



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DISTRIBUIDORA DE HILOS DE BORDAR PARA MÁQUINAS
COMPUTARIZADAS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI”**

**Previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría
CPA**

AUTORA: Mayra Elizabeth Tamba Galárraga

DIRECTOR: Ing. Carlos Merízalde

Ibarra, Mayo 2012

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de investigación tiene como fin la realización de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa distribuidora de hilos de bordar para máquinas computarizadas en la ciudad de Atuntaqui. Para ello se procedió a identificar la situación histórica y actual de la ciudad donde se va a implantar el proyecto considerando que esta ciudad es conocida como la ciudad de la moda textil y al observar que necesita de telas e hilos en diversos tipos para la confección y bordado. El marco teórico de la investigación se lo realizó mediante análisis conceptuales sobre la microempresa, distribuidora, hilos, bordados, términos claves del proyecto, en el estudio de mercado se obtuvo un análisis de la situación real de la comercialización de hilos de bordar, en el cual se determinó, que estos insumos tienen gran aceptación, lo que permitió determinar que en la ciudad de Atuntaqui existe demanda insatisfecha, siendo esto favorable para la implantación del proyecto, debido a que en la ciudad únicamente existe un local que vende hilos de bordar, y varios que distribuyen telas e hilos para costura por lo que se pretende cubrir con un 32% de la demanda insatisfecha, En el estudio técnico la localización de la microempresa resultó factible por cuanto se contara con un sitio apropiado para comercializar los insumos, de tal manera que los microempresarios textiles tendrán un local cerca a las fábricas, la adecuación del local en el cual se va a desempeñar los cargos y funciones del personal. En el estudio económico financiero se parte de la inversión inicial de \$31490,62 donde se logró determinar que los índices financieros presentan un escenario positivo lo que es favorable.. Finalmente se desarrolló aquellos impactos que tendrá el proyecto siendo el principal el impacto económico porque se tendrán ingresos positivos y en el social se reflejará el desarrollo del cantón todo esto generará la creación de la empresa.

THE SUMMARYEXECUTIVE

This investigation's work has the purpose of the realization of practicality's study in order to the creation of a microenterprise distributor of embroidering treads of calculations machines in Atuntaqui city; object which got it trough of an analysis of the diagnostics of the real situation of the commercialization of embroidering treads in which use determines, that these items have a lot of confluence by the textile micro promoters, then we proceeded to the realization of a market's study, that let us to determine that there is an in satisfied demand, beige this favorable to implantation of the project, because of there is only a site which sells embroedering's threads in Atuntaqui city. The theoretical picture of the investigation, we realized through conceptual analysis about the micro enterprise, disitributer of embroidering, key ends of the project, in the technical study the localization of the micro enterprise was favorable because we found a fit place so that sell the items. Then we determined the structure of the building in which we are going to re deem the operations of the employees, Finally, we developed those impacts that the project will be the main the economic impact because we will have positive entries and in the social we will consider the canton's development, every thing will produce the creation of the enterprise.

AUTORÍA

Yo, Tamba Galárraga Mayra Elizabeth, portadora de la cédula de ciudadanía número 100299871-2, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE HILOS DE BORDAR PARA MÁQUINAS COMPUTARIZADAS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI ”** que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional y que se han respetadolas diferentes fuentes y referencias.

FIRMA

C.I. Nro. 100299871-2

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada Tamba Galárraga Mayra Elizabeth para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría – CPA cuyo Tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE HILOS DE BORDAR PARA MÀQUINAS COMPUTARIZADAS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI”**. 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 25 días del mes de Mayo de 2012.

DIRECTOR: ING. CARLOS MERIZALDE

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

Yo, Mayra Elizabeth Tamba Galarraga, con cédula de identidad Nro. 100299871-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5 y 6 en calidad de autor(es) de la obra o trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE HILOS DE BORDAR PARA MÀQUINAS COMPUTARIZADAS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI”** que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría-CPA. En la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma:.....

Nombre: Tamba Galárraga Mayra Elizabeth

Cédula: 100299871-2

Ibarra, a los 25 días del mes demayo de 2012.



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

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad. Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
Cédula de Identidad:	100299871-2		
Apellidos y Nombres:	Tamba Galarraga Mayra Elizabeth		
Dirección:	Atuntanqui, Barrio san José		
Email:	ely_cami03@hotmail.com		
Teléfono Fijo:	2908788	Teléfono Móvil:	097466986

DATOS DE LA OBRA	
Título:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE HILOS DE BORDAR PARA MÁQUINAS COMPUTARIZADAS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI”
Autora:	Mayra Elizabeth Tamba Galarraga
Fecha:	25 de Mayo del 2012
Sólo para trabajos de grado	

Programa:	<input type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Postgrado
Título por el que Opta:	Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría
Asesor/Director:	Ing. Carlos Merízalde

7. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Tamba Galarraga Mayra Elizabeth, con cédula de identidad N°100299871-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 143.

8. CONSTANCIA

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

Ibarra, a los 25 días del mes de mayo del 2012.

La Autora:

Aceptación:

(Firma).....

(Firma).....

Nombre: Mayra Tamba

Nombre: Lcda. Ximena Vallejo

C.C.: 100299871-2

C.C.: JEFE DE

DEDICATORIA

La constancia y la lucha se ve reflejado en el presente trabajo el cual quiero dedicar a mi más preciado tesoro a mi pequeño valiente, mi hijo *CAMILO JESUS* quien ha transformado mi vida llenándome de amor.

Mayra Elizabeth Tamba G.

AGRADECIMIENTO

A dios por iluminar mi vida, llenándome de bendiciones.

A mis padres por ser mis guíadores de mi camino y por brindarme ese apoyo incondicional que me da fuerzas para seguir adelante.

A mis profesores por compartir sus conocimientos académicos y por ayudarme a la culminación del presente proyecto.

A todos un inmenso gracias.

Mayra Elizabeth Tamba G.

PRESENTACIÓN

El presente Informe Final de Trabajo de Grado está conformado por seis capítulos, conclusiones y recomendaciones finales, a continuación se expone una breve síntesis de lo tratado en cada fase del proceso investigativo realizado:

El primer capítulo, consiste en el diagnóstico situacional. Para tal efecto, fueron previamente formulados objetivos, variables diagnósticas e indicadores, fuentes de información y técnicas de recopilación de la información. Estos elementos sirvieron de base para el respectivo análisis de las variables diagnósticas, dando como resultado un conocimiento amplio sobre varias características sociales, económicas y de la situación real de la ciudad de Atuntaqui y de la comercialización de hilos de bordar.

El capítulo II contiene el marco referencial o marco teórico, mismo que describe corrientes y conceptos teóricos sobre los temas y subtemas relacionados a la microempresa distribuidora de hilos de bordar para máquinas computarizadas, definiciones claves que permiten que se tomen en cuenta en el desarrollo de todo el proceso de elaboración del Proyecto de Hilos de Bordar aquí formulado.

En capítulo III que es el Estudio de mercado se llegó a un Análisis que permitió obtener el nivel de demanda insatisfecha a cubrir por el proyecto lo que se pretende alcanzar es el 32% para satisfacer las expectativas de las personas que realizan servicios de bordado mediante la utilización del hilo.

La información obtenida para realizar el estudio proviene de fuentes primarias, a través de encuestas, entrevistas y observaciones que fueron utilizadas para el desarrollo del estudio y análisis de mercado, en donde se determinó que existe demanda insatisfecha en relación a la oferta

existente ya que únicamente existe un local donde se comercializan hilos de bordar como es Enkador y que no cubre la totalidad de la demanda existente en el área textil. Además se analiza la competencia y se plantean las estrategias de comercialización que deben realizarse para la introducción del producto y de la microempresa de hilos de bordar al mercado.

En el Capítulo IV se desarrolla el Estudio Técnico (ingeniería del proyecto). Se determinan varios aspectos como: nombre de la microempresa de hilos de bordar logotipo puestos y cargos del personal a trabajar en la microempresa así como el tamaño del proyecto, ubicación del local, infraestructura de acuerdo al tipo de necesidades, distribución de áreas y espacios que se requieran para la realización de las actividades en los que emprenda el proyecto, como también procesos de generación del producto, servicios y requerimiento de personal.

La estructura organizacional y funcional de la microempresa a implantarse, normas legales y todos los requerimientos administrativos se establecen en el capítulo de la ingeniería del proyecto.

En el capítulo V, se formula el Estudio Financiero y Económico. En esta parte, se detallan las inversiones, costos, gastos, ventas e ingresos. Además se establecen estados financieros pro-forma: Estado de Resultados, Balance General y Flujo de Efectivo, éste último sirviendo de base para la evaluación financiera correspondiente, ayudando a determinar la rentabilidad del Proyecto (TIR), valor actual neto de flujos de efectivo durante la vida útil del proyecto, la Relación costo beneficio, tiempo de recuperación de la inversión y la viabilidad financiera desde el punto de vista del inversionista.

Estos aspectos relevantes fueron considerados como elementos importantes para el diseño de la microempresa de hilos de bordar para máquinas computarizadas.

También se presenta el capítulo VI, donde se consideran y analizan los posibles impactos que generara la ejecución o puesta en marcha de este nuevo proyecto, en el aspecto económico, social, educativo, empresarial y ambiental.

Concluye la exposición del trabajo de grado con las conclusiones y recomendaciones que generara la ejecución de la microempresa distribuidora de hilos de bordar para máquinas computarizadas en la ciudad de Atuntaqui.

Luego de haber finalizado la investigación, destacándose en lo fundamental la factibilidad y sustentabilidad a través del tiempo o vida útil establecida para el proyecto planteado.

INDICE GENERAL

PORTADA	I
RESÚMEN EJECUTIVO	II
SUMMARY EXECUTIVE	III
AUTORÍA	IV
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	VI
DEDICATORIA	IX
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
INDICE GENERAL	XIV
INDICE DE CUADROS	XXI
INDICE DE GRÁFICOS	XXIII
INTRODUCCIÓN	XIV

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANTECEDENTES	26
EMPRESA DE HILOS	33
OBJETIVOS	37
VARIABLE DIAGNOSTICO	38
INDICADORES	39
ANÁLISIS DE LA INFORMACION	41
Información primaria	42
Información secundaria	44

MATRIZ AOOR	45
DETERMINACION DE LA OPRTUNIDAD DIAGNÓSTICA	46

CAPÍTULO II MARCO TEORICO

MICROEMPRESA	48
Definición Microempresa	48
Importancia de microempresa	49
Objetivos de microempresa	49
Aspectos de microempresa	52
Características de microempresa	52
Requisitos y procesos de microempresa	55
DISTRIBUCIÓN	57
Definición de distribución	57
Importancia de distribución	57
Funciones de la distribución	58
Integración de distribución	58
Decisiones de distribución	60
Sistema de distribución	61
HILOS	63
Definición de hilos	63
Características de hilos	64
Tipos generales del hilo	64
Propiedades de un hilo	65
Hilo de canilla	66
Tipos de acabado de un hilo	66

BORDADO	68
Definición de bordado	68
Historias de los bordados	69
Finalidad de bordados	69
Materiales y técnicas del bordado	69
Finalidad de los bordados	69
MÁQUINAS	76
Definición de maquina	76
Tipos de maquinas	77
ASPECTOS DEL MERCADO	79
ESTUDIO DE MERCADO	79
Definición de oferta	80
Definición de demanda	80
Definición de producto	80
Definición de precio	81
Definición de promoción	81
Definición de plaza	81
ASPECTOS FINANCIEROS	82
Definición de balance general	82
Definición de estado de resultados	82
Definición Flujo de efectivo	83
EVALUADORES FINANCIEROS	83
Definición Valor actual neto	83
Definición tasa interna de retorno	83
Definición beneficio costo	85
Definición punto de equilibrio	86

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	87
OBJETIVOS	88
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	89
MERCADO META	91
SEGMENTO MERCADO	91
IDENTIFICACIÓN DEMANDA	95
Demanda interna	95
Demanda actual	95
PROYECCIÓN DE DEMANDA	99
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	101
Características del competidor	101
Factores estratégicos	104
Tendencia de la oferta	104
Proyección de la oferta potencial	105
DEMANDA INSATISFECHA	107
Proyección de precios	108
CONCLUSIÓN DE ESTUDIO	113

CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO

INTRODUCCIÓN	114
PROPOSITO DEL PROYECTO	114

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	114
Diseño de instalaciones	117
Distribución de la planta	119
Infraestructura básica	119
Propuesta administrativa	119
Logotipo de la microempresa	119
Misión	120
Visión	120
Políticas	120
Valores	121
ESTRUCTURA ÓRGANICA	121
INGENIERÍA DEL PROYECTO	132
TAMAÑO DEL PROYECTO	132
Tecnología	133
Financiamiento	133

CAPÍTULO V ESTUDIO ECONÓMICO

Presupuesto de Inversión	133
Presupuesto adecuación	134
Inversiones	135
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	137
Sin financiamiento	137
Cálculos para el financiamiento	137
Proyecciones	141
Ingresos	141

Gastos operacionales	142
ESTADOS FINANCIEROS	145
Cálculos del van	148
Calculo Tir	149
Recuperación inversión	149
Punto equilibrio	150

CAPÍTULO VI IMPACTOS

Análisis de impactos	153
Matriz foda	153
IMPACTO EMPRESARIAL	154
Organización interna	154
Fijación de precios	155
Comercialización	155
Informes contables	155
IMPACTO ECONÓMICO	156
Análisis de gastos	156
Análisis de ingresos	156
Crecimiento económico	157
Aumento de salarios	157
Mayor capital	157
Creación de sucursales	157
IMPACTO SOCIAL	158
Mejor calidad de vida	158
Fuentes de trabajo	159

Fomentar ambiente de trabajo	159
Satisfacción del cliente	159
IMPACTO EDUCATIVO	160
Mejor nivel educativo	160
Capacidad del personal	161
Cultura organizacional	161
Desarrollo y creatividad	161
IMPACTO AMBIENTAL	162
Clasificación cartones	162
Reutilizar cajas	162
Reciclar tubos	162
Fundas degradables	162
IMPACTO GENERAL	163
ANÁLISIS GENERAL	163
CONCLUSIONES	164
RECOMENDACIONES	165
BIBLIOGRAFÍA	166
LINCOGRAFÍA	167
ANEXOS	168

INDICE DE CUADROS

Cuadro Nro. 1 DATOS DE LA POBLACIÓN ATUNTAQUI	32
Cuadro Nro. 2 EMPRESAS ASOCIADAS CÁMARA A.A.	33
Cuadro Nro. 3 MATRÍZ DIAGNÓSTICA	40
Cuadro Nro. 4 IDENTIFICACIÓN DE LOCALIDAD	91
Cuadro Nro. 5 SERVICIO DE BORDADO	93
Cuadro Nro. 6 FRECUENCIA DE COMPRA	95
Cuadro Nro. 7 DEMANDA ACTUAL	97
Cuadro Nro. 8 EMPRESAS TEXTILES	98
Cuadro Nro. 9 DETERMINACIÓN POBLACIÓN FUTURA	99
Cuadro Nro. 10 PROYECCIÓN DEMANDA	99
Cuadro Nro. 11 LA COMPETENCIA	100
Cuadro Nro. 12 PRODUCTOS DE LA COMPETENCIA	102
Cuadro Nro. 13 COMERCIALIZACIÓN COMPETENCIA	103
Cuadro Nro. 14 ENKADOR ATUNTAQUI	105
Cuadro Nro. 15 DETERMIANCIÓN OFERTA	106
Cuadro Nro. 16 PROYECCIÓN OFERTA	106
Cuadro Nro. 17 BALANCE COMPARATIVO	107
Cuadro Nro. 18 PRECIOS DE LA COMPETENCIA	108
Cuadro Nro. 19 ENKADOR	109
Cuadro Nro. 20 NORTEXTIL	110
Cuadro Nro. 21 FUNCIONES DEL GERENTE	123
Cuadro Nro. 22 FUNCIONES DEL CONTADOR	124
Cuadro Nro. 23 FUNCIONES DE LA SECRETARÍA	125
Cuadro Nro. 24 FUNCIONES DEL BODEGUERO	126
Cuadro Nro. 25 FUNCIONES DEL VENDEDOR	127
Cuadro Nro. 26 ADECUACIÓN EDIFICIO	135
Cuadro Nro. 27 PRESUPUESTO EDIFICIO	136

Cuadro Nro. 28	SUELDOS Y SALARIOS	137
Cuadro Nro. 29	CAPITAL DE TRABAJO	137
Cuadro Nro. 30	RESUMEN DE INVERSIONES	138
Cuadro Nro. 31	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	139
Cuadro Nro. 32	CUADRO DE DEPRECIACIONES	139
Cuadro Nro. 33	CÁLCULO DE CAPITAL	140
Cuadro Nro. 34	PROYECCIÓN INGRESOS	141
Cuadro Nro. 35	PROYECCIÓN EGRESOS	142
Cuadro Nro. 36	PROYECCIÓN SUELDOS	142
Cuadro Nro. 37	ARRENDAMIENTO	143
Cuadro Nro. 38	PÚBLICIDAD	143
Cuadro Nro. 39	MANTENIMIENTO	143
Cuadro Nro. 40	FLETES	144
Cuadro Nro. 41	SERVICIOS BÁSICOS	144
Cuadro Nro. 42	RESUMEN EGRESOS PROYECTADOS	145
Cuadro Nro. 43	BALANCE INICIAL	145
Cuadro Nro. 44	BALANCE PÉRDIDAS O GANANCIAS	146
Cuadro Nro. 45	FLUJO DE CAJA	147
Cuadro Nro. 46	CÁLCULO DEL VAN	147
Cuadro Nro. 47	COSTO BENEFICIO	150
Cuadro Nro. 48	PROYECCIÓN PUNTO DE EQUILIBRIO	151
Cuadro Nro. 49	VALORACIÓN PUNTAJE IMPACTOS	153
Cuadro Nro. 50	IMPACTO EMPRESARIAL	154
Cuadro Nro. 51	IMPACTO ECONÓMICO	156
Cuadro Nro. 52	IMPACTO SOCIAL	158
Cuadro Nro. 53	IMPACTO EDUCATIVO	160
Cuadro Nro. 54	IMPACTO AMBIENTAL	162
Cuadro Nro. 55	IMPACTO GENERAL	163

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico Nro. 1 DIVISIÓN POBLACIÓN A.A.	32
Gráfico Nro. 2 EMPRESAS DE ANTONIO ANTE	92
Gráfico Nro. 3 LOCALIDAD EMPRESAS	93
Gráfico Nro. 4 FRECUENCIA COMPRAS	97
Gráfico Nro. 5 INDICE DEMANDA	98
Gráfico Nro. 6 PRECIOS ENKADOR	109
Gráfico Nro. 7 PRECIOS NORTEXTIL	110
Gráfico Nro. 8 COMPETENCIA ACTUAL	111
Gráfico Nro. 9 UBICACIÓN DE ATUNTAQUI	115
Gráfico Nro. 10 DISTRIBUCIÓN ANTONIO ANTE	116
Gráfico Nro. 11 CAMPRINT	118
Gráfico Nro. 12 LOGOTIPO	120
Gráfico Nro. 13 ORGANIGRAMA	122
Gráfico Nro. 14 FLUJOGRAMAS DE COMPRAS	129
Gráfico Nro. 15 FLUJOGRAMAS VENTAS	130
Gráfico Nro. 16 FLUJO DE ALMACENAMIENTO	131
Gráfico Nro. 17 PUNTO DE EQUILIBRIO	152

INTRODUCCIÓN

Con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben partes fundamentales del Proyecto o Plan de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

El Presente proyecto de investigación, aborda la problemática que tiene la Industria textil del cantón Antonio Ante por la falta de comercialización de hilos de bordar, situación que hace que los propietarios tengan que buscar en otras partes del país este tipo de insumos que son necesarios para la producción y comercialización de prendas confeccionadas por manos artesanales.

Para detectar estos problemas se realizó el diagnóstico en el lugar mediante una entrevista a representantes de la Cámara de Comercio, productores y personas que prestan servicios de bordado computarizado en la ciudad de Atuntaqui, para lo cual se hizo un análisis de la infraestructura, las principales vías de mejoramiento de la calidad de vida que tiene los pobladores y del crecimiento económico del Cantón.

Es importante recalcar que el proyecto de investigación sobre el estudio de Factibilidad Económica para la creación de una microempresa distribuidora de hilos de bordar para máquinas Computarizadas en la ciudad de Atuntaqui se justifica por el hecho de servir y brindar como una atención de calidad a los clientes que acudan a comprar los hilos, satisfaciendo sus necesidades para la producción y comercialización de prendas textiles.

En la investigación realizada se logró cumplir con todos los objetivos planteados por el proyecto, siendo sus principales propósitos: Incentivar el

crecimiento de microempresas ya que asociaciones promueven el apoyo para incrementar la actividad comercial en el cantón Antonio Ante, con ello se logra el mejoramiento socio- económico y productivo en el área textil.

La comercialización se realiza a través de productores de hilos de bordar a nivel del país como es la fábrica Enkador que brinda una variedad de hilos para la confección y bordados que actualmente se encuentra un almacén en la ciudad de Atuntaqui pero que no cumple con las expectativas de los textileros porque su mercado no esta dirigido en su totalidad a la venta de insumos para bordados.

El presente estudio se realiza con el fin de conocer la situación de la comercialización de hilos de bordar y su impacto en la situación económica-social de los propietarios textiles y de aquellos que prestan servicios de bordado computarizado; así como también establecer los resultados que determinen la factibilidad de oferta en el mercado local de hilos a través de la creación de una microempresa que permita identificar las potencialidades de comercialización en una ciudad industrial y de moda como es Atuntaqui.

La metodología utilizada fue el estudio descriptivo de campo, ya que la información requerida para esta investigación se la obtuvo mediante entrevistas a directivos de la Cámara de Comercio de Atuntaqui, representante del almacén Enkador de Atuntaqui, propietarios de fábricas, y personas que brindan servicios de bordado computarizados los mismos que dieron sus puntos de vista en cuanto a los beneficios que tendrá el Cantón al crear una microempresa distribuidora de hilos de bordar.

El proyecto se considera factible de ponerlo en marcha, debido a su estructura de fácil manejo, poco personal en la planta distribuidora y de una inversión razonable.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

Los datos de los primeros cronistas españoles, estudios arqueológicos identifican a Imbabura como el territorio de la Confederación Caránqui – Cayapa-Colorado, una región con desarrollo económico, sociocultural y subsistida por labores de agricultura, artesanales y de comercio, desde esa época se conocía el telar de algodón, lana, cabuya, cerámica, una gran gama de tintes que se utilizaba para los tejidos. Era una provincia muy fértil abundante de frutos como trigo, caña de azúcar, todas estas actividades permitieron un comercio considerable.

El 25 de junio de 1824 el Congreso Gran Colombia crea la provincia de Imbabura con su capital la ciudad de Ibarra con sus cantones Otavalo, Cotacachi, Cayambe, pero este último cantón Guayllabamba paso a formar parte de Pichincha, en 1861 se establece de manera definitiva el Cantón Cotacachi y el 2 de marzo de Marzo de 1938 fue creado Antonio Ante años después se crearon cantones como Pimampiro y Urcuqui.

