textil.....	59
2.4.2 Fibra natural	59
2.4.3 Tipos de fibras naturales	60
2.4.5 algodón.....	60
2.4.6 Insumos	61
2.4.7 Maquinaria	61
2.5 Términos Técnicos.....	61
2.5.1 Inversión	62
2.5.1.1 inversión fija	63
2.5.1.3 Capital de trabajo	63
2.5.2 Contabilidad.....	64
2.5.2.1 Estado financiero	65
2.5.2.2Proceso contable	66
2.5.2.3 Elementos de la contabilidad	66
2.5.3 Indicadores financieros	69
2.5.3.1 Valor Actual Neto (VAN).....	69

2.5.3.2 TIR	70
2.5.3.4 Beneficio costo.....	71
2.5.3.5 Punto de equilibrio.....	71
2.5.3.6 Periodo de recuperación.....	71
CAPITULO III.....	73
ESTUDIO DE MERCADO	73
3.1 Introducción	73
3.2 Objetivo General.....	73
3.2.1 Objetivos específicos	73
3.3 Variables del estudio.....	74
3.4 Indicadores.....	74
3.4.1 Demanda	74
3.4.2 Oferta	75
3.4.3 Producto	75
3.4.4 Precio	75
3.4.5 Plaza.....	75
3.4.6 Promoción	76
3.4.7 Publicidad	76
3.5 Matriz diagnostica del estudio de mercado.....	77
3.6 Segmentación del mercado	78
3.6.1 Variables de segmentación de mercado	78
3.6.2 Mercado Meta	79
3.7 Cálculo de la muestra.....	79
3.7.1 Formula de cálculo de la muestra	80
3.8 Técnicas de recolección de información.....	81
3.8.1 Encuesta	81
3.8.2 Entrevista	81
3.8.3 Análisis de la encuesta	82
3.9 Demanda	96
3.9.1 identificación de la demanda	96
3.9.2 Proyección de la demanda.	96
3.10. Oferta	98
3.10.1 Identificación de la oferta	98
3.10.2 Proyección de la Oferta.....	98

3.11 Balance Oferta y Demanda	99
3.12 Precio	100
3.12.1 Proyección del precio.....	101
3.13 Estrategias de Comercialización	101
3.14 Conclusión del estudio de mercado	102
CAPITULO IV.....	105
ESTUDIO TÉCNICO	105
4. Introducción	105
4.1 Objetivo del estudio técnico.....	105
4.2 Objetivos específicos	105
4.3 Ubicación del proyecto	106
4.3.1 Macro localización.....	106
4-3-2 Micro localización.....	106
4.4 Tamaño del proyecto.....	107
4.5 Ingeniería del proyecto	107
4.5.2 Flujo grama de procesos	109
Tabla 26 Símbolos del flujo grama.....	109
4.5.3 Diseño de proceso productivo.....	110
4.5.4 Proceso de adquisición.....	112
4.6 Inversión en activos fijos	114
4.6.1 Maquinaria y equipo	114
4.6.3 Equipo de cómputo	114
4.6.3 Muebles y enseres	115
4.6.4 Resumen de inversión de inversión fija.....	115
4.7 Costos de producción.....	116
4.8 Materia prima directa.....	116
4.8.1 Resumen materia prima	117
4.9 Materia prima indirecta.....	118
4.9 1 Materia prima indirecta por unidad.....	118
4.10. Mano de obra directa	119
4.11 Mano de obra indirecta	119
4.12 Costos indirectos de fabricación	120
4.12.1 Resumen de los costos de producción	121
4.13 Gastos de administración	122

4.13.2 Remuneración personal administrativo.....	122
4.13.3 Equipos de oficina.....	123
4.13.4 Otros gastos de administración	123
4.13.5 Resumen Gastos de administración	124
4.14 Gastos de venta	124
4.14.1 Gastos de publicidad	125
4.14.2 Otros gastos de venta	126
4.14.3 Gastos de ventas.....	126
4.15 Resumen de total costos y gastos	127
4.16 Capital de trabajo	127
4.17 Inversión total del proyecto	128
CAPITULO V	131
5. ESTUDIO FINANCIERO	131
5. Introducción	131
5.1 Objetivos del estudio financiero	131
5.1.1 Objetivo general.....	131
5.1.2 Objetivos específicos	131
5.2 Ingresos	131
5.2.1Proyección de ingresos	133
5.3 Costos y Gastos.....	133
5.3.1 Materia prima directa.....	133
5.3.2Proyección de Materia Prima.....	134
5.4 Mano de obra directa	134
5.4.1 Proyección de la mano de obra directa	135
5.4.2 Beneficios sociales.....	135
5.4.3 Proyección de mano de obra directa	136
5.5 Costos de fabricación.....	136
5.5.1 Materia prima indirecta.....	136
5.5.2 Mano de obra indirecta	137
5.6 Gastos de administración	138
5.6.1 Útiles de oficina	138
5.6.2 Proyección de los gastos administrativos	138
5.7 Servicios básicos administrativos	138
5.7.1 Proyección de los servicios básicos	139

5.7.2 Sueldo personal administrativo.....	139
5.3.1 Gastos de constitución	141
5.7.3 Depreciación del área administrativa.....	141
5.7.4 Depreciación equipo de cómputo.....	142
5.7.5 Depreciación muebles y enseres	142
5.7.6 Resumen de gastos administrativos	142
5.8 Gastos de ventas.....	143
5.8.1 Remuneración del personal de ventas.....	143
5.8.1.1 Proyección de las remuneraciones del personal de ventas.....	144
5.8.2 Gastos publicitarios y de promoción.....	145
5.8.2.1 Proyección de los gastos publicitarios	145
5.8.3 Resumen de gastos de ventas	145
8.3.4 proyección total gastos de venta	146
5.9 Gastos financieros.....	146
5.10 Depreciación costo y depreciación gastos de activos fijos	148
5.10.2 Resumen de costos y gastos	150
5.11 Estado de situación financiera	151
5.12 Estado de resultados.....	152
5.13 Estado de flujo de efectivo.....	152
5.14 Evaluación financiera.....	153
5.15 Determinación del costo de capital	153
5.16 Determinación de la tasa de rendimiento medio.....	154
5.17 Valor actual neto (VAN).....	154
5.18 Tasa interna de retorno (TIR)	155
5.20 Relación beneficio costo	156
5.21 Periodo de recuperación de la inversión	156
5.21 Punto de equilibrio.....	157
5.22 Resumen de evaluación financiera.....	158
5.23 Conclusiones del estudio Financiero	158
CAPITULO VI.....	159
6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	159
6 .1 Introducción	159
6.2 Objetivos	159
6.2.1 Objetivo general.....	159

6.2.2 Objetivos específicos	159
6.3 Denominación de la microempresa.....	159
6.3.1 Logotipo.....	160
6.3.2 Slogan	160
6.4 Filosofía empresarial.....	160
6.4.1 Misión	161
6.4.2 Visión.....	161
6.5 Objetivos organizacionales	161
6.6 Valores corporativos	162
6.7 Políticas.....	163
6.8 Estructura Organizacional.....	164
6.8.1 Organigrama estructural.....	164
6.8.2 Organigrama funcional	166
6.9 Niveles administrativos.....	166
6.9.1 Funciones y competencia del personal	168
6.10 Constitución de la empresa	174
6.10.1 Marco legal	174
6.10.2 Documentación legal para el funcionamiento.....	174
CAPITULO VII	176
IMPACTOS	176
7. Introducción	176
7.1. Objetivo del capítulo.....	176
7.2 Matriz de valoración de impactos	176
7.2.1 Análisis de indicador de valoración de impactos.....	177
7.3 Impacto empresarial.....	178
7.3.1 Análisis de indicador de valoración de impactos.....	179
7.4 Impacto ambiental.....	180
7.4 Impacto General.....	181
CONCLUSIONES	182
RECOMENDACIONES.....	184
BIBLIOGRAFÍA	186

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz de Relación Diagnostica	30
Tabla 2 Matriz AOOD.....	37
Tabla 3 Matriz Diagnostica del estudio de mercado	77
Tabla 4 Variables de Segmentación	78
Tabla 5 compra de sacos	82
Tabla 6 material de adquisición	83
Tabla 7 Tipo de prenda que adquiere	84
Tabla 8 Características del producto	85
Tabla 9 Lugar de compra	87
Tabla 10 precio del producto sustituto	88
Tabla 11 Tallas de preferencia	89
Tabla 12 conocimiento de fibra de cabra	90
Tabla 13 conocimiento de la fibra.....	91
Tabla 14 Disposición de compra de saco de cabra	92
Tabla 15 Precio del saco de fibra de cabra.....	93
Tabla 16 Medio de comunicación de preferencia	94
Tabla 17 Tipos de promoción	95
Tabla 18 Proyección de la demanda.....	97
Tabla 19 Proyección de los Turistas	97
Tabla 20 Proyección de la Demanda Total	97
Tabla 21 Proyección de la oferta.....	99
Tabla 22 Proyección de la Demanda Insatisfecha.....	100
Tabla 23 Proyección de la Inflación, Últimos 5 años	100
Tabla 24 proyección del precio	101
Tabla 25 distribución de la infraestructura.....	108
Tabla 26 Símbolos del flujo grama	109
Tabla 27 Maquinaria y equipo	114
Tabla 28 Equipo de cómputo	115
Tabla 29 Muebles y Enseres	115
Tabla 30 Resumen de Inversión Fija.....	116
Tabla 31 Materia Prima Directa	116
Tabla 32 Resumen de Materia Prima Directa	117
Tabla 33 Costo de Materia Prima Anual.....	117
Tabla 34 Materia Prima Indirecta	118
Tabla 35 Costo de materia prima por unidad	118
Tabla 36 Cálculo del Costo de la Mano de Obra Directa	119
Tabla 37 Mano de Obra Indirecta	120
Tabla 38 Costos Indirectos de Fabricación	120
Tabla 39 Costos indirectos de fabricación	121
Tabla 40 Resumen de costos indirectos de fabricación	121
Tabla 41 Gastos de Constitución.....	122
Tabla 42 Remuneración personal administrativo.....	123

Tabla 43 equipos de oficina	123
Tabla 44 Otros Gastos de Administración	124
Tabla 45 Resumen de Gastos Administrativos	124
Tabla 46 Gatos de Venta	125
Tabla 47 Gastos de publicidad	125
Tabla 48 Otros Gastos de Venta.....	126
Tabla 49 Resumen de gastos de Venta.....	126
Tabla 50 Resumen de Costos y Gastos	127
Tabla 51 Capital de Trabajo	127
Tabla 52 Inversión del proyecto.....	128
Tabla 53 Inversión Total	129
Tabla 54 porcentaje de inflación	132
Tabla 55 Proyección de sacos a fabricarse durante un año	132
Tabla 56 Proyección de ingresos.....	133
Tabla 57 Costo y cantidad de materia prima utilizada por unidad.....	133
Tabla 58 Proyección de la materia prima.....	134
Tabla 59 Porcentaje de crecimientos del SBU de los últimos 5 años	135
Tabla 60 Remuneración de la mano de obra	135
Tabla 61 Beneficios sociales de los operarios.....	135
Tabla 62 Proyección de la mano de obra directa	136
Tabla 63 Materia prima indirecta	137
Tabla 64 Proyección de la mano de obra indirecta	137
Tabla 65 Útiles de oficina	138
Tabla 66 Proyección útiles de oficina	138
Tabla 67 Servicios Básicos	139
Tabla 68 Proyección de los servicios básicos	139
Tabla 69 Sueldo personal administrativo	139
Tabla 70 Beneficios del personal administrativo	140
Tabla 71 Proyección de la remuneración	140
Tabla 72 Gastos de constitución	141
Tabla 73 Depreciación de los equipos del área administrativa	141
Tabla 74 depreciación equipo de computo.....	142
Tabla 75 Resumen Gastos Administrativos	142
Tabla 76 Gastos de venta	143
Tabla 77 Proyección de gastos de venta	143
Tabla 78 Remuneración Vendedor.....	144
Tabla 79 Beneficios del vendedor.....	144
Tabla 80 Proyección de la remuneración del vendedor	144
Tabla 81 Gastos publicitarios.....	145
Tabla 82 Proyección de los gastos publicitarios	145
Tabla 83 Resumen de gastos de venta.....	146
Tabla 84 proyección total gastos de venta	146
Tabla 85 Gastos financieros	146
Tabla 86 Amortización.....	147

Tabla 87 Maquinaria y Equipo.....	148
Tabla 88 Depreciación maquinaria y equipo	149
Tabla 89 depreciación equipo de computo.....	149
Tabla 90 depreciación muebles y enseres	149
Tabla 91 Resumen de costos y gastos	150
Tabla 92 Estado de situación financiera.....	151
Tabla 93 Estado de resultados	152
Tabla 94 Estado de flujo de efectivo	153
Tabla 95 Determinación del costo de capital	154
Tabla 96 Valor Actual Neto	155
Tabla 97 Tasa Interna de Retorno	155
Tabla 98 Beneficio Costo.....	156
Tabla 99 Flujos de Efectivo	156
Tabla 100 Periodo de Recuperación	157
Tabla 101 Resumen de evaluación financiera.....	158
Tabla 102 Valoración de Impactos	176
Tabla 103 Matriz de Valoración de impacto Económico.....	177
Tabla 104 matriz de valoración de impacto empresarial	178
Tabla 105 Matriz de valoración de impacto ambiental.....	180
Tabla 106 Impacto General	181

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Términos Generales	43
Ilustración 2 Términos Específicos	58
Ilustración 3 Términos Técnicos	62
Ilustración 4 Compra de sacos	82
Ilustración 5 Tipo de material	83
Ilustración 6 Tipo de producto que adquiere.....	84
Ilustración 7 Características del producto	85
Ilustración 8 Frecuencia de compra	86
Ilustración 9 lugar de compra.....	87
Ilustración 10 precio del producto sustituto	88
Ilustración 11 Tallas de preferencia	89
Ilustración 12 Conocimiento de fibra de cabra	90
Ilustración 13 Conocimiento de la fibra para producir sacos.....	91
Ilustración 14 Disposición de compra de saco de cabra.....	92
Ilustración 15 precio del saco de fibra de cabra	93
Ilustración 16 Medio de comunicación de preferencia	94
Ilustración 17 Tipos de promoción	95
Ilustración 18 Macro localización	106
Ilustración 19 Micro localización.....	106
Ilustración 20 distribución de la planta	108
Ilustración 21 Proceso Productivo	110
Ilustración 22 Proceso de adquisición de materia prima.....	112
Ilustración 23 Logotipo	160
Ilustración 24 Organigrama Estructural	165
Ilustración 25 Organigrama Funcional.....	166
Ilustración 26 funciones del Gerente.....	168
Ilustración 27 Funciones del Tejedor	169
Ilustración 28 Funciones del planchador.....	170
Ilustración 29 Funciones del Cortador	171
Ilustración 30 Funciones del Vendedor.....	172
Ilustración 31 Funciones del Contador	173

NOMBRE DEL PROYECTO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE SACOS ELABORADOS CON FIBRA DE CABRA Y ALGODÓN EN LA PARROQUIA JORDAN DEL CANTON OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA.”

OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos elaborados con fibra de cabra y algodón en la parroquia Jordán del Cantón Otavalo provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional que ayude a conocer los aspectos generales del proyecto, y así la determinación de cuáles son los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto, mediante la utilización de herramientas y técnicas de investigación
- Estructurar el marco teórico en base a una indagación bibliográfica de conocimientos técnicos y científicos que sustenten los términos que van ser utilizados en el desarrollo del proyecto.
- Realizar un estudio de mercado a través de la investigación directa y documentada, que permita la identificación de las características básicas de la demanda, la oferta y demás variables que intervienen en la comercialización del producto objeto del proyecto.

- Elaborar un estudio técnico mediante la utilización de herramientas y proyecciones financieras que permitan la determinación de la macro, micro localización, tamaño, destino de la inversión y su financiamiento
- Realizar un estudio financiero mediante la elaboración de proyecciones y cálculos a través de indicadores que permitan determinación de su factibilidad económica.
- Elaborar una propuesta de estructuración para la microempresa, a través de un organigrama que garantice el buen funcionamiento de la microempresa.
- Realizar un estudio de los posibles impactos que se prevé, para que fortalezca los efectos positivos y minimice los negativos que pueden derivarse de la creación del proyecto.

CAPITULO I

DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1. Antecedentes

Otavalo es una ciudad con características muy peculiares, sus habitantes, indígenas y mestizos comparten y viven las mismas costumbres, la presencia de los kichwas tienen un profundo significado e importancia económico y cultura, lo cual ha contribuido al desarrollo económico y al progreso de la ciudad, además sus varias tradiciones como el arte, la música, la gastronomía y las artesanías constituyen símbolos únicos, que son muy conocidos y valorados por turistas nacionales y extranjeros, la actividad que más destaca es la producción y comercialización de artesanías el cual es el punto principal que dinamiza la economía.

En la ciudad de Otavalo existe una larga tradición de comerciantes a los que se les denomina mindalaes quienes son especializados en el comercio e intercambio, los pueblos dentro de esta ciudad poseen conocimientos en artesanías, ya que es su principal fuente de ingresos. También existe una gran cantidad de tejedores que cuentan con talleres artesanales, últimamente existen familias que tienen fabricas modernas lo que ha permitido que incrementen la productividad; además se ha utilizado fibras sintéticas, en lugar de fomentar la producción con materiales naturales como es la fibra de cabra, material principal para elaborar bienes nuevos con diseños únicos y no tradicionales que estaría destinada al mercado nacional e internacional.

El proceso cambiante en el sector del textil ha permitido que se fabriquen una gran variedad de productos, a su vez confeccionar sacos que sean elaborados con fibras de cabra y algodón ya que este material cuenta con gran variedad de características que le hacen único y que

permite destacar sobre las demás lanas convencionales, esta materia prima tiene una gran facilidad de acoplarse con otros materiales, es decir que, permite realizar combinaciones con otros de la misma procedencia natural, que confieren obtener un producto de calidad, además la dicha lana es caracterizada por ser la más fina y lujosa por su brillo natural y por poseer una suavidad única por lo que hace que la prenda sea liviana y única.

Las fábricas textiles de Otavalo están enfocadas únicamente en fabricar prendas comunes con materiales simples, uno de los motivos por los que los productores utilizan lanas convencionales es porque desean realizar una manufactura similar a los de los otros operarios, sin tener en cuenta la innovación y el requerimiento de los consumidores, dando como resultado la repetición, tanto en modelos y diseños, y que esto podría ocasionar una insatisfacción en los clientes.

1.2 Justificación

El área textil dentro del país realiza un aporte significativo e importante, ya que permite contribuir al proceso de formación y consolidación en el ámbito productivo y a la generación de empleo. La producción y comercialización son muy importantes y necesarios para crear nuevos productos, con la finalidad de que el bien llegue a cumplir con las necesidades y expectativas del consumidor como también que llegue al lugar previsto en su momento oportuno.

El proyecto de investigación es considerado de suma importancia y además es justificable, porque podrá contribuir al desarrollo económico de la parroquia el Jordán del cantón Otavalo, además apoyará al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, la creación de sacos

elaborados a base de fibras naturales tendrán gran aceptación dentro y fuera del país, por ser mercancías consideradas de gran calidad, suavidad, durabilidad y por tener un brillo natural, también por que los demandantes siempre buscan bienes innovados y de calidad, razón por la cual se ha escogido este proyecto como alternativa para su producción y comercialización, con el estudio de factibilidad se intenta introducir al mercado un producto de particularidad con nuevos diseños, nueva contextura, procedente de una fibra natural, además realizando combinaciones de materiales naturales se puede obtener una mercancía buena y a precios accesibles para satisfacer las expectativas de los clientes, ya que existen muchos operarios dedicados a la elaboración de bienes con materiales comunes, a diferencia del producto que se confeccionará, será nuevo y agradable para el consumidor por gozar de varias características como es el diseño, diferente material y nueva tecnología lo cual garantizará una manufactura de calidad que satisfaga los gustos y preferencias del cliente.

El lugar donde va ser establecido es un destino turístico de compras y confecciones textiles, durante todos los días del año dando como resultado un beneficio para el negocio, porque gracias a esta ventaja los turistas nacionales y extranjeros podrán conocer el producto, adquirir y apreciar el bien terminado.

1.3 Objetivos del Diagnostico

1.3.1 Objetivo general

- Realizar un diagnóstico situacional que ayude a conocer los aspectos generales del proyecto, y así la determinación de cuáles son los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto, mediante la utilización de herramientas y técnicas de investigación

1.3.2 Objetivo específico

- Determinar los aspectos geográficos del cantón Otavalo
- Establecer los aspectos demográficos del cantón Otavalo
- Analizar los factores políticos, económicos, sociales y ambientales del entorno en donde se va a realizar el proyecto
- Establecer aspectos culturales del cantón Otavalo
- Analizar los aspectos económicos del cantón Otavalo con el fin de conocer la capacidad adquisitiva de la población

Variables de diagnostico

Aspectos geográficos

Aspectos demográficos

Análisis PEST

Aspectos culturales

Aspectos económicos

1.4 Indicadores

Los indicadores son herramientas necesarias para la planeación y la gestión en general, que permiten medir de manera cuantitativa a las variables, a través de su estudio es posible comprender o explicar una realidad o un fenómeno

Para las variables de diagnóstico que se han mencionado se establece los siguientes indicadores

1.4.1 Aspectos geográficos

- ✓ Ubicación
- ✓ Límites
- ✓ Clima
- ✓ historia

1.4.2 Aspectos demográficos

- ✓ Población
- ✓ Grupo por edades
- ✓ Género
- ✓ Población en edad de trabajar

1.4.3 Análisis PEST

- ✓ Político
- ✓ Económico
- ✓ Social
- ✓ Tecnológico

1.4.4 Aspectos económicos

- ✓ PEA

- ✓ Turismo
- ✓ Actividades económicas
- ✓ Nivel de ingresos de la población
- ✓ Afluencia Turística

1.4.5 Aspectos culturales

- ✓ Tradiciones
- ✓ Costumbres
- ✓ Hábitos de consumo

1.5 Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1 Matriz de Relación Diagnóstica

OBJETIVOS DEL DIAGNOSTICO	VARIABLES	INDICADORES	TIPOS FUENTES DE INFORMACION	TÉCNICAS	FUENTE DE INVESTIGACION
Determinar los aspectos geográficos del cantón	Aspectos geográficos	Historia Ubicación límites clima	secundaria	Investigación bibliográfica	Municipio de Otavalo Sitio Web: Goraymy.com Libros ,Revistas internet
Establecer los aspectos demográficos del cantón	Aspectos demográficos	Población Genero grupo por edades Población en edad de trabajar	secundaria	Investigación bibliográfica	Municipio de Otavalo INEC Libros Revistas internet
Analizar los factores políticos, económicos, sociales y ambientales según al entorno en donde se va a realizar el proyecto	Análisis PEST	Político Económico Social Tecnológico	secundaria	Investigación bibliográfica	Municipio de Otavalo INEC Libros Revistas internet
Analizar los aspectos socioeconómicos del área de influencia del presente proyecto	Aspectos económicos	PEA Turismo Actividad económica Nivel de ingresos de la población Afluencia Turística	secundaria	Investigación bibliográfica	Municipio de Otavalo INEC ,Libros Revistas internet
Establecer aspectos culturales	Aspectos culturales	Tradiciones costumbres y hábitos de consumo	secundaria	Investigación bibliográfica	Municipio de Otavalo Sitio Web: Goraymy.com Libros Revistas internet

ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

1.6 Análisis de las variables diagnosticas

El análisis de las variables de relación diagnostica está enfocada en el estudio de ciertos elementos de la realidad social de la parroquia Jordán cantón Otavalo, para aprovechar la oportunidad de inversión que existe. A continuación se presenta las variables.

- a) Aspectos geográficos
- b) Aspectos demográficos
- c) Análisis PEST
- d) Aspectos económicos
- e) Aspectos culturales

1.6.1 Aspecto geográfico

1.6.1.2 Historia

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo, la palabra OTAVALO tiene varios significados.

El primer significado según el idioma Chaima Caribe Antillano Otavalo proviene de OTO-VA-LO que significa “lugar de los antepasados”, si es el Cara el generativo, del Pansaleo OTAGUALÓ, GUALÓ o TAGUALO lo cual se interpreta “casa” y con la fundamentación del idioma Chibcha OTE-GUA-LO que da como significado “en lo alto grande laguna” y por último en lenguaje indígena se traduce como “cobija de todos” y SARANCE como “pueblo que vive de pie”

1.6.1.3 Ubicación

Otavalo se encuentra ubicada a 110km. Al norte de Quito, capital del Ecuador, localizada en un amplio valle, su superficie es de 82,10 km. Cuadrados, a una altura de 2565 m.s.n.m. y

se puede observar a sus alrededores al volcán Imbabura, la montaña Fuya , la montaña de Rey Loma y la montaña de Cotama

1.6.1.4 Limite

Los límites según el GAD Municipal del cantón Otavalo son los siguientes:

AL NORTE: con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra

AL SUR: Con el cantón Quito (Pichincha)

AL ESTE: Con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha)

AL OESTE: Con los cantones Quito y Cotacachi

1.6.1.5 Clima

Otavalo es caracterizado por poseer un clima cálido y templado, y existen diferencias altitudinales desde los 1100 m.s.n.m., en la zona de selva alegre y en el cerro Imbabura hasta los 4700 m.s.n.m, la temperatura promedio es 14 grados centígrados, la cual es un lugar idóneo para la residencia, y que es reconocido a nivel mundial por su música, y artesanías que es la principal actividad económica de la ciudad.

1.7 Aspectos demográficos

1.7.1 Población

La población de la ciudad de Otavalo es de 104874 habitantes, esto representa el 26% del total de la provincia, la población urbana representa un 37,5% y en lo rural un 62.5% según el censo realizado por parte del INEC en el año 2010 (INEC 2010)

1.7.2 Genero

En el cantón Otavalo el porcentaje de los hombres es de 48.1% que representa 50444 y el de las mujeres es el 51,9% que corresponde a 54429.9, cabe destacar que a población femenina es la más alta.

1.7.3 Grupo por edades

Según datos del INEC realizados en el último censo del año 2010 determina que la mayoría de habitantes están en un rango de edad entre los 10 a 34 años que a la vez son potencialmente activos y que existe predominio en el sexo femenino.

1.7.4 Población en edad de trabajar

Según el (INEC 2010) la población en edad de trabajar son todas las personas desde los 10 años y más que se encuentren en capacidad de trabajar, y que en el cantón son 81292, y que si se compara con la población total el PET corresponde al 77,51%

1.8 Análisis PEST

1.8.1 Político

Desde hace años atrás el sector industrial, ha aportado de manera significativa a crear empleo, lo cual ha permitido mejorar la calidad de vida de sus colaboradores; en la actualidad los organismos estatales promueven la productividad para fomentar el desarrollo a través de

microempresas, que permite obtener un desarrollo económico que contribuye a la economía y reduce el desempleo.

1.8.2 Económico

La actividad textil en la ciudad de Otavalo manejaba ingresos módicos debido a que sus productos son muy cotizados a nivel local, e internacional; y debido a la oferta de productos confeccionados con fibras únicas y nuevas encarecen el valor; en la actualidad se puede observar que la tendencia a la moda ha permitido un cambio en los productos más costosos, como los sacos que son confeccionados con fibras naturales o importadas, generan un desarrollo económico para el cantón

1.8.3 Social

El pueblo Otavaleño se enfoca en base a la tendencia de moda del consumidor, y existe una gran aceptación de fibras nuevas, productos innovados, ya que la ciudad de Otavalo es una ciudad que prefiere lo natural, artesanal, e innovador en base a esto existe una gran aceptación de sacos elaborados de fibras naturales

1.8.4 Tecnológico

La industria textil es un campo conocido y mejorado a través del uso de máquinas actuales que caminan con la moda o las tendencias; en la actualidad las exigencias del mercado, ha demandado técnicas nuevas acordes a los avances tecnológicos y científicos del mundo, adoptando modalidades novedosas como la utilización de nueva maquinaria, nuevos

materiales , diseños y mejores acabados, en vista a esto se debe implementar una tecnología actual, maquinas que pueden desempeñar nuevos diseños que cumplan con las exigencias de los demandantes

1.9 Aspectos económicos

1.9.1 PEA

Según el censo realizado por parte del INEC en el año 2010 del total de habitantes del cantón, la Población Económicamente Activa (PEA) representa el 52,3% y que al realizar un análisis en el PEA cantonal se evidencia un crecimiento del 1,68%; La población económicamente activa la integran las personas que cuentan con una edad de diez años y que han laborado al menos una hora en la semana, según el boletín del INEC publicado en el año 2010 (INEC 2010).

1.9.2 Turismo

Otavalo poseen varios lugares turísticos que hacen única a esta ciudad, uno de los principales centros de atracción por parte de propios y ajenos es la plaza de los poncho en el cual se puede observar varias artesanías que son muy llamativas para los visitantes, además esta feria es la que más personas atrae, siendo una oportunidad para que el proyecto se enfoque a ofrecer los productos dentro de esta plaza, otro de los destinos que enaltecen son las lagunas de San Pablo, de Mojanda y el parque el Cóndor entre otros lugares que hacen que exista más visita dentro del cantón

1.9.3 Actividad económica

La ciudad de Otavalo más conocida como San Luis de Otavalo, se llama la capital intercultural del Ecuador, por su gran riqueza histórica y Cultural cuya principal actividad económica de sus

habitantes es la textil y comercial, que dan origen al mercado artesanal más reconocido en Sudamérica llamado La Plaza de Ponchos, donde se realizan transacciones de productos que los propios habitantes fabricaron de manera artesanal.

1.9.4 Nivel de ingresos de la población

Según datos del INEC a nivel Nacional el total del ingreso promedio mensual en el área urbana se encuentra en 1046,3\$ mientras que en el sector rural es de 567,1\$, y los hogares que tiene capacidad de ahorro están representados por el 58,8% mientras que el 41.1% tienen más gastos que ingresos, como también el 79,3% son el total de ingresos monetarios que corresponde a 2779 millones de dólares y los ingresos no monetarios con un 20.7% que equivale a 723 millones

1.9.5 Afluencia turística

Según datos publicado en la página Otavalo Travel, la ciudad de Otavalo ocupa el sexto lugar como uno de los centros turísticos más visitados del Ecuador, el cual menciona que el 7,87% de personas ingresaron por vía aérea, y a su vez el 9.37% que releja aquellas personas que llegaron por vía terrestre.