Antonio Ante es el cantón más pequeño de la provincia, con una larga llanura se encuentra ubicado en las faldas del volcán Imbabura en el centro de la hoya de Ibarra, goza de un clima agradable, pose tierras fértiles apropiadas para el cultivo de cereales, legumbres. Su cabecera Cantonal Atuntaqui, cuenta con dos parroquias urbanas Atuntaqui y Andrade Marín y cuatro rurales San Roque, Chaltura, Natabuela e Imbaya; limita al norte con Ibarra al sur con Otavalo al este el volcán Imbabura y al oeste con los Cantones

Cotacachi, Urcuqui. Posee una superficie de de 79km, con un idioma dominante español y una minoría kichua su población es mestiza, le sigue la indígena y afro ecuatoriano.

UBICACIÓN CANTON ANTONIO ANTE



Fuente: Internet www.camaradecomercioantonioante

A partir de la instalación de la fábrica llegó la energía eléctrica, se abrieron caminos, obras de infraestructura básica. La Fabrica "Imbabura" aportaba con el 2% de sus ventas para el Concejo Municipal.

En la década de los años 30, 40 y 50 del siglo pasado, la calidad de sus productos, el buen sistema de mercadeo, el prestigio y acogida de sus telas permitió a la fábrica y a sus trabajadores disfrutar de una estabilidad económica reflejada en un sistema de vida material y socialmente dignos. Para finales de los años 50 más de mil personas trabajaban en la Imbabura,

un número muy amplio si consideramos que los habitantes de la ciudad no superaban los 3 mil.

Con el paso del tiempo, el no actualizar la maquinaria aumentó los costos de producción en relación a la competencia, además para poder competir se bajó la calidad de la materia prima utilizada, adicionalmente, Colombia empezó a producir telas de buena calidad. Todos estos factores hicieron que existieran problemas de liquidez.

La Fábrica Imbabura cerró sus puertas y con ello centenas de personas se quedaron sin empleo, pero el espíritu trabajador que los antepasados hizo que no se dieran por vencidos y montaran con sus conocimientos pequeños talleres de confección, gracias también a la aplicación del modelo de sustitución de importaciones en el país con créditos blandos, protección arancelaria, ley de fomento artesanal.

Atuntaqui se convirtió en un lugar en donde el silencio era interrumpido por el sonido de las máquinas textiles que ocupaban parte importante de los hogares y los visitantes llegaban hasta los pocos almacenes que existían, pues la mayoría de productores prefería viajar con su mercadería hasta Quito, Ambato, Guayaquil, Tulcán y la Costa para vender sus prendas.

En el 2001, la idea de hacer una feria que se convierta en la vitrina de los productos “hecho” en Atuntaqui surgió de un grupo de empresarios con el apoyo del Gobierno Municipal, los mismos que posteriormente conformarían la Cámara de Comercio.

La expectativa de la primera feria era recibir a 5 mil turistas, pero la sorpresa fue grande cuando más de 15 mil ecuatorianos llegaron hasta las instalaciones del Instituto Superior Alberto Enríquez (recinto ferial). Desde

entonces los productores Anteños empezaron a cambiar el diseño de sus casas para convertirlos en locales comerciales y los feriados de Carnaval y las fechas próximas a la cantonización de Antonio Ante fueron propicios para realizar la Expoferia, mientras que la Cámara de la Producción desde el año 2003 escogió agosto para promocionar la Moda Verano.

En el 2006 debido al crecimiento acelerado y el repunte de almacenes en un perímetro de pocas cuadras, la Expoferia se efectuó en la ciudad, con lo que Atuntaqui por cinco días se convirtió en un auténtico centro comercial.

Alternativa innovadora que conjugó las potencialidades de la ciudad y del Cantón con la afluencia de miles de turistas (más de cien mil), en donde todos sus habitantes fueron beneficiados y también se sintieron partícipes y orgullosos del desarrollo del Cantón.

Iniciativa enmarcada en el proyecto “Marca Ciudad” en donde se integran todos los ámbitos y actividades del Cantón, con los atractivos de ésta: gastronómico, cultural, agropecuario, artesanal y por supuesto su industria textil, además de la ventaja por la ubicación geográfica, sus paisajes, etc.

Hoy, el 60 % de los habitantes de Antonio Ante tienen como modo de sustento la producción textil y de confecciones, lo que ha logrado que Atuntaqui genere empleo para cantones cercanos como Otavalo, Cotacachi e Ibarra, constituyéndose en el cantón con menor índice de desempleo en Imbabura (5 por ciento) y uno de los cantones de mayor progreso del país.

La historia e identidad de Antonio Ante se ha escrito junto a la Fábrica Imbabura es por esto que este importante ícono para el cantón y el país fue declarado como Patrimonio Cultural de la Nación, el 20 de septiembre de 2001 en acuerdo ministerial N° 404-DNPC-DI-00 del Ministerio de

Educación y Cultura de esa época, considerado como único en el país de características patrimoniales industriales.

Antonio Ante en la actualidad es un ejemplo de desarrollo integral e incluyente en donde a más del crecimiento económico pretende generar oportunidades a todas y todos fortaleciendo los ejes social, cultural y ambiental en un marco de democracia real. Por eso elaboramos un plan para 10 años, es así que se han logrado importantes avances, entre los que se destacan:

Bajo desempleo, se mantiene esta tendencia en razón de que se ha ido incrementando el número de microempresas (400 aprox.) y muchas han mejorado sus niveles tecnológicos, capacidad de producción y número de trabajadores.

Posicionamiento de Atuntaqui como destino turístico de compras de productos textiles todos los días del año.

Dinamización de otros sectores como construcción, turismo, comercio de otros productos y servicios, agricultura. A partir de este desarrollo comercial textil el número de permisos de construcción de almacenes se ha incrementado en 5 veces por lo que el Municipio ha iniciado una nueva planificación física del territorio.

Declaratoria al cantón Antonio Ante como territorio libre de analfabetismo por parte de la Unesco en noviembre del 2006.

Renovación urbana en todas las parroquias y en la ciudad de Atuntaqui, proyectando un nuevo rostro a las ciudades.

El Gobierno Municipal de Antonio Ante no puede pensar en la construcción de una sociedad equitativa y democrática basada en el ser humano sin la recuperación de su historia y más que eso de su memoria, de quienes somos, en donde estamos, a donde vamos. Debemos aprehender y comprender lo que hicieron nuestros padres, cómo no recordar:

Los cientos de trabajadoras y trabajadores que tejieron las bases de este Cantón progresista, que con dignidad lucharon por la promulgación del Código de Trabajo en 1938, constituyéndose en uno de los principales movimientos sindicales del país.

A quienes en los años setentas instalaron los primeros talleres artesanales luego del cierre de la Fábrica Textil Imbabura para iniciar lo que hoy constituye el principal centro textil del país.

Atuntaqui, unida con Andrade Marín, parroquias urbanas, se consolidan como el centro textil y artesanal del cantón. Las cuatro parroquias rurales dentro de un espacio y una interculturalidad compartida exhiben sus propios rasgos de identidad, como por ejemplo la productividad agrícola de Imbaya, la gastronomía de Chaltura resumida en la preparación del cuy, la diversidad productiva y cultural de Natabuela, la dignidad indígena de San Roque.

Antonio Ante Cantón diverso, con patrimonios tangibles e intangibles como la Pailatola, las Fiestas de Fin de Año, las celebraciones y claro la Fábrica Imbabura que soñamos va a ser el punto clave en la cultura y turismo de la región norte del Ecuador.

1.1.1. Población de Antonio Ante

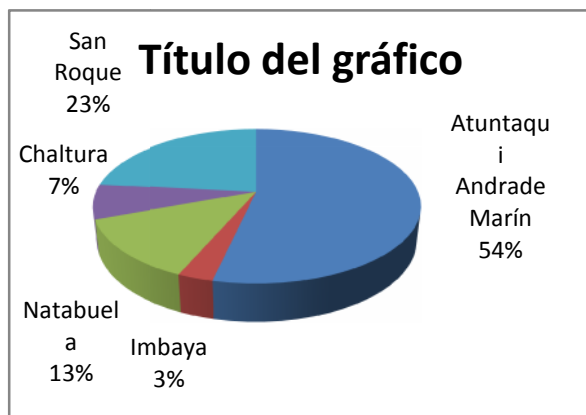
Cuadro Nro. 1
Datos de la población de Antonio Ante

PARROQUIAS	HABITANTES
Atuntaqui Andrade Marín	23299
Imbaya	1279
Natabuela	5651
Chaltura	3147
San Roque	10142
total	43518

FUENTE: INEN CENSO 2010

ELABORADO POR: Tamba Mayra

Gráfico Nro. 1
División de la Población de Antonio Ante



ELABORADO POR: Tamba Mayra

Población de Antonio Ante según registros de último censo determina que la mayoría de hombres y mujeres trabajan en las actividades propias de la

ciudad como la confección permitiendo un desarrollo socio - económico sostenible lo que permite que Antonio Ante tenga un menor índice de desempleo.

1.1.2 Clasificación de empresas afiliadas a la Cámara de Comercio de Atuntaqui

Cuadro Nro. 2
EMPRESAS ASOCIADAS A LA CÁMARA DE COMERCIO ANTONIO ANTE

TIPO DE EMPRESAS	NUMERO DE EMPRESAS
TEXTILES	200 AFILIADAS
OTRO TIPO DE EMPRESAS	86 AFILIADAS
TOTAL DE SOCIOS CCAA	286 AFILIADAS

FUENTE: Cámara de Comercio

Según la entrevista aplicada al encargado de la Cámara de Comercio explico que el desarrollo del Cantón se genera por los ingresos textiles por las ventas de las prendas de alta calidad , que hace que el cliente propio o ajeno al Cantón se sienta satisfecho por ello resalto que es importante que siendo una Ciudad de moda e industria debe tener a mano las Materias primas y los hilos, pues en relación a telas y lanas si se cuenta con empresas que permitan adquirir en la ciudad , pero para la parte de bosquejos en las prendas como bordados únicamente se cuenta con un solo almacén dedicado a la venta de hilos de bordar con marcas reconocidas esta empresa en ENKADOR.(David Guevara).

A continuación se presenta las empresas afiliadas a la cámara de comercio en el área de hilados y telas.

Es importante indicar que aquí se encuentra el almacén Enkador propiamente dedicado a la venta de hilos de bordar.

EMPRESAS DE HILOS Y TELAS DE LA CIUDAD DE ATUNTAQUI

EMPRESAS AFILIADAS A LA CÁMARA DE COMERCIO DE ATUNTAQUI- HILOS Y TELAS	TIPO DE ACTIVIDAD
	INDUSTRIA DEDICADA A LA VENTA DE TELAS
	EMPRESA DEDICADA A VENDER HILOS DE BORDAR Y CONFECCIÓN
	ALMACEN DE VENTA DE LANAS
	DEDICADO A VENTA DE TELAS EN ALGODÓN Y LICRA
	ALMACEN DE VENTA DE HILOS Y LANA DE COSTURA
<p><u>NORTESTIL.S.A</u> Venta al por mayor menor telas importadas</p>	TELAS DE ALGODÓN Y VENTA DE HILOS PARA COSTURA
<p>NovateX Lo mejor en calidad</p>	TELAS POLIESTER Y ACRILICAS, LICRAS, POLAR, ALGODÓN.
<p>PAST PRINT</p>	TELAS EN LICRA

ELABORADO POR:Tamba Mayra

1.1.3. Actividades Económicas de Antonio Ante

La población económica activa (PEA) del cantón Antonio Ante, luego de una evolución en su estructura e infraestructura básica como mejoramiento de alcantarillado, agua potable y demás servicios básicos a logrado una diversificación de actividades productivas como la agricultura, ganadería, comercio, gastronomía y prestación de servicios sociales y de construcción, todo ello se complementa para el crecimiento de Antonio Ante.

A continuación tenemos las principales actividades que permiten el desarrollo de la población y el Cantón de Antonio Ante.

1.1.3.1. Actividades de Confección y Comercialización

A continuación se presenta un gráfico de como las personas Anteñas laboran en las fábricas de la Ciudad de Atuntaqui, es importante señalar que esta es una de las principales actividades económicas del Cantón.



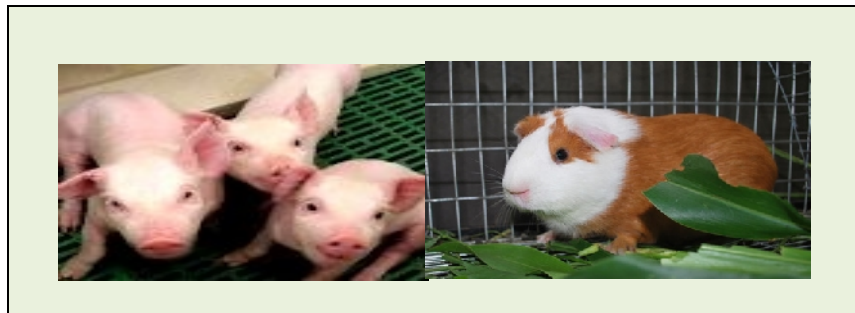
Aproximadamente en la ciudad de Atuntaqui existen 200 empresas registradas por la Cámara de Comercio dedicadas a la confección de prendas de vestir y a la venta en almacénes, a esto se suman las empresas de telas y venta de hilos para la producción, que conjuntamente con el turismo permiten aprovechar las oportunidades del mercado en beneficio de la comunidad en general.

La realización de la feria en febrero permite que el Cantón tenga visitantes que siempre van llevando prendas producidas por artesanos.

También las ferias los días viernes y la movilización de los productos textiles a los diversos lugares del país han permitido extender su mercado

La Municipalidad de Antonio Ante para la elaboración del Plan Estratégico del Desarrollo Cantonal, solicita apoyo a organismos nacionales e internacionales como: MICIP, ONUDI, UNION EUROPEA, entre otros los cuales capacitan a instituciones como la Cámara de Comercio sobre temas de desarrollo local.

1.1.3.2. Actividades de Ganadería



En la ciudad de Atuntaqui también se dedican al a cría de animales menores como cuyes, chanchos y pollos que se abastecen a toda la provincia de Imbabura.

Cabe resaltar que un menor número de habitantes se dedican propiamente a la cría y venta de este tipo de animales ya que en su mayoría se dedican a trabajar en la confección de ropa.

1.1.3.3. Gastronomía del Atuntaqui.



La gastronomía que nos brinda el Cantón Antonio Ante se la puede disfrutar en una gama extensa de la exquisita fritada, deliciosos cuyes así como de los helados tradicionales que van acompañados de dulces y confites como mojicones, suspiros permitiendo a los propios y ajenos que visitan la ciudad de Atuntaqui a saborear estas delicias después de haber comprado las prendas confeccionadas por manos Anteñas.

Todas las actividades mencionadas hacen del cantón de Antonio Ante un lugar atractivo que permite un desarrollo sostenible.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional para determinar la realidad económica de la ciudad de Atuntaqui, con el fin de crear un microempresa distribuidora de hilos de bordar para máquinas computarizadas

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Determinar los Servicios Básicos e infraestructura de la ciudad de Atuntaqui.
- b) Identificar el crecimiento poblacional de la ciudad a investigar.
- c) Estudiar la industria textil del cantón de Antonio Ante.
- c) Analizar el turismo en la ciudad de Atuntaqui.

1.3. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Las variables diagnosticas a evaluarse de acuerdo a los objetivos serán las siguientes.

1.3.1. VARIABLES

- 1.3.1.1 Servicios básicos e infraestructura
- 1.3.1.2 Población
- 1.3.1.3 industria textil
- 1.3.1.4 Turismo

1.3.1.1. Variables (Servicios básicos e infraestructura)

INDICADORES

- a) carreteras
- b) agua
- c) energía eléctrica
- d) alcantarillado
- e) teléfono

1.3.1.2. Variable (Población)

INDICADORES

- a) incremento de la población de Atuntaqui 2010

- b) número de visitantes regionales
- c) número de visitantes nacionales

1.3.1.3. Variable (Industria textil)

INDICADORES

- a) tecnología
- b) mano de obra
- c) innovación
- d) ferias textiles
- e) comercialización nacional e internacional de productos

1.3.1.4. Variable (Turismo)

INDICADORES

- a) hoteles
- b) gastronomía
- c) fábrica Imbabura

1.3.3. MATRÍZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro Nro. 3

MATRÍZ RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA
Determinar los Servicios Básicos e infraestructura de la ciudad de Atuntaqui	Servicios básicos e infra-estructura	a)carreteras b)agua c)energía d)eléctrica e)alcantarillado f)teléfono	Secundaria	bibliográfica
Identificar el crecimiento poblacional de la ciudad a investigar.	Población	a)incremento de la población de Atuntaqui 2010 b)numero de visitantes regionales c)número de visitantes nacionales	Secundaria	bibliográfica
c) Estudiar la industria textil del cantón de Antonio Ante.	Industria textil	a)tecnología b)mano de obra c)innovación d)ferias textiles e)comerció nacional e internacional de productos textiles	Secundaria	bibliográfica
c) Analizar el turismo en la ciudad de Atuntaqui	Turismo	a)hoteles b)gastronomía c)fabrica Imbabura	Secundaria	bibliográfica

FUENTE: Gobierno Municipal- Cámara de Comercio de Antonio Ante

ELABORADO POR: Tamba Mayra

1.4. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.4.1. Información PRIMARIA

En la información primaria encontramos lo siguiente:

1.4.1.1. Entrevista al Representante de la Cámara de Comercio.

La información obtenida para la realización del Diagnóstico se la obtuvo mediante la entrevista aplicada al representante encargado de la Cámara de Comercio de Atuntaqui, a continuación se presenta el respectivo análisis.

DESARROLLO DE LA ENTREVISTA

a) ¿Con qué fin se creó la Cámara de comercio de Antonio Ante?

La Cámara de Comercio fue prácticamente creada en nuestra ciudad para ser un organismo de apoyo a la producción y comercialización en lo textil y sus derivados así como mejorar la producción y productividad.

b) ¿Qué Actividades actividades ha realizado la Cámara de Comercio para desarrollo del cantón Antonio Ante?

La principal actividad es la realización de las expo ferias conjuntamente en apoyo a la Municipalidad, lo que permite atraerá turistas y visitantes de todo el Ecuador, aspecto positivo para el desempeño textil, considerando que la industria textil es la principal fuente de desarrollo socio-económico de nuestra querida ciudad.

c) ¿De qué manera la Cámara de comercio promueve la creación de microempresas en le Cantón?

Hoy en día la Cámara de Comercio realiza capacitaciones en la parte operaria y de tributación aquellas personas que emprenden pequeños

negocios, así también se les brinda el apoyo para poder abrir el mercado, lo que es considerado como atractivo para nuestros Anteños.

d) ¿Actualmente cuantas microempresas están registradas por la Cámara de Comercio?

Tenemos entre 286 registradas y de las cuales prácticamente unas 200 son de actividades textiles y las restantes pertenecen a diversas actividades como gastronomía y venta de telas y derivados textiles. Pero en la actualidad pequeños negocios que desarrollan actividades de confección están identificadas como 500 que eso es bueno para el Cantón y que permite crear fuentes de empleo.

e) ¿Considera que los propietarios de las microempresas textiles deben adquirir los insumos como hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui.?

En Atuntaqui ya contamos con proveedores de la materia prima como telas y lanas incluso ya tenemos los estampados y la maquinaria para confeccionar y terminar las prendas pero en la referente a Hilos únicamente esta Enkador que para las diversas microempresas textiles relativamente no satisface con el mercado, sería bueno que aquí en el Cantón ya existan diversos almacenes que vendan insumos como los hilos.

f) ¿Qué sugerencias daría usted en caso que se implantara un nuevo almacén dedicado a la comercialización de hilos de bordar para las máquinas computarizadas en la ciudad?

Es necesario que tengan variedad de hilos de acuerdo a las necesidades de la industria textil, es decir vender el hilo que más se utiliza para los bordados en la ciudad, el trato a los clientes el precio justo.

Obtención de la Información (**13-09-2011**)

1.4.1.2. Observación de las Actividades Económicas

Información que permitió poder identificar el desarrollo del Cantón trabajo de la Cámara de Comercio producido en conjunto con la Municipalidad.

Modelo de Registro de Observación

Caso Observado: Situación Actual de Atuntaqui		
Localidad: Atuntaqui	Comunidad: Antonio Ante	Observador: Mayra Tamba
Contenido: crecimiento Socio-económico	Participantes: habitantes	Conclusiones
a) Tiene vías de primer orden acceso fácil de ingreso y salida de la ciudad. b) Posee servicios básicos agua, luz, alcantarillado, teléfono. d) existen por todas las calles almacenes de ropa .	a) ciudadanos Anteños b) visitantes c) autoridades	Atuntaqui es una ciudad que ha tenido un desarrollo productivo en lo referente a la parte económica , social, geográfico ya que es considerada como la ciudad de la industria y la moda

Fuente: Observación Directa

Elaborado por: Mayra Tamba

Fecha: 19-09-2011

1.4.2. Información Secundaria

Dentro de esta información se ha utilizado los siguientes instrumentos que han sido de ayuda para el desarrollo del diagnóstico.

- a) Folletos de la Cámara de Comercio de Atuntaqui
- b) Folletos publicados por el Municipio de Antonio Ante
- c) Folletos de la fábrica Imbabura

1.5. MATRÍZ AOOD (Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos)

1.5.1. ALIADOS

1.5.1.1 La publicidad que promueve la Cámara de Comercio conjunto con los productores textiles logra atraer al turista en el transcurso de todo el año.

1.5.1.2. La creación de microempresas textiles que se dedican a la compra de diversos insumos para la confección.

1.5.1.3. Proyectos entre el Gobierno Municipal y organismos que ayudan al fortalecimiento de la asociatividad de los productores y comerciantes mediante convenios.

1.5.2. OPONENTES

1.5.2.1. La implantación de diversos almacenes que comercialicen hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui.

1.5.2.2. Creación de nuevos almacenes dedicados a la venta de hilos de bordar en el cantón.

1.5.2.3. Que los almacenes que venden telas extiendan el mercado en la venta de hilos de bordar.

1.5.3 OPORTUNIDADES

1.5.3.1. La ubicación geográfica de Atuntaqui es excelente ya que se encuentra en el centro de Imbabura siendo un paso de ingreso para visitantes, contribuyendo con las actividades textiles, gastronómicas, turísticas e industriales del cantón.

1.5.3.2. La organización de Ferias textiles que constituyen un factor de dinamización de la economía a nivel cantonal.

1.5.3.3. La existencia de un solo local comercial de hilos de bordar como es Enkador en el cantón Antonio Ante.

1.5.4. RIESGOS

1.5.4.1. No conseguir ubicar la empresa comercializadora de hilos de bordar en un lugar accesible para los productores textiles de la ciudad de Atuntaqui.

1.5.4.2. El incremento del precio de hilos de bordar

1.5.4.3. La iliquidez en el mercado que afecte a los sectores productivos en especial a las microempresas textiles del cantón.

1.6. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Con el análisis de inicios del Cantón Antonio Ante la reseña histórica se ha podido describir y resumir todos los aspectos ocurridos con el pasar de los tiempos con lo referente de la vida textil d Atuntaqui, que inicio con la creación de la fabrica Imbabura.

Se ha definido la Ubicación Geográfica su infraestructura y los servicios básico, los distintos grupos humanos se interrelacionan con el medio ambiente en las manifestaciones, sus paisaje, la industria textil y las parroquias urbanas y rurales donde están las diversas actividades del Atuntaqui, donde la población obtiene su fuente de trabajo permitiendo una mejor calidad de vida.

En aspectos socio- económicos Atuntaqui busca ser competitivo, siendo su principal fuente de empleo la producción textil y comercialización de las prendas así como la expansión del turismo considerando a la antigua fábrica Imbabura como atractivo turístico ya que es considerado un Patrimonio cultural, por ello la Municipalidad trabaja con asociaciones afines buscando el posicionamiento nacional e internacional, para ello buscan estrategias que promuevan la creación de microempresas afines a la Industria textil.

Con todos los antecedentes en la parte Turística, comercial y textil se considera que si Atuntaqui hoy en día es una ciudad de industria y moda se propone que la materia prima e insumos de confección y de diseño en bordados se adquiriera en la misma ciudad, por lo que la Cámara de Comercio propone que se de iniciativa de crear almacenes que distribuyan telas e hilos que son utilizados por las fábricas y pequeños negocios

artesanales, resaltando que ya se han creado varios almacenes de telas e hilos para la confección e igual manera de lanas y un solo almacén de hilos de bordar como es Enkador.

Luego de haber realizado el diagnostico Situacional se determinó que las condiciones históricas, geográficas, de servicios básicos e infraestructura, poblacional, de producción textil, comercial y turística de la ciudad de Atuntaqui prestan el entorno idóneo para la implementación del proyecto, descrito a continuación.

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DISTRIBUIDORA DE HILOS DE BORDAR PARA MÁQUINAS COMPUTARIZADAS EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI”

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Microempresa

2.1.1 Definición de microempresa

En la ciudad de Atuntaqui existen alrededor de 500 microempresas textiles, entre pequeñas, medianas y grandes, según datos estadísticos de la municipalidad del Cantón. Solo la Cámara de Comercio cuenta con 286 socios, de los cuales el 70% pertenecen al área textil y de confección. Por tal motivo es necesario que los propietarios conozcan las siguientes definiciones sobre la microempresa.

MONTEROS, Edgar, E.; (2005); Considera: “Es un conjunto de personas encaminadas a trabajar de manera organizada aportando sus propios recursos para reinvertir en sus utilidades que no cuentan con una estructura formal y no superior a cincuenta trabajadores.” Pág. 15.

La microempresa en la ciudad de Atuntaqui encaja con los requerimientos por que esta formada de recursos económicos, materiales, talento humano y recursos tecnológicos, lo que permite ser considerada como fuente económica significativa, ya que genera empleo a 5.000 personas de forma directa y unas 1.000 personas en forma indirecta, prácticamente Antonio Ante se constituye en el cantón que tiene el menor índice de desempleo de la provincia de Imbabura y uno de los más bajos del Ecuador.

2.1.2 Importancia de la microempresa

Una microempresa es sustancial por cuanto es formada por un grupo de miembros de una familia que se dedican a realizar actividades específicas con el fin de tener ingresos que les permita satisfacer sus necesidades, por tal motivo la microempresa es importante ya que ayuda a reducir los índices de desocupación y desempleo en un país.

Atuntaqui considera el crecimiento microempresaria como un avance económico productivo, ya que tiene el menor índice de desempleo de la provincia (2,5 a 3%) y uno de los mejores en el país. Además se refiere a la baja migración poblacional por que las familias Antañas forman microempresas familiares para poder obtener recursos económicos y sociales que permitan mantener a sus familias.

2.1.3. Objetivos de una microempresa (MONTEROS, Edgar, Pág. 21-22)

Para que una microempresa pueda ser competitiva debe alcanzar varios objetivos, los cuales se les menciona a continuación:

2.1.3.1. Objetivo de comercialización

La microempresa debe ser capaz de crear un cliente que constituya un soporte fundamental para su producción y mantenimiento ya que muchas veces el propietario se conforma con tener clientes que solo visiten y no compren, para lo cual es indispensable buscar estrategias que generen alcanzar dicho objetivo.

En el cantón de Antonio Ante las microempresas conjuntamente con la municipalidad y la Cámara de Comercio buscan mecanismos para mejorar el turismo y la comercialización de productos por medio de la realización de ferias en el mes de febrero específicamente en carnaval, lo que permite tener

un incremento desde el 60% hasta del 100% en las ventas, para lo cual las microempresas textiles buscan estrategias de comercialización en este caso directas ya que los visitantes compran sus prendas sin pasar por intermediario. Estas actividades, específicamente, han logrado consolidar la presencia de Atuntaqui en todo el país. Es así, que cada feriado, regresan a comprar sus prendas.

2.1.3.2. Objetivo de innovación

El propietario de la microempresa conjuntamente con sus colaboradores deben tratar siempre de innovar sus productos para que la competencia no les desplace del mercado, para ello se debe hacer constancia de nuevas ideas que ayuden a obtener nuevos clientes, prácticamente el trabajo en equipo y el planteamiento de pequeñas metas les facilitaran alcanzar este objetivo.

Soledad Minda, propietaria de comercial ONCE, indicó que para poder competir e incrementar sus ventas es necesario innovar en tecnología, mano de obra y atención al cliente, en la empresa Once cada año se adquiere nueva maquinaria como bordadoras multicabezas que permitan minimizar costos y tiempo, de tal manera que la mano de obra se centralice en producir mas en menos tiempo, para competir en las ferias del cantón se debe tener nuevos diseños de prendas que estén a la moda para así atraer al cliente que nos visita. En dicho local se registró un aumento del 60% en la demanda de la producción en la feria de febrero del 2011. “Realmente este ultimo feriado estuvo bueno, añadió cada año viene gente de otros lugares, dicen que nuestros precios son bajos y el producto es de buena calidad”,

2.1.3.3. Objetivo sobre Recursos humanos

Se debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo de los recursos humanos para que cada uno de los miembro que colaboran con la

microempresa avancen cada vez mas siempre será necesario que se le otorgue tareas a cada trabajador para que sienta la responsabilidad de hacerle crecer a la microempresa que conjuntamente con sus metas y los de los propietarios lo logran.

Los productos fabricados por las microempresas textiles del Cantón Antonio Ante tienen gran acogida en todo el país. Pero ese desarrollo de la industria textil ahora presenta algunas novedades y dificultades, sobre todo la falta de mano de obra calificada, mientras se recorre por la ciudad es común observar en varios almacenes y fábricas anuncios, hasta en gigantografías en que se solicitan mujeres costureras y operarios de máquinas. Según David Guevara presidente de la Cámara de Comercio menciona. “La demanda es alta porque en la ciudad y la provincia ya no existe mano de obra calificada y la poca que había ya está ocupada, de igual manera el personal de producción no se siente responsable en la fabrica y abandona su trabajo por motivos insignificantes e inmediatamente busca otra microempresa, generando problemas en el desarrollo productivo por la falta de estabilidad en el trabajo.

2.1.3.4. Objetivo de rentabilidad.

Estos objetivos se logran si se fortalece las áreas de resultados, los mismos de dependerán de las estrategias de cada microempresa, aquí encontramos la identidad del marketing, organización, y todos aquellos recursos que se necesita. Por tanto este objetivo se debe lograr con el planteamiento de metas a corto plazo.

En la ciudad de Atuntaqui existen alrededor de 500 microempresas entre pequeñas y medianas y 286 son registradas por la Cámara de Comercio las cuales cada una de ellas cumplen con varios objetivos, en comercialización se destacan por realizar promociones, amplia publicidad, precios justos,

prendas de calidad, buena atención al cliente, continuamente están innovando las prendas, insumos y materias primas con el propósito de ampliar el mercado, cada día los microempresarios buscan nuevos modelos y telas de calidad ya que la competencia en la ciudad de Atuntaqui es amplia por tal motivo cumplen con el objetivo de supervivencia en la producción y comercialización, sus inventarios cada vez van creciendo por que tiene mayor demanda de clientes lo que hace que el recurso económico avance constantemente.

Finalmente las microempresas son parte del objetivo de rentabilidad por cuanto la venta de prendas, materias primas e insumos han generado un ingreso muy considerado permitiendo colocar sucursales.

2.1..4 Aspectos fundamentales de una microempresa.

Con el cumplimiento de cada uno de los objetivos mencionados anteriormente en relación a la realidad de las microempresas de la ciudad de Atuntaqui se pudo definir aspectos positivos y negativos en cada objetivo.

Prácticamente cada objetivo genera cinco aspectos fundamentales para que la microempresa tenga éxito, de acuerdo a lo planteado por autores es vital conocer dichos aspectos, para así poder comparar , relacionar e interpretar a cada uno de estos con la realidad actual de las microempresas del la ciudad de Atuntaqui.

A continuación se detalla los aspectos fundamentales con los cuales debe contar la microempresa

2.1.5 CARACTERÍSTICAS DE LA MICROEMPRESA

Las características de las microempresas de la ciudad de Atuntaqui cumplen con las siguientes características de la siguiente manera:

2.1.5.1 Número de obreros

Una de las características que tiene la microempresa de la ciudad de Atuntaqui es que cuenta con un limitado número de obreros y empleados, nunca superior a los 50 trabajadores estables.

La mayoría de las microempresas de confecciones del cantón presentan problemas por la falta de estabilidad laboral, entre estos textiles esta Creaciones Panda que constantemente está presentando anuncios solicitando obreras para maquinas overlock, recta y recubridora, por cuanto el cantón ya no cuenta con personal capacitado y el poco que existe rápidamente es acogido por las microempresas, este es un problema que hace que la producción se vea afectada y que no se pueda alcanzar objetivos de corto plazo como es cumplir con los clientes del extranjero.

La cámara de comercio de Atuntaqui ha planteado proyectos de capacitación laboral con el fin de que se disminuya el problema de escases de obreros, planteamiento que ha sido acogido por el gran número de propietarios de la industria textil del cantón. Expertos en el tema de la confección proponen un trabajo conjunto con los microempresarios para que ello faciliten a sus obreros para que puedan acudir a los talleres de capacitación, donde se enseñara sobre manejo de maquinaria industrial y semi industrial como bordadoras, maquinas de tejer y de costura.

2.1.5.2. Tamaño del mercado

Prácticamente las microempresas que recién inician se dedican a vender sus productos en mercados pequeños de la localidad como en el mercado de Atuntaqui y algunas participan en ferias artesanales, mientras que aquellas microempresas que ya tiene trayectoria participan en la feria de moda en el mes de febrero, también existen fabricas que participan en ferias de ciudades del País y se dedican a vender en mercados internacionales como en Colombia, Perú, Argentina, Venezuela y otros países del continente Europeo.

Por su parte, Marco López, propietario de textiles Mary, asegura que las expectativas de venta en la expo feria 2011y 2012 se cumplió en el 90%.

Los precios bajos son el principal atractivo para los compradores, otro aspecto para crecer en el mercado es la innovación de diseños y telas, así como el colocar algo adicional a la prenda, por ejemplo a las camisetitas agregar bordados de alta tendencia deportiva.

2.1.5.3. Ámbito jurídico

La microempresa esta formada ya sea por sociedad individual que únicamente será el propietario del negocio o de responsabilidad limitada que son asociaciones de los familiares del dueño o propietario de la microempresa sea textil o Comercial.

2.1.5.4. Ámbito Laboral

Esta característica de la microempresa de la ciudad Atuntaqui tiene relación directa entre el propietario y los trabajadores por que las decisiones las toma el dueño de la microempresa y les comparte a los colaboradores con el propósito de que los resultados sean los mejores.

2.1.5.5. Ingresos de una microempresa

Para el propietario que tiene su microempresa en la ciudad de Atuntaqui viene a transformarse los ingresos que genera la microempresa su principal y única renta la que le permite satisfacer sus necesidades.

2.1.7. Clasificación de la microempresa en la ciudad de Atuntaqui.

Según la cámara de comercio de la ciudad Antuña las microempresas se clasifican en:

2.1.7.1. Producción textil

Son aquella que transforman la materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentran la elaboración de prendas que se regula en base a al ley de Fomento Artesanal, como ejemplo de este tipo de microempresa tenemos a Anitex que se dedica a confeccionar ropa interior, camisetas, pijamas, calentadores, blusas para niños y jóvenes y adultos y a Markos que confecciona todo tipo de sacos en diferentes modelos y con exclusivos diseños que tienen bordados muy innovadores de la propia marca fabricante.

2.1.8. REQUISITOS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA

Los requisitos que una microempresa debe tener para poder funcionar en la ciudad de Atuntaqui son los siguientes:

2.1.8.1. El Registro Único del Contribuyente.

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

- Formulario Ruc-01-A
- Copia de Cédula de Identidad
- Certificado de Votación
- Planilla de agua o teléfono
- Título (en caso de ser afiliado algún gremio)
- Formulario 106-A (por el pago de la multa de inscripción tardía si es el caso).

2.1.8.2. Patente Municipal

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual se lo obtiene en las oficinas del Municipio de Antonio Ante y el valor a pagar es de \$23,00 dólares.

2.1.8.3. Seguro Social

Son sujetos de afiliación del seguro Social obligatorio todos los empleados privados o particulares, para el cual debe acudir a las oficinas de Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

2.1.8.4. Permiso de Bomberos

Se lo obtiene en el establecimiento de bomberos de Atuntaqui y se cancela \$15 dólares por actividad microempresaria a realizar.

2.1.9. REQUISITOS Y PROCESOS PARA EL REGISTRO DE UNA MICROEMPRESA.

Según la cámara Nacional de Microempresas, para el registro de las microempresas establece que toda persona natural o jurídica que constituya u opere una Microempresa, debe estar registrado en las cámaras Cantonales.

2.1.9.1. Microempresas unipersonales

Las microempresas unipersonales para poder funcionar de manera que no tenga inconvenientes debe contar con formulario de afiliación, copia de cedula de ciudadanía.

2.1.9.2. Microempresas o entidades Jurídicas

Las microempresas que operan como jurídicas deben tener formulario de afiliación, copia de la institución o resolución del Organismo Publico competente, copia de los nombramientos de los directivos, copia del Ruc (Registro Único del Contribuyente).

2.2. DISTRIBUCIÓN

2.2.1. Definición de distribución

Se considera que los microempresarios textiles y aquellas personas que tienen almacenes en la ciudad de Atuntaqui deben conocer la definición de lo que es la distribución comercial, ya que sus labores son de carácter comercial, para ello se ha seleccionado a grandes autores que permitirán aclarar las preguntas de ¿Cómo llevar el producto al cliente? y Cómo vender más.

www.Wikipedia.com. Define: “La distribución es el conjunto de actividades, como se desprende de su objetivo ya que crea utilidad de

tiempo, lugar y posesión encaminada a buscar el equilibrio entre los dos factores mercantiles que son la oferta y la demanda”.

En la ciudad de Atuntaqui las microempresas que realizan actividades de distribución comercial buscan el equilibrio de la oferta y la demanda donde los agentes interactúan bajo un mismo objetivo que es el de obtener beneficio económico.

2.2.2. Importancia de la Distribución

La distribución es importante porque a través del canal de distribución que es el conjunto de organizaciones, fabricantes, o mayoristas, minoristas u otros agentes comerciales permite entregar los bienes a los usuarios industriales o consumidores finales, desde el punto de vista institucional existen perspectivas que intervienen en la relación del comerciante y consumidor final.

Las microempresas textiles de Atuntaqui se caracterizan por llevar a delante un proceso de comercialización eficiente y eficaz donde permiten que el consumidor obtenga productos de calidad en el tiempo pactado y en las mejores condiciones de producción y comercialización donde intervienen desde el proveedor de telas e hilos hasta el obrero que fabrica la prenda y el vendedor quien hace la entrega de producto al cliente

2.2.3. Objetivo de la distribución

El objetivo que persigue la distribución es "poner el producto a disposición del consumidor final en la cantidad demandada, en el momento en el que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo, todo ello en una forma que estimule su adquisición en el punto de venta y a un coste razonable".

2.2.4. Funciones de la distribución.

Las funciones son responsabilidad de las distintas organizaciones del canal de distribución. La estructura y composición es una cuestión que depende de cada mercado y del contexto en que se envuelve la actividad comercial existen tres principales funciones de la distribución comercial que son:

2.2.5. Integración de Distribución

Los productores y los intermediarios actúan conjuntamente para obtener beneficios mutuos. En ocasiones los canales se organizan mediante acuerdos; hay otros que se organizan y controlan por iniciativa de un solo director que puede ser un agente, un fabricante, un mayorista o un minorista. Este director puede establecer políticas para el mismo y coordinar la creación de la mezcla de mercadotecnia.

Los eslabones de un canal pueden combinarse en forma horizontal y vertical bajo la administración de un líder del canal. La combinación puede estabilizar los suministros, reducir costos y aumentar la coordinación de los miembros.

2.2.6. Criterios de la Distribución

Las decisiones sobre distribución deben ser tomadas con base en los objetivos y estrategias de mercadotecnia general de la empresa. La mayoría de estas decisiones las toman los productores de artículos, quienes se guían por tres criterios gerenciales:

2.2.6.1. La cobertura del mercado.

En la selección del canal es importante considerar el tamaño y el valor del mercado potencial que se desea abastecer. Como ya se menciono los

intermediarios reducen la cantidad de transacciones que se necesita hacer para entrar en contacto con un mercado de determinado tamaño, pero es necesario tomar en cuenta las consecuencias de este hecho; por ejemplo, si un productor puede hacer cuatro contactos directos con los consumidores finales, pero hace contacto con cuatro minoristas quienes a sus ves lo hace con consumidores finales el número total de contactos en el mercado habrá aumentado a dieciséis, cual indica cómo se han incrementado la cobertura del mercado con el uso de intermediarios **ver (cuadro 18)**.

a) Control.

Se utiliza para seleccionar el canal de distribución adecuado, es decir, es el control del producto. Cuando el producto sale de las manos del productor, se pierde el control debido a que pasa a ser propiedad del comprador y este puede hacer lo que quiere con el producto. Ello implica que se pueda dejar el producto en un almacén o que se presente en forma diferente en sus anaqueles. Por consiguiente es más conveniente usar un canal corto de distribución ya que proporciona un mayor control.

b) Costos.

La mayoría de los consumidores piensa. Que cuando más corto sea al canal, menor será el costo de distribución y, por lo tanto menor el precio que se debe pagar. Sin embargo, ha quedado demostrado que los intermediarios son especialistas y que realizan esta función de un modo más eficaz de lo que haría un productor; por tanto, los costos de distribución son generalmente más bajos cuando se utilizan intermediarios en el canal de distribución.

2.2.7. Decisiones de la distribución

Las decisiones sobre los canales de distribución dan a los productos los beneficios del lugar y los beneficios del tiempo al consumidor.

2.2.7.1. Ubicación estratégica de la Microempresa

Se refiere al hecho de llevar un producto cerca del consumidor para que este no tenga que recorrer grandes distancias para obtenerlo y satisfacer así una necesidad. El beneficio de lugar se puede ver desde dos puntos de vista: el primero considera los productos cuya compra se favorece cuando están muy cerca del consumidor, el cual no está dispuesto a realizar un gran esfuerzo por obtenerlos. El segundo punto de vista considera los productos exclusivos, los cuales deben encontrarse solo en ciertos lugares para no perder su carácter de exclusividad; en este caso, el consumidor está dispuesto a realizar algún esfuerzo, mayor o menor grado, para obtenerlo según el producto que se trate.

Las microempresas de la ciudad Anteña cuentan con sitios estratégicos ubicados en el Cantón donde los clientes y visitantes puedan comprar con facilidad, también varios productores acuden a otras ciudades para que sus productos se han acudidos, como ejemplo de distribuidoras de telas tenemos a Nortextil y Novatex, que permite al microempresario obtener la materia prima sin problemas, pero ese no es el caso de los hilos de bordar donde el propietario tiene que acudir a la ciudad de Quito a comprar los hilos por que la microempresa sucursal Enkador de Atuntaqui no tiene variedad.

2.2.7.2. El beneficio de tiempo

Es consecuencia del anterior ya que si no existe el beneficio de lugar, tampoco este puede darse. Consiste en llevar un producto al consumidor en el momento más adecuado. Hay productos que deben estar al alcance del consumidor en un momento después del cual la compra no se realiza; otros han de ser buscados algún tiempo para que procuren una mayor satisfacción al consumidor.

El tiempo es un aliado al momento de la entrega de productos como telas, prendas terminadas o insumos ya que de ello depende que la finalización de la distribución tenga resultados favorables, como ejemplo tenemos a Novatex distribuidoras de telas si ella entrega a tiempo la materia prima se podrá llevar a cabo la producción caso contrario existirá un retraso o paralización del proceso de producción de la microempresa Panda y por tal, no se podrá cumplir con la entrega a clientes de Quito.

2.2.8. Sistema de distribución

Se determina por él número de días que pasan desde el momento en que se realiza el pedido hasta la entrega de mercancía. Este sistema reduce la proporción de pedidos atrasados en el nivel determinado. Son muchos los elementos que constituyen el nivel de servicio al cliente y algunos se mencionan a continuación:

2.2.8.1. Disponibilidad de Productos

Es clave para el propietario de un negocio saber que cantidad de producto necesita almacenar en su bodega para poder satisfacer al cliente en la fecha solicitada.

En la ciudad de Atuntaqui existe un solo almacén que se dedica a vender únicamente hilos de bordar lo que genera un inconveniente para los microempresarios textiles ya que este no tiene almacenado suficientes insumos como es el hilo de 0,15 kg en poliéster brillante. **Ver (cuadro Nro. 12)**

2.2.8.2. Proporción de Existencia Agotada

El encargado de mantener los inventarios en bodega debe fijarse en la cantidad de productos que se tiene, para evitar que se llegue a las

existencias agotadas, por lo general los microempresarios textiles colocan campañas publicitarias de productos que no se venden, prácticamente lo hacen a un precio sin ganancia y es únicamente hasta que se terminen las bodegas de producto en stock.

2.2.8.3.Frecuencias de la Entrega

Al momento de realizar las entregas de productos a los diferentes clientes se debe hacer constancia del tiempo o frecuencia con que solicita cada cliente es interesante que se lleve un registro de las compras y ventas en cuanto a las rotaciones de inventarios.

2.2.8.4. Seguridad de las Entregas

En cada empresa sea grande o pequeña se debe tener un mecanismo de seguridad para poder asegurar las entregas de las mercaderías a los clientes esto evitara correr riesgos como perdida o extracción de mercancía.

2.2.9. FUERZA DE VENTA DE LA DISTRIBUCIÓN

La magnitud de la fuerza de ventas es una de las decisiones más importantes que enfrentan los ejecutivos en muchas industrias. En la práctica, esta decisión está afectada por otros elementos en la mezcla de mercadotecnia e influye sobre la estrategia total de mercadotecnia. Las opciones específicas elegidas son (magnitud de fuerza de ventas ya sea que estén dirigidos al uso de mayoristas, distribuidores, agentes y demás.) Dependen de los costos relativos y de las tareas de ventas requeridas para análisis de las soluciones intermedias.