1.10.1 Tradiciones y Costumbres

Otavalo es una de las ciudades donde se guardan aún muchas raíces culturales, como homenaje a antepasados, fiestas del sol y a la madre tierra, y que se encuentran vinculadas con sus orígenes, pueblos y el entorno, como también se puede observar aspectos únicos dentro de esta ciudad como son la vestimenta, gastronomía, y ceremonias religiosas, además las leyendas

que existen y que están relacionadas con el sol (inty), la luna y sus lagos que son relatadas por parte de los antepasados para esta generación

1.10.2 Hábitos de consumo

La población Otavaleña opta más por un producto artesanal y nuevo ya que dentro de la misma ciudad se producen ciertos bienes que son excelentes que tienen gran aceptación por parte de propios y ajenos.

1.10 Elaboración de la matriz AOR

Tabla 2 Matriz AOR

ALIADOS	OPONENTES
<p>A1.Apoyo por parte del MIPRO y del gobierno local a las microempresas como también se puede contar con el centro de fomento productivo</p> <p>A2. El cantón es un sitio estratégico, reconocido por el cual será la ubicación idónea para desarrollar el proyecto</p> <p>A3.Fácil movilidad por que las vías de acceso son de primera</p> <p>A4.Apoyo por parte del MAGAP para promover el crecimiento de las cabras para la obtención de fibras de calidad</p> <p>A5.Cambio de la matriz productiva</p>	<p>O1.Importación de productos provenientes de Perú y Bolivia</p> <p>O2.Productos sustitutos elaborados con fibras comunes que se ofrecen a menos precios</p> <p>O3.Reducción de precios por parte de competidores posicionados.</p> <p>O4.Capacidad instalada de la competencia</p> <p>O5.Competidores con alta tecnología en maquinaria</p>
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<p>O1.El producto elaborado con fibras naturales, e innovados pueden tener gran aceptación</p> <p>O2.Avance tecnológico en maquinaria del proceso productivo</p> <p>O3.Fácil promoción del producto porque existen ferias dentro y fuera de la provincia</p> <p>O4.Disposición de Materia prima e insumos a nivel local</p>	<p>R1.Precios de los productos sustitutos muy bajos</p> <p>R2.Falta del personal calificado para el proceso productivo, porque es necesario conocer a cerca del manejo de la maquinaria actual, para no generar daños a las mismas</p> <p>R3.Que los clientes no aprecien la fibra natural</p> <p>R4.Que los consumidores ya tengan un sitio de compra preferencial</p> <p>R5.Que el estado realice cambios en las políticas económicas</p>

ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

1.12 Cruce estratégico de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

1.12.1 Aliados – Oportunidades

➤ A2 vs O1

El cantón Otavalo es un lugar turístico y reconocido a nivel nacional e internacional, donde se puede encontrar un sitio denominado la Plaza de los Ponchos, el cual se debe aprovechar como estrategia para ofrecer productos nuevos de muy buena calidad que sean procedentes de fibras naturales y que garanticen la satisfacción de los clientes.

➤ A1- O3

Gracias a que existe apoyo por parte del gobierno local, además de otras instituciones existe fácil promoción de productos dentro y fuera del cantón, ya que se realizan ferias todos los días de la semana lo cual garantizará que exista gran aceptación de los bienes por parte de los consumidores.

➤ A3 – O4

Se debe aprovechar y tomar como ventaja la disponibilidad de materia prima dentro de la ciudad, como también porque existen vías de acceso de primera calidad los cual ayudan a una distribución de productos dentro y fuera del cantón y además permiten tener más visitantes dentro del sector.

1.12.2 Aliados – Oponentes

➤ A1 – O 1

Gracias al apoyo que existe por parte de instituciones y del gobierno local, lo cual busca de manera primordial la preferencia de productos que se fabrican dentro de la ciudad, es conveniente ofertar gran variedad de productos nuevos, de calidad y a precios cómodos

además, imponer una marca local para que exista gran acogida por los clientes y no prefieran adquirir bienes fuera de la ciudad o del país

➤ A2- O 3

Debido a que existen productores que ofertan bienes similares resulta conveniente enfocarse en una producción única y nueva con un material diferente y a su vez que cuente con un valor agregado y con estas características pueda competir y aprovechar el atractivo turístico de la ciudad en el cual existe preferencia de productos artesanales y que sean de procedencia natural que es lo que buscan los clientes locales e internacionales.

1.12.3 Aliados – Riesgos

➤ A1- R3

Gracias al apoyo que existe por parte del gobierno local en este caso el GAD Municipal de Otavalo, que promueve el consumo de productos fabricados por artesanos de la localidad, y que sean elaborados con materiales naturales, esto provocará que dentro de la ciudad exista gran interés para propios y ajenos para el consumo de productos nuevos con una marca local y especialmente que estén elaborados con fibras de procedencia animal.

➤ A2-R4

Debido a que la que la ciudad de Otavalo es un lugar estratégico especialmente para el comercio, esto garantiza que los clientes busquen nuevas alternativas, diferentes productos, de calidad y a precios cómodos, lo cual podrá ser aprovechado por el proyecto para la comercialización de sus productos.

1.12.4 Oportunidades – Oponentes

➤ O1-O1

Un producto que sea fabricado dentro de la ciudad tiene más aceptación que los bienes importados, ya que son mercancías confeccionadas por artesanos de la región, creadas y diseñadas de manera artesanal y que tenga gran aceptación por parte de los clientes.

➤ O2-O2

La existencia de un avance tecnológico dentro del proceso productivo resulta beneficiosa, ya que permite crear o mejorar los diseños de los productos y optar por varias combinaciones de materiales para obtener una mercancía de calidad e innovada, que permitan competir con los bienes sustitutos que se consigue a menor precio en el mercado.

1.12.5 Oportunidades – Riesgos

➤ O1-R1

Debido a que existe un avance tecnológico se puede competir con los algunos bienes sustitutos que cuentan con precios muy bajos, esto se basa en que gracias a la maquinaria avanzada se puede reducir hasta el mínimo el costo de producción, lo que garantiza que el producto será de calidad y a su vez a un precio accesible para los clientes

➤ O3-R4

Debido a que existen ferias dentro y fuera de la provincia resulta beneficioso dar a conocer el producto nuevo y de gran calidad de manera que el cliente opte por dicho bien y que además tenga otro punto de compra donde se pueda generar la fidelización con el consumidor.

1.13 Identificación de la oportunidad de inversión

Una vez realizada el diagnóstico situacional se puede observar que la ciudad de Otavalo es considerado como un territorio multiétnico donde la actividad principal es el comercio, y en lo primordial lo artesanal, lo novedoso, en vista a esto es considerado como un oportunidad de inversión realizar el proyecto dedicado a la producción y comercialización se sacos a base de fibra de cabra y algodón, mediante prácticas tecnificadas en donde incluye una gran variedad de combinaciones el cual permitirá obtener un producto nuevo, y que permitirá competir en el mercado gracias a la elaboración de varios diseños y diferentes modelos.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Introducción

En el presente capítulo se desarrollan términos de referencia, cuya finalidad es brindar un soporte conceptual que permite una fácil comprensión acerca de los temas de relación al proyecto.

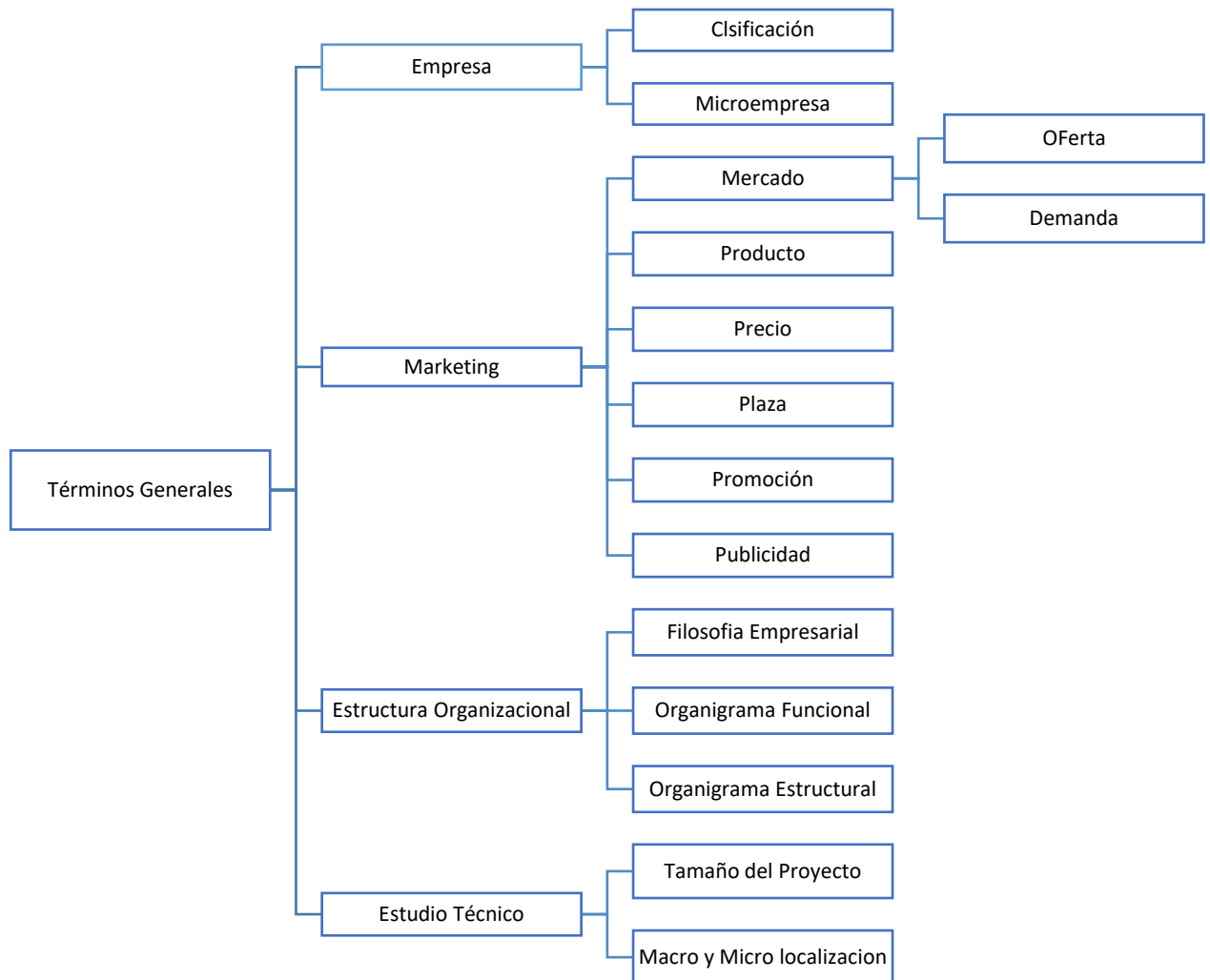
2.2 Objetivo del marco teórico

Estructurar el marco teórico en base a una indagación bibliográfica de conocimientos técnicos y científicos que sustenten los términos que van ser utilizados en el desarrollo del proyecto.

2.3 Términos generales

Son aquellos términos comunes que se desarrollan en los proyectos de investigación.

Ilustración 1 Términos Generales



ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

2.3.1 Empresa

“La empresa se define como un ente económico con responsabilidad social, creada por uno o varios propietarios para realizar actividades comerciales o producción de bienes o para

prestar servicios, y requiere la ayuda de los recursos humanos, humanos, financieros y tecnológicos” (Pedro Zapata Sanchez, 2017, pág. 24).

“Una empresa es una entidad económica de producción. En ella se da la combinación de una serie de factores (materiales, maquinaria, personal, etc.), que son necesarios para obtener unos productos que luego se venden en el mercado” (Rey, 2017, pág. 3).

Bulmaro menciona que la empresa consiste en la acción de emprender, mientras que Zapata complementa mencionando que es una entidad económica creada por una o varias personas para realizar actividades; es decir, la empresa es una institución conformada por una o varias personas, cuya actividad principal es la prestación de bienes o servicios, en el cual son necesario la colaboración del personal, la economía y recursos tecnológicos, esta información ayudará a definir el tipo de empresa, objeto del proyecto. Una encuesta realizada por el INEC menciona que existen 13733 empresas, y que el 13,87% representa al sector manufacturero dentro del Ecuador.

2.3.1.1 Clasificación

Para fines aplicativos se presenta la clasificación básica de las empresas desde cuatro puntos de vista, como se describe a continuación. (Pedro Zapata Sanchez, 2017, págs. 26,28).

- *Según la actividad económica que realizan, pueden optar por una o varias de las siguientes actividades (Comerciales, de Servicio, Industriales, Mineras, Agropecuarias y Financieras).*
- *De acuerdo con el origen de su capital (Púbricas, Privadas y Mixtas)*

- *De acuerdo a la constitución de su capital (Unipersonales, Sociedades mercantiles, Sociedad de personas y Sociedades de capital)*
- *De acuerdo a su tamaño se clasifican en (Grandes, Medianas, Pequeñas y Micro)*
(Pedro Zapata Sanchez, 2017, págs. 26,28).

Dentro de la clasificación de las empresas se puede observar a una de ellas que es la de según su actividad económica en el cual están inmersos las comerciales, industriales y de servicios, y a que a su vez permite conocer a cual actividad está relacionada el proyecto de investigación, además la ley de Compañías del Ecuador es aquella que se encarga formar la unidad de negocio al que pertenece.

2.3.1.2 Microempresa

“Microempresa inicia con tres a 10 trabajadores o la empresa funciona con el mismo número de trabajadores, se deduce de inmediato que el área de influencia del proyecto es muy pequeña”(Baca, 2016, pág. 16).

Baca menciona que la microempresa es aquella que inicia con tres a 10 trabajadores, es decir, es aquella institución que se encuentra constituida entre 1 a 9 empleados, que poseen la iniciativa de formar un negocio con el fin de obtener una rentabilidad, y que sus ingresos por ventas anuales sea menores a cien mil dólares, dicha información ayudara al proyecto a tener en cuenta la cantidad de personas con las que se podría iniciar una microempresa. Según datos obtenidos por el INEC la densidad de las microempresas está representada por un 86.69%.

2.3.2 Marketing

“Para Serrano (1994), Santesmases (1996), y Martin Davila (1998), el marketing constituye una disciplina en desarrollo en busca de construcción y consolidación” (Giese, 2017, pág. 3).

El marketing son aquellas técnicas y estudios que fortalecen a una correcta comercialización de los productos, además permite tener un enfoque a cerca de la actuación de los mercados y de las necesidades de los clientes, y permitirá al proyecto conocer como incursionar en el mercado, y conocer acerca de los gustos y preferencias de los consumidores. Según la publicación por parte de la revista Eckos menciona que las empresas deberían invertir en un marketing digital por que la mayoría de los consumidores se encuentran conectados al internet, redes sociales, y se debe aprovechar esta oportunidad para dar acceso a su mercado meta de manera beneficiosa.

2.3.3.1 Mercado

“El mercado es el conglomerado de consumidores, reales y potenciales con necesidades similares y están expuestos a productos y servicios que las empresas ofrecen para satisfacer sus necesidades” (Giese, 2017, pág. 16).

“Un mercado para Philip Kotler, autor del libro dirección de mercadotecnia está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que estarían dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo” (Schnarch, 2013).

Giese y Schnarch coinciden al definir en qué consiste el mercado, es decir, es el lugar donde se encuentran un conjunto de personas que quieren y tienen la posibilidad de adquirir un bien o servicio, y que permitirá establecer cuál será el mercado meta al que queremos llegar para ofrecer el producto.

2.3.3.1.1 Demanda

“Cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica o a un precio determinado”(Baca, 2016, pág. 30).

“Demanda es la cantidad de un bien o servicio que los hogares desearían comprar se denomina demanda por ese bien o servicio” (Rojas, 2015, pág. 28).

Baca y Rojas coinciden en que la demanda es la cantidad de Bienes y servicios que son requeridos por el mercado, para la satisfacción de sus necesidades, es decir, la demanda es la cantidad de productos y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a cambio dinero, además esta información permitirá tener con más claridad en que consiste la demanda, y a su vez conocer las exigencias que tienen los mismos. Según la encuesta realizada por el INEC 2010 menciona que el 8,7% representa a gastos que han realizado la población Ecuatoriana el cual es por consumo de prendas de vestir.

2.3.3.1.2 Oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca, 2016, pág. 56).

“La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores u oferentes están dispuestos a ofrecer dentro de un mercado concreto y aun determinado precio, durante un periodo de tiempo establecido” (Morueco, 2014, pág. 54).

Baca y Morueco coinciden al momento de definir lo que es la oferta, es decir, es la cantidad de bienes y servicios puestos a disposición de los consumidores a cambio de dinero por sus productos, como también ayudará al proyecto a conocer cuál será el bien que será puesta a disposición de los clientes. Según la publicación por parte del INEC los productores en el área textil participan con el 1 % y 2% del crecimiento del PIB.

2.3.3.2 Producto

“Producto es todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que además puede satisfacerse un deseo o necesidad” (Kirberg, 2016, pág. 114).

“El producto se define como todo aquello que un profesional o empresario pone a disposición de otras personas, llamadas clientes, que satisface sus necesidades” (Vargas, 2013, pág. 14).

Kirberg y Vargas coinciden en a la hora de definir lo que es un producto, en mi opinión es todo lo que es fabricado por personas y que está puesto a disposición para satisfacer las necesidades de quienes lo consumen, como también permite tener un enfoque más claro acerca del bien que va a ser desarrollado por la microempresa. Según la revista Líderes el producto

que más se comercializa es la ropa interior que es diseñada y confeccionada por la corporación Impactex, el cual posee una cadena de almacenes en la ciudad de México, cuya marca es Mao.

2.3.3.3 Precio

“Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (Baca, 2016, pág. 63).

“Precio es lo que el comprador entrega a cambio de obtener un producto, suele ser más flexible de las cuatro P; es el elemento que cambia con más rapidez” (Charles W. Lamb, 2014, pág. 28).

Baca menciona que el precio es la cantidad monetaria a lo que se pretende vender un bien y Charles complementa que el precio es el más flexible dentro de las cuatro P. de marketing en mi opinión es aquel valor fijo que se le asigna a un bien o servicio a la hora de realizar un intercambio, y además permite tener en cuenta acerca de cómo va ser la asignación del precio de venta la público. Según la publicación por parte del INEC menciona que el índice de fijación de precios se encuentra en un promedio de variación mensual de 0,52% dentro del periodo 2009-2018 en lo que respecta a las prendas de vestir, textiles y productos de cuero.

2.3.3.4 Plaza

“Plaza es el medio a través de los cuales se hace llegar el producto al consumidor: logística, canales de distribución y posicionamiento” (Munch, 2014, pág. 233).

“La plaza se refiere básicamente a la colocación del producto en el punto de venta mediante los canales de distribución” (Munch, 2014, pág. 234).

Plaza es aquel sitio que es asignado por la empresa para realizar la distribución, y dar a conocer el producto para los posibles consumidores, y que permite tener en cuenta acerca de qué características debe de tener el lugar donde se va a realizar la distribución y comercialización de los productos que van se elaborados. Según menciona el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Otavalo, menciona que la ciudad se encuentra en un sitio estratégico en el cual posee varios factores que hacen que sea un lugar idóneo para la comercialización, como por ejemplo cuenta con vías de acceso, disponibilidad de recursos que intervienen en el proceso productivo.

2.3.3.5 Promoción

La promoción abarca la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas, y las ventas personales (Charles W. Lamb, 2014, pág. 28).

“La promoción de ventas incluye un aserie de técnicas que se utilizan para estimular las preferencias de los consumidores, con el propósito de inducir la ventas; por ejemplo, entrega de muestras, degustaciones y regalo, entre otros” (Munch, 2014, pág. 234).

Munch define a la promoción como una técnica para poder llegar a fidelizar al cliente mediante los gustos de los consumidores, mientras que Charles complementa mencionando que consiste también se encuentran en relación con la publicidad y la consecución de una relación con el cliente en función al bien o servicio, y a su vez la promoción es una estrategia

que se utiliza para atraer a los consumidores, de esta manera generar una preferencia de compra, además consiste en dar un valor agregado al bien o servicio, que también permite al proyecto diseñar estrategias de cómo llegar al cliente y conseguir la fidelización del consumidor, además según la una publicación realizada por la revista Eckos, sobre operaciones promocionales, menciona que es necesario capacitar, o dar a conocer al cliente sobre lo que se pretende hacer, acerca de sus gustos y preferencias, para que exista acogida del productos a disponer en el mercado

2.3.3.6 Publicidad

“La publicidad es la comunicación que la empresa realiza a través de los medio masivos de comunicación con el mercado de sus productos, servicios e ideas” (Giese, 2017, pág. 161).

“La publicidad es toda forma de comunicación pública e impersonal cuyo propósito es influir en las percepciones y en el comportamiento del consumidor para inducir en la decisión de compra” (Munch, 2014, pág. 235).

Publicidad es una herramienta de comunicación para dar a conocer las características y beneficios que posee un bien o servicio que inducen a la compra, y a quea su vez garantiza que los productos que se van a desarrollar puedan llegar a todos los posibles consumidores a través de una correcta utilización de los medios de comunicación. Según la publicación por parte de la revista Lideres 11 empresas pequeñas y medianas de la rama textil ofrecen sus productos mediante una plataforma denominada Textimal, el cual sirve como una estrategia de colaboración para crecer y poder competir con nuevos productos en el mercado.

2.3.4 Estudio Organizacional

“Estructura organizacional es el sistema formal de actividades y relaciones jerárquicas, a su vez es el núcleo que coordina, controla y motiva a los empleados a cooperar para alcanzar las metas de la empresa” (Griffin, 2017, pág. 504).

La estructura organizacional es aquella que permite determinar la capacidad ejecutora de una institución, con la finalidad de conocer y estudiar la solides de la entidad, como también sus debilidades y poder concretar la estructura de una empresa.

2.3.4.1 Filosofía empresarial

“Filosofía empresarial es el conjunto de valores, prácticas y creencias que son la razón de ser de la organización y representan su compromiso ante la sociedad. La filosofía organizacional es imprescindible para darle sentido y finalidad a todas las acciones de la empresa” (Munch, 2014, pág. 37).

La filosofía empresarial es aquella que es considerada como la más importante, porque es aquella que da a conocer como una empresa sólida y también muestra lo que se pretende alcanzar y a su vez crear una correcta y firme relación con los recursos humanos. Según una publicación realizada por la revista Eckos que trata acerca de la filosofía empresarial comenta sobre que toda empresa debe de poseer y tener muy claro sus objetivos y propósitos y que estos deben ser cumplidos por todos y todas que conforman una organización, y como también dentro del proyecto es necesario es tomar una correcta alineación con la meta a cumplir con todos los miembros con el fin de hacer una macroempresa fuerte y rentable.

2.3.4.1.1 Visión

“Visión es la declaración fundamental de valores, logro de aspiraciones comunes, nivel de compromiso y espíritu de equipo” (Enrique Benjamin, 2014, pág. 12).

“La visión fija el rumbo de la institución, plantea retos, sirve como punto de consenso, estimula la creatividad y coordina sus esfuerzos” (Munch, 2014, pág. 40).

Enrique y Munch coinciden a la hora de definir e que consiste la Visión, es decir, es aquel punto de triunfo al que se pretende llegar en un periodo de tiempo, es importante dentro del proyecto tener muy claro hasta donde se pretende llegar, cual va ser el posicionamiento de la empresa mediante a sus objetivos.

2.3.4.1.2 Misión

Misión es el enunciado que se constituye en guía de actuación que enlaza lo deseado con lo posible (Enrique Benjamin, 2014, pág. 12).

“La misión es la definición amplia del propósito de la empresa y la descripción del negocio o giro al que se dedica” (Munch, 2014, pág. 39).

Enrique y Munch coinciden a la hora de definir lo que es la Misión, es decir es aquella meta que como institución se propone alcanzar, a través de un trabajo eficiente y eficaz, y que permite al proyecto plantearse una meta clara a seguir, para poder alcanzar los objetivos que se ha planteado

2.3.4.2 Organigrama Funcional

“Organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de unas de sus áreas, en las que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría” (Enrique Benjamin, 2014, pág. 100).

“Estructura funcional agrupa en departamentos a las personas con las mismas habilidades, o que utilizan herramientas o procesos de trabajo similares” (Griffin, 2017, pág. 506).

Enrique define al organigrama funcional como un gráfico de cómo se encuentra diseñado, en donde se puede encontrar acerca de las funciones que tiene cada trabajador dentro de una empresa, mientras que Griffin complementa mencionando que es aquel que agrupa a los trabajadores con destrezas similares, es decir aquel organigrama funcional permite establecer especificaciones para cada trabajar, conocer los niveles de comunicación que existe dentro de la empresa.

2.3.4.3 Organigrama estructural

“Organigrama integral son representaciones graficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia, es conveniente anotar que los organigramas generales e integrales son equivalentes” (Enrique Benjamin, 2014, pág. 102).

El organigrama estructural es como se encuentra diseñado de manera gráfica la empresa en donde se puede visualizar los diferentes cargos que existe dentro de la institución, es importante diseñar un organigrama dentro de la microempresa por que ayuda a conocer de cómo se encuentra estructurado y de tener una correcta división por departamentos con el fin de que la institución sea más eficiente, según la Corporación Financiera Nacional en su plan de negocio da a conocer sobre la estructura de una organización permite tener un mejor control de los de los trabajadores y que permite brindar un conocimiento sobre todas aquellas actividades que se les ha asignado a cada empleado,

2.3.5 Estudio Técnico

“El estudio técnico debe indicar de forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original, hasta llegar al diseño propuesto como solución del proyecto definitivo” (Rojas, 2015, pág. 36).

“El estudio técnico pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto” (Meza, 2015, pág. 23).

Rojas define al estudio técnico como aquellas etapas que ayudan a llegar a una solución del proyecto que se desea realizar mientras que Meza menciona como aquella posibilidad que existe para la elaboración de un producto, es decir es aquella que expresa la posibilidad técnica que mejor se acople a los razones de optimización, dentro de este estudio se determina la localización, y el tamaño del proyecto. Además según una publicación realizada por la revista Líderes sobre un artículo en relación a la capacidad instalada menciona que una microempresa se encuentra frente inconvenientes como la disminución de la demanda en el mercado para,

como también el conflicto para exportar productos esto ocasiona que no se pueda aprovechar al máximo la capacidad instalada con la que cuenta una organización.

2.3.5.1 Macro localización

“La macro localización consiste en la ubicación de la empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región” (Rojas, 2015, pág. 39).

“La macro localización tiene 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” (Meza, 2015, pág. 24).

La macro localización es aquella que permitirá tener un enfoque estratégico acerca de la ubicación donde se va desarrollar el proyecto, considerando la región, país y la ciudad además como también tomar en consideración acerca de los factores territoriales y climáticos que garanticen el correcto progreso de la microempresa, además la revista Lideres en una publicación realizada sobre las PYMES da a conocer que en Imbabura y Pichincha existe más concentración de productores textiles.

2.3.5.2 Micro localización

“La micro localización es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido” (Rojas, 2015, pág. 40).

“La micro localización abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa” (Meza, 2015).

Rojas define a la micro localización como aquel sitio donde va encontrarse la organización, mientras que Meza complementa mencionando que también se incluyen un estudio de los costos, es decir, es aquel lugar exacto donde va estar ubicado la entidad, y proceder a sus actividades económicas, es importante dentro del proyecto conocer el sitio exacto en donde exista una movilidad correcta que se encuentre cerca de proveedores y sobre todo que exista personas, o clientes para el consumo de los bienes.

2.3.5.3 Tamaño del proyecto

“Cortes, 1996, Pag.172) Menciona que el Tamaño del proyecto se refiere a la escala o nivel de producción que puede alcanzar, es decir, la capacidad de producción a la que se ha decidido operarlo durante un periodo de tiempo” (Rojas, 2015, pág. 40).

“Tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo” (Meza, 2015, pág. 25).

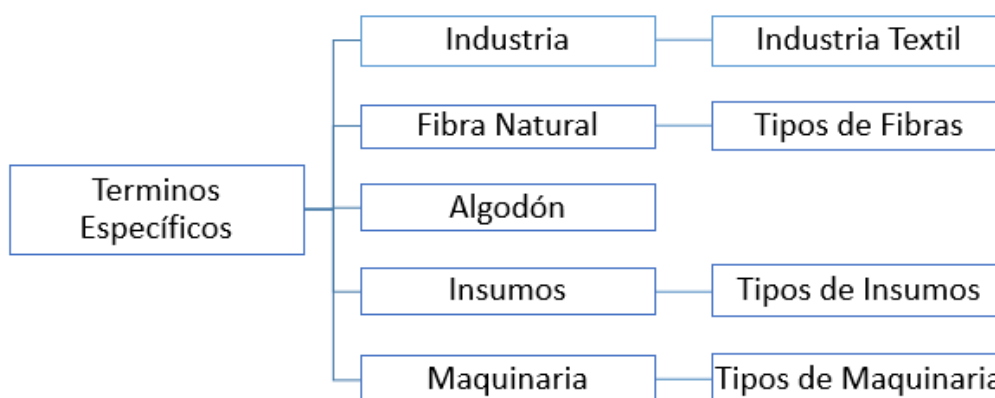
Meza y Rojas coinciden al definir en qué consiste el tamaño del proyecto, es decir, es aquella capacidad instalada con la que se cuenta para poder elaborar los productos, es importan tener en consideración varios factores como la maquinaria, la tecnología que ayudará a llegar al punto de producción que se pretende alcanzar, como también dentro de la microempresa es

necesario conocer la capacidad instalada, con el fin de saber hasta cuanto se puede producir y hasta que cantidad de mercancía puedo ofrecer.

2.4 Términos Específicos

Los términos específicos son aquellos que ayudan a tener mayor comprensión acerca de los temas que son tratados dentro del proyecto de investigación.

Ilustración 2 Términos Específicos



ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

2.4.1 Industria

“La industria tiene como finalidad obtener el máximo provecho de todos los recursos que participen en la producción de un bien o servicio” (Rojas C. , 2014, pág. 3).

Industria es la actividad económica fundamental de sector secundario, que se encarga de transformar los productos naturales (materias primas) en otros productos elaborados y semi elaborados. Según una publicación realizada por la revista Eckos menciona que la industria poseía un PIB alrededor de 13.484 millones de dólares durante el año 2015 y que se observara

un crecimiento en participación del 11,79% al 12,01% y que además dentro de los últimos 10 años se ha registrado un crecimiento del PIB de 47,46%.

2.4.1.1 Industria Textil

Industria textil fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda (Asociación de Industrias del Ecuador (AITE)).

La industria textil es aquella donde están inmersas actividades productivas, y a la transformación de fibras en un producto terminado. Además según la revista Lideres menciona que incrementa la competencia en el área textil, porque al Ecuador ingresa una de las tiendas de moda más grandes del mundo low cost estadounidense, para ubicarse en la ciudad de Guayaquil, el cual pretende competir con la industria textil nacional, ya que las tiendas ofrecen productos de marcas reconocidas como: Stradivarius y Pull&Bear.

2.4.2 Fibra natural

“Fibras naturales son las que se encuentran en la naturaleza y son extraídas mediante procesos físicos o mecánicos” (Lockuán, 2013, pág. 33).

Las fibras naturales son consideradas como partes de pelo animal y vegetal, que son de procedencia de la naturaleza, dichas fibras se le da un proceso de transformación para conseguir un material denominado hilo o lana.

2.4.3 Tipos de fibras naturales

“Fibra animal a este grupo le pertenecen la lana los pelos de alpaca, vicuña, guanaco, camello bactriano, mohair, conejo, y el cashmere y también está la seda” (Lockuán, 2013, pág. 33).

La fibra animal es muy importante dentro de la actividad textil ya que se pueden encontrar varias fibras que hacen única a un producto que sea elaborado con este material.

2.4.5 algodón

“Es un arbusto pequeño, de flores amarillas y cuyo fruto capsular, dividido en un número de valvas que oscila entre tres y cinco, contiene una serie de semillas rodeadas por prolongaciones filiformes blancas y risadas, que constituyen las fibras de algodón. El algodón es la planta textil más importante del mundo y su cultivo es de los más antiguos.” (PECALTEX).

“Algodón es sin duda la fibra más estudiada y sobre la que más se ha escrito, en su inicio fue desconocida por los europeos” (Lockuán, 2013, pág. 33).

El algodón es una de las fibras más conocidas en el área textil, además que es considerada muy fina y que es la más usada por productores textiles, como también es aquella que ha venido desde el inicio de la industrialización. Ya que poseen un cuantía comercial muy importante para el sector productivo. Además según la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador (AITE) menciona que el algodón es la fibra más utilizada en la industria textil.

2.4.6 Insumos

“Insumo es un elemento que genera un cambio económico en el proceso de fabricación de un producto o en la presentación de un servicio. Por sus propias características, los insumos suelen perder sus propiedades para transformarse y convertirse en un producto final” (Rojas C. , 2014, pág. 1).

En el proceso productivo de los sacos elaborados a base de fibra de cabra y algodón, se encuentran inmersos varios insumos que forman parte del bien terminado, tales como botones, cierres, etiquetas, hilos y decoraciones artísticas, cabe mencionar que existe variación de los insumos según la mercancía a producir.

2.4.7 Maquinaria

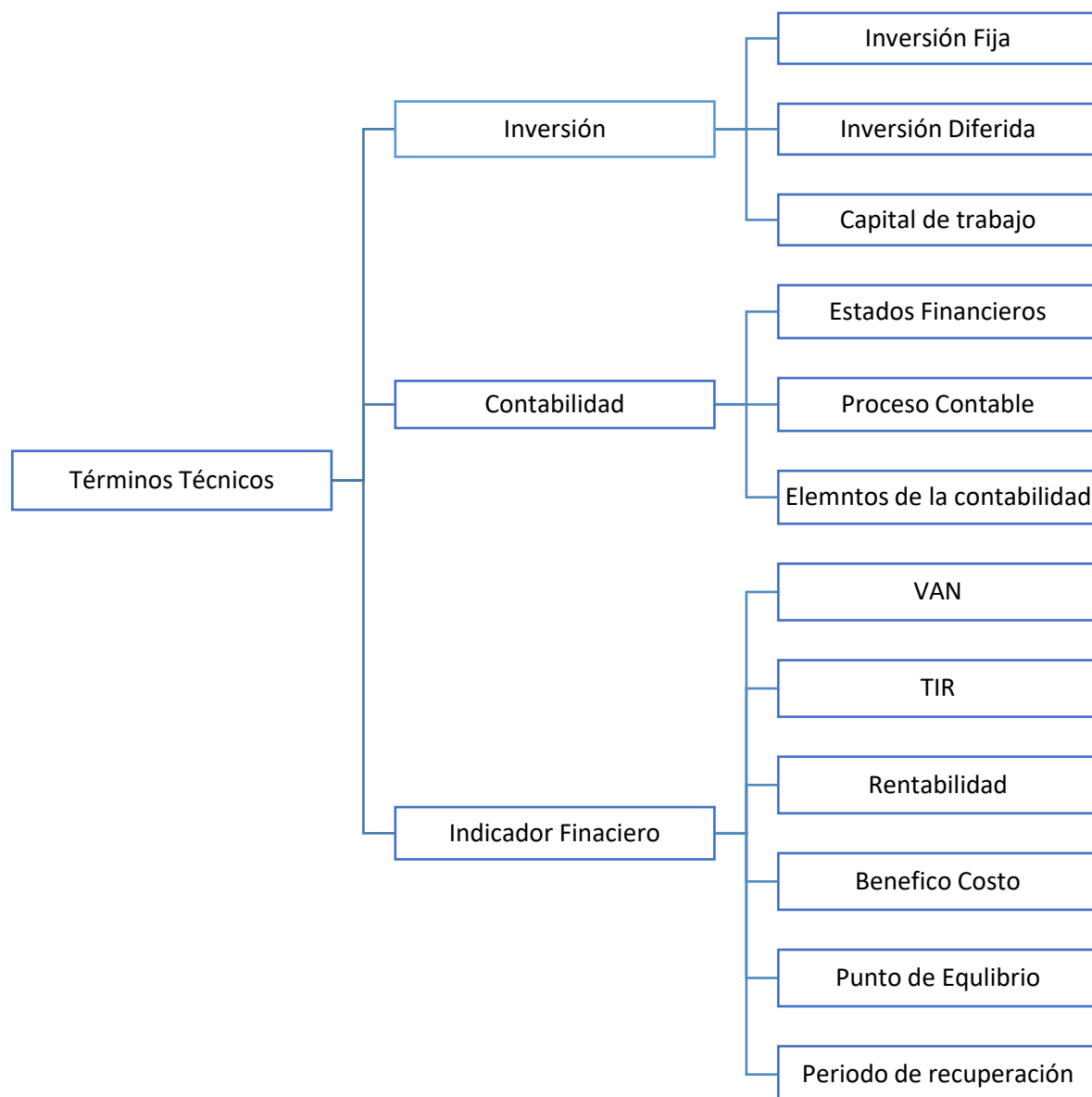
“Máquinas de coser son un dispositivo mecánico o electromecánico que sirve para la unión de varios tejidos mediante puntadas” (Portillo, 2013, pág. 39).

El tipo de maquinaria que interviene en el proceso productivo y de manufactura son los siguientes: maquina Stoll, Shima, Circulares, APM, industriales son aquellas que se utilizan en la elaboración y la Recta, Overlock, Recubridora, Remalladora, Ojaladora se utilizan para la confección.

2.5 Términos Técnicos

Los términos técnicos es aquel donde integra la conceptualización de cada uno de los elementos que intervienen de forma directa al proyecto de investigación.

Ilustración 3 Términos Técnicos



Elaborado por: El Autor
Año: 2019

2.5.1 Inversión

“Inversión es la adquisición o aprobación de elementos de activos que forman parte del patrimonio empresarial de una persona física o jurídica” (Haro, 2017, pág. 7).

Inversión es el aprovechamiento de recursos escasos en forma eficiente, con el propósito de obtener rendimientos, durante un periodo de tiempo razonable. (Collazos, Evaluación empresarial de Proyectos, 2016, pág. 229).

Haro menciona en su concepto de inversión como la adquisición de activos mientras que Collazos complementa mencionando que es la explotación de los recursos de manera eficiente, además es la cantidad de dinero que se destina a terceros con el objetivo incrementar los beneficios que se pueden obtener en una empresa, como también permite tener en cuenta cómo se va realizar la inversión y a qué plazo de tiempo en nuestro proyecto. Según una publicación realizada por parte de la revista Eckos menciona que le sector manufacturero recibe una inversión de 235889,42 dólares provenientes del exterior.

2.5.1.1 inversión fija

“Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa” (Baca, 2016, pág. 183).

“Inversión fija está conformada por un conjunto de bienes de larga duración y está dividida en bienes tangibles e intangibles” (Collazos, Evaluacion empresarial de Proyectos, 2016, pág. 230).

2.5.1.3 Capital de trabajo

“Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, y desde el punto de vista practico está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en un activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa” (Baca, 2016, pág. 185).

“El capital de trabajo viene a ser el conjunto de recursos necesarios en la forma de activos corrientes que se asigna al funcionamiento u operación normal del proyecto durante

el ciclo productivo, según su tamaño y capacidad instalada” (Collazos, Evaluación Empresarial de Proyectos, 2016, pág. 231).

Según Baca el capital de trabajo es aquel que se debe contar para iniciar una actividad económica mientras que Collazos complementa mencionado que también se debe tomar en consideración la capacidad instalada de la empresa, como también aquel fondo monetario que maneja la empresa para seguir en funcionamiento y que pueda generar más utilidades.

2.5.2 Contabilidad

“Contabilidad se define como la ciencia, la técnica y el arte de reconocer, valorar, presentar y analizar las operaciones económicas y financieras que realiza una empresa durante un periodo determinado, con el fin de conocer los resultados obtenidos y estructurar los estados financieros que servirán de base para la toma de decisiones gerenciales” (Pedro Zapata Sanchez, 2017, pág. 21).

“La contabilidad es un proceso que elabora información de las empresas de comercio, producción y servicios” (Angel María Fierro, 2017, pág. 10).

“La contabilidad es la parte fundamental del subsistema de información que posee una empresa y es la que va a permitir informar de la situación económica que ésta posee” (Morueco, 2014, pág. 38).

Angel María define que la contabilidad es un proceso, mientras que Zapata completa definiendo que es una ciencia, es decir la contabilidad es aquella que permite analizar a una

empresa en lo económico y lo financiero y a su vez permite una correcta toma de decisiones, además permitirá a la empresa llevar una correcta contabilidad con el fin de poder tomar decisiones correctas en base a la economía.

2.5.2.1 Estado financiero

“Los estados financieros son la manifestación fundamental de la información financiera, su propósito general respecto de la entidad es proveer información acerca de su posición financiera, del resultado de sus operaciones y de los cambios en su capital contable y en su recurso o fuentes” (Tamahara, 2017, pág. 8)

“Los estados financieros son soportes que se elaboran al finalizar de un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa, lo cual permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico de la entidad” (Pedro Zapata Sanchez, 2017, pág. 87)

Tamahara y Zapata coinciden al momento de definir a cerca de los estados financieros, es decir, son los que demuestran el reflejo de cómo se encuentra una empresa en respecto a lo financiero y económico, y que también es esencial para nuestro proyecto ya que ayudará a evaluar los resultados que se puedan obtener y calcular el potencial monetario de la empresa. Según la NIIF para las PYMES del año 2015 en su sección segunda menciona que los estados financieros es aquella que brinda información sobre la situación económica que se encuentra la empresa, como también sobre el rendimiento que posee la misma, para una correcta toma de decisiones.

2.5.2.2 Proceso contable

“El proceso consiste en la identificación y reconocimiento, medición inicial y posterior, clasificación, registro, interpretación, análisis, evaluación e informe y revelación de todas las operaciones en desarrollo de la actividad comercial y de acuerdo al objeto social”(Angel María Fierro, 2017, pág. 368).

“Se lo define como un conjunto de pasos lógicos y ordenados que el contador debe seguir desde el momento mismo en que se pone en marcha la empresa y durante toda su existencia, cuando reconocerá muchas transacciones que al menos en parte afectan la economía y las finanzas de la empresa” (Pedro Zapata Sanchez, 2017, pág. 63).

Angel María define como el registro de las operaciones mientras que Zapata define como el conjunto de gestiones que un responsable debe seguir, es decir, es aquella secuencia que permite enunciar las operaciones financieras de una empresa, ya que mediante ella se podrá visualizar sus ingresos y gastos, con el fin de analizar posibles errores en el registro y evitar una crisis económica para el empresa.

2.5.2.3 Elementos de la contabilidad

Activo

“So todos los valores (dinero), servicios, bienes y derechos controlados por la empresa como resultado de sucesos pasados, de que la entidad espera obtener beneficios económicos futuros, los mismos que serán valorados razonablemente en términos monetarios” (Pedro Zapata Sanchez, 2017, pág. 58).

“Conjunto de elementos patrimoniales constituidos por bienes y derechos” (Rey, 2017, pág. 15).

Rey define a los activos como todos los bienes que una empresa posee, mientras que Zapata complementa mencionando que son aquellas mercancías que una entidad controla, es decir que son todos aquellos derechos que posee una institución de acciones pasadas con las que pretende alcanzar lucros económicos, además permite tener en cuenta sobre cómo manejar correctamente a los activos, y como también controlar los beneficios que se puedan obtener por parte de la microempresa. Según la NIIF para PYMES del año 2015 en su sección segunda párrafo 37 menciona sobre el reconocimiento dentro del estado de situación financiera, siempre y cuando esta genere beneficios económicos para la empresa.

Pasivo

“So todas las obligaciones o deudas presentes de la empresa, adquiridas en forma legal, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de las cuales y, para cancelarlas, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económico” (Pedro Zapata Sanchez, 2017, pág. 58).

“El pasivo representa lo que el negocio debe a otras personas o entidades conocidas como acreedores. Estos tienen derecho prioritario sobre los activos del negocio” (Gerardo Guajardo, 2014, pág. 42).

Gerardo y Zapata coinciden al definir los que es un pasivo, es decir es aquella obligación que tiene una entidad por adquisiciones de carácter legal sobre acciones de un suceso pasado, como también ayudará a reconocer las obligaciones que se tiene dentro de una empresa, según la NIF para PYMES del año 2015 indica que un pasivo será reconocido dentro de los estados

financieros siempre y cuando la empresa tenga una obligación al finalizar el periodo acordado como acción de un suceso pasado.

Patrimonio

“El patrimonio es la participación de los socios o del dueño único en la empresa. Al momento de su creación, la empresa se constituye únicamente por el capital social” (Pedro Zapata Sanchez, 2017, pág. 58).

“Conjunto de elementos patrimoniales constituidos por aportaciones del empresario a la empresa y por beneficios no distribuidos (Reservas)” (Rey, 2017, pág. 15).

Zapata y Rey coinciden al definir al patrimonio, es decir, son todos aquellos bienes, derechos como también obligaciones que una entidad posee, como también es importante para la empresa reconocer sobre que cuentas integran dentro del patrimonio, dentro de la sección segunda de la NIIF para PYMES del años 2015 en su párrafo 22 menciona que el patrimonio es aquella resta entre el activo menos el pasivo.

Ingresos

“Incrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de entradas o aumentos en el valor de los activos, o disminución de los pasivos” (Rey, 2017, pág. 42).

“Los ingresos representan recursos que recibe el negocio por la venta de un servicio o producto, en efectivo o a crédito” (Gerando Guajardo, 2014, pág. 43).

Gerando y Rey coinciden al definir a los ingresos, es decir, son aquellas entradas que una empresa obtiene por actividades ordinarias, como también dentro del proyecto es importante tener en cuenta cómo se va realizar las ventas, según la NIIF para PYMES del año 2015 sección 2 en su párrafo 25 literal (a) señala que los ingresos son todas actividades que una entidad realiza, y que estas actividades consiste en ventas, intereses y comisiones.

Gastos

“Decrementos en el patrimonio neto de la empresa durante el ejercicio, ya sea en forma de salidas o disminuciones en el valor de los activos, o de reconocimiento o aumento del valor de los pasivos” (Rey, 2017, pág. 42).

“Los gastos son activos que se han usado o consumido en el negocio para obtener ingresos y que disminuyen el capital de la empresa” (Gerando Guajardo, 2014, pág. 43).

Rey y Gerando coinciden al definir al gasto, es decir es aquella actividad que disminuye el capital de una empresa, como también es importante para una empresa que conozca por qué actividades disminuyen el importe de los activos, según la NIIF para PYMES en su sección segunda párrafo 26 menciona que los gastos son la salida o decremento de valor dentro de la empresa para sus activos, como en los inventarios y propiedad planta y equipo.

2.5.3 Indicadores financieros

2.5.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

“El VAN es un método utilizado para evaluar las alternativas de inversión de capital, mediante la obtención del valor actual de los flujos de caja futuros que se estima que

generará el proyecto, descontando a un costo de oportunidad o tasa de rendimiento requerida” (Rubio, 2014, pág. 240).

“Valor presente neto es el valor monetario que resulta de resta la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Baca, 2016, pág. 216).

Rubio define al VAN como un método para analizar sobre varias opciones de inversión, mientras que Baca complementa mencionando que es el valor monetario que se conoce al sumar los flujos de efectivo y restando la inversión, es decir es aquel indicador que permite traer al presente aquellos flujos de efectivo, para conocer sobre las posibilidades de ganancia dentro de una inversión a realizar, además para el proyecto es importante ya que permite conocer la rentabilidad o pérdida que se va obtener e términos monetarios.

2.5.3.2 TIR

“Tasa Interna de Retorno (TIR) es una medida de rentabilidad que depende únicamente de la cuantía y duración de los flujos de tesorería del proyecto” (Rubio, 2014, pág. 246).

“Tasa interna de retorno (TIR) se conceptúa como aquella tasa de actualización que hace el valor presente de los ingresos al valor presente de los desembolsos, es decir, que el valor actual neto sea igual a cero ($VAN=0$)” (Collazos, Evaluación empresarial de Proyectos, 2016).

Rubio define a la TIR como un indicador que permite conocer cuál va ser la rentabilidad, mientras que Collazos complementa mencionando que el VAN sea igual a cero para el proyecto de inversión, es decir es aquella tasa que permite conocer acerca de cuál va ser la

rentabilidad o pérdida que va tener una inversión, como también es de suma importancia conocer este indicador porque ayudará a la microempresa a optar por una inversiones más conveniente.

2.5.3.4 Beneficio costo

“La relación beneficio-costo se utiliza casi generalmente como medida de beneficio social, y por lo mismo, rara vez para analizar inversiones privadas, se define como el resultado de dividir el valor actual de los ingresos sobre el valor actual de los costos” (Collazos, Evaluacion empresarial de Proyectos, 2016, pág. 127).

“Costo- beneficio, el cual consiste en dividir todos los costos del proyecto sobre todos los beneficios económicos que se van a obtener” (Baca, 2016, pág. 220).

2.5.3.5 Punto de equilibrio

“Punto de equilibrio en el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a las suma de los costos fijos y los variables” (Baca, 2016, pág. 187).

El punto de equilibrio es aquel cuando la empresa ni pierde ni gana, o cuando los ingresos son iguales a los costos de una entidad, como también es de gran importancia conocer ya que a permite conocer la cantidad de mercancía se debe producir para generar una rentabilidad.

2.5.3.6 Periodo de recuperación

“Periodo de recuperación consiste en determinar el número de periodos, generalmente en años, requeridos para recuperar la inversión inicial emitida, por medio de flujos de efectivos futuros que generará el proyecto” (Baca, 2016, pág. 220).

Es aquel tiempo que se necesita para recuperar una inversión que se ha realizado para poner en marcha un negocio o empresa, además es de gran importancia porque dentro del proyecto es utilizado para determinar el plazo en el cual puedo recuperar lo invertido, y desde que momento empiezo ya generar una utilidad para la empresa.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

El estudio de mercado ayudará a la recopilación de información mediante indicadores que permitirán determinar la oferta, demanda, demanda insatisfecha, y estrategias de comercialización, estudio del producto y precio con la finalidad de conocer las posibilidades de compra y venta de los productos.

3.2 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado a través de la investigación directa y documentada, que permita la identificación de las características básicas de la demanda, la oferta y demás variables que intervienen en la comercialización del producto objeto del proyecto.

3.2.1 Objetivos específicos

- Determinar la demanda potencial del consumo de sacos de fibra de cabra y algodón en la parroquia Jordán cantón Otavalo
- Determinar la oferta de la parroquia Jordán, con el fin de analizar a las empresas dedicadas a producir bienes similares.
- Analizar las características de los productos que se oferta dentro de la ciudad.
- Determinar el precio idóneo para el consumidor a través de la investigación de las formas de establecimientos de precios de la competencia.

- Definir los canales de distribución y la plaza en el que se realizara la comercialización de los bienes.
- Establecer estrategias de promoción del producto.
- Diseñar medios de publicidad que ayuden a conocer los productos que va a elaborar.

3.3 Variables del estudio

Las variables del estudio de mercado son componentes del estudio de mercado que permite conocer aspectos positivos y negativos que influyen en la realización del trabajo: para el proyecto se estima estudiar las siguientes variables.

- a) Demanda
- b) Oferta
- c) Producto
- d) Precio
- e) Plaza
- f) promoción
- g) Publicidad

3.4 Indicadores

Indicadores son herramientas que ayudan al estudio de las variables, estos deben ser cuantitativos y cualitativos; a continuación se presenta los indicadores seleccionados para las variables detalladas anteriormente:

3.4.1 Demanda

- Lugar de compra
- Frecuencia de compra
- Gustos y preferencias

- Intención de compra

3.4.2 Oferta

- Talleres artesanales existentes.
- Volúmenes de producción y ventas
- Proveedores.

3.4.3 Producto

- Características del producto
- Modelos
- Preferencias
- Conocimiento del producto a base de fibra de cabra.
- Materiales usados por la competencia.
- Tallas
- Colores.
- Diseños.

3.4.4 Precio

- Precio de venta al público productos similares
- Precio de los productos sustitutos
- Precio de venta al cliente y a distribuidores.

3.4.5 Plaza

- Canales de distribución
- Estrategias de comercialización
- Características
- Lugares de adquisición preferidos por los consumidores.

3.4.6 Promoción

- Estrategias de promoción utilizados por los oferentes
- Formas de promoción preferidas por los clientes

3.4.7 Publicidad

- Medios de comunicación utilizados por la competencia
- Canales de comunicación preferidos por los clientes

3.5 Matriz diagnóstica del estudio de mercado

Tabla 3 Matriz Diagnóstica del estudio de mercado

OBJETIVO ESPECIFICO	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	TIPO	FUENTE
Establecer la demanda potencial del consumo de sacos de fibra de cabra y algodón en la parroquia Jordán cantón Otavalo	Demanda	Lugar de compra Frecuencia de compra Gustos y preferencias Intención de compra	encuesta	primaria	Encuesta a los posibles consumidores de la parroquia Jordán
Determinar la oferta de la parroquia Jordán, con el fin de analizar a las empresas dedicadas a producir bienes similares.	Oferta	Talleres artesanales Volumen de producción y ventas Proveedores	Entrevista Encuesta	primaria	Entrevista al Sr. Jairo Lima propietario de la microempresa FINATEX, productor de sacos de lana
Analizar las características de los productos que se oferta dentro de la ciudad.	Producto	Características del producto Modelos Preferencias Conocimiento del producto a base de fibra de cabra Materiales usados por la competencia Tallas Colores Diseños	Observación directa	primaria	Encuesta a los posibles consumidores de la parroquia Jordán
Determinar el precio idóneo para el consumidor	Precio	Precio de venta al público productos similares Precio de los productos sustitutos Precio de venta al cliente y a distribuidores	Entrevista	primaria	Puntos de venta : Carlitex, Karman Y Statutex
Definir los canales de distribución que ayudaran a la comercialización de los bienes.	Plaza	Canales de distribución Estrategias de comercialización Características Lugares de adquisición preferidos por los consumidores	Entrevista	Primaria	Entrevista al Sr. Jairo Lima propietario de la microempresa FINATEX, productor de sacos de lana
Establecer estrategias de promoción del producto.	Promoción	Estrategias de promoción utilizados por los oferentes Formas de promoción preferidas por los clientes	Encuesta	Primaria	Encuesta a los posibles consumidores de la parroquia Jordán
Diseñar medios de publicidad que ayuden a conocer los productos que va a ser elaborado.	publicidad	Medios de comunicación utilizados por la competencia Canales de comunicación preferidos por los clientes	Encuesta	Primaria	Encuesta a los posibles consumidores de la parroquia Jordán

ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

3.6 Segmentación del mercado

La segmentación de mercado consiste en definir el sector específico de consumidores a los que se desea llegar, con el fin de analizar el comportamiento en cuanto al producto.

3.6.1 Variables de segmentación de mercado

Para la segmentación del mercado se utilizarán las siguientes variables:

Tabla variable de segmentación.

Tabla 4 Variables de Segmentación

Variables	Criterio
a) Geográfica	Provincia Ciudad Parroquia
b) Demográfica	Edad
c) Socio económica	Nivel de ingresos

FUNTE: INEC 2010

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

- a) **Geográfico.-** en la segmentación geográfica se tomara en cuenta a todos los habitantes de ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura
- b) **Demográfico.-** el proyecto estará enfocado a personas en un rango de 30 y 65 años de edad
- c) **Socioeconómico.-** en cuanto a este criterio se tomara en cuenta a todas las familias que tengan un nivel de ingresos promedio, o mayor al salario básico.

3.6.2 Mercado Meta

El proyecto en base a los criterios definidos tiene como mercado meta a los habitantes de la ciudad de Otavalo, población urbana, en un rango de 30 a 65 años edad y que tengan un nivel de ingresos mayores al salario básico.

Criterio	Estimación	Fuente
Población de la ciudad de Otavalo	125785 Habitantes.	Proyección de la población ecuatoriana por los años de calendario según cantones INEC 2010.
% PEA	53.2 %	IEC – Censo de población y vivienda 2010
Porcentaje de habitantes que pertenecen a la zona urbana de la ciudad	37.5%	IEC – Censo de población y vivienda 2010
Porcentaje de turistas que visitan	9.37%	Página web www.otavalo.travel del GAD Municipal de Otavalo

FUNTE: INEC 2010, GAD MUNICIPAL DE OTAVALO PAGINA WEB
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

3.7 Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tomara en cuenta a las 125785 personas de la ciudad de otavalo proyectado para el año 2020, empleando la tasa de crecimiento que es de 1.68%, y a continuación se calcula el PEA con la tasa de 53.2%, como también el 37,5%, dado como resultado de 25094, además se le añade el porcentaje de 9.37% el cual representa a la vista de turista durante el año, obteniendo un total de 27445 habitantes

3.7.1 Formula de cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tomara en cuenta a las 27445 personas.

$$n = \frac{No^2Z^2}{(N - 1)e^2 + o^2Z^2}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra

N = Población total

o = desviación estándar, su valor es 0.25

Z = Nivel de confianza, su valor es 1.96

e = error de muestra, para el proyecto se utiliza un valor de 0.5

Sustitución de valores:

n = ?

N = 27445

o = 0,5

Z = 95% = 1,96

e = 5% = 0,05%

$$n = \frac{No^2Z^2}{(N - 1)e^2 + o^2Z^2}$$

$$n = \frac{No^2Z^2}{(N - 1)e^2 + o^2Z^2}$$

n = 378

Una vez realizado el cálculo de la muestra, se obtiene un resultado de 378 el cual es el valor de encuestas a efectuar en la ciudad de Otavalo.

3.8 Técnicas de recolección de información

Para el estudio se toma en cuenta las siguientes técnicas

3.8.1 Encuesta

La encuesta es aquel método que permite recopilar información de forma cuantitativa para conocer la opinión real de los consumidores acerca del producto a desarrollarse, la presente técnica se va realizar a las 378 personas obtenidas en el cálculo de la muestra, con el fin de identificar la aceptación que existe por parte de los clientes dentro de la microempresa que se va implementar.

3.8.2 Entrevista

La entrevista permite obtener información directa que ayuda a entender temas personales, de como ellos manejan su negocio y cuál es su estrategia.

Para el proyecto se procedió a realizar la entrevista al Sr. Jairo Lima Propietario de la Microempresa dedicada a la producción y comercialización de sacos de lana, con el objetivo de conocer la opinión de un experto en el área productiva y de ventas.

3.8.3 Análisis de la encuesta

Pregunta N° 1 Compra usted sacos?

Tabla 5 compra de sacos

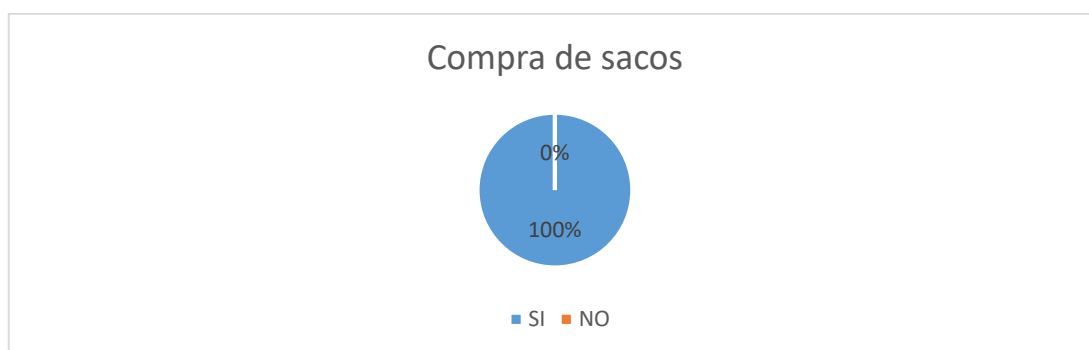
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	378	100%
NO	0	0%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 4 Compra de sacos



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Mediante la encuesta realizada a la Población Económicamente Activa, como también a los turistas se pudo observar que el 100% del mercado meta compra o a comprado sacos que son comercializados dentro de la ciudad de Otavalo, dicha información ayudara a conocer la aceptación del producto dentro del mercado.

Pregunta N° 2 Si la respuesta fue positiva, que tipos de material de sacos adquiere?