2.3. COMO SE DISTRIBUYEN LOS HILOS DE BORDAR EN ATUNTAQUI

Una de las principales empresas dedicadas a la venta de hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui es la empresa Enkador que su matriz esta ubicada en

Quito – Sangolqui, el punto de donde parte la distribución comercial donde intervienen el personal que realiza el diseño y composición de los hilos de bordar, luego esta listo para distribuir a los diversos mercados o a los almacenes del país para luego llegar a cliente final, pero muchos de los microempresarios textiles que utilizan este tipo de insumos de bordar rompen con el canal, por que acuden directamente a comprar en la matriz donde encuentran mayor diversidad de hilos y a precios cómodos sobre todo por que en la ciudad de Atuntaqui no encuentran la variedad y los colores deseados de hilos.

2.4. HILOS

2.4.1. Definición de hilos

En la ciudad de Atuntaqui existen microempresas textiles dedicadas a la confección de diversas prendas, por lo que es necesario mencionar algunas definiciones de lo que es un hilo.

www.Wikipedia.org. Menciona: “Se denomina hilo al conjunto de fibras textiles, continuas o discontinuas, que se tuercen juntas alcanzando una gran longitud y que es directamente empleado para la fabricación de tejidos y para el cosido de estos. Si son fibras de filamento continuo se las denomina hilo continuo, y si se trata de fibras discontinuas formarán el llamado hilado.

www.hilatura.com, define: “Un hilo es fibra textil delgada, formada por pocas hebras, de largo variable”

www.indus.org: menciona “Un hilo es una hebra larga de un material textil, específicamente la que se usa para coser.

Las microempresas textiles de la ciudad de Atuntaqui consideran al hilo como un insumo necesario para aplicar en la costura y en los bordados que se utiliza, los mismos que deben ser de calidad.

2.4.2. Características generales de un hilo

Las características generales de cualquier clase de hilos es que esta formado por hebras sean finas o gruesas, son de diámetro de doble fibra, contienen filamentos continuos, hilados que estiran individualmente y están formados por diversos materiales textil y principalmente son utilizados para la producción de materas primas.

2.4.4. Tipos genéricos de hilos

Entre los principales hilos hilados encontramos una variedad, pero detallamos los más utilizados:

2.4.4.1.Hilos de Algodón

Los hilos de algodón se producen con fibras de algodón de alto grado y longitud cuidadosamente seleccionados de los mejores mercados del mundo y se venden bajo diversas marcas como cadena.

2.4.4.2.Hilo Sintéticos

Los hilos de poliéster se manufacturan con fibras producidas especificaciones de los fabricantes más importantes es decir que sus componentes fibrosos son de material resistente a los agentes del ambiente, prácticamente se encuentra en países como Inglaterra.

2.4.4.3.Hilo recubierto

A fin de lograr la optima relación finura resistente de un hilo de filamento continuo a al vez que el comportamiento en el cocido y las características de superficie están cubiertos por filamentos de poliéster.

2.4.4.4. Hilos texturados.

Según la aplicación al cual el hilo este destinado, el grado de rigidez del rizado puede variarse. Estos hilos pueden luego ser de un solo o de múltiples cabos medianos.

2.4.5. MÉTODO DE PRODUCCIÓN DE UN HILO

La producción de un hilo de coser es flexible y los métodos más utilizados para la fabricación es partir las fibras naturales de algodón y verificar que rigidez contiene sus texturas, de igual manera se regulariza el hilo reduciendo a niveles de faltas es decir identificar que componente se debe agregar.

2.4.6. PROPIEDADES DE UN HILO

Las propiedades de un hilo permitirán tener insumos finales de calidad a continuación se mencionan las siguientes:

2.4.6.1. Elasticidad

La propiedad de un hilo por la cual este tiende a recuperar su longitud original, después de haber sido estirado hasta un determinado punto, en si la elasticidad hace que el hilo tenga mayor soltura

2.4.6.2. Encogimiento

La cantidad en que un hilo se contrae por la acción del lavado o del calor, expresado como porcentaje de su longitud original corresponden a tensiones de longitud, si el hilo no es pasado por pruebas de lavado es probable que el hilo se encoja.

2.4.6.3. Absorción de Humedad

El peso de la humedad en una fibra, provocara un material completamente seco. Todas las fibras expuestas a la atmosfera alcanzaran un equilibrio que depende de las condiciones ambientales.

2.4.6.4. Estabilidad dimensional

La resistencia de una fibra o hilo a los cambios en sus dimensiones de longitud, sección o forma. El encogimiento húmedo o seco y la recuperación elástica son de medidas de estabilidad dimensional.

2.4.7. Identificación del Tipo del hilo por el color

Algunos fabricantes de hilos identifican el número de etiquetas de los hilos en conos o corretubos, por el color del soporte. Dentro de las gamas de algodón y sintéticos donde utilizan generalmente, cinco colores: gris, rojo amarillo, verde y negro. Este sistema de colores simplifica enormemente la identificación en la fábrica. Las máquinas reconocerán mucho mas de prisa el color de un cono que el numero de etiquetas y responderán automáticamente hilo con el mismo color de soporte. De forma similar, los

supervisores pueden comprobar instantáneamente si se está utilizando el hilo correcto.

2.4.8. Hilo de canilla pre bobinado

Las canillas de metal o de plástico para uso como hilos inferiores en las máquinas de doble pespunte presentan inconvenientes y generalmente son ineficaces. Se pierde tiempo poniendo una canilla vacía sobre su bastidor después de retirar la canilla llena, las tensiones y longitudes de hilo son variables y el bobinado defectuoso puede ocasionar el encasquillamiento del canillero.

2.4.9. Tipos de acabado o presentación de un hilo

Igual que seleccionar el mejor tipo de hilo para una determinada operación, es importante escoger el tipo de acabado más adecuado a las máquinas y al tipo de métodos de producción que se utilicen. Para atender a las necesidades de toda clase de cosidos como son:

2.4.9.4. Carretes

Son pequeñas bobinas de plástico moldeado, de longitud corta que permiten el funcionamiento correcto de las máquinas, los carretes de hilos se utilizan en ciertas máquinas industriales.

2.4.9.5. Tubos

Son bobinas sin valones, de cartón o plástico, cilíndricas, en las cuales el hilo se entuba cruzado por razones de estabilidad. La ausencia de balones

facilita el desenrollado en las máquinas de coser industriales, principalmente las de doble pespunte, porque su diámetro los hace menos adecuados la toma del hilo más rápida de máquinas tales como las “Overlock”. Los tubos son un acabado muy popular en la industria de la moda, en la que se utiliza gran variedad de colores.

2.4.9.6. Conos

Se describen más exactamente como troncos de cono geométrico en los cuales el hilo se pliega cruzado por razones de estabilidad y para un buen comportamiento en el desenrollado. Contiene longitudes relativamente largas, 2500 metros y más de hilo de algodón suave o mercerizado, poliéster de fibra cortada. Proporciona una alimentación del hilo sin problemas a altas velocidades continuas o intermitentes y esto, combinado con su gran contenido, son ideales cuando los talleres están altamente automatizados.

2.4.10. Principios básicos de la fabricación de un hilo

Todos los hilos de coser convencionales empiezan su ciclo de producción como métodos simples. Estos hilados simples se producen retorciendo conjuntamente fibras relativamente cortas o finas o en su mayoría filamentos continuos, lo que permite que el hilo tenga fuerza de torsión.

2.4.11. Sentido de torsión de un hilo simple

Para cada uno de los hilos el nivel de torsión ha sido cuidadosamente calculado y probado para dar el mejor rendimiento de conjunto en la aplicación para lo cual este es el más utilizado. El sentido de la torsión es importante por que puede darse bien en el sentido de rotación de las agujas del reloj o en sentido contrario.

2.5. BORDADO

De acuerdo a la competencia existente en el Cantón de Antonio Ante los microempresarios textiles han visto la necesidad de colocar un valor agregado a sus prendas como son los bordados en maquinas computarizadas, para ello es necesario saber la definición del bordado.

2.5.1. Definición de bordado

www.wikipedia.org. Define: “El bordado es el arte de decorar una pieza de tela con diseños en hilo, hecho con una aguja. Las piedras, lentejuelas y otros adornos se pueden incorporar en el bordado. Hay varios tipos específicos de bordado, algunas de las cuales sólo se hacen a mano, mientras que otros se hacen a máquina.”

[www. Sking.org](http://www.Sking.org). Afirma: “El bordado constituye el arte y técnica de diseñar un bosquejo sobre una tela ya sea a mano o con la ayuda de maquinaria tecnológica”.

En la ciudad de Atuntaqui utilizan en un gran número el servicio de bordado computarizado, ya que los microempresarios textiles consideran al bordado como un arte de crear logos de sus microempresas con el fin de tener el reconocimiento de sus prendas.

2.5.2. Historia de los bordados

Si bien la primera historia del bordado no se conoce, tenemos ejemplos de bordados desde el antiguo Egipto, la Edad de Hierro, y de la dinastía Song en China. En resumen, la gente comenzó a tratar de embellecer la tela con bordados casi tan pronto como se disponía de los instrumentos y la capacidad técnica para hacerlo. Bordado en la ropa y artículos del hogar ha

sido un símbolo de estatus en muchos períodos históricos, a través de las culturas. Uno de los más famosos es el histórico bordado llamado “BayeuxTapestry”, que data aproximadamente del 1070. Esta enorme pieza de trabajo manual no es un tapiz en absoluto, pero la superficie bordada, utiliza técnicas similares al moderna bordado crewel. Una serie de impresionantes bordados chinos han sobrevivido siglos, incluyendo el siglo X encontrado en la pieza Tun Huang, que representan los diez Budas. Los Bordados también han embellecido las prendas de vestir, textiles, y artículos del hogar en la India, Persia, el Imperio Bizantino, Vietnam, Corea y muchas otras regiones del mundo durante muchos siglos. En el oeste, el bordado ha sido tradicionalmente una forma de arte de mujeres. El bordado ha ofrecido un medio de llevar la belleza cotidiana y también la creación y elaboración de exquisitas obras de arte destinadas a pocos.

2.5.3. Finalidad de los bordados

La finalidad de los bordados son puramente decorativos ya que lo que generan son la atracción por sus múltiples diseños que atraen al cliente, el bordado puede ser utilizado para adorna y decorar diversas prendas. Estas prendas pueden ser prendas de vestir para diversas secciones, gorras mantos cuadros, manteles, juegos de cama, etc. lo que genera un bordado es darle una mejor visión ante la vista de quien lo requiere.

2.5.4. Materiales y técnicas de los bordados

Para realizar un bordado se requiere contar con una superficie plana que seria la tela, utilizar gamas de colores, es decir varios tipos de hilos, modelos de diseños prácticamente se deberá tener un folleto o una memoria de los

diseños a utilizar que se podrían realizar a mano o en una maquina de cualquier marca siempre que sea apta para ejecutar bordados.

2.5.5. Orígenes del bordado computarizado

Nació en Roma y el bordado era considerado como un arte que pocos hacían, además se asemejaba al trabajo de pintura de la época. Desde ese entonces ya usaban el bordado en prendas finas, además algunas inclusive bordaban a mano con hilo de oro y joyas preciosas de diminuto tamaño, logrando prendas de gran calidad a partir de esta época se empezó a utilizar las primeras maquinas para bordar que eran maquinas domesticas ya que servían para decoran las piezas de tela de la casa de los romanos.

2.5.6. Diferentes programas para realizar bordados

Primeramente debemos de ver que máquina bordadora fue la que se compro, ya que cada marca de máquina usa su formato, cada máquina usa su propio software para el diseño de los ponchados, hasta aquí todo bien ya que podemos usar el software que incluye la maquina (que en ocasiones es solo de muestra) pero conforme vamos avanzando en los diseños nos topamos con que los programas tienen sus limitantes al tratar de mejorar un ponchado o hacerlo mas profesional. Antes si era problema ya que teníamos que usarlo porque no había más, pero hoy en día la mayoría de los programas son multiformato es decir que son compatibles con cualquier bordadora.

2.5.7. Bordados de vinillo computarizado

El estampado en vinílico y flock le ofrece una calidad de estampado superior, gran variedad de propuestas, texturas y colores. Ya que se propone un

sistema de estampado de prendas para aplicar por termotransfer, el cual es una opción rápida para realizar un es bordado de calidad, Gorras estampadas, el producto completo puede ser gorros y el bordado de logo, gorras, chompas, viseras, polar.

2.5.8. Clases de bordados

Desde tiempos antiguos se han considerado que en el mundo del bordado existen algunas clases como las siguientes:

2.5.8.1. Bordado en blanco

Que se hace con un hilo blanco en piezas de mantelería lo que se puede ejecutar el cocido a mano o en máquina bordadora, prácticamente este bordado contrasta con hilo color blanco ya que es utilizado para poder dar tonalidad al diseño o dibujo, básicamente es usado para labores de mantelería.

2.5.8.2. Bordado de perlas, lentejuelas

Se lo realiza a mano a través de la aplicación de lentejuelas insertadas en un hilo, para lo cual se realiza de manera cuidadosa con el fin de no dañar la prenda como son los tapetes de sala, en Japón realizaban tapetes y mantas bordados con lentejuelas.

2.5.8.3. Bordado plano

Se ejecuta aplicando los hilos tirillas metálicas sobre el tejido sin que entren o salgan de el a modo de costura, sino sujetándose con puntadas de seda, este tipo de bordado se presenta en artes tradicionales de alta costura, países como Bélgica utiliza este bordado plano para decorar sus casas, actualmente utilizan en China para sus ajuares de ceremonia.

2.5.8.4. Bordado de cordoncillo

Es realizado en forma de círculo donde el hilo es quien va girando con la aguja para formar pequeñas vueltas sobre la tela. En Alemania este bordado se lo preparaba en pañuelos y ropa de cama el cordón era para generar mayor realce.

2.5.8.5. Bordado de oro

Es una variante del bordado plano que tiene por objeto cubrir a tramos con sedas de oro matizado de varios colores para poder dar mayor vistosidad. Este tipo de bordado se lo realizaba para la realeza ya que los modistas adquirirían hilos con filamentos de oro para poder atraer a sus visitantes a las diversas fiestas.

2.5.9. Formas de bordados

Por la forma de las labores bordadas se conoce las siguientes:

2.5.9.1. Bordado de contorno

Cuando solo se marcan los contornos y líneas internas principales de la figura. En Atuntaqui este bordado se lo realiza para bosquejos de dibujos de Disney, prácticamente es para colocar en prendas de niños como son el camisetas.

2.5.9.2. Bordado aislado

Cuando a lo contrario se añade el sembrar de puntos y rayitas bordadas el campo de tela donde están las figuras. En Atuntaqui este tipo de bordado no

es común ya que no contiene relleno y provoca retardo en el manejo del diseño por que las maquinas están programadas para cubrir todo el formato de un bordado

2.5.9.3. Bordado lleno

Cuando todo el dibujo de las figuras está completamente bordadas. La mayoría de prendas realizadas en la ciudad de Atuntaqui realizan este tipo de bordados ya se ha para logotipos o diseños de niños.

2.6. HILOS DE BORDAR

De acuerdo a los estudios realizados en la presente investigación 131 microempresarios textiles colocan bordados en sus prendas lo que permite dar a conocer la definición del hilo de bordar.

2.6.1. Definición del hilo de bordar

www.bord.org.comdefine: un hilo de bordar es aquel que se utiliza para realizar bordados ya sean a mano o a máquina está compuesto de fibras y texturas textiles contienen diverso materiales e hilaturas.

El hilo de bordar es considerado por los microempresarios textiles de la ciudad de Atuntaqui como un insumo primordial para el proceso de confección de una prenda, ya que permite plasmar un logotipo o diseño de un dibujo o marca conocida, dando un valor agregado a la producción.

2.6.2. Tipos de hilos de bordar

Cada uno de los hilos de bordar tiene un uso determinado. Aunque en algunos casos la diferencia sea mínima en la apariencia, es necesario saber

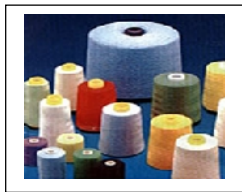
que, depende de la prenda en la que vaya a bordar, es más conveniente utilizar uno u otro hilo entre estos tenemos:

2.6.2.1.Hilo de canilla



Para la canilla se usan habitualmente hilos de poliéster o algodón. Es necesario elegirlos correctamente ya que el bordado es la combinación del hilo superior y del inferior. Si uno de los dos fallara, en si se dañara el bordado entero, estos suelen ser el blanco y negro.

2.6.2.2.Hilo de algodón



Es un hilo resistente que se puede usar en todo tipo de máquinas. Se puede lavar a altas temperaturas, así como planchar con instrumentos profesionales. No es tan brillante como las fibras sintéticas.

2.6.2.3.Hilo poliéster



El hilo de poliéster suele ser un filamento continuo. Es muy fino y brillante a la vez es resistente y ha sido diseñado para maquinas de bordar de alta velocidad, no es recomendable usar en prendas como banderas, toallas, ropa de trabajo.

2.6.2.5.Hilo de poliamida



Es una de las últimas novedades del bordado industrial en según los fabricantes este hilo reúne las mejores cualidades del poliéster y el rayón juntos, es muy suave y se le utiliza para los bordados de lencería.

2.6.2.6.Hilo de lana- acrílico



Este tipo de hilo se suele usar para bordar a mano o que imiten este estilo. Es más grueso y tiene una textura lanosa y un color mas mate.

2.6.2.7. Hilo metalizado



Los hilos metalizados son bastante especiales y delicados se usan para decorar trajes de fiesta o para realizar emblemas.

Existen varios tipos de hilos que a nivel de texturas, colores y composiciones permiten que se obtengan bordados llamativos y de calidad que son utilizados para las prendas fabricadas en la ciudad de Atuntaqui.

2.6.4. Composición de un hilo de bordar

La composición química y física de un hilo de bordar parte de los componentes generales del cual es realizado un hilo de coser, que con el mejoramiento de procesos se ha incluido una composición de fibras alargadas realizadas en material sintético con retorcidos en forma de las

aguas del reloj con el fin de que sus hebras no se rompan , el brillo que el hilo de bordar contiene es para dar realce y vistosidad al bordado el cual es fabricado con micro fibrillas de poliéster metalizado, la durabilidad esta en el componente de alta tenacidad donde el hilo pasa por procesos de descomposición y de ruptura ante la luz, el agua y el calor, lo que hace que el hilo contenga resistencia a los agentes de medio, ya que las prendas bordadas resaltan mediante un hilo de calidad que hace tener un bordado excelente.

2.6.5. Hilos para bordado industrial

Para el bordado industrial es necesario utilizar dos tipos de hilo: el hilo principal que se verá en el bordado y el hilo secundario, el de canilla, que fijará los puntos. Ambos son igual de importantes, ya que un precioso bordado con unos hilos externos maravillosos puede quedar empañado porque el hilo de canilla no sea del color adecuado. Para el dibujo se utilizan diferentes tipos de hilo, según las necesidades del bordado. Actualmente, las innovaciones técnicas han añadido materiales de igual o mejor calidad que los que se utilizaban antiguamente.

2.6.6. FORMAS DE PRESENTACIÓN DE UN HILO DE BORDAR PARA LA VENTA

2.6.6.1. Cono plástico o cartón



Las fibras del hilo de bordar es envuelto en una superficie cilíndrica como un cono de material plástico o cartón.

2.6.6.2. Fundas de polietileno



El hilo de bordar es presentado en una funda de polietileno de color transparente, el cual puede o no tener el logotipo de la empresa fabricante.

2.6.6.3. Caja de cartón



Finalmente termina la presentación al momento de encajar 24 hilos en una caja de cartón donde es sellado y listo para su venta en los diversos puntos de comercialización.

2.7. MÁQUINAS

En vista que en la ciudad de Atuntaqui los microempresarios textiles se dedican a innovar constantemente la maquinaria para disminuir los costos de producción, es necesario interpretar la definición de la máquina,

2.7.1. Definición de máquina

www.indus.org.com. Define: “un instrumento de trabajo construido por un conjunto de elementos mecánicos que por medio de una herramienta adecuada da forma determinada al objeto que se desea conseguir”

www.wikipedia.com.org. Menciona: “una máquina es una herramienta accionada por fuente de energía destinada a formar productos con ayuda de procesos físicos – químicos u otros.”

www.skinq.com Afirma: “una maquina es un conjunto de cuerpos resistentes dispuestos de forma que obliga a las fuerzas mecánicas naturales a reaccionar dando lugar a movimientos determinados.”

La máquina es considerada para los microempresarios de la ciudad de Atuntaqui como una herramienta útil para el desempeño del hombre en las labores de fuerza e intelecto.

2.7.2. Tipos de Máquinas

Entre los tipos de máquina tenemos:

2.7.2.1 Máquinas livianas

Dentro de este tipo de maquinas se encuentran todas las maquinas domesticas como: lavadoras, máquinas de coser, máquinas de cocina, etc

2.7.2.2. Máquinas pesadas

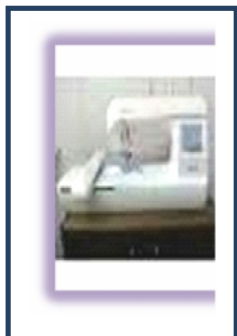
Dentro de las maquinas pesadas encontramos a las maquinas de cargar toneladas de mercaderías, las máquinas que realizan carreteras, etc.

2.7.2.3. Máquinas computarizadas e industriales

Son aquellas máquinas que trabajan bajo el manejo del hombre por medio de software así como tiene chips o tarjetas de memoria aquí están aquellas maquinas dedicadas a bordar, también tenemos máquinas como computadoras, maquinas de coser, en la ciudad de Atuntaqui la mayoría de microempresarios utilizan en sus talleres máquinas industriales o semiindust

2.7.4. MÁQUINAS DE BORDAR QUE UTILIZAN LOS MICROEMPRESARIOS TEXTILES EN ATUNTAQUI

2.7.4.1. Bordadora compacta y simple



Este tipo de bordadoras son semi industriales por que tienen una sola cabeza de pantalla computarizada lo que permite bordar una sola prenda, en la ciudad de Atuntaqui algunos artesanos realizan sus bordados con este tipo de maquinaria, por que adquirir una maquina de dos o tres cabezas tienen un costo muy alto y prácticamente no cuentan con el dinero.



La bordadora compacta de la Serie CTF es ideal para iniciarse en el mundo del bordado personalizado. Su pequeño tamaño le permite llevarla a cualquier sitio, en Atuntaqui los microempresarios y las personas que prestan servicio de bordado se dedican a bordar de prenda en prenda por cuanto tiene un solo cabezal.

También existen, maquinas de este tipo de multicabezas que pueden ser instaladas en la misma máquina, permitiendo mayor volumen al momento de realizar bordados y así obtener optimización de tiempo.

2.7.4.2. Bordadora brother computarizada



Este tipo de máquina es utilizada por que tiene una rapidez para bordar por cuanto tiene tres a cuatro cabezas computarizadas que minimizan el tiempo, en Atuntaqui bordan en esta

máquinaria las camisetas de algodón y poliéster.

2.7.4.3. Bordadora múlticabezales



La característica de este tipo de máquina es que tiene muchas cabezas que optimizan el tiempo, ya que se borda al mismo turno hasta doce prendas, en Atuntaqui la utilizan para bordar en prendas infantiles ya que los dibujos se demoran en un promedio de 30 minutos.