Tabla 6 material de adquisición

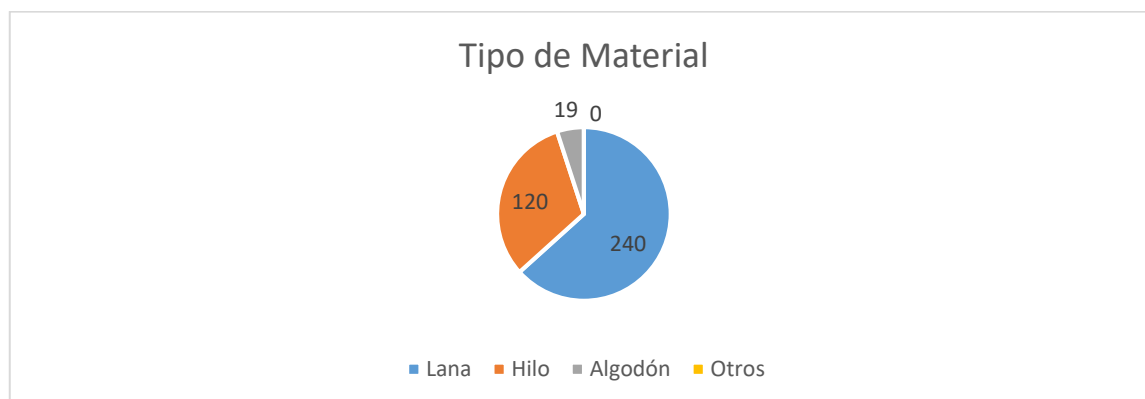
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Lana	240	63%
Hilo	120	32%
Algodón	19	5%
Otros	0	0%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 5 Tipo de material



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Se pudo determinar que la mayoría de la demanda opta por adquirir un saco que sea elaborado a base de lana, además existe una parte importante del mercado que prefiere que el producto este elaborado con hilo, mientras que la minoría de la población encuestada prefiere que el bien sea fabricado con algodón,

Pregunta N° 3 Que tipos de prendas prefiere para protegerse del frio

Tabla 7 Tipo de prenda que adquiere

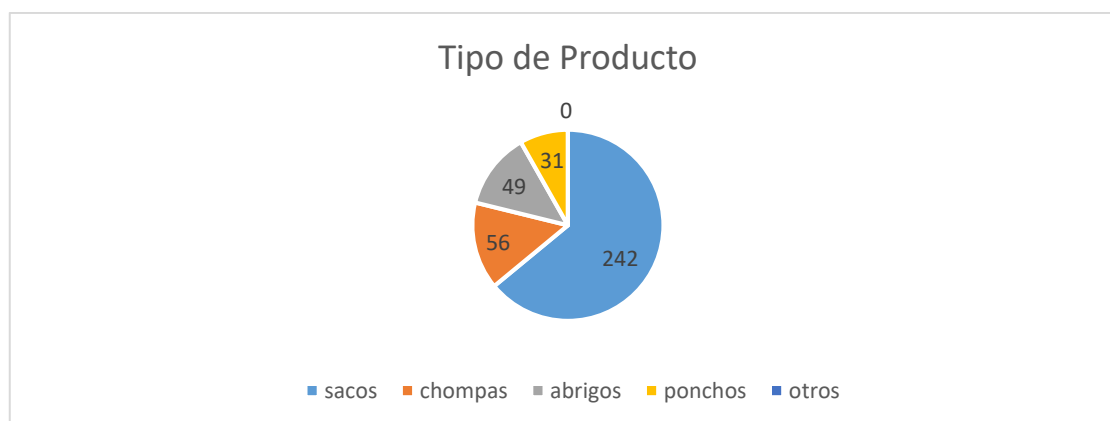
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
sacos	242	64%
chompas	56	15%
abrigos	49	13%
ponchos	31	8%
otros	0	0%
total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 6 Tipo de producto que adquiere



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Mediante la encuesta aplicada a la población económicamente activa y a los turistas supieron manifestar que el tipo de prenda de vestir utilizado para protegerse del frio, dando como resultado la mayor preferencia a los sacos con un 64%, seguido de las chompas, con un 15%, y los demás productos mostraron menos necesarios.

Pregunta N° 4 Al momento de comprar un saco de lana, que características observa?

Tabla 8 Características del producto

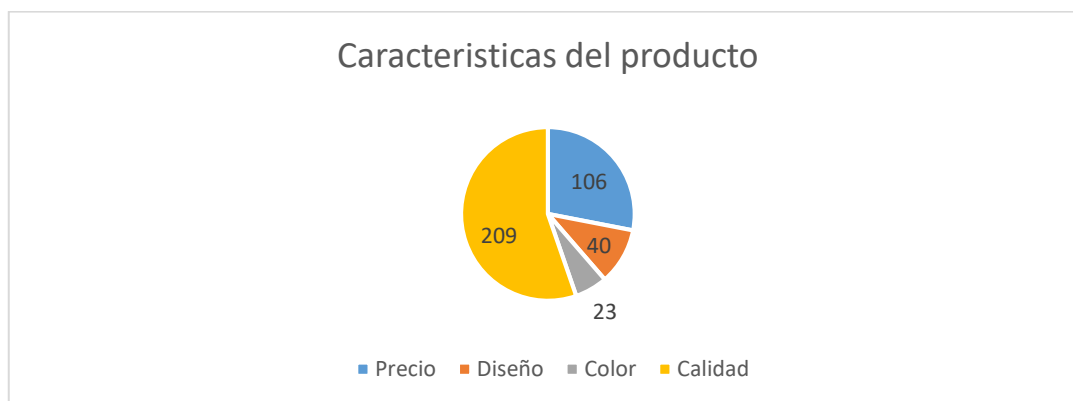
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	106	28%
Diseño	40	11%
Color	23	6%
Calidad	209	55%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 7 Características del producto



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

La mayor parte del mercado meta da a conocer que la característica que más se observa en un productos es la calidad, seguido del precio con un 28%, mientras que el diseño y el color no son tan relevantes al momento de adquirir un producto, este factor ayuda a conocer cuál es el producto más cotizado y preferido dentro de la ciudad, por parte de los consumidores.

Pregunta N° 5 Con qué frecuencia adquiere sacos de lana?

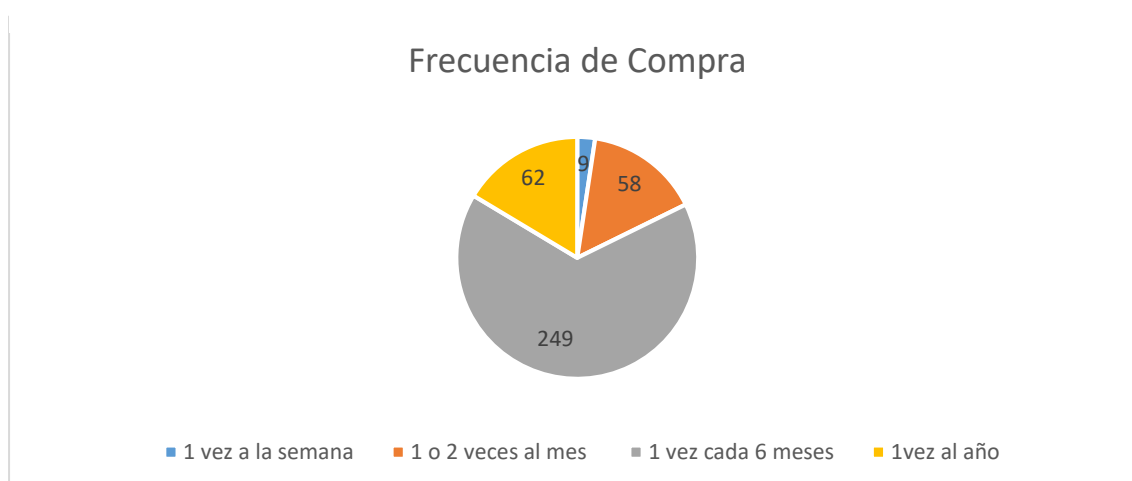
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 vez a la semana	9	2%
1 o 2 veces al mes	58	15%
1 vez cada 6 meses	249	66%
1 vez al año	62	16%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 8 Frecuencia de compra



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

El 66% de la población encuestada, dio a conocer que dentro de la ciudad la frecuencia de compra de sacos es cada 6 meses, seguido de un 16% que lo realiza cada año, además una parte de los habitantes adquieren un saco de manera mensual, datos que ayuda a conocer cuál es el comportamiento que existe dentro del segmento de mercado frente a la adquisición de productos, como también ayuda a conocer el nivel de productos que se debe elaborar.

Pregunta N° 6 En qué lugar prefiere realizar sus compras de ropa de lana?

Tabla 9 Lugar de compra

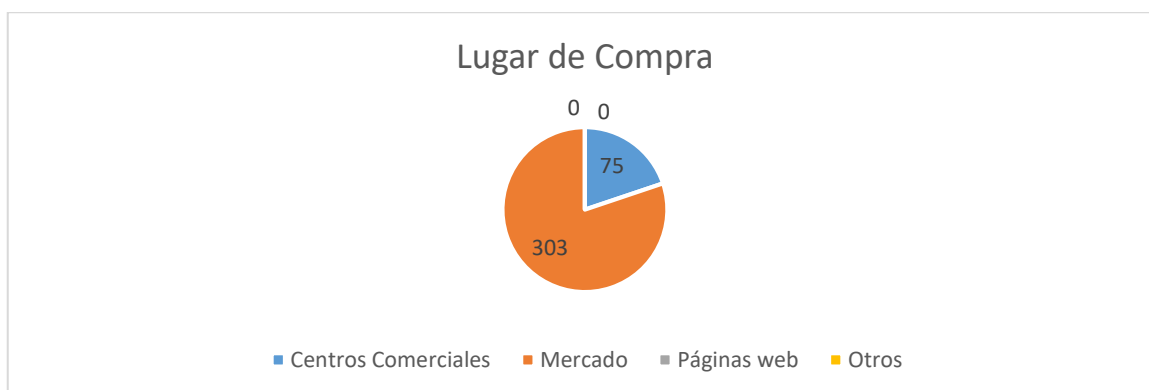
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Centros Comerciales	75	20%
Mercado	303	80%
Páginas web	0	0%
Otros	0	0%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 9 lugar de compra



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Mediante la encuesta realizada se pudo determinar que la mayoría de habitantes compran sus prendas de vestir en el mercado, debido a que dentro un mismo lugar se pueden encontrar gran variedad de productos a precios cómodos, esta información ayudará a identificar un sitio estratégico para la venta de los sacos de fibra de cabra.

Pregunta N° 7 Cuando realiza la compra de sacos de lana, los precios a los que los adquiere están entre?

Tabla 10 precio del producto sustituto

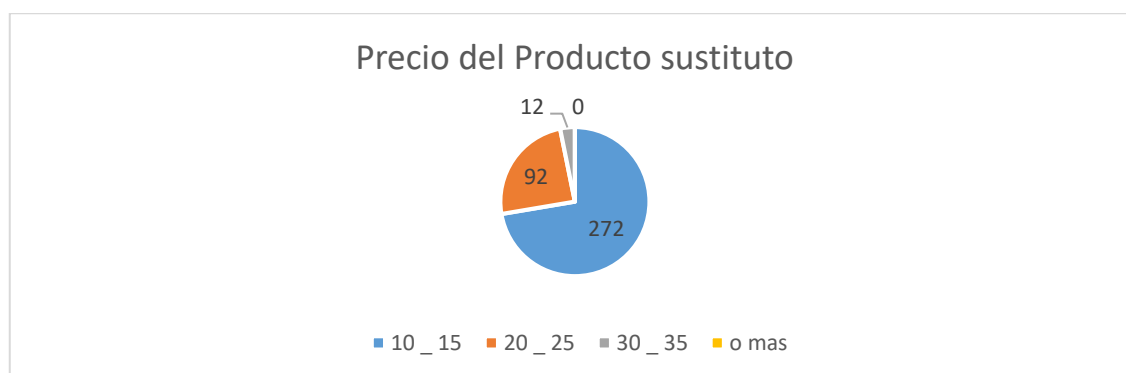
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
10 _ 15	272	72%
20 _ 25	92	24%
30 _ 35	12	3%
o mas	0	0%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 10 precio del producto sustituto



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Se pudo conocer que la mayoría de los habitantes al momento de adquirir un saco, pagan alrededor de 10 y 15 dólares, como también una parte de los habitantes mencionan que pagan por esta prenda de vestir 20 o 25 dólares, mientras que la minoría determinó que pagan hasta 30 o 35 dólares, dato que permite conocer los precios con los que cuenta la competencia, y que servirán de base para fijar los precios del producto del proyecto.

Pregunta N° 8 A la hora de comprar los sacos de lana en que talla lo adquiere?

Tabla 11 Tallas de preferencia

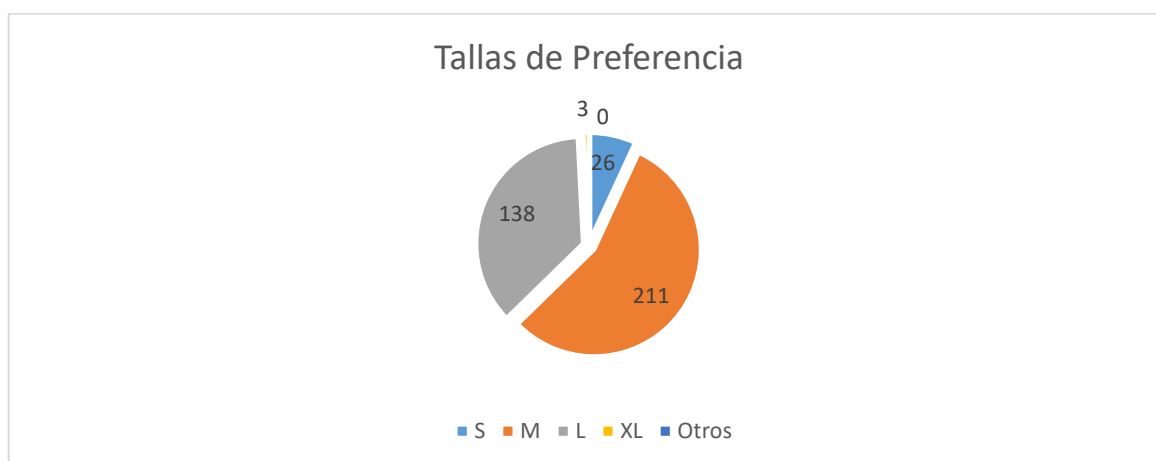
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
S	26	7%
M	211	56%
L	138	37%
XL	3	1%
Otros	0	0%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 11 Tallas de preferencia



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

La mayoría de la población encuestada supo manifestar que la talla con mayor preferencia es la M y L, las cuales son las más cotizadas dentro del mercado, mientras que las tallas S y XL son las menos solicitadas, esta información ayuda a conocer las tallas que se deben producir en mayor cantidad, ya que existe mayor demanda de acuerdo a la característica investigada.

Pregunta N° 9 Tiene conocimiento acerca de la fibra de cabra?

Tabla 12 conocimiento de fibra de cabra

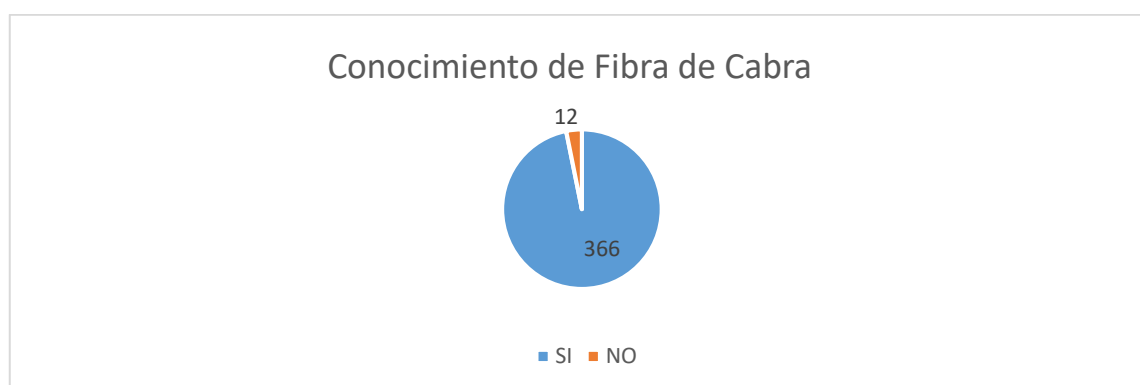
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	366	97%
NO	12	3%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 12 Conocimiento de fibra de cabra



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

De acuerdo a la información obtenida se pudo determinar que la mayoría de la población desconoce acerca de las ventajas de la fibra de cabra, debido a que es un material nuevo, y que los demás productores no aprovechan sus características únicas, además de que es una fibra que se puede combinar con otras similares, y pocos de los habitantes de la ciudad conocen de esta fibra.

Pregunta N° 10 Sabía usted que se puede fabricar sacos a base de fibra de cabra?

Tabla 13 conocimiento de la fibra

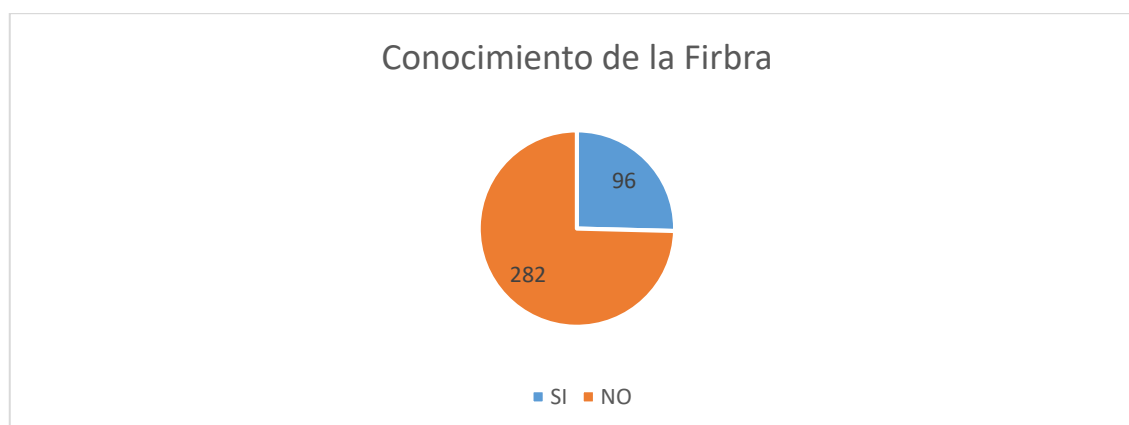
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	96	25%
NO	282	75%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 13 Conocimiento de la fibra para producir sacos



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

La mayoría de los habitantes encuestados desconocen que se puede producir sacos a base de fibra de cabra y algodón, debido a que el proceso productivo es más tecnificado a base de combinaciones de materiales de procedencia animal, en este caso la fibra de cabra, además de que el uso de la maquinaria es más complejo, mientras que la minoría respondieron que si conocen que se puede elaborar sacos de procedencia de fibra animal.

Pregunta N° 11 Estaría dispuesto a adquirir un saco elaborado a base de fibra de cabra?

Tabla 14 Disposición de compra de saco de cabra

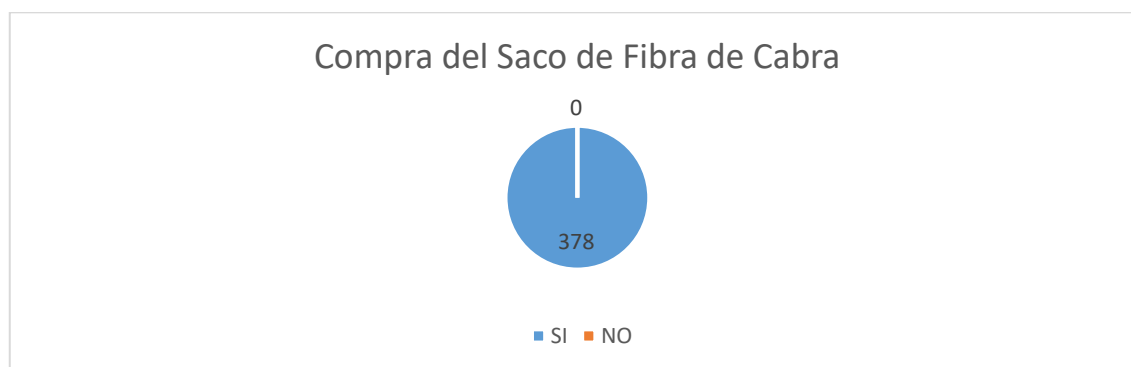
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	378	100%
NO	0	0%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 14 Disposición de compra de saco de cabra



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Toda la población encuesta manifestó que estaría dispuesto a adquirir un producto que sea elaborado con una fibra de procedencia animal, además de ser un producto, innovado, nuevo dentro del mercado, con diseños que no se han visto en productos sustitutos, esta información se tomara en consideración para el desarrollo de la propuesta

Pregunta N° 12 Cuanto estaría dispuesto a pagar por un saco elaborado a base de fibra de cabra?

Tabla 15 Precio del saco de fibra de cabra

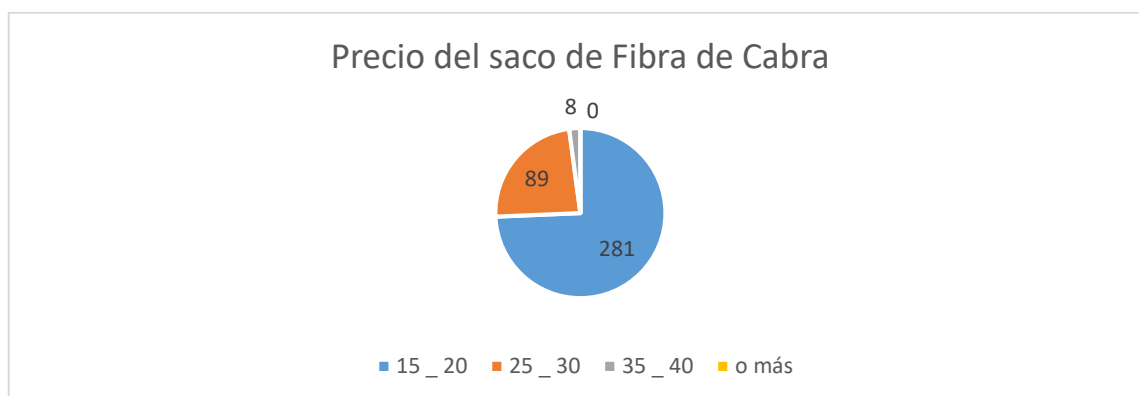
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
15 _ 20	281	74%
25 _ 30	89	24%
35 _ 40	8	2%
o más	0	0%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 15 precio del saco de fibra de cabra



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

La información obtenida por parte de los habitantes y de los visitantes manifiesta que la mayoría están dentro de la posibilidad de pagar por el saco de fibra de cabra y algodón 15 a 20 dólares, una parte de las personas encuestadas están dispuestos a pagar 25 a 30 dólares, mientras que una minoría están en la capacidad de pagar 35 a 40 dólares, por ser una de los productos nuevos dentro del mercado, el presente dato ayuda a la microempresa a tomar una correcta decisión al momento de fijar los precios, analizando a la competencia actual de los productos sustitutos.

Pregunta N° 13 cuál sería el medio de comunicación por el que quisiera recibir información sobre el saco de fibra de cabra?

Tabla 16 Medio de comunicación de preferencia

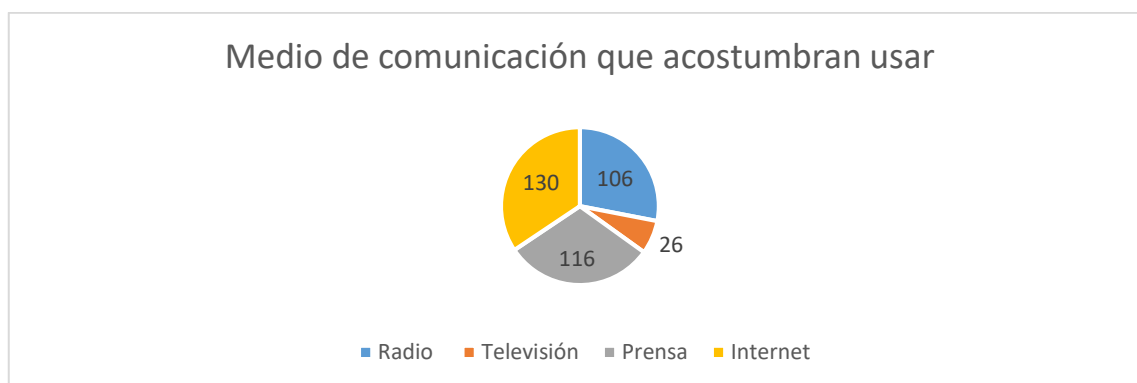
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	106	28%
Televisión	26	7%
Prensa	116	31%
Internet	130	34%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 16 Medio de comunicación de preferencia



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Dentro de la encuesta realizada se pudo conocer el medio de comunicación más utilizado por parte de los habitantes y por el cual les gustaría recibir información del saco de fibra de cabra, dando como resultado el 34% prefieren el internet, ya que en la actualidad lo más utilizado son las redes sociales, seguido de un 31% que prefieren que se dé a conocer el producto mediante la prensa, publicaciones en los periódicos, mientras que una parte considerable representada por un 28% prefieren que se comunique por la radio, ya que es un medio que es utilizado de manera constante, como también la minoría representada por un 7% les gustaría recibir información por la televisión, este dato permite conocer e identificar cuál de los canales publicitarios son los más correctos para dar a conocer el producto y que puedan elevar el volumen de ventas del saco de fibra de cabra.

Pregunta N° 14 Que promociones le gustaría que cuente el producto?

Tabla 17 Tipos de promoción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	350	93%
Productos adicionales	22	6%
sorteo	6	2%
Otros	0	0%
Total	378	100%

FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Ilustración 17 Tipos de promoción



FUNTE: Encuesta- Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

De acuerdo a la investigación realizada se pudo determinar que los habitantes al momento de comprar un saco prefieren que se les concedan descuentos, debido a que consideran que si paga menos tienen la posibilidad de poder adquirir otro producto, además una de las promociones con las que desean que cuente el producto es que se les obsequien regalos adicionales por la compra de un saco, mientras que el sorteo consideran poco conveniente para los clientes debido a que existe menor posibilidad de recibir algo por la adquisición del bien

3.9 Demanda

La presente variable es aquella que permite estudiar al mercado al cual está dirigido el proyecto, y además permite conocer la cantidad de bienes y servicios que los clientes están dispuestos a adquirir.

3.9.1 Identificación de la demanda

Para conocer la demanda de quienes adquieren sacos en la ciudad de Otavalo, fue primordial realizar un análisis del mercado, en base a la investigación de quienes estarían dispuestos a adquirir el bien elaborado a base de fibra de cabra, y de acuerdo al análisis de la población de la ciudad de Otavalo se pudo determinar que existe la acogida de productos nuevos, y que sea de procedencia de fibras de un animal, se evidencio que existe gran parte de la demanda que si estarían dispuestos a adquirir el bien.

3.9.2 Proyección de la demanda.

Fórmula para el cálculo de la proyección de la demanda

$$Pf = Pi + (1 + i)^n$$

Simbología:

Pf = a la población final

Pi= Población Inicial

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Año proyectado

Calculo:

$$Pf= 27445 (1 + 0,0168)^1$$

Pf= 27906,08

Tabla 18 Proyección de la demanda

Año	Proyección de la Demanda	Porcentaje de crecimiento anual	Mercado objetivo total
2020	125785	1,68%	27445
2021	127898,19		27906,08
2022	132231,67		28851,60
2023	139008,21		30330,29
2024	148587,61		32420,12
2025	161495,44		35236,46

FUNTE: Investigación de Mercado**ELABORADO POR: El Autor****AÑO: 2019****Tabla 19 Proyección de los Turistas**

Año	Proyección de los turistas	Porcentaje de crecimiento anual
2020	250000	2,75%
2021	256875	
2022	271197,39	
2023	294191,67	
2024	327912,28	
2025	375549,19	

FUNTE: Investigación de Mercado**ELABORADO POR: El Autor****AÑO: 2019****Tabla 20 Proyección de la Demanda Total**

Año	Mercado objetivo total	total turistas	Total demanda
2020	27445	250000	277445
2021	27906,08	256875	284781,08
2022	28851,6	271197,39	300048,99
2023	30330,29	294191,67	324521,96
2024	32420,12	327912,28	360332,4
2025	35236,46	375549,19	410785,65

FUNTE: Investigación de Mercado**ELABORADO POR: El Autor****AÑO: 2019**

3.10. Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que ponen a disposición de los consumidores, con el fin de obtener una ganancia

3.10.1 Identificación de la oferta

Dentro del mercado actual no existen microempresas que estén dedicadas a la producción y comercialización de productos elaborados con materia prima natural procedente de la cabra, pero existen productores que ofrecen bienes similares con materiales comunes; en vista de esto, la oferta son aquellos fabricantes que producen y comercializan sacos de lana dentro de la ciudad de Otavalo.

En la actualidad en Otavalo existen 14000 artesanos y el 70% realizan actividades textiles, existen 235 productores que están en las actividades de tejido, de los cuales mediante una investigación de campo, dentro de la ciudad de Otavalo se pudo determinar que existen 15 productores de sacos de lana

Mediante la entrevista realizada al sr. Jairo lima propietario del taller textil supo manifestar que su capacidad instalada dentro del proceso productivo cuenta con un aproximado de 1000 sacos al mes, y 12000 sacos al año mientras que el propietario de artesanías lema, cuenta con un producción mensual de 900 prendas, lo que hace un total de 10800 sacos anuales.

3.10.2 Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del sector textil, el cual es el 4,63%

Fórmula para el cálculo de la oferta

$$Op = Oo (1 + i)^n$$

Donde:

Op = A la oferta proyectada

Oo = Oferta actual

i = Tasa de crecimiento sector textil

n = Año proyectado

Calculo:

$$Op = 11400 (1 + 0,0463)^1 = 11927,82$$

Tabla 21 Proyección de la oferta

<i>Año</i>	<i>productores</i>	<i>unidades</i>	<i>total unidades</i>
Año 1	15	11400	171000
Año 2	15	11928	178920
Año 3	16	13058	208928
Año 4	17	14957	254269
Año 5	18	17925	322650

FUNTE: Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

3.11 Balance Oferta y Demanda

Permite analizar la cantidad del producto que se debe elaborar para poder cubrir con la demanda insatisfecha.

Tabla 22 Proyección de la Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha
Año 1	277445	17.1000	106.445
Año 2	284.781,08	17.8920	105.861,08
Año 3	300.048,99	20.8928	91.120,99
Año 4	324.521,96	25.4269	70.252,96
Año 5	360.332,4	32.2650	37.682,4

FUNTE: Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

3.12 Precio

Para la proyección del precio se tomó en cuenta la entrevista realizada a los productores, como también las encuestas realizadas que permiten conocer el precio conveniente para el cliente, además la inflación correspondiente a los últimos 5 años datos obtenidos del INEC 2010

Para el cálculo de la proyección del precio se tomó en cuenta el valor promedio que la mayoría del mercado objetivo encuestado está dispuesto a pagar, que se encuentra entre los 15 dólares

Porcentaje de inflación de los últimos 5 años:

Tabla 23 Proyección de la Inflación, Últimos 5 años

AÑOS	% INFLACIÓN
2014	3,67
2015	3,38
2016	1,12
2017	-0,20
2018	0,27
TOTAL	8,24
PROMEDIO	1,648

FUNTE: INEC 2010 – Ecuador en cifras

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

3.12.1 Proyección del precio

Para realizar la proyección del precio se toma en cuenta el porcentaje de inflación durante los últimos 5 años y el resultado obtenido es de 1,648 %, a demás es necesario informar que dentro del proyecto se va producir un solo producto pero en dos diferentes tallas que son L y M, el cual estará ofreciéndose al mismo precio que son los 15 dólares

Tabla 24 proyección del precio

Año	talla	% de crecimiento	Precio
Año 1	M	1,648%	15
Año 2	L		15,25
Año 3			15,50
Año 4			15,75
Año 5			16,01

FUNTE: Investigación de Mercado

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

3.13 Estrategias de Comercialización

Producto

El producto terminado que son los sacos elaborados a base de fibra de cabra tendrán una gran variedad colores, y diseños únicos, donde el consumidor puede elegir y quedar satisfecho con el estilo y el confort de usar estas prendas.

Precio

Para determinar el precio se basó en la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Otavalo, los cuales manifestaron que estrían dispuestos a pagar 15 a 20 dólares, de esta manera se fijó el precio a \$ 15 dólares el saco de fibra de cabra y algodón, ya que el bien es nuevo, y de excelente calidad que cuenta con varias características que lo hace único.

Plaza

El lugar de comercialización va ser el mercado de Copa Cabana, debido a que se cuenta con puestos de venta en el mercado Copacabana, plaza de los ponchos además más sitios aledaños

a esta plaza por días feriados, es necesario mencionar que se eligió el mercado no solo por contar con puestos de venta sino también porque el 80% de las personas encuestadas manifestaron que adquieren el producto en el mercado.

Promoción

Dentro de las estrategias de promoción se establecerán descuentos en los productos, por la compra de dos sacos el tercero tendrá un descuento del 25%, de esta manera se incentiva al consumidor y crear una relación de fidelización con los clientes, además se procederá a obsequiar productos adicionales como llaveros, esferos, libretas, por la compra de productos en ocasiones especiales.

Publicidad

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, en relación al medio publicitario del producto, se realizara mediante el internet, las redes sociales, además la radio ya que las personas manifestaron con mayor aceptación por los mismos.

3.14 Conclusión del estudio de mercado

- De acuerdo con los datos obtenidos en la investigación, la PEA de la ciudad de Otavalo, se pudo obtener una muestra de 378 habitantes para realizar la encuesta
- Dentro de la encuesta realizada se pudo determinar que el 100% de las personas compran sacos, en su mayoría que estén confeccionados y elaborados a base de lana.
- De acuerdo a la población encuesta se pudo determinar que el 64% de las personas utilizan sacos para protegerse del frio mientras que el 15% prefieren utilizar chompas.
- Se pudo determinar mediante la encuesta que la característica que más se busca en un producto es la calidad y el precio.

- De acuerdo a los habitantes encuestados se pudo conocer la frecuencia de compra, dando como resultado que el 66% de las personas adquieren sus sacos cada 6 meses, seguido de 16% que compran de manera anual.
- El 80% de los habitantes encuestados tienen como lugar de preferencia de compra al mercado seguido de un 20% que prefieren adquirir en centros comerciales.
- Del total de personas encuestadas el 72% consiguen un saco entre los precios de 10 a 15 dólares, mientras que el 24% de los habitantes pagan hasta 20 a 25 dólares, dependiendo de la calidad del producto.
- El 56% de los habitantes encuestados manifiestan que la talla que más compran es la “M”, y el 37% adquieren en la talla “L”
- La fibra de cabra en el mercado es nueva, lo que conlleva a que el 97% de las personas encuestadas desconozcan de la fibra de procedencia animal.
- El 75% de los habitantes encuestados desconocen que existe la posibilidad que se pueden fabricar sacos a base de fibra de cabra, mientras que el 25% menciona que si conocen el proceso productivo con un material de procedencia animal, aun no sea de cabra.
- Se pudo determinar que el 100% de los habitantes encuestados están dispuestos a comprar un saco de fibra de cabra, en vista a que es un producto nuevo en el mercado que ofrece gran variedad de características.
- Del total de las personas que fueron encuestadas, el 74% están dispuestas a pagar por un saco entre 15 a 20 dólares, mientras que el 24% están la posibilidad de adquirirlo en 25 a 30 dólares.
- En cuanto al medio de comunicación, el 34 % de las personas prefieren recibir información sobre el producto mediante el Internet, en este caso las redes sociales, mientras que el 31% tienen la alternativa a la prensa como medio de información, seguido del 28 % optaron por la radio para recibir información

- En lo que se refiere a la promoción, el 93% de los habitantes encuestados mencionan que les gustaría que los sacos cuenten con descuentos, puesto que si pagan menos están en la posibilidad de poder adquirir otro producto, mientras que la minoría representada por el 6% prefieren que se le entreguen productos adicionales como incentivo de compra.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4. Introducción

Dentro del estudio técnico es necesario determinar la capacidad óptima de la planta de producción y establecer la macro y micro localización de la microempresa, establecer el tamaño y destino de la inversión inicial y conocer acerca de los insumos, la maquinaria, los costos, gastos; la mano de obra necesaria y el proceso productivo, para la elaboración de los sacos de fibra de cabra y algodón.

4.1 Objetivo del estudio técnico

Elaborar un estudio técnico mediante la utilización de herramientas y proyecciones financieras que permitan la determinación de la macro, micro localización, tamaño, destino de la inversión y su financiamiento

4.2 Objetivos específicos

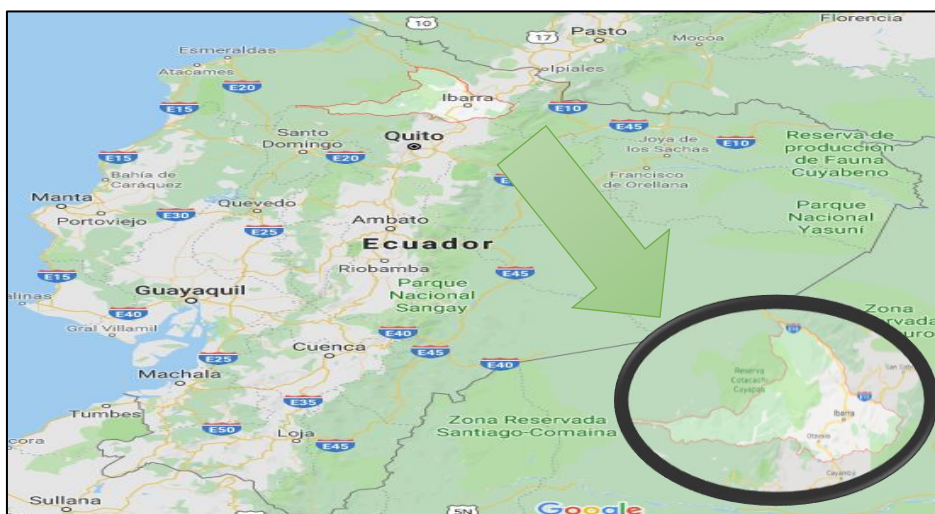
- Determinar la ubicación para la microempresa textil
- Definir el tamaño óptimo del proyecto
- Describir los procesos de producción de los sacos de fibra de cabra
- Determinar los costos de los recursos útiles para implementar el proyecto
- Definir el modo de financiamiento
- Determinar la cantidad recursos necesarios para la implementación de la microempresa textil

4.3 Ubicación del proyecto

4.3.1 Macro localización

La microempresa textil dedicada a la producción y comercialización de sacos de fibra de cabra va a estar ubicada dentro del territorio ecuatoriano, específicamente en la provincia de Imbabura, en la ciudad de Otavalo.

Ilustración 18 Macro localización



Fuente: Google maps
Elaborado por: El autor
Año: 2019

4-3-2 Micro localización

Ilustración 19 Micro localización



Fuente: Google maps
Elaborado por: El autor
Año: 2019

La microempresa se va encontrar en la ciudad de Otavalo, parroquia Jordán, barrio Cardón, en donde se cuenta con instalaciones de propiedad del inversionista, lugar estratégico para la producción y comercialización de los sacos de fibra de cabra y algodón ya que los puntos de venta y ferias están a sus alrededores; también por contar con varios factores que favorecen a la microempresa como son las vías de acceso, seguridad, disponibilidad de recursos como materiales y la mano de obra, y el punto de venta de los productos va estar localizada en la plaza de los ponchos, como también en el mercado Copacabana los días miércoles y los días sábados,

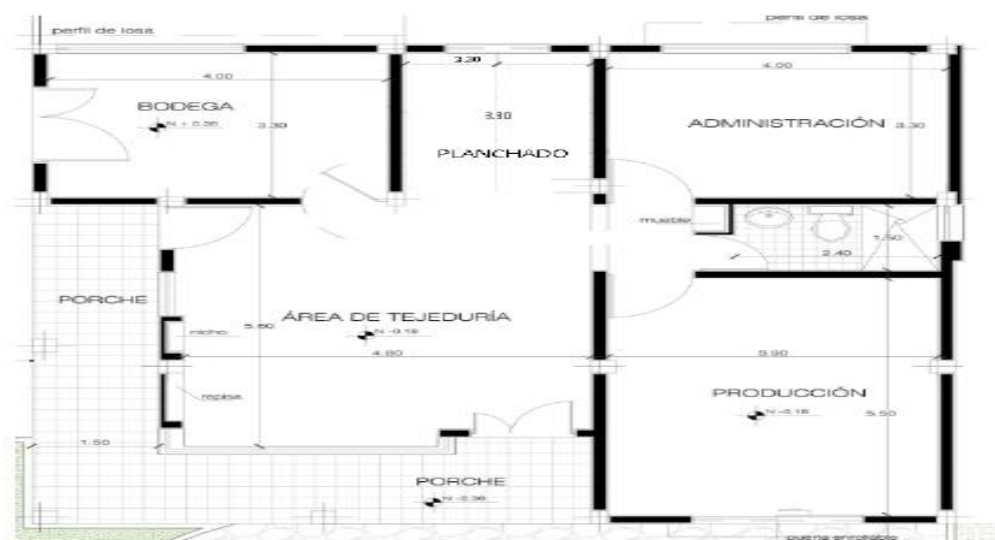
4.4 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se procederá a determinar mediante la capacidad instalada con la que cuenta la microempresa, para fabricar 500 sacos de fibra de cabra mesuales, además de acuerdo al análisis que se realizó en el estudio de mercado, se pudo determinar que existen 15 productores relacionados a la actividad textil y que cada uno de ellos realiza una producción de alrededor de 1000 sacos semanales.

4.5 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto se basa en una división del área con la que dispone la organización, y que ayudará a tener una mejor movilización para los trabajadores, y una buena adecuación de la maquinaria, el área de producción estará ubicada la ciudad de Otavalo, parroquia Jordán, barrio Cardón bajo a pocos metros de la universidad de Otavalo.

Ilustración 20 distribución de la planta



FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

La infraestructura cuenta con 125 m² donde va estar distribuida de la siguiente manera

En donde se contará con el área de producción el cual va estar la maquinaria para el tejido, planchado, bodega y la administración, es como va a estar distribuida la planta de la microempresa textil.

Tabla 25 distribución de la infraestructura



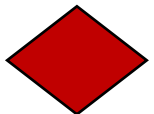

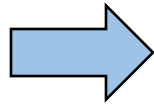
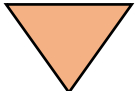

Departamento	M ²
Producción	50,00
Planchado	12,00
Bodega	20,02
Administración	40,00
Baño	3,00
Total área	125 m²

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

4.5.2 Flujo grama de procesos

El flujo grama de procesos es la representación gráfica de los procesos de producción dentro de la transformación de la materia prima en un bien terminado.

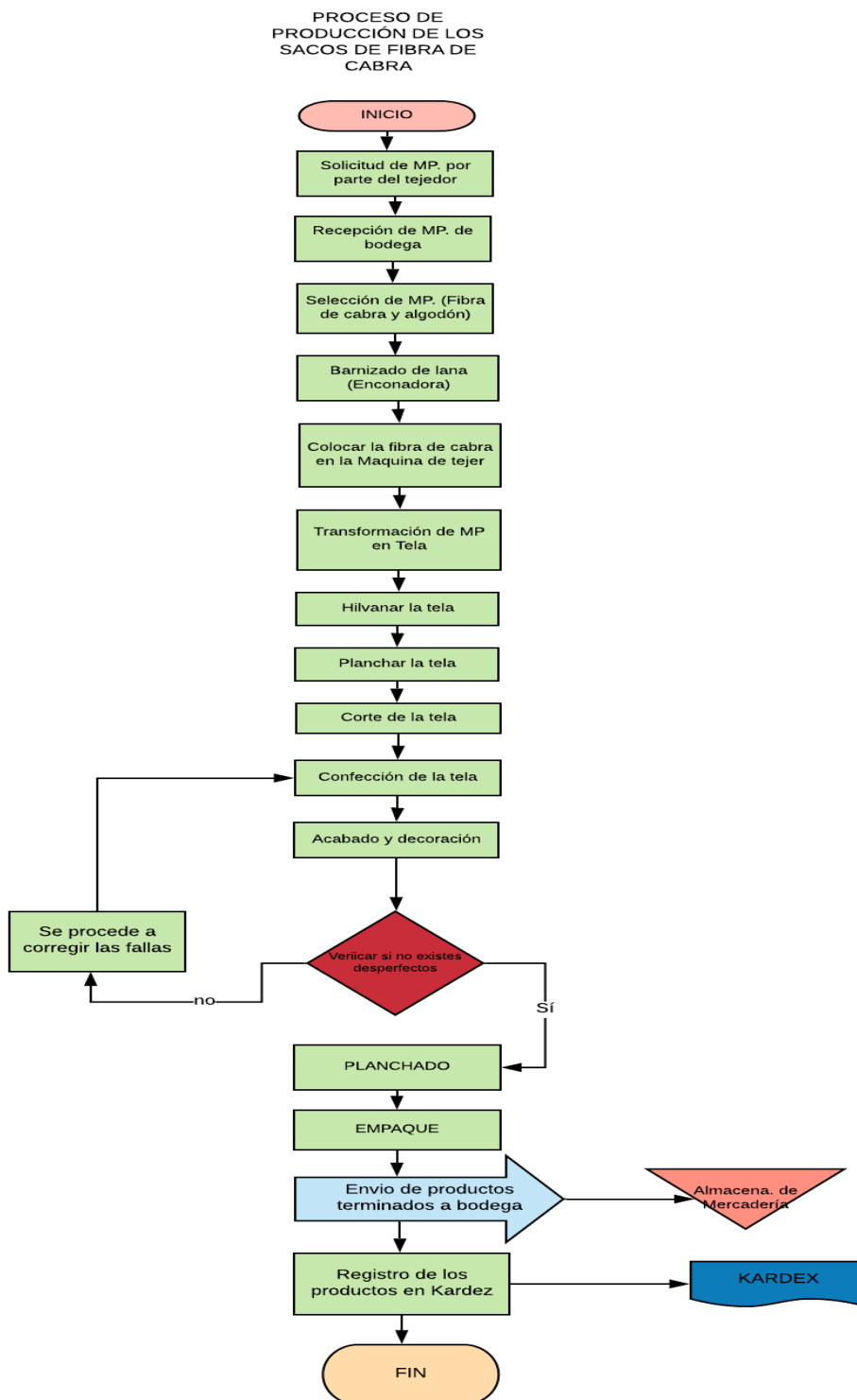
Tabla 26 Símbolos del flujo grama

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio de proceso y final
	Proceso
	Toma de Decisión
	Documento
	Transporte
	Almacenamiento
	Conector

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

4.5.3 Diseño de proceso productivo

Ilustración 21 Proceso Productivo



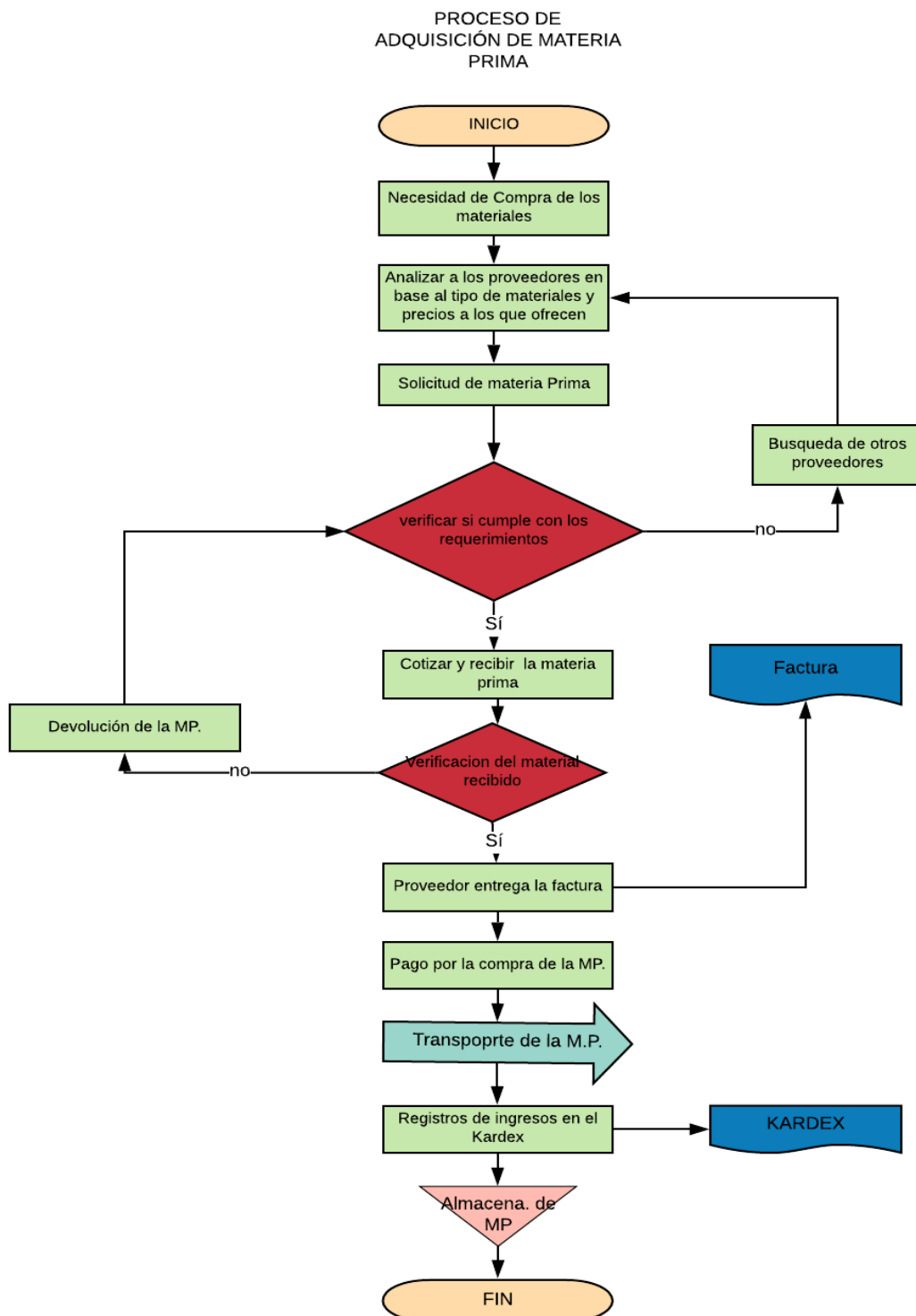
FUNTE: Estudio Técnico
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

El proceso productivo contiene los pasos que se sigue para obtener el producto terminado, dentro de la microempresa textil:

- El departamento de producción realiza la solicitud de materia prima a bodega para comenzar con la fabricación
- El operario de maquinaria selecciona la materia prima requerida para la cantidad a producir
- El tejedor realizará el barnizado de la fibra de cabra para que no pasen cuerpos extraños al proceso productivo.
- Una vez ya barnizada la lana se procede a colocar los conos de las fibras en la máquina para dar comienzo a la transformación de la materia prima.
- La persona encargada del planchado, procede a tomar la tela producida en la máquina para comenzar al hilvanado y planchado
- Una vez planchada la tela, la encargada de la confección retira las piezas listas para pasar al área de corte, y luego a la unión para dar forma al producto.
- Ya confeccionado el producto se procede envía a la sección de acabados, para el pegado de botones, cierres y otros accesorios que estarán en el saco.
- El producto final pasa al área de control de calidad, en la que se procede a revisar si existen desperfectos en la tela o en la confección, si existe algún error se procede a devolver a la operario de corte y confección para corregir el error, si pasa el control de calidad, se procede a planchar el saco con el fin de obtener un alisado perfecto
- El saco planchado se procede a doblarlo y empacarlo en fundas, y se envía a bodega para el almacenamiento.
- Por último se procede a registrar el ingreso del producto terminado en los Kardex.

4.5.4 Proceso de adquisición

Ilustración 22 Proceso de adquisición de materia prima



FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

El proceso de adquisición de materia prima se da de la siguiente manera:

- El departamento de producción procederá a solicitar mediante una nota de pedido, la materia prima para la fabricación de sacos de fibra de cabra.
- Bodega verifica si hay en existencia los materiales solicitados
- Si existen los materiales solicitados serán concedidos a producción mediante una nota de entrega firmada por la persona que entrega y la que recibe, con el detalle de los materiales y cantidades.
- En caso de no disponer de los materiales solicitados se procede a realizar un análisis de varios proveedores, donde proporcionen proformas de la materia prima donde estén detalladas los precios de los materiales, el tipo, la calidad.
- Se realiza un análisis de la Materia Prima para ver si cumple con los requerimientos de la microempresa.
- Se selecciona el proveedor que ofrezca mejores condiciones en la compra.
- Se procede a realizar negociación y compra del material, así como el pago por la adquisición, sustentada con el documento legal autorizado por el SRI que es la factura.
- Recepción del material, y se realiza la revisión de la materia prima recibida.
- Si por algunos motivos el material está en mal estado se procede a devolver y a buscar nuevos.
- Seguidamente la materia prima ya recibida se lleva a la microempresa para guardar en bodega, previo a un registro en el Kardex.

4.6 Inversión en activos fijos

La inversión de activos fijos es muy importante para la microempresa, debido a que la maquinaria aporta al proceso productivo para la transformación de la materia prima en productos terminados.

4.6.1 Maquinaria y equipo

Son aquellos elementos necesarios para la producción ya que aportan al proceso de transformación de la materia prima, para poder vender los nuevos bienes dentro del mercado con el fin de obtener un ingreso económico.

Tabla 27 Maquinaria y equipo

Cantidad	Descripción	Marca	Precio unit.	Precio total
2	Maq. Industrial	Stoll, Shima	11.000	22.000
1	Maq. Industrial	Universal	9.000	9.000
1	Plancha		300	300
1	Overlock		520	520
1	Recta		600	600
1	Recubridora		800	800
1	Ojaladora		560	560
1	Cortadora		360	360
TOTAL				34.140

FUNTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

4.6.3 Equipo de cómputo

Los equipos de cómputo son aquellos que permiten a la organización tener un control más eficiente y organizado de las actividades que se van a realizar, tanto en el área de diseño como en las actividades administrativas y contables, ayudan a reducir el tiempo de trabajo y recursos. A continuación se presenta a los equipos con los que la microempresa dispondrá.

Tabla 28 Equipo de cómputo

Cantidad	Descripción	Marca	Precio unitario	Precio total
1	laptop	hp	600	600
1	computadora de escritorio	hp	580	580
1	Impresora	hp	340	340
TOTAL				1.520

FUNTE: Estudio Técnico
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

4.6.3 Muebles y enseres

Los muebles y enseres son aquellos activos que permiten tener un buen desempeño de las actividades administrativas y dentro de los procesos productivos.

Tabla 29 Muebles y Enseres

Cantidad	Descripción	Marca	Precio unit.	Precio total
producción				
1	mesa para corte 2x3	madera	140,00	140,00
1	mesa de empaque 2x2	madera	90,00	90,00
4	Silla		120,00	480,00
1	estantería		160,00	160,00
administración				
1	Escritorio		160,00	160,00
1	Silla giratoria		110,00	110,00
1	Archivador		150,00	150,00
Ventas				
1	Estantería		150,00	150,00
2	Mostrador		75,00	150,00
1	Silla		65,00	65,00
1	Sillón		130,00	130,00
1	escritorio		100,00	100,00
TOTAL				2.250,00

FUNTE: Estudio Técnico
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

4.6.4 Resumen de inversión de inversión fija

La inversión de los activos fijos permite poner en marcha los procesos de la microempresa, a continuación se presenta un cuadro resumen:

Tabla 30 Resumen de Inversión Fija

Descripción	Valor
maquinaria y equipo	34.140,00
equipo de computo	1.520,00
equipo de oficina	40,00
muebles y enseres	2.250,00
TOTAL	37.950,00

FUNTE: Estudio Técnico
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

A un total de 37.950,00 ascienden los activos fijos necesarios para la implementación del proyecto.

4.7 Costos de producción

Los costos son desembolsos necesarios que la microempresa realizara para poder poner en marcha la actividad de producción de sacos de fibra de cabra.

4.8 Materia prima directa

La materia prima que va ser utilizada dentro del proceso productivo de los sacos es la fibra de cabra y algodón, a su vez es necesario el usos del hilo poliéster para la confección de los productos, a continuación se presenta el cálculo del costo de la materia prima

Tabla 31 Materia Prima Directa

Descripción	Unidad	precio Kg	IVA	Precio	cantidad por unidad	costo total
<i>fibra de cabra</i>	1 cono 1000 gramos	\$8.36	1,14	\$9,50	talla L Y M 333 Gramos	3,16
<i>Algodón</i>	1 cono 2 kilos	\$ 39,60	5,4	\$45	450 gramos por unidad	0,5
TOTAL						3,67

FUNTE: Estudio Técnico
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

El costo de la materia prima directa MPD, es de \$ 9,50 el cono, que pesa 1000 gramos, de los cuales se puede obtener 3 sacos, ya que para producir un saco se necesita 333,333 gramos de fibra de cabra; de la división del costo de la MP para la cantidad de sacos a producir, en este caso 3, el total del costo unitario es un valor de \$ 3,17; además se adiciona el algodón 0,50 dando un total de MPD de 3,67

4.8.1 Resumen materia prima

La microempresa producirá 500 sacos de fibra de cabra al mes de los cuales 250 serán de la talla L, los otros 250 serán de la talla M.

Tabla 32 Resumen de Materia Prima Directa

<i>Producción</i>	<i>Total Sacos</i>	<i>MPD</i>	<i>Costo Total mensual</i>
<i>talla L</i>		250	3,67
<i>Talla M</i>		250	3,67
<i>total</i>		500	1.835,00

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

A continuación se presenta el cálculo del costo de materia prima anual requerida, teniendo en consideración que el costo por unidad es de 3,67 y la producción anual es de 6000.

Tabla 33 Costo de Materia Prima Anual

Producción	Total Sacos Mensual	Total sacos anual	costo unitario	costo total
talla L y M	500	6.000	3,67	22.020,00
total		Total		22.020,00

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

4.9 Materia prima indirecta

Del total de productos a elaborarse el 25% serán con cierres, el 50% con botones y el restante serán sacos cerrados.

Tabla 34 Materia Prima Indirecta

Descripción	unidad	Cantidad por unidad	Precio unitario	costo total
cierres	125	1	0,12	21
Botones	250	5	0,01	17,5
Breatas	500	15cm	5,00 (1000 metros) 0,075	52,5
Hilo	500	50cm	2,30 (10000 metros de hilo) 0,0115	8,05
Tallas	500		0,01	7
Etiquetas	500		0,05	35
Fundas	500		0,03	21
Tallas		TOTAL		162,05
		MENSUAL		

FUNTE: TEJIDOS FINATEX

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

En el cuadro anterior se puede observar el total de materia prima indirecta de manera mensual que se necesita para la producción de los 500 sacos de fibra de cabra que viene a ser un valor de MPI mensual de 162,50

4.9 1 Materia prima indirecta por unidad

Tabla 35 Costo de materia prima por unidad

Descripción	unidad	Cantidad por unidad	Precio unitario	costo total
cierres	1	1	0,12	0,12
Botones	1	5	0,01	0,05
Reatas	1	15cm	5,00 (1000 metros) 0,075	0,075
Hilo	1	50cm	2,30 (10000 metros de hilo) 0,0115	0,0115
Tallas	1		0,01	0,01
Etiquetas	1		0,05	0,05
Fundas	1		0,03	0,03
		TOTAL		0,3465
		MENSUAL		

FUNTE: TEJIDOS FINATEX

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

En la tabla anterior se puede observar los costos de la materia prima indirecta por unidad que asciende a 0,35 centavos de dólar.

4.10. Mano de obra directa

Es la fuerza laboral que interviene de manera directa dentro del proceso productivo, en este caso existirán 3 trabajadores, uno que estará encargado de la operación de la maquinaria, el otro deberá realizar el planchado de la tela y por último el tercer operario se encargará de confeccionar las prendas.

Tabla 36 Cálculo del Costo de la Mano de Obra Directa

Personal	Remuneraciones (SBU)	Ingreso Anual	Aporte patronal mensual	Patronal Anual	F. Reserva	Decimo	Decimo Cuarto	Total Año1
Tejedor	394,00	4.728,00	43,93	527,17	394,00	394,00	394,00	6.043,17
Planchador	394,00	4.728,00	43,93	527,17	394,00	394,00	394,00	6.043,17
Cocedor	394,00	4.728,00	43,93	527,17	394,00	394,00	394,00	6.043,17
Subtotal	1.182,00	14.184,00	131,79	1.581,52	1.182,00	1.182,00	1.182,00	18.129,52

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

El monto de dinero que se necesita para el pago de los 3 operarios de la MOD es de \$18.271,36 dólares para el primer año de vida útil del proyecto.