2.8. ASPECTOS DEL MERCADO

2.8.8. El estudio de Mercado

Según KOTLER, Philip. (2008). Manifiesta: “Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico. Pág. 127.

2.8.1. Oferta

JACOME, Walter. (2005). Manifiesta: “Es el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y esté constituye competencia para el proyecto”. Pág. 101.

2.8.2. Demanda

Según BACA, Gabriel. (2006). Dice: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. Pág. 17.

La demanda se la define como la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado, la misma espera tener por parte de los comerciantes la variedad suficiente en productos y servicio.

2.8.3. Producto

www.promonegocios.net (2007. Formula: "El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

El producto es un artículo, servicio o idea que consta de un grupo de atributos tangibles e intangibles que satisfacen a sus consumidores y se consiguen a cambio de dinero o algún otro elemento de valor

2.8.4. Precio

CORDOBA PADILLA Marcial (2006). Expresa: “El precio es el regulador entre la oferta y la demanda a excepción de cuando existe protección (aranceles impuestos). Pag.173.

El precio está representado por la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, es decir es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio por los beneficios prestados. El precio ha sido el factor que más influye en las decisiones de los compradores.

2.8.5. Promoción

STATON William, (2007). Menciona: “La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y / o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario”. Pág. 482.

La promoción es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados.

2.8.6. Plaza

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, (2008). Manifiesta: “La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio”. Pág. 471.

2.9. ASPECTOS FINANCIEROS

2.9.1. Balance general

ROMERO, Javier (2006). manifiesta: “Es un estado financiero que muestra los recursos de que dispone la entidad para la realización de sus fines (activo) y las fuentes externas e internas de dichos recursos (pasivo más capital contable), a una fecha determinada”. Pág. 257.

2.9.2. Estado de resultandos

ORTIZ, Alberto G. (2005). Enuncia: “Representa un componente del sistema de información financiera que refleja el dinamismo de la actividad empresarial durante un periodo, al contener la expresión

monetaria de las realizaciones asociadas con el ejercicio comercial”.
Págs. 29 y 30.

2.9.3. Flujo del efectivo

Según ZAPATA, S. Pedro. (2008). Manifiesta: “Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura”. Pág. 423

2.10. Evaluadores financieros

2.10.1. Valor actual neto

BLOCK, Stanley B. y HIRT, Geoffrey A. (2005). Afirma: “Vuelve a descontar los flujos de entrada a lo largo de la vida de la inversión para determinar si son iguales o si exceden a la inversión requerida”. Pág. 345.

$$VAN = I + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

- a) Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- b) Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

2.10.2. Tasa interna de retorno

KLASTORIN, Ted. (2005). Dice: “La tasa interna de retorno es tasa de descuento que produce un valor actual neto igual a cero” Pág. 27.

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

Donde: Ti = tasa inferior

Ts = tasa superior

2.10.3. Beneficio costo

El escritor SAPAG, CH. Nassir (2007). Manifiesta: “Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”. Pág. 256.

Es la comparación de los costos incurridos con los logros alcanzados para determinar el nivel de beneficios requeridos al costo más bajo.

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{GASTOS ACTUALIZADOS}}$$

2.10.4. Punto de equilibrio

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: “El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total”. Pág. 85.

$$PE\$ = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$PEu = \frac{\text{Costo Total}}{PVu - CVu}$$

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1. PRESENTACIÓN

El comercio en la ciudad de Atuntaqui se ha incrementado en los últimos años, situación que ha permitido expandirse e innovar constantemente, lo que se ha evidenciado en la calidad de sus productos textiles. Las empresas textiles cada día se dedican a innovar, por que existe una gran competencia textil en el Cantón por tal motivo los propietarios de las fábricas de Atuntaqui prefieren colocar bordados en sus prendas, la utilización de los diversos bordados genera un problema en la adquisición de los insumos (hilos de bordar). A partir de 2001 se empezó a buscar locales que comercialicen hilos de bordar en el país y se encontró en ciudades como Ambato y Quito. Según datos de la cámara de comercio de Atuntaqui en el 2010 al 2011 se encuentran asociadas 286 empresas en general de las cuales 200 son textiles.

La exportación de productos textiles como son los sacos para hombres y damas permite ha las empresas tener un incremento de la producción, los cuales tienen logos que son bordados con hilos de bordar, porque en países como Colombia prefieren estos productos por la calidad del bordado. Por tal motivo en el 2010 al 2011 el 60.55 % de empresas textiles de la ciudad Antuña se dedican a la compra de hilos de bordar. Años atrás al 2010 no se contaba con comercializadoras de hilos ya que repentinamente se encontraba estos insumos en pequeños bazares pero a precios muy elevados, la demanda de hilos de bordar se ha incrementado por cuanto a partir del 2009 se ha venido desarrollando la prestación de servicios de bordados computarizados por pequeños grupos, de la misma manera las

empresas prefieren la utilización de los hilos de bordar dejando a un lado los diseños de pintura como son los estampados.

En la actualidad solo existe un local comercial en la ciudad de Atuntaqui como es Enkador dedicado únicamente a la venta de insumos de bordado, según registro de la cámara de comercio de la misma ciudad, es por esta razón que se presenta un escenario óptimo para crear nuevas comercializadoras que se dediquen a esta actividad comercial. Bajo esta perspectiva se fundamenta la apertura de un local que se dedique a vender hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente puedo decir que el presente estudio de mercado se realizó en la ciudad de Atuntaqui, donde se investigó las variables: producto, demanda, oferta, precios, proveedores y producto a ofrecer; utilizando dos fuentes de investigación.

Investigación primaria, consistió de encuestas aplicadas a productores textiles, también se efectuó encuestas a clientes reales y potenciales así como la observación directa llevada a cabo por el investigador en el almacén Nortextil de Atuntaqui .

Investigación Secundaria, consistió en la obtención de estadísticas de la cámara de comercio de Atuntaqui. Así como la información obtenida de los gremios empresariales y otras instituciones.

Para determinar el tipo de producto existente en el mercado se realizó observaciones directas a los competidores en la ciudad, así como también encuestas y entrevistas a los clientes reales y potenciales, mediante una muestra representativa de la ciudad.

3.1.1. OBJETIVOS

3.1.1.1. General

Realizar un estudio de mercado para conocer la realidad e identificar oportunidades en el mercado de hilos de bordar en Atuntaqui.

3.1.1.2 Específicos

- a) Determinar la demanda existente de hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui.
- b) Identificar la oferta actual en lo referente a hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui.
- c) Identificar las estrategias de comercialización de hilos de bordar en la ciudad.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO



Los hilos de bordar que más utilizan para realizar bordados en las prendas fabricadas en Atuntaqui son de las marcas: Prime, EcualeIncolor y Enkador, en general el hilo de bordar de dichas marcas está constituido por fibras acrílicas, sintéticas que miden 5000 metros de hebras envueltas en un tubo en forma de cono plástico, el peso del hilo que más compran los propietarios de las fábricas tiene un peso aproximado de 0.15 kilogramos,

finalmente es sellado con una funda de polietileno, la cual lleva en el frente un logotipo de la empresa que fábrico , donde se detalla el peso, color, tipo de fibra y propiamente las normas bajo las cuales fueron realizados **(www.Enkador.com)**

3.2.1. Análisis cualitativo del hilo de bordar

Este tipo de análisis está dirigida a los componentes que contiene un hilo compuesto por 0.15 gramos, así como su presentación física y que es la siguiente

3.2.1.1. 5498 yardas

3.2.1.2. 5000metros

3.2.1.3. 70% poliéster

3.2.1.4. 30% algodón

3.2.1.5. Colores neutros micro lavado

3.2.1.6. Colores gama tizadosfibridos

3.2.1.7. 100% resistente al calor

3.2.1.8. 100% duradero al ambiente (observación directa)

Prácticamente la composición química y física de un hilo de bordar genera aceptación por los propietarios textiles, por cuanto este insumo es realizado en materiales resistente al calor y lavado duradero, lo que no presenta desgaste al momento de bordar y al momento de lavar la prenda o plancharla.

3.2.2. Análisis cuantitativo del hilo de bordar

El análisis cuantitativo está dirigido a determinar el valor económico que representar pagar 3.60 por la compra de un hilo, el cual se mide mediante el

uso y la durabilidad que genera un hilo para bordar por medio del beneficio que obtiene el cliente. Existen dos tipos de uso

3.2.2.1. Uso para pequeños negocios

El hilo de bordar es utilizado por aquellas personas que prestan servicios de bordado computarizado casero, ya que tienen 1 a 2 bordadoras, las mismas que trabajan con 3 a 8 hilos de bordar pagando un precio de \$3.6 por hilo y el beneficio de estos hilos es que genera un bordado de calidad y una optimización de tiempo porque este tipo de hilos no roza, ni se corta al momento de bordar.

3.2.2.2. Uso industrial

En este tipo de selección el hilo de bordar se lo utiliza a grandes escalas o cantidades por cuanto la maquinaria es industrial y realiza bordados a varias prendas al mismo tiempo, obteniendo bordados en variados modelos y colores, facilitando un ahorro en la producción. En este caso se utiliza de 9 a 16 hilos de bordar por que la maquinaria es tecnológica.

En la actualidad el uso de hilos de bordar tiene gran aceptación en los sectores textiles, debido a que este producto permite un realce en la prenda.

3.3. MERCADO META

El análisis cuantitativo y cualitativo del hilo de bordar permite determina que el mercado meta esta conformado por las empresas textiles que son 200 que realizan bordados propios y 32 personas que ejecutan servicio de bordado actualmente en la ciudad de Atuntaqui ya que son quienes adquieren este producto. **(Ver cuadro Nro. 5 y 6)**

3.4. SEGMENTO DE MERCADO

Ya definido el mercado meta, se procede a determinar la segmentación del mismo, para lo que se recurrió a factores que precisaran la inclinación del proyecto.

3.4.1. Según la Ubicación Geográfica

Se llego a señalar que según su ubicación geográfica o localización se encuentra a la población objetiva que son las microempresas textiles de la ciudad de Atuntaqui y las personas que prestan servicios de bordado computarizado de acuerdo a los sitios donde están ubicados.

A continuación se presenta un cuadro de cómo se conforma la ubicación geográfica de la población de estudio y también un grafico de las personas que realizan servicios de bordados computarizados en la ciudad Atuntaqui.

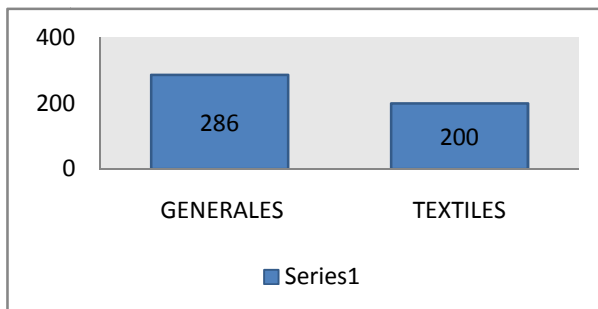
Cuadro Nro.4
IDENTIFICACIÓN DE LA LOCALIDAD

SECTORES	EMPRESAS	%
CENTRAL	98	49%
SAN LUIS	21	10.5%
ANDRADE M	28	14%
SAN JOSÉ	13	6.5%
LA MERCED	22	11%
NATABUELA	18	9%
Total	200	100%

FUENTE: Cámara de Comercio

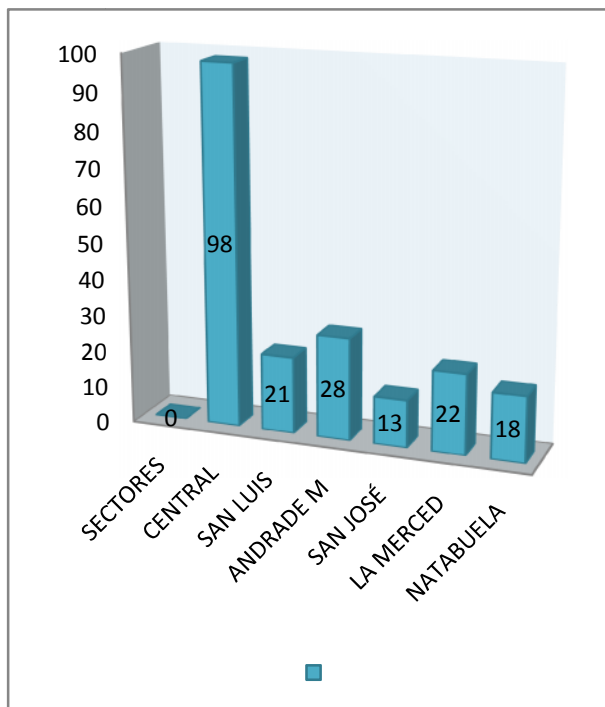
ELABORADO POR: Tamba Mayra

Gráfico Nro. 2
Empresa de Antonio Ante



ELABORADO POR: Tamba Mayra

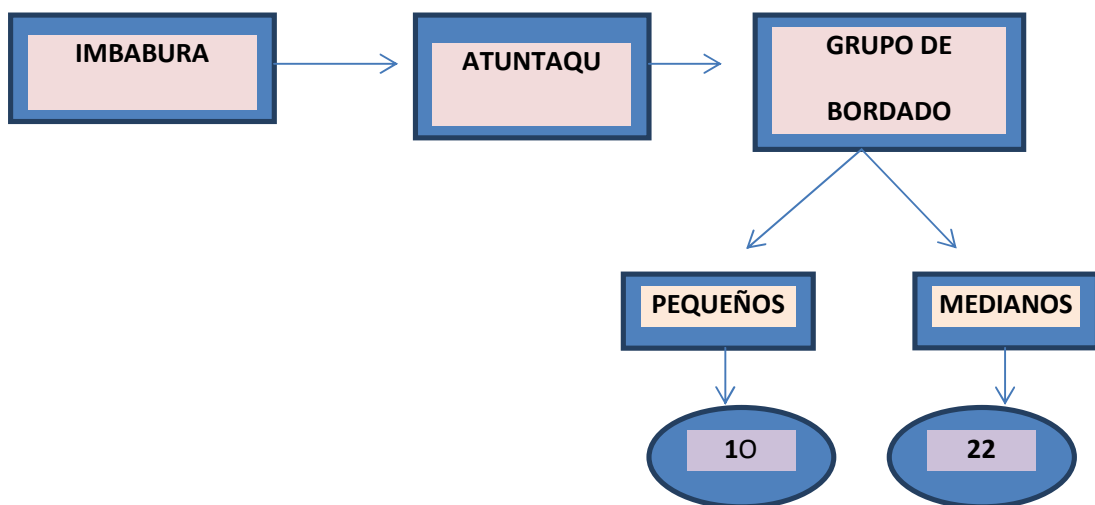
Gráfico Nro.3
Localidad De Empresas



ELABORADO POR: Tamba

A continuación podemos encontrar el siguiente cuadro donde están los grupos que realizan servicios de bordados los cuales nos permiten identificar por la realización del presente estudio.

Cuadro Nro. 5
SERVICIO DE BORDADO EN ATUNTAQUI



3.4.2. Población Y Muestra

Debido a que la población encontrada para el estudio supera las 50 unidades de estudio se procederá a la aplicación de una muestra, para lo cual vale la redundancia de identificar cada uno de los componentes que forman parte de la muestra.

n = tamaño de la muestra o numero de elementos a investiga

N = tamaño de la población de estudio representada por 200 empresa

d = varianza equivalente a 0.25 tomada como referencia a la desviación estándar

Z = nivel de confianza, equivalente al rango de 1,96.

E = nivel de error, a utilizar en el cálculo es del 5% población finita.

Si la población es finita; es decir 1000 unidades, se utilizara el error comprendido entre 5%

Si la población es infinita, es decir mayor a 1000 unidades se trabajara con el 3% error estadístico.

FÓRMULA

$$n = \frac{N \times Z^2 \times d}{E^2(N - 1) + Z^2 d^2}$$

$$n = \frac{200 \times (1,96)^2 \times 0,25}{[(0,05)^2 \times (200-1)] + [(1,96)^2 \times (0,25)^2]}$$

$$n = 131,17$$

Cabe recalcar que aquellas personal que realizan servicios de bordado se las tomo en cuenta para la entrevista lo que fue beneficioso para poder saber el tipo de hilo que ellos utilizan.

3.5. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

La demanda está compuesta por el número de personas dispuestas a adquirir un producto o servicio. Para el presente estudio la demanda esta representada por propietarios de las microempresas textiles y grupos que prestan servicio de bordado computarizado en la ciudad de Atuntaqui.

3.5.1. Demanda Interna

El presente estudio está dentro de la demanda interna, ya que el alcance del proyecto es únicamente para la adquisición local, por lo que se puede

definir que únicamente accederán las empresas pertenecientes a la ciudad de Atuntaqui.

3.5.2. Demanda actual

No se obtuvo información histórica por lo que procedió a calcular la demanda actual o potencial, para lo cual se tomo en cuenta la información de los propietarios textiles que utilizan hilos de bordar, se determino un promedio de 46 hilos mensuales que adquiere las empresas textiles lo que implica que en el año adquieren 552 hilos de bordar cada empresa.

De acuerdo al aporte del experto Ing Marcelo Quelal que manifestó que se debe considerar a las empresas pertenecientes a la cámara de comercio como dato exacto para el cálculo de la proyección, para ello se debe valer de una encuesta donde nos ayude a identificar la cantidad de hilos que adquieren mensualmente para luego poder determinar la cantidad de demanda anual en la actualidad.

Cuadro Nro.6
FRECUENCIA DE COMPRA DE HILOS EN ATUNTAQUI

FRECUENCIA DE COMPRA	empresas	%	Nro hilos C/emp	Peso gramos	Precio unitario	Compra mensual	Compra \$ mensual
Diario	12	9%	2	0,15	3,6	480	1.728
Semanal	32	24%	10	0,15	3,6	1.280	4.608
Quincenal	41	32%	18	0,15	3,6	1.476	5.313,60
Mensual	46	35%	62	0,15	3,6	2.852	10'267,2
Total	131	100%				6.088	21'916,8

ELABORADO POR: Tamba Mayra

CÁLCULOS REALIZADOS EN LA FRECUENCIA DE COMPRA MENSUAL

FRECUENCIA DIARIA 2 hilos x 20 días laborables= 40 hilos x 12 empresas= 480hilos x \$3,60= 1728compra en dólares mensuales.

FRECUENCIA SEMANAL= 10 hilos x 4 semanas = 40 hilos x 32 empresas= 1280 hilos x \$3,60=\$ 4. 608 compra mensuales

FRECUENCIA QUINCENAL = 18 hilos x 2 quincenas laborables= 36 hilos x 41 empresas= 1476 hilos x \$3,60= \$5313,60 compra en dólares mensuales.

FRECUENCIA MENSUAL = 62 hilos x 1 mes laborables= 62 hilos x 46 empresas= 2852 hilos x \$3,60= \$10267,2 compra en dólares mensuales

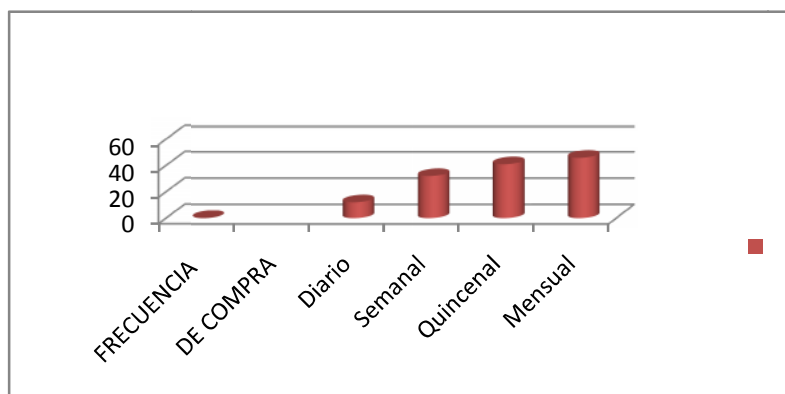
CÁLCULO ANUAL DE FRECUENCIA DE COMPRA GLOBAL

1.- Total hilos mensual 6088 / 131 empresas cálculo muestral =46,47 hilo **46 hilos por empresa.**

2.- Compra Anual= 46 hilos mensual x 12 meses = 552 c/ emp.

3.- 552 hilos x 131 empresas = **72312 compra total hilos anual**

Gráfico Nro. 4
FRECUENCIA DE COMPRA DE HILOS

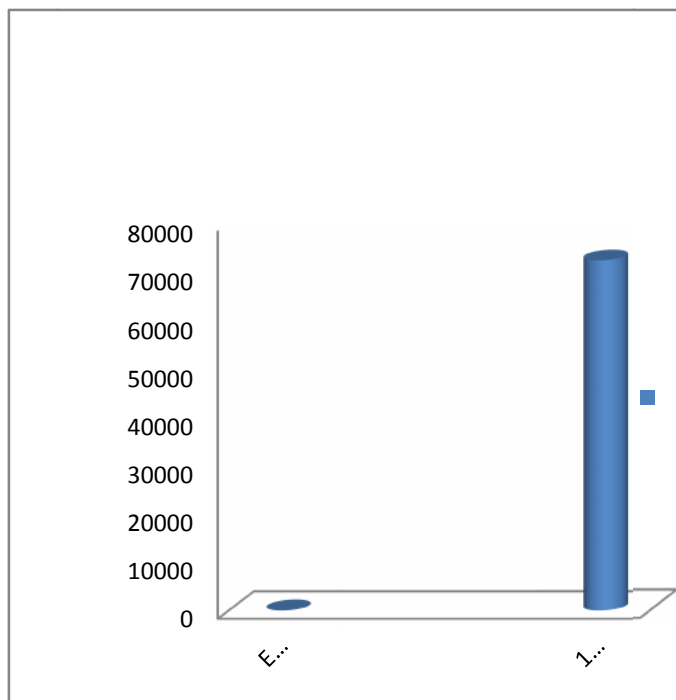


Cuadro Nro. 7
DEMANDA ACTUAL (MICROEMPRESAS TEXTILES)

FRECUENCIA ANUAL	PESO	EMPRESAS TEXTILES	DEMANDA ACTUAL (2011)	VALOR MENSUAL	TOTAL COMPRA DÓLAR
552 hilos	0,15 kg	131	72312	\$1987.2	\$260'323,2

FUENTE: Encuesta
ELABORADO POR: Tamba Mayra
FECHA: 10-12-2010

Gráfico Nro. 5
Índice de Demanda de Hilos en Atunataqui



ELABORADO POR: Tamba Mayra

3.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda de consumidores potenciales se tomo en cuenta la demanda actual de hilos de bordar de la ciudad de Atuntaqui; que según datos técnicos encontrados es de: 286 empresas en general, de las cuales 200 son empresas textiles; también se conoce que 32 personas prestan servicios de bordado pero no son registrados por la cámara de comercio ya que su función es brindar servicios a las empresas textiles, la tasa de crecimiento de manufacturación es del 26%; pero se a optado por utilizar la tasa del 20% para los respectivos cálculos, con esta información se procedió a realizar la proyección de la población y compradores potenciales.:

Para las proyecciones se usó la fórmula:

$$P_n = P_o(1+i)^n$$

Donde:

P_n= Población Futura
P_o =Población actual
i= Tasa de crecimiento
n= Año proyecta

A continuación se presenta un cuadro donde se determina los valores de la población futura del proyecto.

Cuadro Nro. 8
EMPRESAS TEXTILES

AÑO	EMPRESAS	PROYECCION EMP.
2011	131	157
2012	131	189

ELABORADO POR: Tamba Mayra

FECHA:10-12-2010

Cuadro Nro. 9

DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN FUTURA

AÑO	PO	(1+i)n	Pt=po(1+i)n
2011	131	(1+0.20)1	157
2012	131	(1+0.20)2	189
2013	131	(1+0.20)3	226
2014	131	(1+0.20)4	272
2015	131	(1+0.20)5	326

FUENTE: Cámara de Comercio y Encuesta

ELABORADO POR: Tamba Mayra

FECHA:10-12-2010

Cuadro Nro. 10

PROYECCIÓN DE DEMANDA

AÑO	EMPRESAS	PROMEDIO ANUAL (HILOS)	TOTAL DEMANDA (HILOS)	PESO KG	PRECIO	TOTAL \$
2011	157	552	86774	0.15	3.60	312388
2012	189	552	104129	0.15	3.60	374865
2013	226	552	124955	0.15	3.60	449838
2014	272	552	150144	0.15	3.60	540518
2015	326	552	179935	0.15	3.60	647767

FUENTE: Cámara de Comercio y Encuesta

ELABORADO POR: Tamba Mayra

FECHA:10-12-2010

3.7. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

La oferta esta compuesta por el número de empresas que ofrecen un servicio similar al propuesto en el presente proyecto, para lo que es necesario poder identificar a aquellas empresas con características similares a la que planteamos en la investigación.

3.7.1. Competidor potencial

Mediante una minuciosa observación se llegó a determinar que los competidores más importantes de los hilos de bordar que pertenecen a la ciudad de Atuntaqui son:

Cuadro Nro. 11
LA COMPETENCIA

NOMBRE EMPRESA	ACTIVIDAD COMERCIAL	UBICACIÓN	TELÉFONO
ENKADOR	HILOS BORDAR	RIO AMAZONA 1539 Y ESPEJO	(2909797)
NORTEXTIL	TELAS - HILOS	BOLIVAR Y OLMEDO	(2906-412)

FUENTE: OBSERVACIÓN DIRECTA
ELABORADO POR: Tamba Mayra

3.7.2. Características de los competidores

En base a la información obtenida de internet y a la observación directa se pudo determinar que el competidor ENKADOR, desempeñan su actividad comercial en la misma rama, de hilos de bordar, que para el proyecto este es nuestra competencia principal, también tenemos como competidor a NORTEXTIL que es una nueva empresa en la rama de hilos de bordar.

3.7.3. Productos ofrecidos

A continuación se detalla un cuadro de los tipos de hilos de bordar que venden los competidores.

CUADRO Nro. 12
PRODUCTOS OFRECIDOS EN LA COMPETENCIA

Nombre empresa	Tipo de hilos	Peso	precio	Marcas	Gamas de hilos
ENKADOR	Bordar y coser	0,15	\$3,60	Eculen prime	Neutros Multi colores
		0,30 y	\$4,20		
		otros kg.	\$2,20		
NORTEXTIL	Bordar y otros	0,16kg	\$3,20	otras	Multi colores
			\$3,65		

FUENTE: Observación directa

ELABORADO POR: Tamba Mayra

Los productos ofrecidos por los competidores tienen acogida en la ciudad de Atuntaqui, porque cada uno de ellos presenta variedad de hilos de bordar, de calidad y con reconocimiento en el mercado, entre las marcas más conocidas y que tienen aceptación por los clientes son: Ecualeñ y Prime.

De acuerdo a datos obtenidos por la página de Enkador que mencionan que el fuerte no es la producción y comercialización de hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui ya que el mercado de esta fábrica se centra en el extranjero a través de la venta de ropa exclusiva y de hilos tinturados.

3.7.4. Comercialización hilos de bordar en Atuntaqui.

Cuadro Nro. 13

FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA COMPETENCIA

NOMBRE EMPRESA	TIPO PUBLICIDAD	FORMAS DE VENTA	FORMAS DE PAGO	DESCUENTOS
ENKADOR	Internet Radio y otros	directa	Efectivo Crédito cheques	No realizan
NORTEXTIL	Volantes, trípticos	directa	Efectivo crédito	Por stock

FUENTE: observación directa y encuesta

ELABORADO POR: Tamba Mayra

FECHA: 10-12-2010

Los productos comercializados por los competidores son distribuidos en locales comerciales dedicados a la venta de hilos de bordar como son: almacén Enkador, distribuidora de tela Nortextil.

Los precios establecidos por la competencia varían, pero en promedio en cuanto al precio es de \$ 3.20 - 3.50 y 3 60 para los hilos de bordar de peso 0,15 kg.

La publicidad empleada por la empresa Enkador en las grandes ciudades es a través de patrocinios de eventos, publicaciones en la web, prensa, radio, entre otros. Y los demás locales como en Atuntaqui y Pelileo únicamente lo realizan por medio de radio y en la página de internet y por el comentario de la gente que son quienes difunden para que compren.

Su modalidad de venta de Enkador está dada por catálogos a través del internet. Tienen puntos de distribución en todo Quito- Sangolqui, los cuales ayudan para que el producto llegue a diversas fábricas textiles. La empresa mas reconocida a nivel de país, hace énfasis en el servicio al cliente, mediante capacitaciones continuas sobre este aspecto, y en la publicidad implantada en la web, exhiben sus productos, abriendo la posibilidad de que compartan sus comentarios. Pero en Atuntaqui la publicidad es muy escasa.

También cuentan con el servicio de entrega a domicilio lo que genera mayor acogida por los clientes esto lo realiza en Quito y Guayaquil.

3.7.5. Factores estratégicos

Los locales mencionados anteriormente considerados como competencia en la ciudad de Atuntaqui no cuentan con capacitación a los vendedores y generan molestias a los clientes, esta sería una estrategia a favor del proyecto ya que se colocara personal ampliamente capacitado.

3.7.6. Tendencia de la Oferta

3.7.6.1. Oferta Actual

No se encontró información histórica por lo cual se procedió a determinar la oferta actual.

Se realizó una observación directa y se determina que en la ciudad de Atuntaqui existe un solo lugar que se dedica exclusivamente a vender hilos de bordar propiamente registrado por la cámara de comercio de la ciudad, mientras que se observó dos sitios que dentro de la lista de productos que venden se encuentran los hilos de bordar usualmente en pequeñas cantidades.

A través de la entrevista realizada a la persona encargada del manejo y movimiento en ventas de almacén Enkador se tiene una aproximación de 11 cajas semanales que da un equivalente de 264 hilos.

También se determina el dato de la encuesta aplicada en la ciudad de Atuntaqui a los clientes de los hilos de bordar, para lo cual se presenta un gráfico de la competencia en su promedio de ventas, donde se ve reflejado de la siguiente manera:

Cuadro Nro. 14
ENKADOR ATUNTAQUI

VENTA SEMANAL	VENTA MENSUAL	PESO	VENTA ANUAL	PRECIO	VALOR ANUAL DOLARES
264	1056	0,15KG	12672	\$3,60	\$45619.20

FUENTE: Enkador

ELABORADO POR: Tamba Mayra

3.7.7. Proyección de la oferta potencial

Para proyectar la oferta futura de la compra de hilos de bordar, se utilizó la información de las ventas. Con esta información se procedió a realizar proyecciones de ventas para lo cuál se utilizó la siguiente fórmula, se conoce que la tasa de crecimiento económico de manufacturación es del 26% de Antonio Ante pero hemos estimado un 20% para tener valores mas adecuados. **(Cámara de Comercio de Atuntaqui)**

$$C_n = C_o(1+i)^n$$

Donde:

V_n= Ventas futuras

V_o =Venta actual

i= Tas de crecimiento

n= Año proyectado

Cuadro Nro. 15

DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

AÑO	vo	(1+i) ⁿ	V _n =vo(1+i) ⁿ	Peso kg	precio	Anual \$
2011	12672	(1+0.20) ¹	15206	0,15	3,6	54742
2012	12672	(1+0.20) ²	18248	0,15	3,6	65692
2013	12672	(1+0.20) ³	21897	0,15	3,6	78830
2014	12672	(1+0.20) ⁴	26277	0,15	3,6	94597
2015	12672	(1+0.20) ⁵	31532	0,15	3,6	113515

ELABORADO POR: Tamba Mayra

Cuadro Nro. 16
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Año	Oferta potencial (hilos)	Nº Locales	Total oferta
2011	15206	1	15206
2012	18248	1	18248
2013	21897	1	21897
2014	26277	1	26277
2015	31532	1	31532

ELABORADO POR: Tamba Mayra

Cuadro Nro.17
BALANCE COMPARATIVO
OFERTA- DEMANDA

Año	OFERTA UNIDADES (HILOS)	DEMANDA UNIDADES (HILOS)	DEMANDA INSATISFECHA
2011	15206	86774	-71568
2012	18248	104129	-85882
2013	21897	124955	-103058
2014	26277	150144	-123867
2015	31532	179935	-148403

FUENTE: Cámara de comercio y encuesta

ELABORADO POR: Tamba Mayra

FECHA: 10-12-2010

Como nos indica la tabla comparativa entre la oferta y demanda futura podemos dar nos cuenta que existe un porcentaje del 82.46% de demanda insatisfecha en la ciudad de Atuntaqui para lo cual el proyecto tomara a un 32% de la demanda insatisfecha de insumos de hilos para satisfacer todo lo mencionado, lo que permite comprender lo factible que será el proyecto acerca de la comercializadora de hilos de bordar a aplicarse en la ciudad de Atuntaqui, cabe resaltar que se tomara como tasa de referencia al 20% de crecimiento económico para los cálculos del proyecto y no al 26% como esta señalado en censo del 2010.

El porcentaje del 20 % estipulado para los siguientes cálculos permitirá tener valores más reales para el proyecto.

3.8. PROYECCIÓN DE PRECIOS Y COSTOS

3.8.1. Niveles de precios actuales

Cuadro Nro. 18
PRECIOS ACTUALES DE LA COMPETENCIA

NOMBRE EMPRESA	PESO HILO	PRECIO	MARCAS
ENKADOR	0,15kg	3,60	Ecualeñ prime
NORTEXTIL	0,16kg	3,20	desconocidas

FUENTE: observación directa

ELABORADO POR: Tamba Mayra

3.8.2. Comportamiento del precio

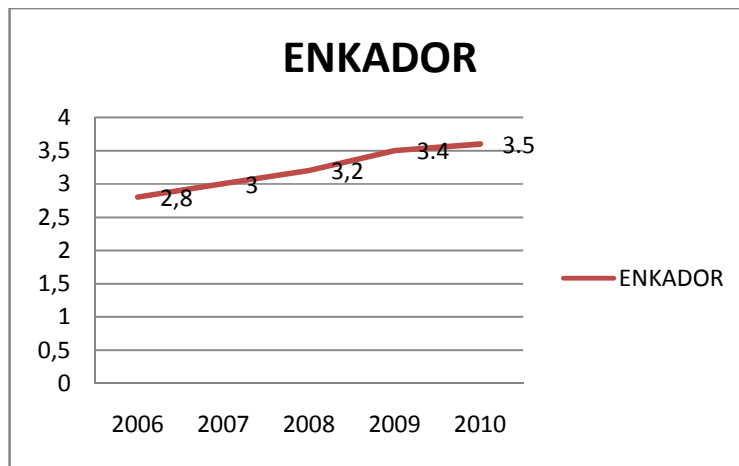
Cuadro Nro.19
ENKADOR

Años	PRECIO
2006	2,8
2007	3,0
2008	3,2
2009	3,4
2010	3,5

FUENTE: encuesta y observación directa

ELABORADO POR: Tamba Mayra

Gráfico Nro. 6 DE PRECIOS ENKADOR



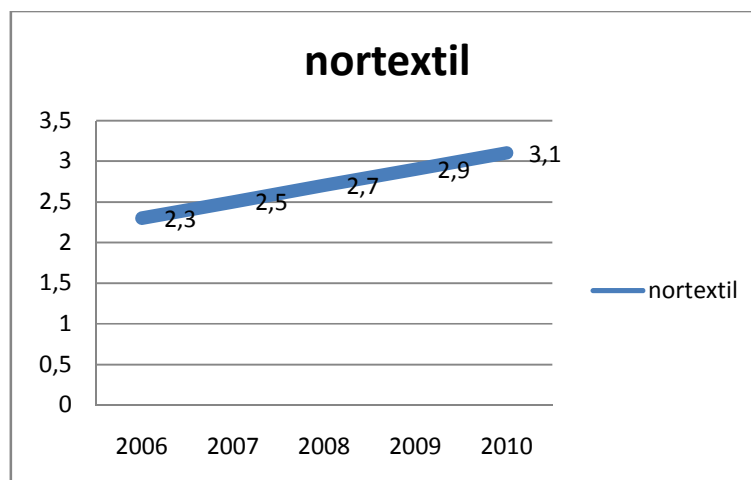
CUADRO Nro. 20
NORTEXTIL

Años	PRECIO
2006	2,30
2007	2,50
2008	2,70
2009	2,90
2010	3,10

FUENTE: encuesta y observación directa

ELABORADO POR: Tamba Mayra

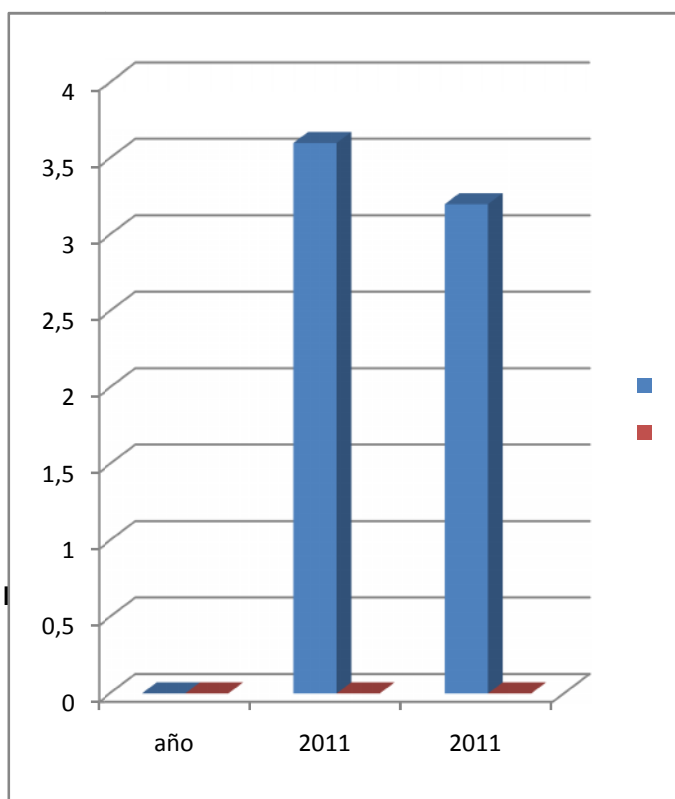
Gráfico Nro. 7 DE PRECIOS NORTEXTIL



De acuerdo a la información obtenida de los almacenes mencionados como la competencia se hace referencia a los precios de seis años anteriores donde existe una diferencia de precios , de acuerdo a los hilos que enkadador vende son

De marcas reconocidas a los de Nortextil el precio sube anual 0,055% en cada una de las empresas vendedoras de hilos de bordar es decir que veinte centavos se incrementa anualmente.

Gráfico Nro. 8
RELACION DE PRECIOS DE LA COMPETENCIA ACTUAL



Actualmente el precio de los hilos de bordar de peso 0,15 kg es de \$3,60 de Enkador y 3,20 de Nortextil un hilo que pesa 0,15 a 0,16 kg. El precio de la principal competencia ENKADOR no varía significativamente debido a que la demanda acude a comprar estos insumos en otras ciudades y si se existiera una alza de precios provocaría mayor reducción en las ventas en la ciudad de Atuntaqui, por lo se ven obligados los propietarios textiles a buscar nuevos proveedores dentro del país.

3.8.2.1. Estimación de precios según la competencia

Para fijar el precio de venta al cliente ENKADOR toma como referencia los costos que le implican realizar un hilo como son materia prima, mano de obra y flete, básicamente un hilo de 0,15 kg ya listo para ser utilizado y colocado a la venta está entre los \$3,60 para la ciudad de Atuntaqui.

3.8.2.2. Estimación del precio del Proveedor

Es necesario poder identificar cuáles van a ser los proveedores, para lo cual se determina que se tendrá como empresas fabricantes de tales insumos a ENKALEN e PRIME marcas propiamente de Enkador, según catálogos solicitados por internet tenemos que el precio por cajas de 24 unidades es equivalente a \$ 48 este es precio al por mayor para un almacén que venda hilos de bordar.

3.9. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

- Dentro del mercado existe demanda insatisfecha con tendencia creciente, lo que augura un escenario futuro adecuado para el desarrollo del proyecto.
- La competencia en el mercado de hilos de bordar de Atuntaqui no ofrece un servicio adecuado a las expectativas de los microempresarios textiles, ya que no cuentan con personas capacitadas en ventas.
- Actualmente en la ciudad de Atuntaqui existe un solo local dedicado a la comercialización de hilos de bordar lo que representa que existe mayor demanda en relación a la oferta, situación que es favorable para el proyecto.
- Para la aplicación del proyecto, la ciudad de Atuntaqui cuenta con un gran número de empresas textiles lo que permite que se pueda ejecutar una nueva comercializadora de hilos de bordar.
- Luego de analizar los estándares de la oferta se determina que la tasa de crecimiento económico de manufacturación es del 26% anual en la ciudad de Atuntaqui, pero para poder obtener ingresos y egresos razonables tomamos la tasa del 20% anual, tasa que se utilizó para realizar todos los cálculos y proyecciones, teniendo una demanda insatisfecha del 82.46% de lo cual el proyecto ocupará un 32% con el propósito de satisfacer las necesidades de la producción textil del cantón Antonio Ante.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

INTRODUCCIÓN

El estudio técnico tiene como propósito analizar la factibilidad del proyecto determinando la localización y ubicación óptima, de acuerdo con el recurso económico, el entorno social y los requerimientos de infraestructura que se requieren para llevar a cabo el proyecto, este capítulo contiene tres estudios principales que son tamaño del proyecto, localización del proyecto y la Ingeniería del proyecto.

4.1. PROPÓSITO DEL PROYECTO

- 4.1.1.** Dotar del marco legal que permita sentar las bases sobre las cuales se empiece a desarrollar las actividades de la microempresa de hilos.
- 4.1.2.** Establecer normas para un adecuado funcionamiento que permita satisfacer las necesidades de los clientes de hilos de bordar.
- 4.1.3.** Determinar derechos, obligaciones y funciones del personal que trabajara en la empresa de hilos de bordar.

4.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

4.2.1. Macro localización

El proyecto estará localizado en la provincia de Imbabura cantón Antonio Ante a 12 Km. al Sur Oeste de Ibarra y al Noroeste de Imbabura, cabecera cantonalde Atuntaqui, tiene una altura de 2.387 m.s.n.m. cuenta con un clima Templado seco que goza de una temperatura de 16°C , tiene una superficie de 83,10 km² y sus límites son:

Norte: CatónIbarra

Sur: Cantón Otavalo

Este: El cerro Imbabura

Oeste: Cantón Cotacachi y Urcuquí

A continuación se presenta un croquis de la ubicación de la ciudad de Atuntaqui, donde se va a ubicar el proyecto de hilos de bordar para máquinas computarizadas.

Gráfico Nro. 9

UBICACIÓN DE ATUNTAQUI



Fuente: www.imbabura.gov.ec/

4.2.2. Microlocalización

El local de hilos de bordar estará ubicado en el barrio central, en la calle principal Bolívar y Sucre en dirección al mercado de la ciudad, tendrá vías de primer orden como agua, alcantarillado, teléfono. Esta cerca del mercado y del parque central y junto a la mayoría de fábricas textiles de la ciudad de Atuntaqui,

Gráfico Nro. 10
DISTRIBUCIÓN DEL CANTON ANTONIO ANTE



Fuente: www.imbaburaturismo.com

4.2.3. Ubicación de la planta

Para la ubicación del proyecto a realizarse se tomo en cuenta tres alternativas:

- a) Ubicar el proyecto en la panamericana vía a Andrade Marín
- b) Ubicar el proyecto en la avenida Luis Leoro Franco
- c) Ubicar el proyecto en el Barrio Central

4.2.4. Diseño de instalaciones

4.2.4.1. Área administrativa

Para el diseño de las instalaciones se toma en cuenta. En esta área a las oficinas de gerencia, secretaria y contabilidad lo que permitirá que se obtenga resultados satisfactorios en el rendimiento del trabajo.

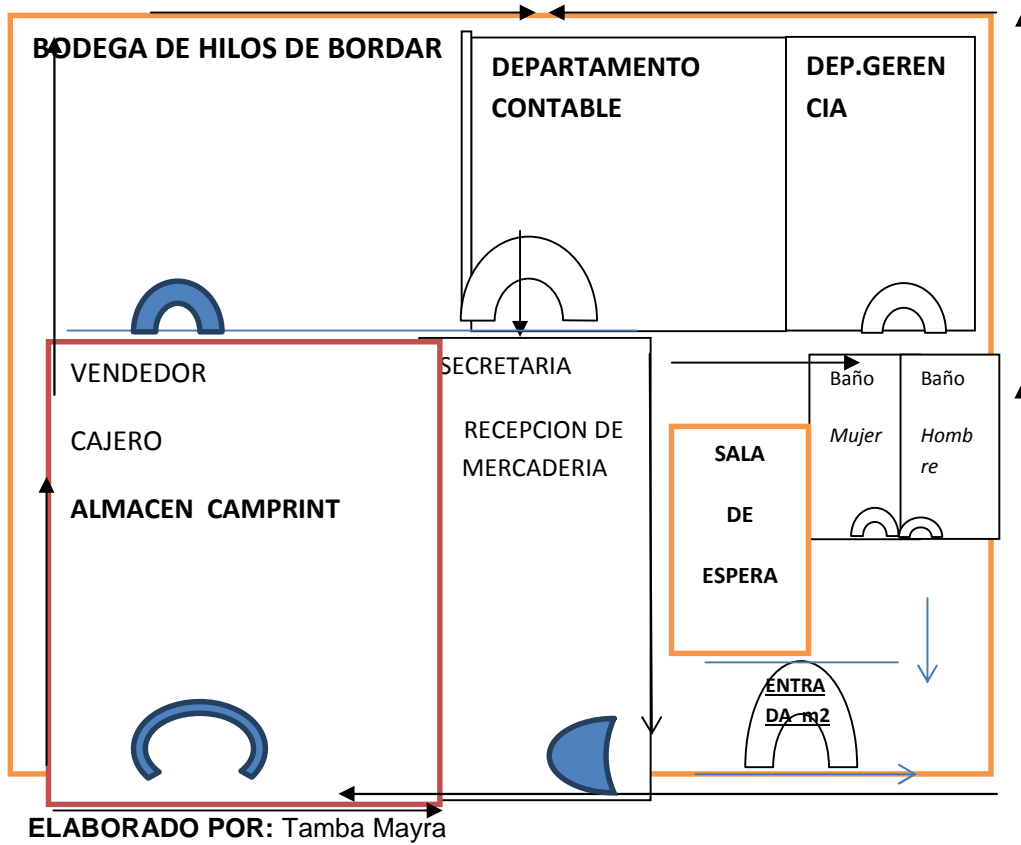
4.3.4.2 Área contable y de ventas

Esta área esta destinada para la comercialización, bodega de almacenamiento de los hilos de bordar que se va vender y una oficina contable, el espacio será diseñado especialmente para que los hilos se han ubicados de acuerdo a las necesidades del cliente y las bodegas tendrán espacio para poder ordenar las cajas de hilos, todo esto permitirá brindar un servicio de calidad y atención rápida al cliente.