4.11 Mano de obra indirecta

La mano de obra indirecta son aquellos operarios que no intervienen de manera directa en el proceso productivo, pero si son de vital importancia para que se lleve a cabo la producción de los sacos de fibra de cabra, a continuación se presenta el cálculo de los valores necesarios para el proceso de mantenimiento de la maquinaria y el personal encargado de diseñar el

modelo; es necesario mencionar que estas personas serán contratadas sin relación de dependencia, por servicios profesionales, periódicamente.

Tabla 37 Mano de Obra Indirecta

<i>Descripción</i>	<i>Número de personas</i>	<i>Costo por servicios.</i>	<i>Costo total</i>
Diseñador	1	20 por modelo	20,00
Mantenimientos	1	50	50,00
TOTAL			70,00

FUNTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

4.12 Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación son aquellos que la microempresa realiza para llevar a cabo la producción de los sacos de fibra de cabra, y que no están dentro de los grupos anteriores, son considerados muy importantes porque permiten completar el proceso de producción.

Tabla 38 Costos Indirectos de Fabricación

Cantidad	Detalle	V. Unitario	Total
Insumos			
1	Juego de regla	20,00	20,00
3	Tijeras	7,00	21,00
3	Cinta métrica	1,25	3,75
3	Tiza de cera	0,60	1,80
1	Agujas (caja =12 unidades)	2,50	2,50
1	Desarmador hexagonal	3,50	3,50
1	Desarmador plano	1,50	1,50
1	Escobilla de limpieza	2,00	2,00
2	Frasco aceitero	2,50	5,00
1	Galón de aceite para maquinas	10,00	10,00
4	Mascarilla tapa boca	2,00	8,00
3	Mandiles para operarios	7,00	21,00
2	Limpiador de maquina abro	4,50	9,00
Servicios Básicos			
12	Luz	70,00	840,00
12	Agua	8,00	96,00
12	Teléfono	25,00	300,00
12	Internet	20,00	240,00

Subtotal		1.585,05
Depreciaciones		
1	Depreciación de Maquinaria y equipo	3.072,60
1	Depreciación de Equipos de computación	456,00
1	Depreciación de Equipos de Oficina	3,60
1	Depreciación de Muebles y enseres	202,50
TOTAL DE CIF		5.319,75

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Tabla 39 Costos indirectos de fabricación

Costos Indirectos de Fabricación	
Detalle	Valor
Materia prima indirecta	162,05
Mano de obra indirecta	70,00
Otros costos	5.319,75
TOTAL DE CIF	5.551,80

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

A un total de \$ 5551,80 dólares americanos ascienden los costos indirectos de fabricación estimados para el primer año de vida útil del proyecto.

4.12.1 Resumen de los costos de producción

A continuación se presenta un cuadro resumen de los costos de producción estimados

Tabla 40 Resumen de costos indirectos de fabricación

Costos de Producción	
Detalle	Valor
Materia prima directa	22.020,00
Mano de obra directa	18.271,36
CIF	5.551,80
TOTAL	45.701,32

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

4.13 Gastos de administración

Los gastos de administración son aquellos desembolsos que realiza la microempresa para el pago de personal ejecutivo y cubrir el coste de servicios.

4.13.1 Gastos de constitución

Los gastos de constitución son aquellos desembolsos iniciales que se realiza para poner en marcha una actividad o negocio; los siguientes gastos que la microempresa realizara son el pago de permisos de funcionamiento, la patente municipal, el pago a los bomberos, entre algunos gastos más; a continuación se presenta la tabla de los gastos de constitución:

Tabla 41 Gastos de Constitución

Descripción	Precio anual
Patente	20,00
Permiso por parte de bomberos	47,00
Permiso de funcionamiento	40,00
Tasa contra incendios	5,00
Arriendo de puestos de venta	45,00
TOTAL	157,00

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

4.13.2 Remuneración personal administrativo

Dentro del personal administrativo se contará con un Gerente General que tendrá una remuneración de 600 dólares mensuales, además se contará con el servicio de un contador, para que realice las declaraciones de impuestos al Servicio de Rentas Internas, cuya remuneración mensual será de 20 dólares, a quien no se contratará bajo relación de dependencia sin por honorarios profesionales.

Tabla 42 Remuneración personal administrativo

Cargo	R. Mensual	R. Anual	A. patronal mensual 12,15%	A. Patronal Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Total Año 1
Gerente	600	7.200,00	66,90	802,80	600,00	600,00	8.996,80
contador	20	240,00	-	-	-	-	240,00
TOTAL DE MOD	620,00	7440,00	72,90	874,80	394,00	394,00	9.236,80

FUNTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

El total de recursos necesarios para el pago al personal administrativo es de 9236,80 dólares americanos.

4.13.3 Equipos de oficina

Son aquellos equipos que ayudan al personal para tener un correcto desempeño, en relación a la atención del cliente, y al desarrollo de sus actividades en la empresa

Tabla 43 equipos de oficina

Cantidad	Descripción	Marca	Precio unit.	Precio total
1	teléfono	Panasonic	28	28
1	calculadora	Casio	12	12
TOTAL				40

FUNTE: Estudio Técnico

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

4.13.4 Otros gastos de administración

En el siguiente cuadro se detalla los suministros necesarios para un buen desempeño del área administrativa.

Tabla 44 Otros Gastos de Administración

<i>Descripción</i>	<i>Detalle</i>	<i>Costo U</i>	<i>Precio anual</i>
Resma de papel	1 Cada año	4,00	4,00
Tinta para impresora	1 Cada 6 meses	25,00	50,00
Grapadora	1	1,5	1,5
Perforadora	1	2,75	2,75
archivador	1	4,00	4,00
Esferos	4	0,4	1,6
TOTAL			63,85

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

A un valor de \$ 63,85 dólares asciende los recursos necesarios para el pago de suministros para el área administrativa en el primer año de vida útil del proyecto.

4.13.5 Resumen Gastos de administración

En la tabla siguiente, se presenta el resumen de los gastos administrativos anuales que realizará la microempresa:

Tabla 45 Resumen de Gastos Administrativos

<i>Descripción</i>	<i>costo anual</i>
sueldos para administración	9236,80
suministros de oficina	63,85
Depreciación de gastos	662,10
Gastos de organización	157
TOTAL	10.119,75

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

4.14 Gastos de venta

Los gastos de venta son aquellos que la microempresa realiza, con el objetivo de fomentar el crecimiento de los ingresos, para ello se requerirá de un personal que se encargue de la

atención al cliente en el local comercial, ubicado en el mercado Copacabana, cuya remuneración será de un salario básico unificado (SBU) con sus respectivos beneficios de ley.

Tabla 46 Gatos de Venta

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	A. patronal mensual 11,15%	A. Patronal Anual	D. Tercer	D. Cuarto	Total Año 1
Vendedor	394	4.728,00	43,93	527,17	394	394	6.043,17
TOTAL	394,00	4728,00	43,93	574,45	394,00	394,00	6043,17

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

4.14.1 Gastos de publicidad

Los gastos de publicidad son aquellos que ayudan a la microempresa a dar a conocer sus productos, y tienen el objetivo de generar una mayor venta y por ende obtener beneficios económicos, la organización optará por los medios de comunicación más usados por las personas que son las redes sociales, para realizar anuncios sobre las características únicas del producto, se entregará a cada cliente tarjetas donde se especifique toda la información de la entidad, además se estará incentivando al cliente mediante la entrega de llaveros, cuadernos, esferos entre otros, en los cuales se podrán visualizar el logo de la organización.

Tabla 47 Gastos de publicidad

Descripción	Cantidad	Costo U	costo
Cuadernos con logotipo	100	0,50	50,00
Redes sociales página web	3	5,00	15,00
Esferos	100	0,30	30,00
Tarjetas	600	0,01	6,00
TOTAL			101,00

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

4.14.2 Otros gastos de venta

A continuación se presentan aquellos gastos que permiten tener un mejor desempeño al momento de realizar la venta de los productos.

Tabla 48 Otros Gastos de Venta

<i>Descripción</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo U</i>	<i>costo</i>
Fundas	700	-	6,00
Maniqués	3	15,00	45,00
Facturero	1	13,00	13,00
Armadores (x12)	5	4,50	22,5
TOTAL			86,5

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

A continuación se presenta el resumen de los gastos de venta estimados para el proyecto.

4.14.3 Gastos de ventas

Tabla 49 Resumen de gastos de Venta

Descripción	costo anual
vendedor	6.043.17
publicidad	101
Otros gastos de venta	86,5
TOTAL	6.230,67

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

4.15 Resumen de total costos y gastos

Tabla 50 Resumen de Costos y Gastos

Descripción	Costo anual
Gastos de administración	10.119,75
Gastos de venta	6.230,67
Gastos financieros	1.890,39
TOTAL	74.865,98

FUNTE: Estudio Técnico
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

4.16 Capital de trabajo

El capital de trabajo es aquella cantidad monetaria que la organización requiere para poder cubrir las obligaciones por la compra de la materia prima, la mano de obra y para financiar otros egresos que sean necesarios realizar al inicio del proyecto hasta que el mismo pueda autofinanciarse.

Tabla 51 Capital de Trabajo

Descripción	V. Mensual
Costos de producción	
Materia prima directa (MPD)	1.835,00
Mano de obra directa (MOD)	1.510,79
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	312,92
Gastos de Administración	
Remuneraciones	769,73
Suministros de oficina	5,32
Gastos de Ventas	
Remuneraciones	503,60
Publicidad	8,42
Otros gastos	7,21
Gastos de constitución	13,83
TOTAL	4.966,07

FUNTE: Estudio Técnico
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

En la tabla del Capital de trabajo se puede observar que para poner en ejecución el negocio, la organización deberá contar con un monto de \$ 4966,07 dólares mensuales, hasta que la microempresa pueda autofinanciarse, estos fueron obtenidos de los costos y gastos anuales proyectados para del proceso productivo de los sacos de fibra de cabra; para el cálculo se realizó la división del total de costos y gastos anuales efectivos para 12 meses.

4.17 Inversión total del proyecto

La inversión inicial del proyecto está conformado por la inversión fija, y el capital de trabajo; donde la inversión fija es aquella que está representado por los bienes de larga duración que se utilizan dentro del proceso productivo y el capital de trabajo es la cantidad monetaria con la que debe de contar la organización para financiar la puesta en marcha del negocio, al inicio del mismo.

Tabla 52 Inversión del proyecto

Descripción	Valor
Inversión Fija	37.950,00
Capital de trabajo	4.966,07
TOTAL	42.916,07

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

El total de la inversión requerida para el proyecto es de 42.916,07 dólares americanos, recursos que ayudarán a poner en marcha la microempresa.

Financiamiento

Con el fin de aprovechar la oportunidad de ofrecer los sacos de fibra de cabra, se procederá a realizar un préstamo al Banco del Pacifico, el monto requerido por parte del proyecto es de 42.916,07 dólares para poner en marcha el negocio, el 41,74% de la inversión será cubierto mediante recursos propios cuyo valor representa un monto de \$ 17.913,17 dólares, mientras que el 58,26% representa a un monto de \$ 25.002,90 dólares, a un plazo de 5 años en pagos mensuales a una tasa de interés de 8,5% con cuotas fijas.

Tabla 53 Inversión Total

Descripción	valor	Porcentaje
Inversión Propia	17.913,17	41,74%
Crédito	25.002,90	58,26%
Total de la Inversión	42.916,07	100%

FUNTE: Estudio Técnico
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Resumen del estudio técnico

- Dentro de este capítulo se pudo conocer la ingeniería del proyecto, en función a la distribución de la infraestructura para tener un correcto desempeño, estará ubicada en la ciudad de Otavalo barrio Cardón, perteneciente a la parroquia Jordán.
- Se pudo determinar que la capacidad instalada se encuentra en función de la cantidad de sacos que se desea producir; se contará con una producción de 500 sacos de fibra de cabra mensuales.

- La microempresa textil destinará la inversión para adquirir activos fijos cuyo valor asciende a \$ 37.950,00 dólares, y por último el capital de trabajo necesario para poner en marcha el negocio es de \$ 4966,07 dólares americanos.
- El financiamiento estará conformados por una inversión propia de \$ 17.913,17 y un monto de 25.002,90 que serán cubiertos por un préstamo en el Banco del Pacifico a una tasa de 8,50% y a un plazo de 5 años, con cuotas mensuales fijas.

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5. Introducción

El estudio financiero permite una correcta toma de decisiones al momento de realizar una inversión, además dentro de este estudio se realizarán los estados financieros proforma para la microempresa textil, esto permitirá conocer el comportamiento económico que tendrá el proyecto, y su factibilidad económica.

5.1 Objetivos del estudio financiero

5.1.1 Objetivo general

Realizar un estudio financiero mediante la elaboración de proyecciones y cálculos a través de indicadores que permitan la determinación de su factibilidad económica.

5.1.2 Objetivos específicos

- Medir los ingresos que producirá la microempresa
- Calcular los costos y gastos para el nivel de producción
- Estructurar los estados financieros proforma
- Realizar el cálculo de los indicadores financieros a fin de determinar la factibilidad económica del proyecto.

5.2 Ingresos

Para realizar la proyección de los ingresos se procedió a establecer un promedio de la inflación de los últimos cinco años, cuyos datos fueron obtenidos del Banco Central del Ecuador BCE

Tabla 54 porcentaje de inflación

AÑOS	% INFLACIÓN
2014	3,67
2015	3,38
2016	1,12
2017	-0,20
2018	0,27
TOTAL	8,24
PROMEDIO	1,648

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

El promedio de inflación de los últimos cinco años asciende al 1,648%, dato que será utilizado para la proyección de los ingresos en el crecimiento de los precios.

Además, para realizar la proyección de crecimiento en cantidades se utilizó la tasa de crecimiento poblacional del cantón Otavalo que es del 1,68 %

Tabla 55 Proyección de sacos a fabricarse durante un año

Año	Producción anual	talla M	Talla L
Año 1	6.000	3.000	3.000
Año 2	6.102	3.051	3.051
Año 3	6.206	3.103	3.103
Año 4	6.310	3.155	3.155
Año 5	6.416	3.208	3.208

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.2.1 Proyección de ingresos

Tabla 56 Proyección de ingresos

<i>año</i>	<i>Producción anual talla L Y M</i>	<i>PRECIO</i>	<i>total Ingresos</i>
<i>Año 1</i>	6.000	15	90.000,00
<i>Año 2</i>	6.102	15,25	93.038,41
<i>Año 3</i>	6.206	15,50	96.183,53
<i>Año 4</i>	6.310	15,75	99.407,04
<i>Año 5</i>	6.416	16,01	102.742,70

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.3 Costos y Gastos

Son todas las salidas de dinero que se realizan para la ejecución del negocio, dentro del proyecto se tomará en consideración los costos y gastos en función de la materia prima, mano de obra y los CIF.

5.3.1 Materia prima directa

La materia prima es aquella que va a ser utilizada dentro del proceso productivo, en este caso la fibra de cabra y el algodón, a su vez es necesario el uso del hilo poliéster para la confección de los productos, a continuación, se presenta el cálculo.

Para la producción de un saco de fibra de cabra son necesarios:

Tabla 57 Costo y cantidad de materia prima utilizada por unidad

<i>Descripción</i>	<i>unidad</i>	<i>precio Kg</i>	<i>IVA</i>	<i>Precio</i>	<i>cantidad por unidad</i>	<i>costo total</i>
<i>fibra de cabra</i>	1 cono 1000 gramos	\$8.36	1,14	\$9,50	talla L Y M 333 Gramos	3,16
<i>Algodón</i>	1 cono 2 kilos	\$ 39,60	5,4	\$45	450 gramos por unidad	0,5
TOTAL						3,67

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

El costo del cono de lana, principal materia prima para la elaboración de los sacos, es de \$8,36 dólares más IVA, es decir tiene un precio final de \$ 9,50 dólares americanos y tiene un peso 1000 gramos, de los cuales se puede obtener 3 sacos; es decir, un saco necesita 333,333 gramos de fibra de cabra, que resulta de la división del costo de la MP para la cantidad de sacos a producir, el costo unitario viene a ser de \$ 3,17 dólares; además se adiciona el algodón 0,50 dando un total de MPD de \$3,67 dólares americanos.

5.3.2 Proyección de Materia Prima

La materia prima directa es aquella que interviene en el proceso productivo, en este caso el material principal es la fibra de cabra y el algodón, dando como resultado un costo total de materia prima de 3,67 por unidad, esto se multiplica por el total de prendas que se va producir durante un año en este caso los 6000.

Tabla 58 Proyección de la materia prima

<i>Años</i>	<i>cantidad de sacos de fibra de cabra anual</i>	<i>Precio MP</i>	<i>Total</i>
<i>Año 1</i>	6.000	3,67	22.020,00
<i>Año 2</i>	6.102	3,73	22.761,16
<i>Año 3</i>	6.206	3,79	23.527,27
<i>Año 4</i>	6.310	3,85	24.319,16
<i>Año 5</i>	6.416	3,92	25.137,71
		TOTAL	117.765,29

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.4 Mano de obra directa

La mano de obra directa es la fuerza de trabajo que participa en el proceso productivo para transformar la materia prima en tela, para ello intervienen tres operarios uno en el área de tejido, el segundo en el área de planchado y el tercero en corte y confección de la tela.

Para proyectar el incremento de las remuneraciones se tomó en cuenta el porcentaje promedio de crecimiento del SBU de los últimos cinco años.

Tabla 59 Porcentaje de crecimientos del SBU de los últimos 5 años

AÑOS	SBU	% De crecimiento	
2019	394	0,020305	2,030457
2018	386	0,028497	2,849741
2017	375	0,024000	2,400000
2016	366	0,032787	3,278689
2015	354	0,033898	3,389831
2014	342		13,948717
			2,789743
		%	0,027897434

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

El porcentaje del crecimiento de las remuneraciones es del 2,789743 %.

5.4.1 Proyección de la mano de obra directa

Tabla 60 Remuneración de la mano de obra

Cargo	No. Operarios	Remuneración Mensual.	Remuneración Anual
Tejedor	1	394,00	4.728,00
Cosedora	1	394,00	4.728,00
Planchadora	1	394,00	4.728,00
Total			14.184,00

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

5.4.2 Beneficios sociales

A continuación se presenta el valor correspondiente sobre los beneficios de ley para cada operario.

Tabla 61 Beneficios sociales de los operarios

Cargo	Aporte Patr. Mensual 11,15%	Aporte Patronal Anual	Fondos de reserva	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Total año 1
Tejedor	43,93	527,17	394,00	394,00	394,00	6.043,17
Cosedora	43,93	527,17	394,00	394,00	394,00	6.043,17
Planchadora	43,93	527,17	394,00	394,00	394,00	6.043,17
Total	131,79	1.581,52	1.182,00	1.182,00	1.182,00	18.129,52

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

5.4.3 Proyección de mano de obra directa

A continuación se presenta el cálculo del valor de la mano de obra para el primer año, que incluye la remuneración, más los aportes patronales al IESS, más los fondos de reserva, el décimo tercero y décimo cuarto sueldo se obtiene un total de \$ 6.043,17 que corresponde al primer año para cada trabajador.

Tabla 62 Proyección de la mano de obra directa

Cargo	Total año 1	Total Año 2	Total año 3	Total año 4	Total año 5
Tejedor	6.043,17	6.616,75	6.801,34	7.186,12	7.386,59
Cosedora	6.043,17	6.616,75	6.801,34	7.186,12	7.386,59
Planchadora	6.043,17	6.616,75	6.801,34	7.186,12	7.386,59
Total	18.129,52	19.850,26	20.404,03	21.558,35	22.159,77

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.5 Costos de fabricación

Son aquellos costos de mano de obra que no intervienen de manera directa pero que ayudan a la producción de los sacos

5.5.1 Materia prima indirecta

A continuación se presenta la proyección del costo de materia prima indirecta, que es de 0,35 centavos de dólar por unidad; véase la tabla del costos de materia prima indirecta por unidad N°34 obtenidos de la suma de los valores de los materiales como son los cierres, botones, reatas, hilos, tallas, etiquetas y fundas,

Tabla 63 Materia prima indirecta

<i>Años</i>	<i>cantidad de sacos de fibra de cabra anual</i>	<i>Costo MPI</i>	<i>Total</i>
<i>Año 1</i>	6000	0,35	2.100,00
<i>Año 2</i>	6102	0,36	2.170,90
<i>Año 3</i>	6206	0,36	2.244,28
<i>Año 4</i>	6310	0,37	2.319,50
<i>Año 5</i>	6416	0,37	2.397,33
		TOTAL	11.232,01

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

5.5.2 Mano de obra indirecta

El costo de la mano de obra directa estará integrada por las remuneraciones a pagar a una persona encargada del diseño de los modelos, que será remunerado con \$ 20,00 dólares americanos por modelo a realizar y una persona que estará encargada de dar mantenimiento a la maquinaria, el mantenimiento se realizará cada año cuando lo requiera el operador de maquinaria, y su pago será de \$50,00 por cada visita.

A continuación, se presenta la proyección del costo de la mano de obra indirecta, el cálculo se realizó con la tasa de crecimiento del salario básico unificado durante los últimos cinco años.

Tabla 64 Proyección de la mano de obra indirecta

Encargado	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Mantenimiento	50	51,39	52,83	54,30	55,82
Diseñador	20	20,56	21,13	21,72	22,33
TOTAL	70	71,95	73,96	76,02	78,14

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

5.6 Gastos de administración

Son aquellas erogaciones de dinero que realiza la microempresa para que la organización tenga un correcto funcionamiento dentro de sus instalaciones administrativas, entre estos están:

5.6.1 Útiles de oficina

En la siguiente tabla se detalla los materiales de oficina que van ser utilizados dentro del departamento administrativo.

Tabla 65 Útiles de oficina

Cantidad	Descripción	V. unitario	V. total
Suministros de oficina			
1	Resma de papel	4,00	4,00
2	Tinta para impresora	25	50,00
1	Grapadora	1,5	1,50
1	Perforadora	2,75	2,75
1	Archivador	4,00	4,00
4	Esferos	0,4	1,60
TOTAL			63,85

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.6.2 Proyección de los gastos administrativos

Tabla 66 Proyección útiles de oficina

Gastos de administración	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Útiles de oficina	63,85	64,90	65,97	67,06	68,16

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.7 Servicios básicos administrativos

Son aquellos servicios necesarios para el funcionamiento de la microempresa.

Tabla 67 Servicios Básicos

Servicios Básicos		valor mensual	valor anual
12	Luz	70,00	840,00
12	Agua	8,00	96,00
12	Teléfono	25,00	300,00
12	Internet	20,00	240,00
Subtotal			1.476,00

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

5.7.1 Proyección de los servicios básicos

Tabla 68 Proyección de los servicios básicos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIOS BASICOS	1.476,00	1.500,32	1.525,05	1.550,18	1.575,73

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

5.7.2 Sueldo personal administrativo

Corresponde al pago que realizará la microempresa a un contador profesional que será remunerado con \$50.00 dólares mensuales y se dedicará a realizar las declaraciones de impuestos y la remuneración del Gerente cuyo valor será de 600 \$ dólares mensuales.

A continuación, se presenta el cálculo de la remuneración que percibirá cada empleado;

Tabla 69 Sueldo personal administrativo

Personal	Remuneraciones (SBU)	Ingreso Anual
Personal Administrativo		
Gerente	600,00	7.200,00
Contador	20,00	240,00
Subtotal salario Administrativo	620,00	7.440,00

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

En la siguiente tabla se muestra la obligación por ley que tiene el trabajador:

Tabla 70 Beneficios del personal administrativo

Aporte patronal mensual	Patronal Anual	F. Reserva	Décimo tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Total Año1
11,15%					
66,90	802,80	600,00	600,00	394,00	8.996,80
					240,00
66,90	802,80	600,00	600,00	394,00	9.236,80

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

En la siguiente tabla se muestra la proyección de la remuneración durante 5 años:

Tabla 71 Proyección de la remuneración

Personal	Total remuneraciones año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Gerente	8.996,80	9.864,53	10.139,72	10.422,59	10.713,36
	240,00	246,70	253,58	260,65	267,92
Contador					
Total	9.236,80	10.111,22	10.393,30	10.683,24	10.981,28

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Para llegar al valor del año 1 se suman los valores del ingreso anual, aporte patronal, décimo tercero sueldo y el décimo cuarto sueldo. Para calcular el monto correspondiente al año 2 se multiplica el total del año uno por el porcentaje de crecimiento de los últimos cinco años del salario básico unificado que es el 0,02789 % al que se le suma nuevamente el total del primer año.

5.3.1 Gastos de constitución

Tabla 72 Gastos de constitución

Gastos de Constitución	
Detalle	Valor
Patente municipal	20,00
Permiso por parte de bomberos	47,00
Permiso de funcionamiento	40,00
Tasa contra incendios	5,00
Arriendo de puestos de venta	45,00
TOTAL	157,00

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Por lo pequeño de su valor no es conveniente amortizar, este dato fue cargado a gastos administrativos.

5.7.3 Depreciación del área administrativa

En la siguiente tabla se detallan los activos fijos a depreciarse y que se encontrarán ubicados en el área administrativa, se procederá a calcular la depreciación a través del método de línea recta, bajo los siguientes parámetros:

Tabla 73 Depreciación de los equipos del área administrativa

Activos	Valor en libros	Años de vida útil	Valor residual	Valor a depreciar	Cuota de depreciación
Maquinaria y Equipo	34.140,00	10	3.414,00	30.726,00	3.072,60
Equipos de Cómputo	1.520,00	3	152,00	1.368,00	456,00
Muebles y Enseres	2.250,00	10	225,00	2.025,00	202,50

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.7.4 Depreciación equipo de cómputo

Tabla 74 depreciación equipo de computo

Equipos de Cómputo	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate o salvamento
Año 1	1.520,00	456,00	456,00	1.064,00	
Año 2	1.520,00	456,00	912,00	608,00	
Año 3	1.520,00	456,00	1.368,00	152,00	152,00

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.7.5 Depreciación muebles y enseres

Muebles y Enseres	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate o salvamento
Año 1	2.250,00	202,50	202,50	2.047,50	
Año 2	2.250,00	202,50	405,00	1.845,00	
Año 3	2.250,00	202,50	607,50	1.642,50	
Año 4	2.250,00	202,50	810,00	1.440,00	
Año 5	2.250,00	202,50	1.012,50	1.237,50	1.237,50
Año 6	2.250,00	202,50	1.215,00	1.035,00	
Año 7	2.250,00	202,50	1.417,50	832,50	
Año 8	2.250,00	202,50	1.620,00	630,00	
Año 9	2.250,00	202,50	1.822,50	427,50	
Año 10	2.250,00	202,50	2.025,00	225,00	

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.7.6 Resumen de gastos administrativos

A continuación se presenta el resumen de los gastos administrativos estimados para el proyecto:

Tabla 75 Resumen Gastos Administrativos

Resumen de gastos administrativos	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos personal administrativo	9.236,80	10.111,22	10.393,30	10.683,24	10.981,28
Útiles de oficina	63,85	64,90	65,97	67,06	68,16
Gastos de organización	157,00	-	-	-	-
Depreciación de gastos	662,10	662,10	662,10	662,10	662,10
Total de Gastos de administración	10.119,75	10.838,22	11.121,37	11.412,40	11.711,54

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.8 Gastos de ventas

Los gastos de venta son aquellos desembolsos que realiza la microempresa correspondientes a materiales que son necesarios al momento de realizar la venta, entre estos tenemos los siguientes:

Tabla 76 Gastos de venta

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
3	Maniqués	15,00	45,00
5	Docena de Armadores metálicos	4,50	22,50
1	fundas de 1000 unidades		6,00
1	facturero	13,00	13,00
TOTAL			86,50

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

A continuación se presenta la proyección de los gastos de ventas correspondientes a los materiales descritos, para el cálculo se tomó en cuenta el índice de crecimiento de precios que es de 1,64%.

Tabla 77 Proyección de gastos de venta

Gastos de venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Otros gastos de ventas	86,50	87,93	89,37	90,85	92,34

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Para la proyección se aplicó el factor 0,0168 que es el indicador de crecimiento esperado para los precios.

5.8.1 Remuneración del personal de ventas

Dentro de la remuneración se encuentra el pago que va a realizar la microempresa a una persona destinada a las actividades de ventas, el cual recibirá un SBU, más todos los beneficios de ley.

Tabla 78 Remuneración Vendedor

Personal	Remuneraciones (SBU)	Ingreso Anual
Vendedor	394,00	4.728,00

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

A continuación se presenta los beneficios a los que tiene derecho el trabajador.

Tabla 79 Beneficios del vendedor

Aporte patronal mensual	Patronal Anual	F. Reserva	Dec tercero	Dec. Cuarto	Total Año1
43,93	527,17	394,00	394,00	394,00	6.043,17

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.8.1.1 Proyección de las remuneraciones del personal de ventas

El primer año se lo obtuvo mediante la suma de los valores correspondientes a la remuneración, aporte patronal anual, décimo tercero y décimo cuarto sueldo.

Tabla 80 Proyección de la remuneración del vendedor

Personal	Total Año1	Total año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Vendedor	6.043,17	6.437,17	6.616,75	6.801,34	6.991,08

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Para obtener el valor del año dos se procede a multiplicar el total del año 1 por el porcentaje de crecimiento de los últimos cinco años del salario básico unificado que es el 0,027897434 y al resultado obtenido se le suma el total del año 1.

5.8.2 Gastos publicitarios y de promoción

Los gastos publicitarios son aquellos desembolsos que realiza la organización para fomentar el crecimiento de los ingresos por medio de herramientas que ayuden a proporcionar información del producto que se está ofreciendo y así poder llegar al consumidor, para esto se utiliza medios de comunicación, en este caso las redes sociales son de gran ayuda para poder informar sobre aquellas características del producto a ofertarse.

Los gastos de promoción están integrados por los valores destinados a tratar de captar la atención del cliente y lograr su preferencia.