Gráfico Nro. 11

BOSQUEJO DE LA PLANTA DE LAMICROEMPRESA

“CAMPRINT”



4.3.5 Distribución de la planta

La distribución de la planta esta totalizada por 150 metros aptos para la ejecución del proyecto.

4.3.6. Infraestructura Básica:

GERENCIA

DPTO. CONTABLE

SECRETARIA

BAÑOS

BODEGA

ALMACÉN

Para poder instalar la distribución de la planta donde se va a ejecutar el proyecto de hilos de bordar de máquinas computarizadas en la ciudad de Atuntaqui. Se procederá a realizar adecuaciones en el local arrendado.

4.4. Propuesta administrativa

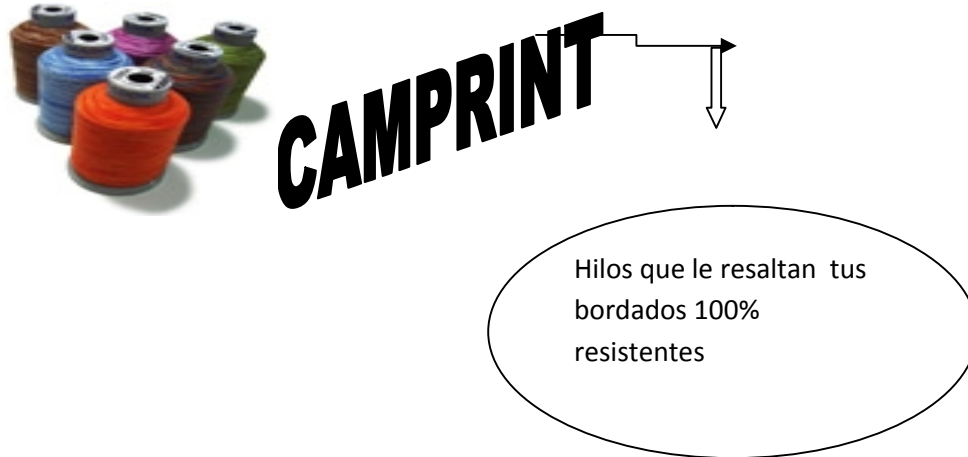
4.4.1. Nombre de la microempresa

El nombre de la microempresa será hilos “Camprint”, donde las tres primeras letras viene a ser la abreviación del nombre de mi hijo Camilo y las cinco restantes “Print” que significa hilatura y textiles donde se generara la variedad y exclusividad de hilos nacionales y extranjeros en diversas marcas y texturas que le dan la durabilidad a los bordados de tus prendas.

4.4.2. Logotipo de la microempresa

El principal logotipo que tendrá la microempresa de hilos de bordar será el siguiente ya que este contiene términos de abreviación lo que permitirá ser reconocidos por los clientes de manera fácil.

Gráfico Nro. 12
LOGOTIPO DE LA MICROEMPRESA



4.4.3. Misión

Es misión de Camprint, satisfacer con los mejores criterios de calidad, variedad y precios la demanda de hilos de bordar de la industria textil de Antonio Ante.

4.4.4. Visión

Al finalizar el 2015 Camprint será una microempresa especializada en la comercializar hilos de bordar, y gozara del reconocimiento de la industria textil de Atuntaqui y de la zona Norte del País.

4.4.5. Políticas

- a) Escuchar las sugerencias de los clientes ya que ellos son la razón de la empresa
- b) Evaluar el desempeño de los empleados
- c) Declarar y tributar de acuerdo a la ley
- d) Brindar un servicio de calidad
- e) Realizar publicidad
- f) Formular estrategias para poder lograr el posicionamiento de la empresa(precio, producto, promoción)

4.4.6. Valores

- a)** Honestidad.- Los trabajadores de la microempresa deben hablar siempre con la verdad en cualquier circunstancia, esto ayudara a un mejor desempeño en las labores de la empresa.
- b)** Solidaridad.- Cuando la empresa tenga pedidos y si algún compañero encargado de despachar no esta en condiciones de laborar sus compañeros deben brindarle la ayuda necesaria para que así la empresa no atravesase un problema en la entrega de los insumos.
- c)** Responsabilidad.- Cumplir con los horarios de trabajo establecido siempre pensando que la microempresa necesita de todos los que trabajan en ella para un mejor desempeño.
- d)** lealtad.- No facilitar información a la competencia mucho menos informar las estrategias de venta.

4.5. ESTRUCTURA ORGÁNICA

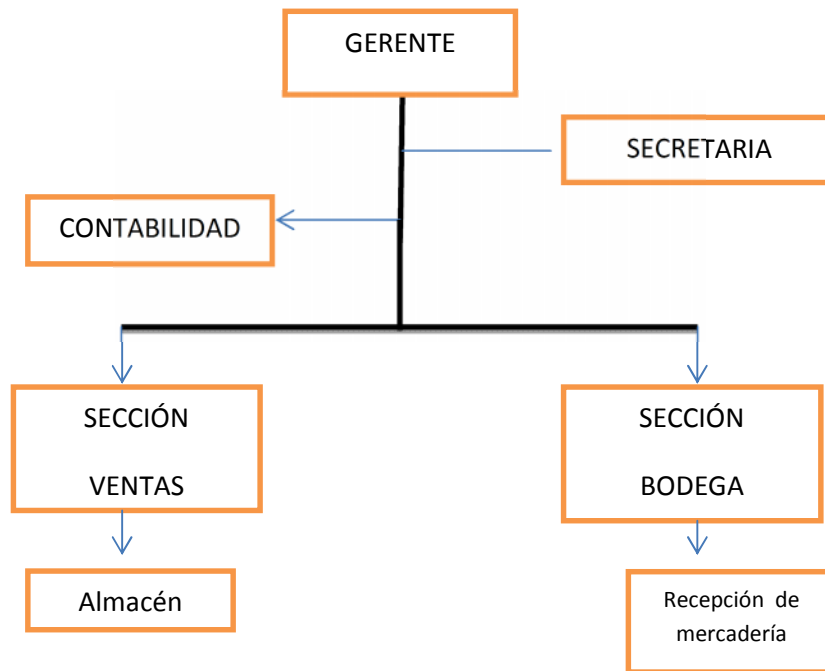
4.5.1. Organigrama Estructural

Es la grafica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que desarrollan, los organigramas son útiles instrumentos de organización, puesto que nos proporcionan una imagen formal de la empresa, facilitando el conocimiento de la misma y constituyendo una fuente de consulta oficial, algunas de las principales razones por las que los organigramas se consideran muy necesarios.

La estructura orgánica de la microempresa “Camprint” es simple ya que se trata de una microempresa pequeña que cuenta con un gerente, contador, secretaria, bodeguero y vendedor, por tal motivo se a representado a través de un organigrama específico donde se ve reflejado la conexión de los diversos departamentos para coordinar con la información.

A continuación se presenta el organigrama específico de la microempresa Camprint

Gráfico Nro. 13
ORGANIGRAMA ESPECÍFICO DE LA MICROEMPRESA



Este organigrama específico está estructurado de manera que la información sea canalizada por cada área de la empresa con el fin de identificar cada uno de los resultados arrojados por los mismos, esto permitirá lograr el correcto desempeño de la empresa y lograr el aprovechamiento de los clientes para poder atenderlos de una manera rápida y eficiente.

Es importante que en cada departamento exista las funciones de cada cargo a desempeñar en la microempresa Camprint por lo que se plantea en el proyecto aquellas funciones del perfil y del cargo a ejecutar.

A continuación se encuentran las funciones de los principales cargos de la empresa.

4.5.2. Funciones y descripción de los puestos

4.5.2.1. GERENTE

Cuadro Nro. 21. Funciones del Gerente

NOMBRE DEL PUESTO	GERENTE PROPIETARIO
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> • Ser el representante legal • Es el responsable de la marcha administrativa • Vela por el cumplimiento de los objetivos • Coordina las labores de trabajo de sus colaboradores, se encarga de la adquisición de mercadería
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Tener capacidad para gestionar • Liderazgo • Tener facilidad para relacionarse • Habilidad para solucionar problemas • Valores profesionales
SEGURIDAD LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> • La afiliación al seguro social(IESS) • Cumplir con los requisitos de ley de seguridad • Respetar los beneficios del trabajador según ley.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none"> • Ingeniero Comercial • Disponibilidad de tiempo completo • Experiencia de 1 año mínimo

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Tamba Mayra

4.5.2.2.CONTADOR

Cuadro Nro. 22 Funciones del Contador

NOMBRE DEL PUESTO	CONTADOR
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Asumir el control de documentación y custodia de los archivos• Presentar informes contables• Presentar informes tributarios• Facilitar a los propietarios la información de los estados financieros• Realizar la toma física de inventarios cada tres meses por muestreo y al final del periodo económico.
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">• Responsable de las funciones encomendadas• Tener ética profesional• Tener relaciones buenas con los demás miembros• Sentido de puntualidad• Orden y control de la documentación• Mantener responsabilidad de bienes, tramites y equipo
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none">• Título de contador público Autorizado• Experiencia laboral de 6 meses• Tener curso de actualización contable, tributaria.

FUENTE: Investigación de Campo

4.5.2.3. SECRETARIA

Cuadro Nro. 23. Funciones de la secretaria

NOMBRE DEL PUESTO	SECRETARIA
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Recibir llamadas telefónicas• Proporcionar información a los clientes• Archivar documentos y hacer oficios• Receptar la mercadería y enviar• Llevar registros de mercaderías
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">• Tener ética• Ser responsable• Habilidad• manejar la computadora• buena presencia• dedicación al trabajo
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none">• Instrucción Formal: Estudios secundarios• Conocimientos en computación• Experiencia mínima de 1 año• Disponibilidad de tiempo completo

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Tamba Mayra

4.5.2.4. BODEGUERO

Cuadro Nro. 24. Funciones del Bodeguero

NOMBRE DEL PUESTO	BODEGUERO
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Controlar los ingresos y salidas de mercadería• Verificar la calidad del ingreso de hilos• Almacena mediante respaldos• Organiza la mercadería por de colores• Cuida la mercadería• Es quien responde la salida de mercadería de bodega
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">• Cumplir con las ordenes de los superiores• Tener ética• Ser responsable• Ser puntual• ser ordenado• no facilitar información a terceros• verificar ingresos y salidas de mercadería• llevar controles adecuados
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none">• Tener estudios secundarios• Haber trabajado en actividades similares• Disponibilidad de tiempo

FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Tamba Mayra

4.5.2.5. VENDEDOR

Cuadro Nro. 25. Funciones del vendedor

NOMBRE DEL PUESTO	VENDEDOR
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none">• Atender a los clientes• Indicar los productos• Contar con la amabilidad• Ordenar la mercadería
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none">• Tiene que tener poder de convencimiento• Facilidad de palabra• Actitud positiva• Proporcionar confianza al cliente• Empoderamiento de las ventas• Ser amable, carismática• Ser educada• Buscar plazas para el producto.• Brindar el servicio de una manera rápida.
REQUISITOS	<ul style="list-style-type: none">• Tener estudios secundarios• Buena presencia• Experiencia en ventas

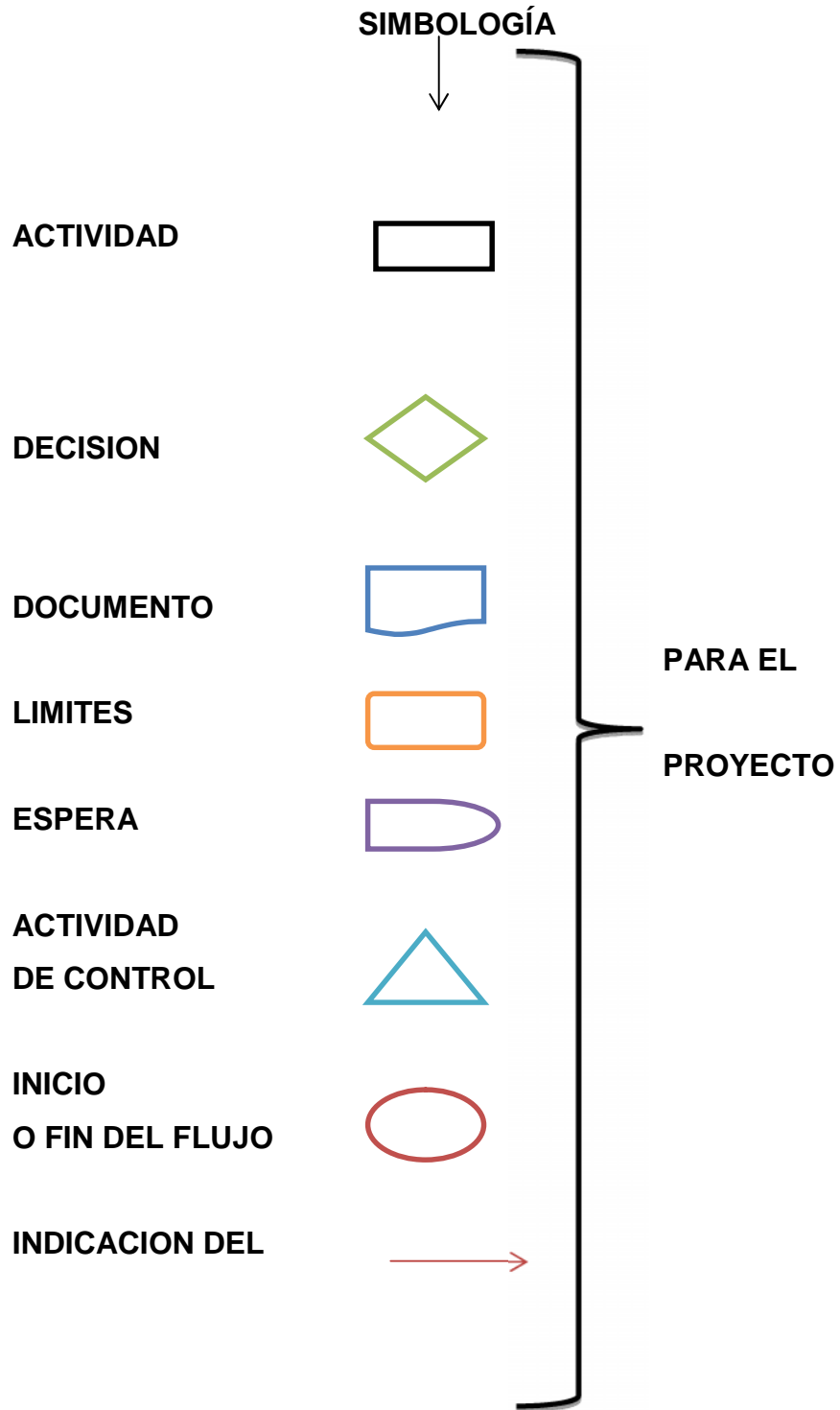
FUENTE: Investigación de Campo

ELABORADO POR: Tamba Mayra

4.6. DIAGRAMA DE FLUJO

En el diagrama de flujo se detallara todos los pasos que se seguirán en cada uno de los procesos como son: proceso de compras, ventas,

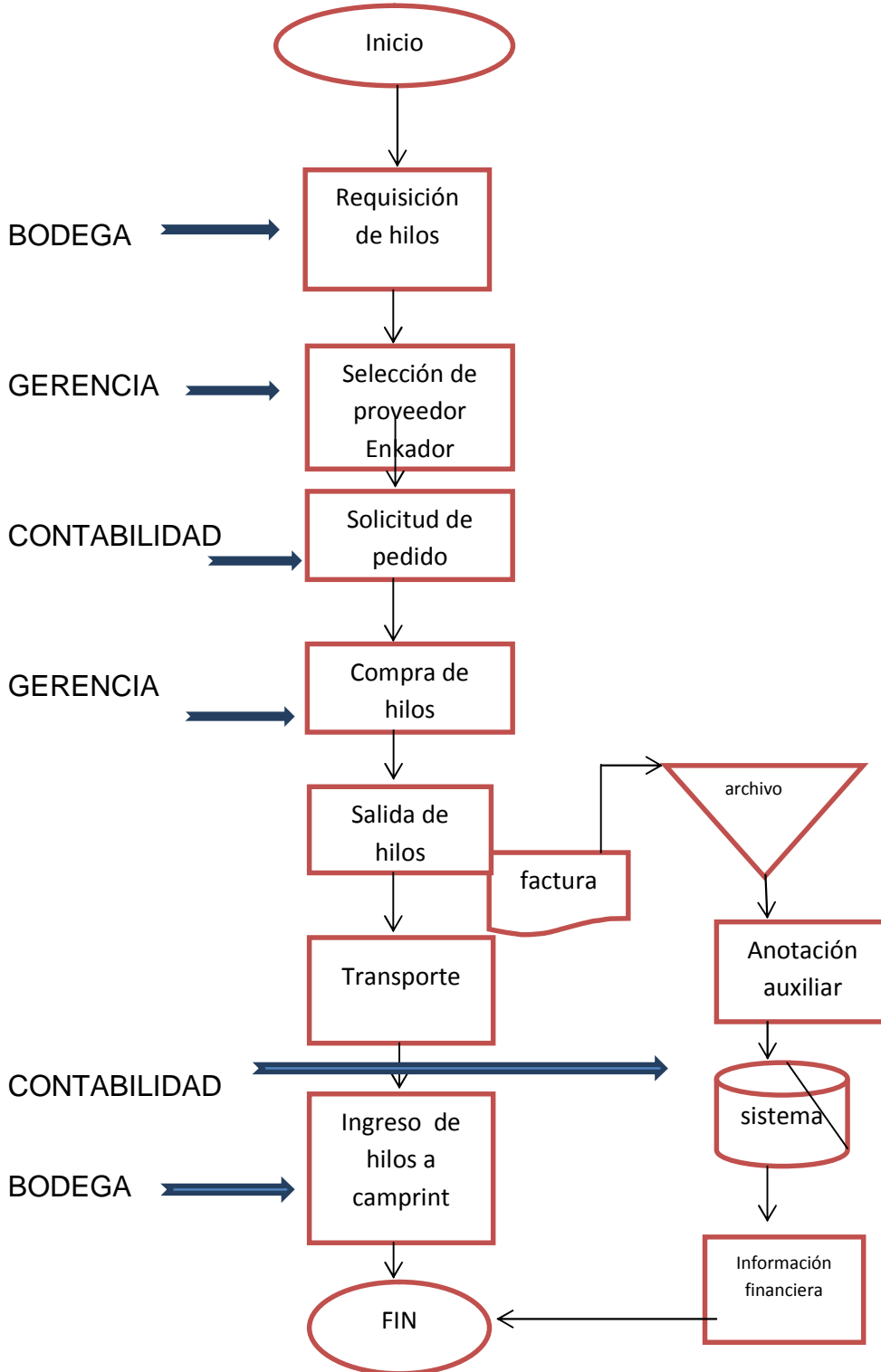
almacenamiento. Para cual se procederá a diseñar la simbología que se utilizara en cada actividad.



4.6.1. Flujo grama de procesos de Compras

Gráfico Nro. 14

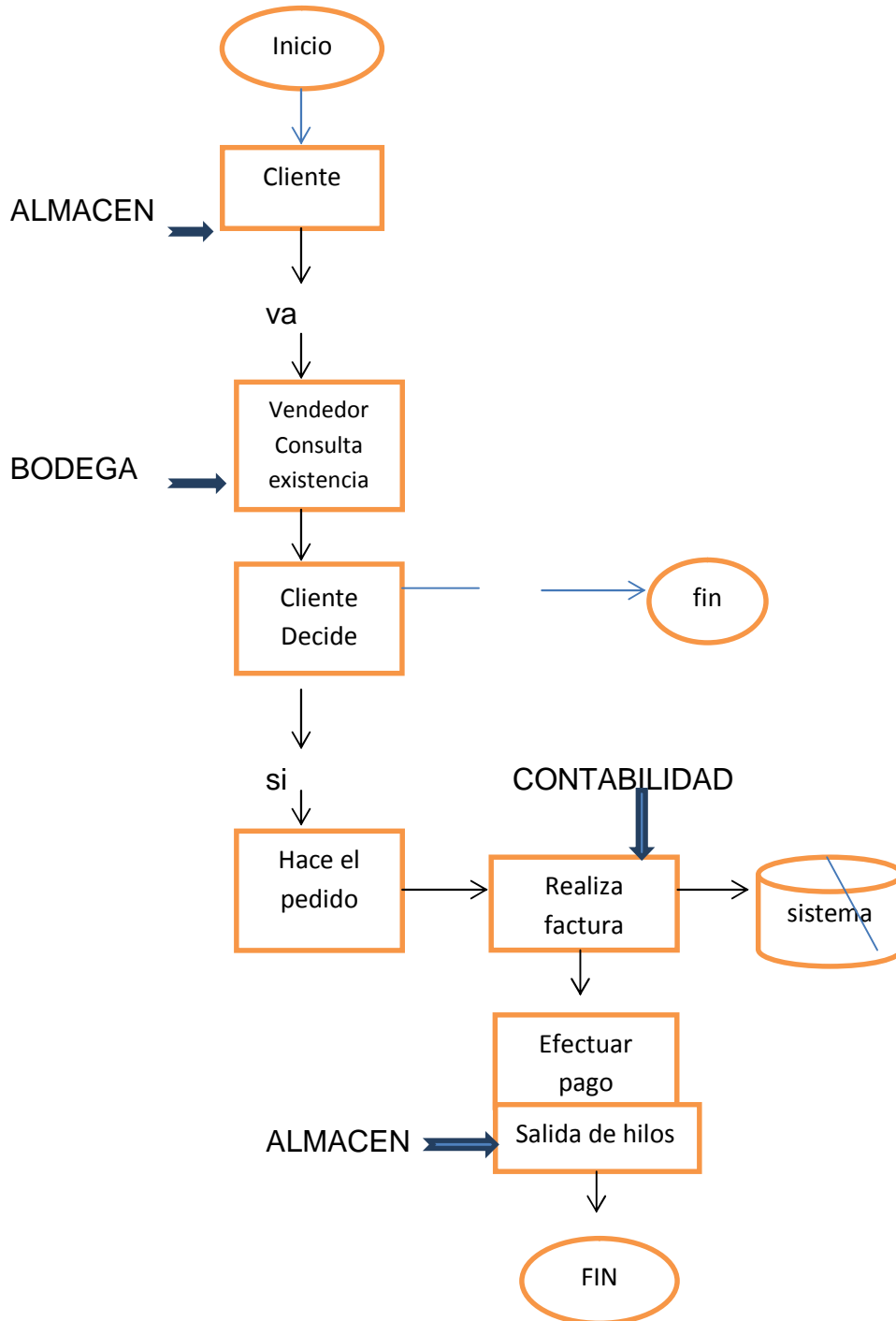
FLUJO GRAMAS DE COMPRAS



4.6.2. Flujo grama de proceso de ventas

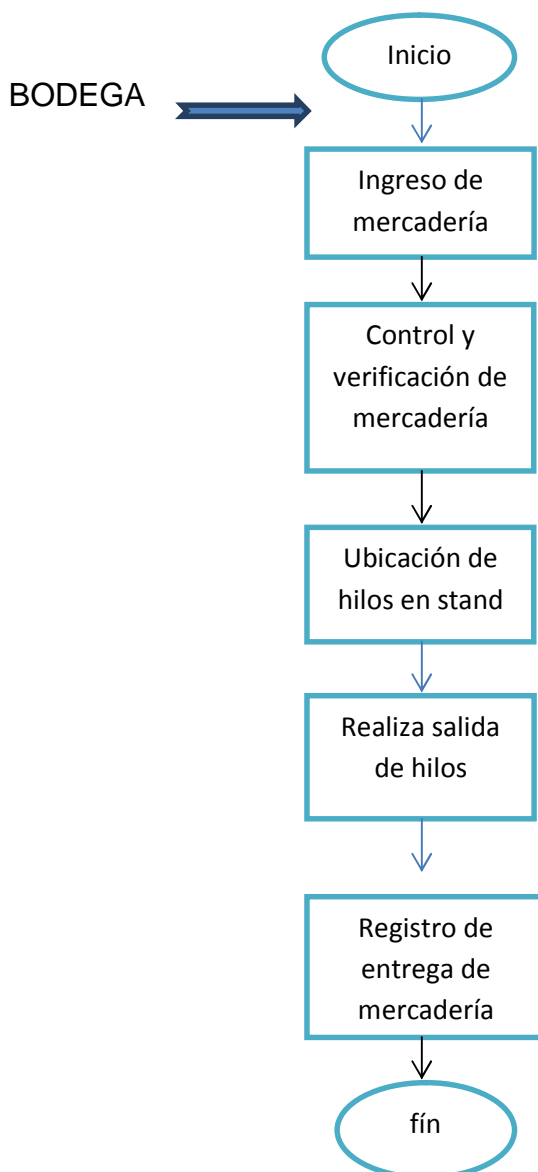
Gráfico Nro. 15

FLUJO GRAMAS DE VENTAS



4.6.3. Flujo grama de almacenamiento

Gráfico Nro. 16
FLUJO GRAMAS DE ALMACENAMIENTO



4.7. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto es la etapa de la formulación del proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto como son:

- a) Todos los equipos necesarios para el funcionamiento del local comercial de hilos de bordar.
- b) Lugar de implantación del proyecto
- c) Los requerimientos del personal de talento humano
- d) Actividades necesarias para suministros e insumos del local
- e) Las cantidades requeridas de mercadería en este caso hilos

4.7.1. INGENIERÍA BÁSICA

Los productos a comercializar por la empresa Camprint que son hilos de bordar para máquinas computarizadas están orientados a satisfacer las necesidades de la microempresa textil de la ciudad de Atuntaqui, para lo cual tendrán una presentación de 0.15 – 0.16 kg en peso y sus fibras serán en algodón, sintético y acrílico lo que permitirá a los microempresarios realizar bordados de calidad y con mayor vistosidad al bordado. Hilo que podrá ser utilizado para utilizar en cualquier tipo de tela a fabricar y que necesita de un bordado.