Tabla 81 Gastos publicitarios

Gastos Publicitarios			
Cant.	Detalle	V. Unitario	V. Total
100	Cuadernos con logotipo	0,5	50,00
3	Redes sociales página web	5	15,00
100	Esferos	0,3	30,00
600	Tarjetas	0,01	6,00
TOTAL			101,00

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.8.2.1 Proyección de los gastos publicitarios

Para la proyección de los gastos se tomó en cuenta el porcentaje de inflación que es el 0,01648

Tabla 82 Proyección de los gastos publicitarios

Gastos publicitarios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	101,00	102,66	104,36	106,08	107,82

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.8.3 Resumen de gastos de ventas

Los gastos de ventas están constituidas por aquellos materiales que son utilizados dentro los puntos de comercialización, como también los pagos al personal destinado a las actividades de

venta, además la publicidad y promoción necesaria para dar a conocer los sacos y lograr la preferencia en sus compras.

Tabla 83 Resumen de gastos de venta

Detalle	Valor
Personal de ventas	6.090,45
Otros gastos de ventas	86,50
Publicidad	101,00
TOTAL	6.277,95

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

8.3.4 proyección total gastos de venta

Tabla 84 proyección total gastos de venta

Gastos de venta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Total gastos	6.277,95	6.453,09	6.633,11	6.818,16	7.008,37	7.203,88

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.9 Gastos financieros

Dentro de los gastos financieros se encuentra el préstamo a realizar en el Banco del Pacifico que ofrece una tasa de interés del 8,5% por un monto de \$25002,9 dólares a un plazo de 5 años, con cuotas fijas y pagos mensuales.

Tabla 85 Gastos financieros

Monto	25002,90
Numero de pagos al año	12
Numero de cuotas	60
Interés	8,50%
Tasa periódica	0,006821493
Cuota	\$509,11

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

A continuación se presenta la tabla de amortización mensual del crédito.

Tabla 86 Amortización

Nro de cuota	Capital	Valor de la cuota	Interés	Amortización	Saldo
1	25.002,90	\$509,19	\$ 170,56	\$338,64	\$24.664,26
2	\$24.664,26	\$509,19	\$ 168,25	\$340,95	\$24.323,31
3	\$24.323,31	\$509,19	\$ 165,92	\$343,27	\$23.980,04
4	\$23.980,04	\$509,19	\$ 163,58	\$345,62	\$23.634,43
5	\$23.634,43	\$509,19	\$ 161,22	\$347,97	\$23.286,45
6	\$23.286,45	\$509,19	\$ 158,85	\$350,35	\$22.936,11
7	\$22.936,11	\$509,19	\$ 156,46	\$352,74	\$22.583,37
8	\$22.583,37	\$509,19	\$ 154,05	\$355,14	\$22.228,23
9	\$22.228,23	\$509,19	\$ 151,63	\$357,57	\$21.870,66
10	\$21.870,66	\$509,19	\$ 149,19	\$360,00	\$21.510,66
11	\$21.510,66	\$509,19	\$ 146,73	\$362,46	\$21.148,20
12	\$21.148,20	\$509,19	\$ 144,26	\$364,93	\$20.783,27
13	\$20.783,27	\$509,19	\$ 141,77	\$367,42	\$20.415,84
14	\$20.415,84	\$509,19	\$ 139,27	\$369,93	\$20.045,92
15	\$20.045,92	\$509,19	\$ 136,74	\$372,45	\$19.673,47
16	\$19.673,47	\$509,19	\$ 134,20	\$374,99	\$19.298,47
17	\$19.298,47	\$509,19	\$ 131,64	\$377,55	\$18.920,92
18	\$18.920,92	\$509,19	\$ 129,07	\$380,13	\$18.540,80
19	\$18.540,80	\$509,19	\$ 126,48	\$382,72	\$18.158,08
20	\$18.158,08	\$509,19	\$ 123,87	\$385,33	\$17.772,75
21	\$17.772,75	\$509,19	\$ 121,24	\$387,96	\$17.384,79
22	\$17.384,79	\$509,19	\$ 118,59	\$390,60	\$16.994,19
23	\$16.994,19	\$509,19	\$ 115,93	\$393,27	\$16.600,92
24	\$16.600,92	\$509,19	\$ 113,24	\$395,95	\$16.204,96
25	\$16.204,96	\$509,19	\$ 110,54	\$398,65	\$15.806,31
26	\$15.806,31	\$509,19	\$ 107,82	\$401,37	\$15.404,94
27	\$15.404,94	\$509,19	\$ 105,08	\$404,11	\$15.000,83
28	\$15.000,83	\$509,19	\$ 102,33	\$406,87	\$14.593,96
29	\$14.593,96	\$509,19	\$ 99,55	\$409,64	\$14.184,32
30	\$14.184,32	\$509,19	\$ 96,76	\$412,44	\$13.771,88
31	\$13.771,88	\$509,19	\$ 93,94	\$415,25	\$13.356,63
32	\$13.356,63	\$509,19	\$ 91,11	\$418,08	\$12.938,55
33	\$12.938,55	\$509,19	\$ 88,26	\$420,93	\$12.517,62
34	\$12.517,62	\$509,19	\$ 85,39	\$423,81	\$12.093,81
35	\$12.093,81	\$509,19	\$ 82,50	\$426,70	\$11.667,11
36	\$11.667,11	\$509,19	\$ 79,59	\$429,61	\$11.237,51
37	\$11.237,51	\$509,19	\$ 76,66	\$432,54	\$10.804,97
38	\$10.804,97	\$509,19	\$ 73,71	\$435,49	\$10.369,48
39	\$10.369,48	\$509,19	\$ 70,74	\$438,46	\$9.931,02
40	\$9.931,02	\$509,19	\$ 67,74	\$441,45	\$9.489,57
41	\$9.489,57	\$509,19	\$ 64,73	\$444,46	\$9.045,11
42	\$9.045,11	\$509,19	\$ 61,70	\$447,49	\$8.597,61
43	\$8.597,61	\$509,19	\$ 58,65	\$450,55	\$8.147,07
44	\$8.147,07	\$509,19	\$ 55,58	\$453,62	\$7.693,45
45	\$7.693,45	\$509,19	\$ 52,48	\$456,71	\$7.236,74
46	\$7.236,74	\$509,19	\$ 49,37	\$459,83	\$6.776,91
47	\$6.776,91	\$509,19	\$ 46,23	\$462,97	\$6.313,94
48	\$6.313,94	\$509,19	\$ 43,07	\$466,12	\$5.847,82
49	\$5.847,82	\$509,19	\$ 39,89	\$469,30	\$5.378,51
50	\$5.378,51	\$509,19	\$ 36,69	\$472,51	\$4.906,01
51	\$4.906,01	\$509,19	\$ 33,47	\$475,73	\$4.430,28
52	\$4.430,28	\$509,19	\$ 30,22	\$478,97	\$3.951,30
53	\$3.951,30	\$509,19	\$ 26,95	\$482,24	\$3.469,06

54	\$3.469,06	\$509,19	\$ 23,66	\$485,53	\$2.983,53
55	\$2.983,53	\$509,19	\$ 20,35	\$488,84	\$2.494,69
56	\$2.494,69	\$509,19	\$ 17,02	\$492,18	\$2.002,51
57	\$2.002,51	\$509,19	\$ 13,66	\$495,53	\$1.506,98
58	\$1.506,98	\$509,19	\$ 10,28	\$498,91	\$1.008,06
59	\$1.008,06	\$509,19	\$ 6,88	\$502,32	\$505,74
60	\$505,74	\$509,19	\$ 3,45	\$505,74	\$-0,00
		\$30.551,69	\$ 5.548,79	\$25.002,90	
				30.551,69	

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.10 Depreciación costo y depreciación gastos de activos fijos

La depreciación es el desgaste de valor que sufre un bien de una entidad debido al uso, o por el pasar del tiempo.

Dentro de la microempresa textil existirán 3 máquinas industriales de marca Shima, Stoll y Universal utilizadas para el proceso de transformación de la materia prima en tela, además cuentan con 6 máquinas industriales Overlock, recta, Recubridora, ojaladora, utilizadas para la confección de las prendas, además existe una cortadora y una plancha a vapor.

Tabla 87 *Maquinaria y Equipo*

Cantidad	Maquina Industrial	V. Unitario	V. Total
2	Maq. Industrial	11.000,00	22.000,00
1	Maq. Industrial	9.000,00	9.000,00
1	Plancha	300,00	300,00
1	Overlock	520,00	520,00
1	Recta	600,00	600,00
1	Recubridora	800,00	800,00
1	Ojaladora	560,00	560,00
1	cortadora	360,00	360,00
	TOTAL	22.220,00	34.140,00

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

A continuación se presenta la tabla de depreciaciones de los activos, causados por el uso de los mismos durante su vida útil:

Tabla 88 Depreciación maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate o salvamento	Costo	Gasto
Año 1	34.140,00	3.072,60	3.072,60	31.067,40		3.072,60	
Año 2	34.140,00	3.072,60	6.145,20	27.994,80			
Año 3	34.140,00	3.072,60	9.217,80	24.922,20			
Año 4	34.140,00	3.072,60	12.290,40	21.849,60			
Año 5	34.140,00	3.072,60	15.363,00	18.777,00	18.777,00		
Año 6	34.140,00	3.072,60	18.435,60	15.704,40			
Año 7	34.140,00	3.072,60	21.508,20	12.631,80			
Año 8	34.140,00	3.072,60	24.580,80	9.559,20			
Año 9	34.140,00	3.072,60	27.653,40	6.486,60			
Año 10	34.140,00	3.072,60	30.726,00	3.414,00			

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Tabla 89 depreciación equipo de computo

Equipos de Cómputo	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate o salvamento	Costo	Gasto
Año 1	1.520,00	456,00	456,00	1.064,00			456,00
Año 2	1.520,00	456,00	912,00	608,00			
Año 3	1.520,00	456,00	1.368,00	152,00	152,00		

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Tabla 90 depreciación muebles y enseres

Muebles y Enseres	Valor en libros	Depreciación	Depreciación acumulada	Saldo	Valor de rescate o salvamento	Costo	Gasto
Año 1	2.250,00	202,50	202,50	2.047,50			
Año 2	2.250,00	202,50	405,00	1.845,00			202,50
Año 3	2.250,00	202,50	607,50	1.642,50			
Año 4	2.250,00	202,50	810,00	1.440,00			
Año 5	2.250,00	202,50	1.012,50	1.237,50	1.237,50		

Año 6	2.250,00	202,50	1.215,00	1.035,00
Año 7	2.250,00	202,50	1.417,50	832,50
Año 8	2.250,00	202,50	1.620,00	630,00
Año 9	2.250,00	202,50	1.822,50	427,50
Año 10	2.250,00	202,50	2.025,00	225,00

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.10.2 Resumen de costos y gastos

Tabla 91 Resumen de costos y gastos

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima directa	22.020,00	22.761,16	23.527,27	24.319,16	25.137,71
Mano de obra directa	18.129,52	19.850,26	20.404,03	20.973,25	21.558,35
Costos indirectos de fabricación	3.755,05	3.854,02	3.955,97	4.060,23	4.167,62
Total costos	43.904,57	46.465,44	47.887,26	49.352,64	50.863,68
Costos fijos					
Depreciación de costos	3.072,60	3.072,60	3.072,60	3.072,60	3.072,60
Activos diferidos					
Total costos fijos	3.072,60	3.072,60	3.072,60	3.072,60	3.072,60
Total costos de producción	46.977,17	49.538,04	50.959,86	52.425,24	53.936,28
Gastos de Administración					
Gastos personal administrativo	9.236,80	10.111,22	10.393,30	10.683,24	10.981,28
Útiles de oficina	63,85	64,90	65,97	67,06	68,16
Gastos de organización	157,00				
Gastos de instalación					
Depreciación de gastos	662,10	662,10	662,10	662,10	662,10
Total de Gastos de administración	10.119,75	10.838,22	11.121,37	11.412,40	11.711,54
Gastos ventas					
Gastos personal de ventas	6.043,17	6.616,75	6.801,34	6.991,08	7.186,12
Publicidad	101,00	102,66	104,36	106,08	107,82
Otros gastos de ventas	86,50	87,93	89,37	90,85	92,34
Total de Gastos de ventas	6.230,67	6.807,34	6.995,07	7.188,01	7.386,29
Gastos financieros					
Intereses	1.890,70	1.532,04	1.142,88	720,65	262,52

Total de Gastos financieros	1.890,70	1.532,04	1.142,88	720,65	262,52
Total costos y gastos	65.218,29	68.715,64	70.219,19	71.746,30	73.296,63
Total costos y gastos variables	43.904,57	46.465,44	47.887,26	49.352,64	50.863,68
Total costos y gastos fijos	21.313,73	22.250,20	22.331,92	22.393,66	22.432,95
Total costos y gastos	65.218,29	68.715,64	70.219,19	71.746,30	73.296,63

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.11 Estado de situación financiera

Estado de situación financiera es aquel que muestra la situación económica de la organización, y está constituido por Activos, Pasivos y Patrimonio.

Tejidos D & M ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL AÑO CERO

Tabla 92 Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA AL AÑO 0			
ACTIVOS		PASIVO	
Activos corrientes			
Bancos	4.966.07	Préstamo bancario	25.002.90
Total	4.966.07	TOTAL	25002.90
Activos fijos			
maquinaria	34.140.00		
Equipo de computo	1.520.00		
Muebles de oficina	40,00		
Muebles y enseres	2.250.00		
Total	37.950.00	PATRIMONIO	
		Aportes de Capital	17.916.07
TOTAL ACTIVOS	42.916.07	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	42.916.07

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.12 Estado de resultados

El estado de resultados es un reporte financiero de los ingresos, costos y gastos que ha tenido la organización, que le permite visualizar si la entidad tiene pérdidas o ganancias.

Tabla 93 Estado de resultados

Estados de Resultados Proyectados					
Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	90.000,00	93.038,41	96.183,53	99.407,04	102.742,70
- Costos de Venta	46.977,17	49.538,04	50.959,86	52.425,24	53.936,28
= Utilidad Bruta en ventas	43.022,83	43.500,38	45.223,67	46.981,79	48.806,42
- Gastos de administración	10.119,75	10.838,22	11.121,37	11.412,40	11.711,54
- Gastos de ventas	6.230,67	6.807,34	6.995,07	7.188,01	7.386,29
= Utilidad bruta operaciones	26.672,41	25.854,81	27.107,22	28.381,38	29.708,59
- Gastos financieros (intereses)	1.890,70	1.532,04	1.142,88	720,65	262,52
= Utilidad neta antes de participación de trabajadores	24.781,71	24.322,77	25.964,34	27.660,74	29.446,07
- 15% participación trabajadores	3.717,26	3.648,42	3.894,65	4.149,11	4.416,91
= Utilidad antes de impuestos a la renta	21.064,45	20.674,36	22.069,69	23.511,63	25.029,16
- Impuesto a la Renta	881,57	834,72	1.002,16	1.175,20	1.357,30
= Utilidad Neta (Utilidad a disposición de los accionistas)	20.182,88	19.839,64	21.067,53	22.336,43	23.671,86

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.13 Estado de flujo de efectivo

Es estado de flujo de efectivo es aquel que informa las fuentes y los usos dados al dinero producidos por una organización dentro de un periodo de tiempo.

Tabla 94 Estado de flujo de efectivo

Cuentas	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta		20.182,88	19.839,64	21.067,53	22.336,43	23.671,86
Valor de salvamento						
Depreciación		3.734,70	3.734,70	3.734,70	3.734,70	3.734,70
Amortización						
Inversiones	- 37.950,00					
Crédito	25.002,90					
Capital de trabajo	- 4.966,07					
Amortización del préstamo		- 4.219,63	- 4.578,30	- 4.967,46	- 5.389,69	- 5.847,82
Flujo de Efectivo	- 17.913,17	19.697,95	18.996,04	19.834,77	20.681,44	21.558,74
INVERSION TOTAL	- 42.916,07	19.697,95	18.996,04	19.834,77	20.681,44	21.558,74

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

A partir de los Flujos Netos de efectivo se podrá realizar el análisis financiero que ayude a determinar la factibilidad económica del proyecto.

5.14 Evaluación financiera

Dentro de la evaluación financiera se puede determinar si el proyecto es factible para la creación de la microempresa, mediante indicadores financieros como el VAN, TIR, Costo de oportunidad, Costos beneficios y cuál es el tiempo de recuperación de la inversión, entre otros.

5.15 Determinación del costo de capital

El monto se procederá a determinar mediante la tasa de interés proporcionada por la entidad financiera Banco del Pacifico que es de 8,50% y en base al capital propio el cual podría ser

invertido en una póliza a una tasa promedio del 4,8% cuya tasa es dispuesta por el Banco Central del Ecuador

Tabla 95 Determinación del costo de capital

Origen de los fondos	Inversión	% composición	Tasa de Operación	Valor
Aporte propio	17.913,17	0,42	5,93%	0,025
Aporte financiado	25.002,90	0,58	8,50%	0,050
Inversión total	42.916,07	1,00		0,0743
Costo de oportunidad				7,43

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Se pudo obtener como resultado el 7,43% tasa superior al que una entidad financiera podría ofrecer en caso de tomar la decisión de poner estos recursos en una inversión a plazo fijo.

5.16 Determinación de la tasa de rendimiento medio

Para determinar la tasa de rendimiento medio TRM se utilizará la siguiente formula:

$$TMAR = (1+KP) * (1+Inf) - 1$$

$$0,091976833 \quad 9,20$$

La tasa de rendimiento medio será utilizada como tasa de descuento para el cálculo del Valor Actual Neto.

5.17 Valor actual neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que ayuda a trasladar al valor presente los flujos económicos obtenidos en diferentes años.

Para el cálculo del VAN se utilizará la siguiente formula:

$$VAN = -Inversión + \frac{\sum \text{flujos de caja netos}}{(1+i)^n}$$

Tabla 96 Valor Actual Neto

	Años	Flujo
	Año 0	-42916,07
Flujos de efectivo	Año 1	19.680,22
	Año 2	18.961,14
	Año 3	19.780,14
	Año 4	20.605,52
	Año 5	21.459,87
	TOTAL VAN	\$ 60626,15

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Se espera que el valor presente neto sea un valor positivo, para que el proyecto sea ejecutable.

5.18 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno representa el porcentaje de rentabilidad esperado para el proyecto, en caso de ejecutarse. Es aquella en la que el Valor presente neto se iguala a cero.

Tabla 97 Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto
Año 0	- 429016,07
Año 1	19.680,22
Año 2	18.961,14
Año 3	19.780,14
Año 4	20.605,52
Año 5	21.459,87
TIR	37%

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

El porcentaje obtenido del cálculo de la tasa interna de retorno es de 37%, este resultado muestra que el porcentaje obtenido es superior al que el inversionista lograría durante los 5 años de vida del proyecto, si decide colocar estos recursos en una inversión a plazo fijo.

5.20 Relación beneficio costo

Este indicador permite observar el retorno de los ingresos en función a los costos y gastos, y de esta manera conocer cuánto se está ganando por cada dólar invertido en el proyecto.

Tabla 98 Beneficio Costo

AÑO	INGRESOS	FACTOR(INFLACIÓN)	FLUJO DE INGRESOS ACTUALIZADO	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0	- 17.913,17	1	- 42.916,07		-
1	90.000,00	0,983787187	88.540,85	65.218,29	64.160,92
2	93.038,41	0,96783723	90.046,04	68.715,64	66.505,56
3	96.183,53	0,952145866	91.580,75	70.219,19	66.858,91
4	99.407,04	0,936708903	93.115,46	71.746,30	67.205,40
5	102.742,70	0,921522217	94.679,68	73.296,63	67.544,47
6	106.193,86	0,90658175	96.273,41	75.103,47	68.087,43
7	109.763,96	0,891883509	97.896,66	77.235,59	68.885,15
			609.216,78		469.247,83

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

Para el cálculo del beneficio costo se utiliza la siguiente formula

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}} = \frac{609216,78}{469247,83} = 1,30$$

Se puede evidenciar que por cada dólar de inversión en el proyecto, este generará 30 centavos adicionales.

5.21 Periodo de recuperación de la inversión

El PRI es un indicador financiero que permite calcular el tiempo que se necesita para recuperar la inversión inicial requerida para el proyecto.

Tabla 99 Flujos de Efectivo

	Años	Flujo	Flujos acumulados
Flujos de efectivo	Año 1	15.299,58	15.299,58
	Año 2	14.635,23	29.934,81
	Año 3	15.277,32	45.212,13
	Año 4	15.920,08	61.132,20
	Año 5	16.582,35	77.714,56

FUNTE: Estudio Financiero
 ELABORADO POR: El Autor
 AÑO: 2019

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, 2 meses y 17 días, para el cálculo se procedió a realizar lo siguiente:

- Inversión inicial – acumulado año 2 = $42916,07 - 38641,36 = 4274,71$
- Flujo año 3/12 = valor para cada mes= $19780,14/12=1648,35$
- $4274,71/1648,35 = 2,59$ meses
- $1648,35$ multiplicado por 2 meses = $1648,35*2= 3296,69$
- Diferencia $4274,71- 3296,69 = 978,02$
- Dividimos el valor mensual para 30 = $1648,35/30 = 54,94$
- Valor diario $978,02 / 54,94 = 17,80$ días

Tabla 100 Periodo de Recuperación

Inversión	Diferencia	PRI
42916,07	4.274,71	2AÑOS
Valor mensual	1.648,35	2 meses
Valor recuperado en 10 meses	3.296,69	17 días
Diferencia	978,02	
Valor diario	54,94	
Número de días	17,80	

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.21 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio determina en qué cantidad de ventas existe igualdad con sus costos fijos y variables; es decir, el nivel en donde no existe ni pérdida ni ganancia.

Para calcular el punto de equilibrio se procede a utilizar la siguiente formula:

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - COSTOS VARIABLES/ENTAS}$$

$$PE = \frac{21313,73}{1 - (43904,57 / 90000)}$$

$$PE=41614,46 / \$ 15 = 2774 \text{ cantidades}$$

$$41614,43/ 90000 = 0,46 = 46\% \text{ de las ventas anuales.}$$

Al vender 2774 sacos el negocio alcanza a cubrir sus costos totales en el primer año de funcionamiento. Si se compara con el total de ingresos del primer año, esto equivale al 46% de las ventas, lo que constituye un factor positivo para el proyecto.

5.22 Resumen de evaluación financiera

Tabla 101 Resumen de evaluación financiera

TABLERO INTEGRAL DE COMANDOS	VALOR OBTENIDO	VALOR ESPERADO	RESULTADO
VAN	60.626,15	>0 es ejecutable	Factible
TIR	37%	Superior a tasa activa y pasiva	Factible
TMAR	0,09	Superior a tasa activa y pasiva	Factible
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES	\$ 41.614,43	Bordea el 46% de las ventas totales	Factible
PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDADES TALLA L y M	2774		
BENEFICIO COSTO	1,30	Superior a un dólar	Factible
COSTO DE OPORTUNIDAD	7,43	Superior a la tasa pasiva 4,38%	Factible
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2 años, 2 meses y 17 días	Dentro de la vida útil del proyecto	Factible

FUNTE: Estudio Financiero
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

5.23 Conclusiones del estudio Financiero

El proyecto es considerado factible en vista a que los resultados obtenidos reflejan que el TIR es de 37% que equivale a la tasa de rentabilidad que ofrece el proyecto y el VAN es de 60.626,15 valores que son considerados atractivos para invertir en este negocio, su costo beneficio es 1,30, esto representa que por cada dólar de inversión se generará 0,30 centavos de dólar adicionales y que su periodo de recuperación será en un lapso de 2 años, 2 meses y 17 días después de la puesta en marcha del proyecto.

CAPITULO VI

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1 Introducción

El presente estudio está enfocado en dar una propuesta para que el funcionamiento administrativo y organizacional de la microempresa tenga un correcto desempeño de las actividades, en función a las normas y políticas internas, de esta manera teniendo como prioridad la asignación de funciones y obligaciones para cada personal dentro de la organización.

6.2 Objetivos

6.2.1 Objetivo general

- Elaborar una propuesta de estructuración para la microempresa, a través de un organigrama que garantice el buen funcionamiento de la microempresa.

6.2.2 Objetivos específicos

- Constituir la razón social para la microempresa, como también la misión, visión y valores corporativos.
- Crear la estructura organizacional con sus respectivas funciones para cada personal de la microempresa.

6.3 Denominación de la microempresa

La denominación de la microempresa tiene con objetivo principal establecer la razón social el cual ayudara a que la organización posea un distintivo de las demás y que a su vez sea reconocida dentro del mercado

La microempresa textil dedicada a la producción y comercialización se sacos a base de fibra de cabra llevara el nombre de “Tejidos D & M” el cual fue escogido por dos factores; el nombre es corto, fácil de pronunciarlo y que también facilita que el nombre se quede en la mente del consumidor, y además tiene relación con la actividad de tejido, en efecto la razón social es aquella que define el bien que va ser producido por la microempresa.

Razón social: Edison Rodrigo Díaz Segovia

RUC: 10040471877001

Nombre Comercial: “Tejidos D&M”

6.3.1 Logotipo

Ilustración 23 Logotipo



FUNTE: Estudio Organizacional
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

6.3.2 Slogan

“Pensando en tu estilo y comodidad” Es el slogan de la microempresa textil, que hace referencia que la organización siempre tendrá en cuenta estos dos factores para producir un saco de fibra de cabra para el comprador que es el estilo y la comodidad.

6.4 Filosofía empresarial

La filosofía empresarial es un grupo de factores que hacen que una organización se identifique como empresa con lo que se desea alcanzar y con su esencia también crea un núcleo laboral permitiendo una igualdad con los que conforman la entidad

6.4.1 Misión

“Tejidos D&M” somos una microempresa textil dedicada a la producción y comercialización de sacos elaborados a base de fibra de cabra de excelente calidad, que satisfacen las necesidades, expectativas, gustos y favoritismos de cada uno de nuestros clientes, por medio de una atención jovial, competitiva y personalizada

6.4.2 Visión

Para el año 2024, la microempresa textil “Tejidos D&M” será una marca líder en la rama de producción y comercialización de sacos a base de fibra de cabra, y a que su vez cumplirá con todos los estándares de calidad en el Sur del país, y como también ampliara sus centros de ventas dentro y fuera de la provincia

6.5 Objetivos organizacionales

Los objetivos organizacionales son metas planteadas de manera interna por miembros de la entidad con el fin de ir guiando a un progreso organizacional.

- Producir y comercializar sacos elaborados a base de fibra de cabra y algodón que cumpla con los estándares de calidad y a precios accesibles con el fin de satisfacer las necesidades de los consumidores
- Implementar diseños nuevos en los productos, de acuerdo a las exigencias y tendencias dentro del mercado
- Capacitar a los trabajadores para que tengan un correcto desempeños dentro de sus actividades diarias

- Generar bienestar para los clientes, mediante una atención cordial y profesional, sobre todo que el cliente se sienta conforme con el producto.
- Generar beneficios económicos para la microempresa

6.6 Valores corporativos

Los valores corporativos están comprendidas por características que definen a una entidad y que forman parte de una cultura organizacional.

A continuación se presenta los valores que la microempresa considera muy importante poseer dentro y fuera de las actividades laborales:

Honestidad.- Los miembros de la empresa textil “Tejidos D&M” en todo momento deberán estar regidos siempre con la verdad, en donde prevalezca la firmeza y la sinceridad.

Honradez.- Los actos dentro de la organización por parte de todos los que conforman la microempresa deben ser llevados con igualdad y sin favoritismos

Compromiso.- La organización se compromete de manera obligatoria a cumplir con los pagos de salario justos y a tiempo, como también a ofrecer un producto de excelente calidad cumpliendo la entrega inmediata.

Respeto.- Brindará un clima laboral más ético y tolerante y sobre todo permitirá velar por los haberes y la dignidad de cada trabajador.

6.7 Políticas

La política empresarial es aquel compromiso formal que debe tener cada trabajador dentro de la entidad y que a su vez brinda orientación para preparar planes precisos y que ayuden a llegar a cumplir con los objetivos organizacionales. A continuación se encuentra las políticas determinadas para los cuatro grupos de actores:

Microempresa

- La microempresa proporcionara a todos sus trabajadores todos los implementos necesarios para desarrollar las actividades de una manera correcta tanto en protección física y los materiales para la producción
- Buscar el bienestar de todos los trabajadores durante la estancia en la microempresa
- Deberá de cancelar los pagos de manera oportuna a sus trabajadores
- Reconocerá las horas extras realizadas por los trabajadores
- Conceder permisos a sus trabajadores en caso de enfermedad.

Clientes

Las políticas para los clientes son:

- El cliente podrá pagar sus compras en efectivo y con documentos (cheques)
- Los clientes podrán apartar su compra con un abono del 50% del total del producto
- Los clientes tendrán un 5 % de descuento a partir de la compra de 12 prendas.

Proveedores

- La materia prima requerida por la microempresa deberá cumplir con los requerimientos necesarios por la organización

- Deberán entregar los materiales de manera oportuna y de manera directa al establecimiento
- Si existen desperfectos en la materia prima tienen la obligación de cambio por otros en buen estado

Empleados

- Los trabajadores deberán cumplir con la jornada laboral de 8 horas diarias, comprendidas desde las 8:00 am a 12:00 con un descanso de 2 horas y de 14:00 pm a 18:00 pm de lunes a viernes.
- Los empleados deberán cumplir con horas extras, por temporadas de ventas masivas.
- Tienen la responsabilidad de cuidar sus materiales de trabajo
- Cada trabajador deberá comunicar al empleador con anticipación para solicitar permisos por no poder asistir a su jornada de trabajo.

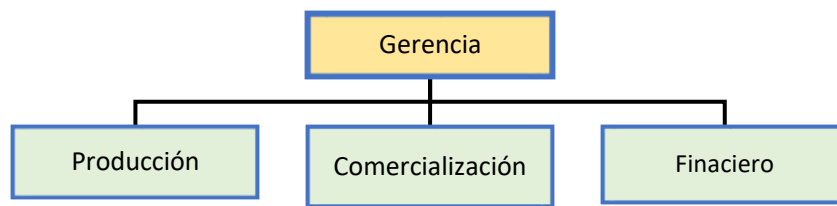
6.8 Estructura Organizacional

6.8.1 Organigrama estructural

Es un gráfico que tiene como finalidad demostrar la jerarquía de las diferentes divisiones departamentales de la microempresa para un buen funcionamiento de la misma.

Dentro del organigrama se presenta dos niveles jerárquicos los cuales son el directivo y el operativo.

Dentro del nivel directivo podemos encontrar al departamento de gerencia donde se encuentra el responsable del manejo y control de todas las actividades administrativas de la entidad, mediante el cumplimiento de normas y políticas internas de la organización; y dentro del nivel operativo se encuentran los departamentos que son esenciales de la microempresa y que a su vez son el motor principal de la producción y comercialización de productos.

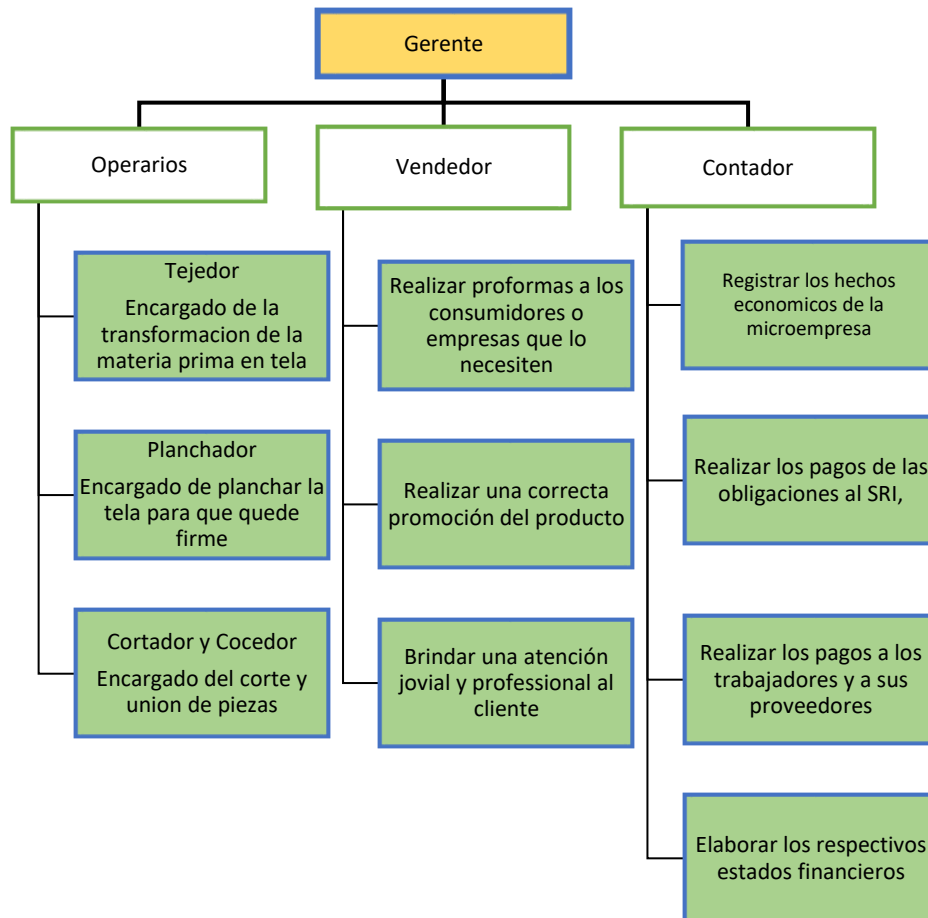
Ilustración 24 Organigrama Estructural

FUNTE: Estudio Organizacional
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

El organigrama de la microempresa textil Tejidos D&M está compuesto por dos niveles de jerarquización, donde el principal es el nivel directivo, y el nivel operativo que se encuentra dividido en tres áreas, el primer departamento es el de producción donde se procede a la transformación de la materia prima, el segundo es el de comercialización donde se encuentra a una persona encargada de la venta de los sacos de fibra de cabra y el tercero el financiero donde existe un personal encargado de la parte contable de la entidad.

6.8.2 Organigrama funcional

Ilustración 25 Organigrama Funcional



FUNTE: Estudio Organizacional
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

6.9 Niveles administrativos

Nivel Directivo

Dentro del nivel directivo se encuentra el propietario de la microempresa donde desempeña la actividad de gerente, quien es el encargado de controlar el correcto desempeño de las actividades administrativas de la organización.

Nivel Operativo

El nivel operativo está conformado por los trabajadores del área de producción, comercialización y financiero, dentro del departamento de producción podemos encontrar a un tejedor, planchador y cortador, en el de comercialización esta un a persona encargada de la venta de los sacos, y el en financiero se encuentra el contador donde será el encargado de realizar las respectivas declaraciones, registro de hechos económico y más.

A continuación se presenta el manual de funciones:

Manual de funciones

El manual de funciones es un documento donde la microempresa prepara todas las actividades que desarrollara cada funcionario basado en los procedimientos operativos y administrativos que debe desarrollar la entidad, los mismos que servirán de guía para que cada uno de los trabajadores ejecute las tareas asignadas a su puesto.

6.9.1 Funciones y competencia del personal

Ilustración 26 funciones del Gerente


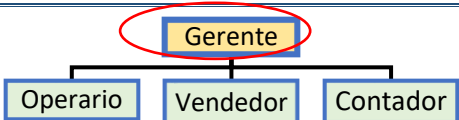
MICROEMPRESA TEXTIL "TEJIDOS D&M"	
FUNCIONES DEL TRABAJADOR	
	Área: Gerencia Cargo: Gerente Supervisa a :
Misión del puesto: Manejo y control de las actividades administrativas de la microempresa	
Requisitos: <ul style="list-style-type: none"> • Gozar de los derechos de ciudadanía • Ser mayor de edad • Certificado de no tener antecedentes penales ni judiciales • Estudios en el área administrativa • Experiencia mínimo de 2 años en cargos similares. • Manejo de sistemas informáticos. 	
Competencias: <ul style="list-style-type: none"> • Honestidad • Responsabilidad • Capacidad de toma de decisiones • Capacidad para negociar • Capacidad de emprender nuevos negocios. 	
Perfil <ul style="list-style-type: none"> • Tener capacidad de trabajo en equipo y liderazgo • Capacidad de toma de decisiones. 	
Organigrama: <div style="text-align: center;">  <pre> graph TD Gerente[Gerente] --- Operario[Operario] Gerente --- Vendedor[Vendedor] Gerente --- Contador[Contador] </pre> </div>	
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Representar legalmente a la empresa. • Manejo y control de las actividades diarias dentro del área administrativa. • Hacer cumplir normas y políticas internas. • Planificar, administrar y organizar tareas para la microempresa. • Orientar a cada empleado en sus actividades • Facultar funciones 	

Ilustración 27 Funciones del Tejedor


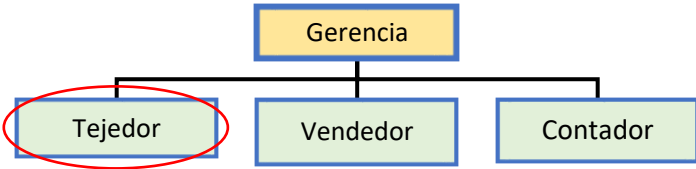
MICROEMPRESA TEXTIL “TEJIDOS D&M”	
FUNCIONES DEL TRABAJADOR	
	<p>Área: Departamento de producción Cargo: Operario 1 Tejedor Supervisa a :</p>
Misión del puesto: Transformación de la materia prima en tela	
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Gozar de los derechos de ciudadanía • Ser mayor de edad • Certificado de no tener antecedentes penales ni judiciales • Experiencia mínimo de 1 año en área de producción y usos de maquinaria industrial • Sin requisitos formativos ni profesionales 	
Competencias :	
<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad • Responsabilidad • Innovador 	
Perfil:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener capacidad de trabajo en equipo • Trabajo bajo presión 	
Organigrama:	
 <pre> graph TD Gerencia[Gerencia] --- Tejedor[Tejedor] Gerencia --- Vendedor[Vendedor] Gerencia --- Contador[Contador] style Tejedor stroke:#f00,stroke-width:2px </pre>	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el proceso de tejido. • Supervisar que la materia prima se encuentre en perfecto estado • Supervisar la producción de tela • Realizar la petición de mantenimiento de maquinaria cuando se requiera • Llevar el control de piezas de tela producidas 	

Ilustración 28 Funciones del planchador


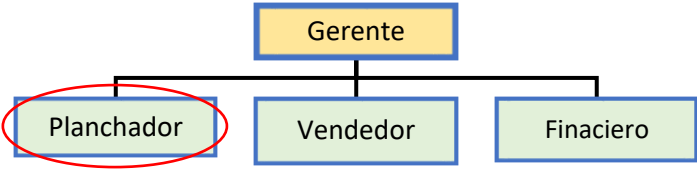

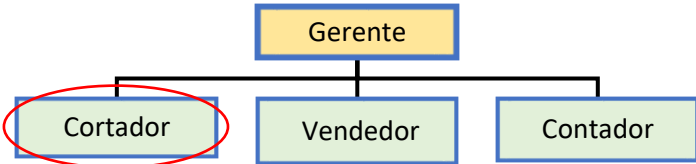
MICROEMPRESA TEXTIL “TEJIDOS D&M”	
FUNCIONES DEL TRABAJADOR	
	<p>Área: Departamento de producción Cargo: Operario 2 Planchador. Supervisa a :</p>
Misión del puesto:	
Realizar el respectivo planchado mediante evaporación para que la tela se encuentre firme y lista para el corte	
Requisitos	
<ul style="list-style-type: none"> • Gozar de los derechos de ciudadanía • Ser mayor de edad • Certificado de no tener antecedentes penales ni judiciales • Saber Hilvanar y planchar • Sin requisitos formativos ni profesionales 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad • Responsabilidad 	
Perfil:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener capacidad de trabajo en equipo y liderazgo • Disciplina dentro del área laboral 	
Organigrama:	
 <pre> graph TD Gerente[Gerente] --> Planchador[Planchador] Gerente --> Vendedor[Vendedor] Gerente --> Financiero[Financiero] </pre>	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Receptar la tela después del proceso de producción • Hilvanar • Planchar • Entregar al departamento de corte y confección 	

Ilustración 29 Funciones del Cortador

MICROEMPRESA TEXTIL “TEJIDOS D&M”	
FUNCIONES DEL TRABAJADOR	
	Área: Departamento de producción Cargo: Operario 3 Corte y Confección Supervisa a :
Misión del puesto:	
Realizar el corte de la tela después del planchado, y proceder a la unión de piezas	
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Gozar de los derechos de ciudadanía • Ser mayor de edad • Certificado de no tener antecedentes penales ni judiciales • Experiencia mínimo de 1 año en corte y confección • Sin requisitos formativos ni profesionales 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad • Responsabilidad 	
Perfil:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener capacidad de trabajo en equipo y liderazgo • Disciplina dentro del área laboral 	
Organigrama:	
 <pre> graph TD Gerente[Gerente] --- Cortador[Cortador] Gerente --- Vendedor[Vendedor] Gerente --- Contador[Contador] style Cortador stroke:#f00,stroke-width:2px </pre>	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Verificar si no existe desperfecto en la tela antes del corte y confección • Cortar la tela en función al modelo a realizarse • Confeccionar las prendas • Realizar un control de calidad de las prendas, y corregir fallas en caso de haberlas 	

FUNTE: Estudio Organizacional
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

Ilustración 30 Funciones del Vendedor


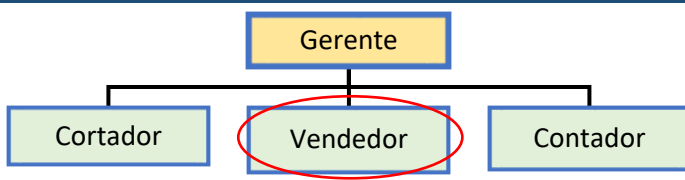

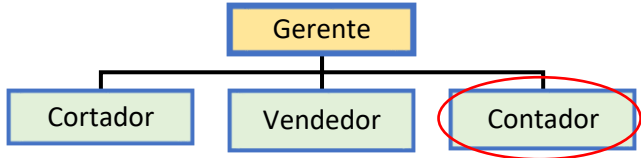
MICROEMPRESA TEXTIL “TEJIDOS D&M”	
FUNCIONES DEL TRABAJADOR	
	Área: Ventas Cargo: Vendedor Supervisa a
Misión del puesto:	
Brindar una atención jovial y profesional al cliente, de manera que proporcione información acerca de las ofertas y promociones con las que dispone.	
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Gozar de los derechos de ciudadanía • Ser mayor de edad • Certificado de no tener antecedentes penales ni judiciales • Experiencia mínimo de 1 año en el área de ventas • Haber terminado los estudios secundarios. 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad • Compromiso 	
Perfil :	
<ul style="list-style-type: none"> • Buen trato al cliente. • Facilidad de comunicarse. 	
Organigrama:	
 <pre> graph TD Gerente[Gerente] --- Cortador[Cortador] Gerente --- Vendedor[Vendedor] Gerente --- Contador[Contador] style Vendedor stroke:#f00,stroke-width:2px </pre>	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender los puntos de venta. • Realizar proformas a los consumidores o empresas que lo necesiten • Realizar una correcta promoción del producto • Brindar una atención jovial y profesional al cliente • Tener un registro de los clientes frecuentes. 	

Ilustración 31 Funciones del Contador

MICROEMPRESA TEXTIL “TEJIDOS D&M”	
FUNCIONES DEL TRABAJADOR	
	Área: Financiera Cargo: Contador Supervisa a
Misión del puesto:	
Realizar los pagos de las obligaciones al SRI, y llevar un registro contable de forma clara, y que ayude a una correcta toma de decisiones.	
Requisitos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Gozar de los derechos de ciudadanía • Ser mayor de edad • Certificado de no tener antecedentes penales ni judiciales • Experiencia mínimo de 1 año en el área Financiera • Título profesional de tercer nivel en Ingeniería en Contabilidad y Auditoria • Manejo de sistemas informáticos 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Honestidad • Responsabilidad • Capacidad de toma de decisiones • Capacidad para emprender. 	
Perfil:	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener capacidad de trabajo en equipo y liderazgo • Proactivo • Trabajo bajo presión 	
Organigrama:	
 <pre> graph TD Gerente[Gerente] --> Cortador[Cortador] Gerente --> Vendedor[Vendedor] Gerente --> Contador[Contador] </pre>	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar los documentos fuente para realizar los registros contables. • Registrar los hechos económicos de la organización • Realizar los pagos de las obligaciones al SRI • Producir información contable que sea útil para la toma de decisiones • Realizar los pagos a los trabajadores y a sus proveedores • Elaborar los respectivos estados financieros • Brindar asesoría al gerente en aspectos de contabilidad 	

FUNTE: Estudio Organizacional

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

6.10 Constitución de la empresa

La empresa estará constituida con una inversión financiada y con un capital propio.

6.10.1 Marco legal

Para legalizar la constitución de la microempresa, se realiza la legalización de la escritura pública en la que consta:

Razón social: Microempresa productora y comercializadora de sacos de fibra de cabra “Tejidos D&M”

Dueño: Sr. Edison Rodrigo Díaz Segovia

Estado civil: Casado

Nacionalidad: Ecuatoriana

Domicilio: Cardón bajo- Javier Merizalde y 13 de junio

Objeto social: Productor y comercializador de sacos de fibra de cabra

Financiamiento: Valor del préstamo es de \$ 25002,90 dólares americanos otorgados por el Banco del Pacifico.

Inversión propia: Capital propio de \$ 17913,17 dólares.

6.10.2 Documentación legal para el funcionamiento

De acuerdo al SRI los requisitos para iniciar la actividad comercial son los siguientes:

- **RUC**

Se deberá inscribirse en el RUC ya que mediante la obtención de este registro permitirá desarrollar las actividades de manera legal y como también poder cumplir con las obligaciones tributarias.

6.10.3 Patente municipal

Según el art. 547 del COOTAD en la sección novena correspondiente a los impuestos de patentes municipales todas las personas naturales o jurídicas que realicen actividades económicas están obligadas a obtener la patente

6.10.4 Permisos de bomberos

Es necesario solicitar el permiso a los bomberos ya que se debe cumplir con la ley de defensa contra incendios en donde menciona que los cuerpos de bomberos del país concederán permisos anuales, para evitar riesgos dentro sus instalaciones.

CAPITULO VII

IMPACTOS

7. Introducción

Los impactos son aquellos efectos positivos o negativos que podrían generarse al momento de implementar el proyecto, además es donde se puede analizar los factores que pueden afectar tanto de manera interna como al entorno de la organización, como también se identificarán una gran variedad de elementos que están inmersos en la puesta en marcha de la empresa.

7.1. Objetivo del capítulo

Realizar un estudio de los posibles impactos que se prevé, para que fortalezca los efectos positivos y minimice los negativos que pueden derivarse de la creación del proyecto.

7.2 Matriz de valoración de impactos

Es un instrumento que transforma indicadores cualitativos a cuantitativos, donde se procede a sacar una sumatoria de los resultados y realizar una división para el número de indicadores, siguiendo el orden de derecha a izquierda para obtener el promedio, a continuación se muestra la matriz de impactos:

Tabla 102 Valoración de Impactos

Valoración cualitativa	Impacto alto negativo	Impacto medio negativo	Impacto bajo negativo	No existe impacto	Impacto bajo positivo	Impacto medio positivo	Impacto alto positivo
Valoración cuantitativa	-3	-2	-1	0	1	2	3

FUNTE: Estudio de Impactos

ELABORADO POR: El Autor

AÑO: 2019

Dentro de la valoración de impactos se tomará en consideración elementos económicos, empresariales y ambientales, en vista de que dentro del proyecto se pretende mejorar o

fortalecer estos factores que son de gran importancia para la parte interna y externa de la organización, además se presentará una matriz resumen donde se identifique el impacto general que se tendrá al poner en marcha el proyecto.

Tabla 103 Matriz de Valoración de impacto Económico

Nro.	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							SUMATORIA
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Mejorar la economía del sector Cardón					X			1
2	Rentabilidad al inversor						X		2
3	Permanencia laboral						X		2
4	Beneficios económicos a la familia						X		2
5	Crear nuevas fuentes de empleo						X		2
SUMA TOTAL									9
PROMEDIO S.T/ NroT.IN.									9/5
NIVEL DE IMPACTO									1.8

FUNTE: Estudio de Impactos
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

7.2.1 Análisis de indicador de valoración de impactos

a) Mejorar la economía del sector Cardón

El presente indicador tuvo como valoración de impacto bajo positivo “1” ya que al poner en marcha la empresa textil en la parroquia Jordán, barrio Cardón ayudará a fortalecerá a la economía, ya que la organización pasara a ser una actividad plenamente del sector

b) Rentabilidad al inversor

El presente indicador fue valorado como impacto medio positivo “2” ya que el negocio es rentable, por ser un producto nuevo en el mercado tiene gran aceptación por los consumidores, de manera que esto ayuda a generar ventas y por ende obtener un beneficio económico acogida del nuevo producto de fibra de cabra

c) Permanencia laboral

La valoración del presente indicador tuvo como resultado un impacto medio positivo “2” en vista a que al crear la microempresa textil los beneficiados son 4 familias, de manera que se garantiza la estabilidad laboral para estas personas

d) Beneficios económicos a la familia

El presente factor tuvo como valoración de impacto medio positivo “2” en vista a que las 4 familias que tienen un trabajo seguro el ingreso de estas personas crecerán, en relación a su estilo de vida económico ya que sus ingresos serán fijos.

e) Crear nuevas fuentes de empleo

El presente indicador tuvo como valoración de impacto medio positivo “2” ya que al poner en marcha el negocio se dio la oportunidad de dar trabajo a 4 familias, como también al pasar el tiempo la microempresa crecerá y podrá seguir contratando más personal para la organización

7.3 Impacto empresarial

Tabla 104 matriz de valoración de impacto empresarial

Nro.	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							SUMATORIA
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Emprendimiento							X	3
2	Crecimiento de la productividad						X		2
3	Posicionarse dentro del mercado textil						X		2
4	Innovación							X	3
5	Administración de recursos						X		2
SUMA TOTAL									12
PROMEDIO S.T/ NroT.IN.									12/5
NIVEL DE IMPACTO									2,4

FUNTE: Estudio de Impactos
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

7.3.1 Análisis de indicador de valoración de impactos

a) Emprendimiento

El presente indicador tuvo como resultado un impacto alto positivo “3” en vista a que el la microempresa ofrece un nuevo producto de gran calidad elaborado a base de fibra animal que es la cabra y a su vez con un material utilizado dentro el área textil que es el algodón el cual permite ofrecer a los consumidores un producto que cumple con los estándares de calidad.

b) Crecimiento de producción

El presente indicador se lo valoró como un impacto medio positivo “2” ya que en la parroquia Jordán no existe una microempresa dedicada netamente a la producción de sacos a base de fibra de cabra, de manera que si se implementa otro taller dentro de la zona se podría incrementar la producción.

c) Posicionarse dentro del mercado textil

Al indicador se lo valoro como impacto medio positivo “2” ya que la microempresa podrá conseguir un posicionamiento entre grandes empresas textiles, ya que su producto es nuevo y que cumple con estándares de calidad, y por su gran aceptación por los consumidores, esto puede permitir que la organización siga creciendo dentro del mercado textil

d) Innovación

El presente indicador se lo valoro como impacto alto positivo “3” en vista a que la innovación es primordial para brindar un producto nuevo al cliente el cual permitirá diferenciarse de los demás, de esta manera la Microempresa textil ofrece productos elaborados a base de fibra de cabra el cual es muy llamativa para los consumidores.

e) Administración de recursos

Al presente indicador se lo valor como impacto medio positivo “2” en vista a que la microempresa aprovecha al máximo los recursos gracias a la tecnificación de la maquinaria el cual permite no tener mucho desperdicio de material, y que permite la minimización de los costos de manufactura como también se ofertaran productos con nuevos diseños y con un gran de gama de colores.

7.4 Impacto ambiental

Tabla 105 Matriz de valoración de impacto ambiental

Nro.	INDICADORES	NIVEL DE IMPACTO							SUMATORIA
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Control de desperdicios			X					-1
2	Responsabilidad con el medio ambiente			X					-1
3	Aire perjudicial para las salud		X						-2
SUMA TOTAL									-4
PROMEDIO S.T/ NroT.IN.									-4/3
NIVEL DE IMPACTO									-1,33

FUNTE: Estudio de Impactos
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

a) Control de desperdicios

El presente indicador tuvo una valoración de impacto bajo negativo en vista a que la microempresa trata de disminuir al máximo los desperdicios mediante la tecnificación de maquinaria, el cual consiste en que al momento de cortar y confeccionar no haya mucho desperdicio por eso dentro del proceso se hará desacuerdo a lo que en verdad se necesita de tela para producir un saco.

b) Responsabilidad con el medio ambiente

Este indicador fue calificado como impacto bajo negativo “-1” debido a que la microempresa dentro del departamento de empaque utiliza fundas plásticas pero que sean amigables con el medio ambiente

c) Aire perjudicial para la salud

Al presente indicador se lo valoro como impacto medio bajo negativo “-2” debido a que dentro del taller se maneja la fibra de cabra el cual pelusa en el aire y esto podría causar daños a los trabajadores en respecto a su salud, de esta manera todos los operarios dentro de la organización deberán usar mascarillas para evitar daños a futuro.

7.4 Impacto General

Dentro del impacto general se reúnen todos los aspectos tratados anteriormente:

Tabla 106 Impacto General

FACTORES	PROMEDIO
Económico	1.8
Empresarial	2.4
Ambiental	-1,33
SUMA TOTAL	2,87
PROMEDIO	0,94

FUNTE: Estudio de Impactos
ELABORADO POR: El Autor
AÑO: 2019

La valoración de los impactos identificados tuvo un resultado de 0,94 positivo por ser un taller de producción pequeño permite no tener impactos de gran magnitud que sean ocasionados a nivel nacional, pero dentro del indicador ambiental se observaba un resultado negativo para el cual la organización tomara medidas para controlar los desperdicios y también con la contaminación del aire, por lo general la creación de la microempresa genera más impactos positivos que generan beneficio para la localidad

CONCLUSIONES

- Dentro del diagnóstico situacional se detectó que dentro de la población tiene la característica como todos los habitantes ya sean mestizos o indígenas comparten las mismas costumbres y tradiciones puesto que tienen un profundo significado la cultura y tradición, además dentro de la ciudad se evidencio que existe un gran tradición de comerciantes denominados o conocidos a nivel mundial como los mindales, que son especializados en el comercio.
- Dentro del marco teórico se redactó conceptos de manera bibliográfica y documental sustentados con artículos científicos, y que están divididos en tres partes que son: Términos Generales, Específicos y Técnicos; los términos generales son todos aquellos términos comunes que se establecen dentro de los proyectos, los términos técnicos son aquellos donde están inmersos aquellas definiciones de cada elementos que interviene de forma directa al proyecto de investigación, Términos específicos son aquellos que proporcionas mayor comprensión acerca del tema que se está investigando
- Dentro del estudio de mercado se conoció la muestra de la población el cual es de 378 personas, el cual ayudo a conocer la demanda insatisfecha, teniendo en cuenta la cantidad de 15 artesanos referentes a la actividad dentro de la ciudad de otavalo, en donde se obtuvo como demanda insatisfecha de 106445 sacos permitiendo tener una oportunidad de producción, como también se pudo determinar las características de preferencia por parte de los consumidores
- A través del estudio técnico se pudo determinar la macro localización y la micro localización de la microempresa textil, como también se pudo establecer los puntos de

venta dentro de la ciudad de Otavalo, el cual va ser en el mercado Copacabana los días miércoles y sábados, adicionalmente se conoció la maquinaria necesaria para la transformación de la materia prima como también lo MO, y los CIF con el fin de fijar la inversión requerida para poner en marcha el negocio, y se pudo determinar que la inversión inicial será de \$ 42916,07 dólares americanos y que el financiamiento está dado por el 41,74% de aporte propio y el 58,26% por un préstamo a la entidad financiera Banco del pacifico

- Dentro del estudio financiero se pudo determinar su factibilidad para dar comienzo a la actividad productiva y comercial, ya que el resultado del VAN fue positivo con un valor de 60.626,15, la Tasa Interna de Retorno del 37 % y el costo beneficio de 1,30, estos indicadores avalan la viabilidad económica del proyecto.
- Dentro del estudio organizacional se presentó un organigrama estructural y funcional, como también se estableció la filosofía empresarial, como también se implantó las respectivas funciones para cada trabajador en relación a los valores y principios laborales.
- Mediante la evaluación de los impactos se pudo determinar que existe un nivel positivo de 0,94 dentro de un rango de -3 al 3 positivo el garantiza al proyecto para dar comienzo la actividad comercial.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo a lo analizado dentro del diagnóstico situacional se observó aspectos favorables por lo cual se sugiere que se ponga en marcha el negocio de la producción y comercialización de sacos elaborados a base de fibra de cabra, actividad que favorecerá al sector como también permitirá ayudar a fortalecer la economía del barrio Cardón.
- Es conveniente una revisión periódica de los términos utilizados dentro del proyecto, como también es recomendable el uso de artículos científicos que sustenten a la información documentada y bibliográfica
- Es muy importante realizar un análisis de las características y factores que están dentro del mercado, como también sobre los gustos y preferencias del consumidor el cual garantizara la aceptación del producto.
- Se recomienda conocer la ubicación correcta en donde va estar situada la microempresa, de manera que se pueda establecer la macro localización y la micro localización, también es recomendable conocer la maquinaria que interviene dentro del proceso productivo como los materiales necesarios.
- En cuanto a los estados financieros es conveniente poner en marcha el proyecto porque el VAN es de 60.626,15, la TIR 37% y que por cada dólar de inversión se va a tener como ganancia 0,30 centavos de dólar

- En relación al estudio organizacional se recomienda cumplir con la filosofía empresarial, de manera que permita alcanzar los objetivos, metas propuestas por la microempresa.
- Es necesario optar por medidas precautelares contra los posibles riesgos de salud de cada trabajador como también el daño que se podría ocasionar al medio ambiente por parte de la microempresa.

Bibliografía

- Angel María Fierro, F. M. (2017). *Contabilidad general*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Asociación de Industrias del Ecuador (AITE). (s.f.).
- Baca, G. (2016). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGrawHill.
- Bulmaro, J. (2016). *Aprender Cotabilidad Financiera* . Mexico : Trillas.
- Charles W. Lamb, J. y. (2014). *MKTG Marketing*.
- Collazos, J. (2016). *Evaluacion empresarial de Proyectos*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Collazos, J. (2016). *Evaluacion Empresarial de Proyectos*.
- Enrique Benjamin, F. F. (2014). *Organización de Empresas* (cuarta edición ed.). McCrawHill.
- Gerando Guajardo, N. A. (2014). *Contabilidad Financiera*. Mexico: McGrawHill.
- Giese, G. G. (2017). *Marketing*. colombia: Alfaomega.
- Griffin, P. G. (2017). *comportamiento organizacional* (12a edición ed.).
- Haro, A. (2017). *Dirección financiera: inversión*.
- INEC 2010. (s.f.).
- K., A. S. (2013). *Marketing para PYMES*. Colombia: Alfaomega.
- kirberg, A. S. (2016). *El Marketing como estrategia de emprendimiento*. Colombia: Ediciones de la U.
- Lockuán, F. (2013). *La Industria Textil y su control de calidad* .
- Meza, J. d. (2015). *Evaluacion fianciera de proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Morueco, R. (2014). *Manual Practico de Adminstración*. Bogota: Ediciones de la U.
- Munch, L. (2014). *Administración Gestion Organizacional enfoques y procesos administrativos*. Mexico.
- PECALTEX. (s.f.).
- Pedro Zapata Sanchez. (2017). *Contabilidad General* . Colombia : Alfaomega.

Portillo, D. D. (2013). *Preparación de maquinas de corte, ensamblado y acabado* . IC Editorial

Rey, J. (2017). *Contabilidad General*.

Rojas, C. (2014). *Industria de la Moda produccion y materiales*. ECOE EDICIONES.

Rojas, M. D. (2015). *Evaluacion de Proyectos para ingenieros* . Bogotá, Colombia : Eco Ediciones.

Rubio, M. C. (2014). *Finanzas para no financieros*. Colombia: Ediciones de la U.

Schnarch, A. (2013). *Marketing para PYMES*. Colombia: Alfaomega.

Tamahara, V. (2017). *Contabilida General* .

Vargas, A. (2013). *Marketing y plan de negocio de la microempresa* . España.