4.8. TAMAÑO DEL PROYECTO

4.8.1. FACTORES PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del presente proyecto esta determinado por los siguientes factores: demanda, tecnología, financiamiento.

4.8.1.1. La Demanda

Considerando que la demanda es uno de los factores más importantes para poder determinar el tamaño del proyecto, el presente estudio de mercado realizado arrojó las posibilidades de introducir en el mercado de hilos de bordar, ya que existe demasiada demanda en relación a la oferta. de lo cual la demanda a cubrir se representa por el 32 % del total de demanda insatisfecha.

4.8.1.2. Tecnología

La tecnología se aplicara cuando los proveedores fabriquen los hilos de bordar con máquinas sofisticadas lo que permitirá que se obtengan hilos de calidad.

4.8.1.3. Financiamiento

Para poder cubrir con la ejecución del Proyecto de hilos de bordar para máquinas Computarizadas en el Ciudad de Atuntaqui se pretende realizar un estudio para ver la factibilidad del proyecto donde el inversionista podrá tomar la decisión de invertir con capital propio o buscar financiamiento para lo cual se realizara un estudio económico donde se medirá parámetros del TIR, VAN, TRM, Costo beneficio, flujo de caja, y los respectivos balance y finalmente el punto de equilibrio todo ello servirá para la toma de decisiones y determinar si es atractivo el proyecto.

CAPÍTULO V

5. Estudio Económico

En otras palabras trata de estudiar si la inversión que queremos hacer va a ser rentable o no, si los resultados del presente estudio arrojan que la inversión no se debe hacer, se debe tomar otra alternativa o evaluar la alternativa que más le convenga financieramente a la empresa de acuerdo a sus políticas. (Ing. Walter Jácome)

5.1 Presupuesto de la Inversión

Es el monto de capital que se le asigna a un proyecto, con la esperanza de que este pueda producir un bien o servicio útil al ser humano o a la sociedad en general. Para este caso las inversiones buscan un rendimiento monetario atractivo, es decir una ganancia en dinero, pero existen otras inversiones que solo buscan el beneficio social.

La inversión inicial, comprende la adquisición de todos los activos fijos y activos diferidos o intangibles (luz, agua, teléfono, Internet, etc.), que son necesarios para que la empresa inicie sus operaciones, con la excepción del capital de trabajo.

5.1.1 Presupuesto Adecuación Edificio

Para que entre en funcionamiento el proyecto es necesario hacer una debida adecuación a la infraestructura del edificio.

Cuadro Nro. 26
PRESUPUESTO DE ADECUACIÓN EDIFICIO

ADECUACION EDIFICIO				
CANT	DESCRIPCION	METROS	COSTO	TOTAL
1	tumbado de estucado	100	3.00	300.00
4	estucado paredes	400	3.00	1,200.00
1	pintura local	500	1.50	750.00
1	puertas lanfor	6	400.00	400.00
2	ventanas lanfor	3	161.00	322.00
1	piso flotante	100	12.00	1,200.00
1	cerámica	24	12.00	288.00
3	puertas de madera	180	3.00	540.00
				5,000.00
Fuente: investigación de Campo				
Elaborado por: La Autora				

Autora: Tamba Mayra

5.1.2 Presupuesto Equipo de Computación Equipos de oficina y Muebles de oficina

Para el desarrollo del proyecto propuesto se requiere básicamente un listado, que a continuación se detalla:

Cuadro N° 27
PRESUPUESTO DE EQUIPAMIENTO

INVERSION			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
computadora de escritorio	4.00	625.00	2,500.00
Impresora	3.00	76.00	228.00
Impresora multifunción	1.00	112.00	112.00
EQUIPOS DE OFICINA			
Teléfonos	4.00	36.00	144.00
portapapel	3.00	7.80	23.40
grapadora	3.00	10.50	31.50
perforadora	3.00	4.65	13.95
sumadora	2.00	42.00	84.00
rotúlos	1.00	290.00	290.00
alarma	1.00	320.00	320.00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio Ejecutivo presidencia	1.00	205.00	205.00
Escritorio Personal Administrativo	3.00	110.00	330.00
Sillón gerente	1.00	120.00	120.00
Silla giratorias	4.00	42.00	168.00
sofa bipersonal	1.00	115.00	115.00
Sillas de recepción	4.00	35.00	140.00
Mesa operativa (reuniones)	1.00	260.00	260.00
Sillas	8.00	30.00	240.00
Sillas de espera	10.00	30.00	300.00
Archivador gerencia	1.00	185.00	185.00
Archivador area administrativa	1.00	165.00	165.00
Mesa central	1.00	40.00	40.00
Basureiros	3.00	5.00	15.00
Adornos	3.00	15.00	45.00
extintor	4.00	25.00	100.00
TOTAL			6,174.85
Fuente: investigación de Campo			
Elaborado por: La Autora			

Autora: Tamba Mayra

Los valores unitarios son obtenidos mediante cotizaciones en los almacenes de la ciudad de Ibarra Word Computers y Línea Nueva.

5.1.3 Capital de trabajo

Es el capital inicial distinto a la inversión en activo fijo y diferido con el que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, es decir hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

Cuadro Nro. 28

DEGLOSE DE SUELDOS DEL PERSONAL								
DESCRIPCION	PERSONAL	SUELDO BASICO	IESS	13ero	14cto	FONDOS RESERVA	VACACIONES	TOTAL
Gerente	1	450.00	54.68	37.50	24.33	37.50	18.75	622.76
Secretaria	1	292.00	35.48	24.33	24.33	24.33	12.17	412.64
Honorarios Contador	1	300.00						300.00
veredador	1	292.00	35.48	24.33	24.33	24.33	12.17	412.64
bodeguero	1	292.00	35.48	24.33	24.33	24.33	12.17	412.64
TOTAL	5	1,626.00	161.11	110.50	97.32	110.50	55.25	2,160.68
Fuente: investigación de Campo								
Elaborado por: La Autora								

Autora: Tamba Mayra

El capital de trabajo para el proyecto se lo calculó para el primer trimestre que es de \$ 8515.77

Cuadro Nro. 29

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCION	AÑO 1	TRIMESTRAL	MENSUAL
Sueldos y Salarios	25,928.15	6,482.04	1,620.51
Fletes	1,680.00	420.00	105.00
Publicidad	1,200.00	300.00	75.00
mantenimientos equipos	150.00	37.50	9.38
Arriendo	4,080.00	1,020.00	255.00
Servicios Basicos	1,024.92	256.23	64.06
TOTAL	34,063.07	8,515.77	2,128.94
Fuente: investigación de Campo			
Elaborado por: La Autora			

Autora: Tamba Mayra

5.1.4 Resumen de las inversiones

De acuerdo a la siguiente tabla se puede identificar que la inversión variable está compuesta por el capital de trabajo que está conformado por gastos administrativos la inversión fija constituyen equipo de computación, equipos de oficina y muebles de oficina; finalmente la inversión diferida está conformada por los gastos de constitución de la empresa, publicidad y marketing y estudio de factibilidad.

Cuadro Nro. 30
RESUMEN DE INVERSIONES

DETALLE DE INVERSIONES	
DETALLE	VALOR
INVERSIONES VARIABLE	
Capital de trabajo	8.515,77
Inventario Inicial	10.000,00
TOTAL INVERSIONES VARIALES	18.515,77
INVERSIÓN FIJA	
Adecuación Edificio	5.000,00
Equipo de computación	2.840,00
Equipos de oficina	906,85
Muebles y enseres	2.428,00
TOTAL INVERSIONES FIJAS	11.174,85
INVERSIONES DIFERIDAS	
Gastos de constitución	1.800,00
TOTAL INVERSION DIFERIDA	1.800,00
TOTAL INVERSIONES	31.490,62

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mayra Tamba

5.1.5 Fuentes de Financiamiento

5.1.5.1 SIN FINANCIAMIENTO

Sí el proyecto es financiado con capital propio tendrá un costo de: \$ 31,490 americanos.

Cuadro Nro. 31

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

DESCRIPCION	VALOR	%
Capital Propio	31.490,62	100,00
TOTAL	31.490,62	100,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Mayra Tamba

5.1.6 Depreciación - Amortización

Los cargos de depreciación y amortización, son gastos permitidos por las leyes para que el inversionista recupere la inversión inicial que ha realizado. Los activos fijos se deprecian y los activos diferidos se amortizan, ante la imposibilidad de que disminuya su precio por el uso o por el paso del tiempo. El término amortización indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años.

A continuación se presenta el cuadro La depreciación de los activos fijos para los cinco años proyectados es de \$ 2,280.15 dólares anuales. La amortización de gastos de constitución tiene un valor constante de \$ 160 dólares. En el siguiente cuadro se muestran los valores que corresponde a cada rubro de los activos fijos.

Cuadro Nro. 32

CUADRO DE DEPRECIACIONES

ACTIVO FIJO	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIAC ANUAL
Adecuación Edificio	5,000.00	5 años	1,000.00
Equipo de computación	2,840.00	3 años	946.67
Equipos de oficina	906.85	10 años	90.69
Muebles y enseres	2,428.00	10 años	242.80
TOTAL	11,174.85		2,280.15
Fuente: investigación de Campo			
Elaborado por: La Autora			

Autora: Tamba Mayra

Las depreciaciones se realizó de acuerdo a lo que determina la ley Orgánico del Régimen Tributario Interno (LORTI) es decir que se aplicó para cada rubro su porcentaje de depreciación es así que para los equipos de computación el 33.33%, equipos de oficina 10% y muebles de oficina el 10%

5.2 Cálculo del costo de oportunidad

El costo de oportunidad o costo alternativo es un concepto económico que permite designar el valor de la mejor opción no realizada o el costo de la inversión de los recursos disponibles a costa de las inversiones alternativas disponibles.

Podría decirse que el costo de oportunidad está vinculado a aquello a lo que un agente económico renuncia cuando toma una decisión.

Para que una inversión tenga lógica financiera, su rendimiento debe ser, como mínimo, igual al costo de oportunidad. De lo contrario, sería más lo que se pierde por descarte que lo que se gana por la inversión concretada.

El cálculo del costo de oportunidad, conocido también TRM que es la Tasa de rendimiento medio para el inversionista.

La TRM tiene dos componentes:

Costo del capital (del inversionista y del crédito)

Nivel de riesgo (expresado en una tasa)

Cuadro Nro. 33

CÁLCULO DEL COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTO MEDIO

DESCRIPCION	VALOR	%	TASA PONDERADA	VALOR PROMEDIO
Inversión propia	31.490,62	100,00	8,00	800,00
TOTAL	31.490,62			800,00

8,00

Fuente: investigación de Campo

Elaborado por: Mayra T.

$$\text{TRM} = (1+\text{CK})(1+\text{IF})-1$$

$$\text{TRM} = (1+0,08)(1+0.0541)-1 \quad 0,1865$$

18,65 BASE INFLACION

5.3 Proyecciones de Ingresos

Para la proyección de los ingresos está considerado el volumen de venta proyectado de acuerdo al 32% de la demanda insatisfecha. Para el primer año es de 22,902 unidades de hilos y para la proyección de los siguientes años se tomó como referencia la tasa de crecimiento económico manufacturero de Atuntaqui del 26% año 2011. Según datos proporcionados por la Cámara de Comercio. Pero para el presupuesto del proyecto se lo hará con el 20%. El precio de venta al público que es de \$ 3.60 dólares americanos se lo fijó de acuerdo al precio de mercado y a su proyección para los siguientes se aplicó un incremento del 5.41% inflación con que terminó el año 2011.

Cuadro Nro. 34

PROYECCIÓN PRESUPUESTO DE INGRESOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen proyectado	22,902	27,482	32,979	39,574	47,489
Precio proyectado	3.60	3.79	4.00	4.22	4.44
TOTAL VENTAS	82,446.34	104,288.02	131,916.00	166,863.19	211,068.58
Fuente: investigación de Campo					
Elaborado por: La Autora					

Autora: Tamba Mayra

5.3.2 Proyecciones de Costos

Constituye el costo de la ventas que se paga a los proveedores por lo mercadería vendida su costo por unidad es de \$ 2 dólares americanos.

Cuadro Nro.35

PROYECCIÓN PRESUPUESTO DE EGRESOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Volumen proyectado	22,902	27,482	32,979	39,574	47,489
Precio proyectado	2.00	2.11	2.22	2.34	2.47
TOTAL COSTOS	45,803.52	57,937.79	73,286.67	92,701.77	117,260.32
Fuente: investigación de Campo					
Elaborado por: La Autora					

Autora: Tamba Mayra

5.3.2.2 Gastos Operacionales

Los gastos operacionales son todos aquellos gastos administrativos en los que incurrirá la distribuidora de hilos como pago de remuneraciones al personal, por servicios básicos, mantenimientos y por depreciación del activo fijo.

El cálculo de sueldos y salarios se realizó con todos los beneficios de ley de acuerdo como lo establece el código de trabajo.

Cuadro Nro. 36.

PROYECCION DE SUELDOS Y SALARIOS

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo y salarios	25928,15	28520,96	31373,06	34510,36	37916,40
TOTAL	25928,15	28520,96	31373,06	34510,36	37916,40

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Tamba Mayra

Para la proyección del arriendo, publicidad, mantenimientos, fletes y servicios básicos se lo hizo con la inflación 5.41% con la que terminó el año 2011. Como se demuestran en las siguientes tablas.

Cuadro Nro. 37

ARRENDAMIENTO						
DESCRIPCION	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
local comercial	340.00	4,080.00	4,300.73	4,533.40	4,778.65	5,037.18
TOTAL	340.00	4,080.00	4,300.73	4,533.40	4,778.65	5,037.18
Fuente: investigación de Campo						
Elaborado por: La Autora						

Autora: Tamba Mayra

El arriendo que se pagará por el local comercial será de \$ 340 dólares americanos mensuales.

Cuadro Nro. 38.

PUBLICIDAD						
DESCRIPCION	TRIMESTRE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	300.00	1,200.00	1,264.92	1,333.35	1,405.49	1,481.52
TOTAL	300.00	1,200.00	1,264.92	1,333.35	1,405.49	1,481.52
Fuente: investigación de Campo						
Elaborado por: La Autora						

Autora: Tamba Mayra

Para publicidad se tiene previsto hacerlo cada trimestre con valor estimado de \$ 300 dólares americanos.

Cuadro Nro. 39.

MANTENIMIENTOS					
DESCRIPCION	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
mantenimientos equipos	150.00	158.12	166.67	175.69	185.19
TOTAL	150.00	158.12	166.67	175.69	185.19
Fuente: investigación de Campo					
Elaborado por: La Autora					

Autora: Tamba Mayra

El mantenimiento de equipos computarizados se lo realizará una vez al año y tendrá un costo de \$ 150 dólares americanos.

Cuadro Nro. 40

FLETES						
DESCRIPCION	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trasnporte	140.00	1,680.00	1,770.89	1,866.69	1,967.68	2,074.13
TOTAL	140.00	1,680.00	1,770.89	1,866.69	1,967.68	2,074.13
Fuente: investigación de Campo						
Elaborado por: La Autora						

Autora: Tamba Mayra

El servicio por flete se estima se lo hará una vez por mes con un costo de \$ 140 dólares americanos.

Cuadro Nro. 41

SERVICIOS BASICOS						
DESCRIPCION	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	30.00	360.00	379.48	400.01	421.65	444.46
Internet	18.00	216.00	227.69	240.00	252.99	266.67
Energía eléctrica	32.00	384.00	404.77	426.67	449.76	474.09
Agua	5.41	64.92	68.43	72.13	76.04	80.15
TOTAL	85.41	1,024.92	1,080.37	1,138.82	1,200.43	1,265.37
Fuente: investigación de Campo						
Elaborado por: La Autora						

Autora: Tamba Mayra

Los costos de servicios básicos son impuestos por las empresas estatales de acuerdo al consumo. Se toma como referencia los valores mensuales que pagan los locales comerciales que se aproximan a los \$85.41 dólares americanos.

5.3.3 Resumen de Gastos Proyectados

Cuadro Nro. 42

RESUMEN DE EGRESOS PROYECTADOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Salarios	25,928.15	28,520.96	31,373.06	34,510.36	37,961.40
Fletes	1,680.00	1,770.89	1,866.69	1,967.68	2,074.13
Publicidad	1,200.00	1,264.92	1,333.35	1,405.49	1,481.52
mantenimientos equipos	150.00	158.12	166.67	175.69	185.19
Arriendo	4,080.00	4,300.73	4,533.40	4,778.65	5,037.18
Servicios Basicos	1,024.92	1,080.37	1,138.82	1,200.43	1,265.37
TOTAL	34,063.07	37,095.98	40,411.99	44,038.30	48,004.80
Fuente: investigación de Campo					
Elaborado por: La Autora					

Autora: Tamba Mayra

Para las proyecciones de sueldos y salarios se consideró el aumento salarial del año 2010 al 2011 que fue del 10% de acuerdo a lo establecido por el Presidente de la Republica Actual.

5.4 Balance Situación Inicia

Cuadro Nro. 43

BALANCE DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO LARGO PLAZO	-
<u>Activos disponibles</u>	18.515,77		
Caja-Bancos	8.515,77		
Mercadería	<u>10.000,00</u>		
ACTIVO FIJO	11.174,85	TOTAL PASIVO	
Adecuación Edificio	5.000,00	PATRIMONIO	31.490,62
Equipo de computación	2.840,00	Capital Social	<u>31.490,62</u>
Equipos de oficina	906,85		
Muebles y enseres	2.428,00		
OTROS ACTIVOS			
<u>Activos Intangibles</u>	1.800,00		
Gastos de constitución	<u>1.800,00</u>	TOTAL PASIVO Y	
TOTAL ACTIVO	<u><u>31.490,62</u></u>	PATRIMONIO	<u><u>31.490,62</u></u>

Fuente: investigación de Campo

Elaborado por: Mayra Tamba

5.5 Proyecciones de Estados Financieros, de pérdidas y ganancia

Cuadro Nro. 44

BALANCE DE PERDIDAS O GANANCIA PROYECTADO					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS PROYECTADAS	82.446,34	104.288,02	131.916,00	166.863,19	211.068,58
(-) Costos de ventas	45.803,52	57.937,79	73.286,67	92.701,77	117.260,32
UTILIDAD BRUTA PROYECTADA	36.642,82	46.350,23	58.629,33	74.161,42	93.808,26
(-) Gastos operacionales	34.063,07	37.095,98	40.411,99	44.038,30	48.004,80
(-) depreciaciones	2.189,47	2.189,47	2.189,47	1.242,80	1.242,80
(-) amortizaciones	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
TOTAL DE GASTOS PROYECTADOS	36.612,53	39.645,45	42.961,45	45.641,10	49.607,60
UTILIDAD OPERACIONAL PROYECTADO	30,28	6.704,78	15.667,88	28.520,32	44.200,66
(-) GASTOS FINANCIEROS					
UTILIDAD PROY. ANTES 15 %	30,28	6.704,78	15.667,88	28.520,32	44.200,66
(-) 15 % TRABAJADORES	4,54	1.005,72	2.350,18	4.278,05	6.630,10
UTILIDAD PROYECTADA ANTES IR	25,74	5.699,06	13.317,70	24.242,27	37.570,56
UTILIDAD NETA	25,74	5.699,06	13.317,70	24.242,27	37.570,56

Fuente: investigación de Campo

Elaborado por: Mayra Tamba

5.6 Flujos de Efectivo

Aquí se puede determinar las entradas y salidas de efectivo que realizara la empresa en los cinco años.

Cuadro Nro. 45

FLUJO DE CAJA CON PROYECCIÓN						
DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Operacional		30,28	6.704,78	15.667,88	28.520,32	44.200,66
INGRESOS OPERACIONALES						
Capital Propio	31.490,62					
Capital Financiado	-					
(+) Depreciaciones		2.189,47	2.189,47	2.189,47	1.242,80	1.242,80
(+) Amortizaciones		360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
(+) Recuperación del capital de trabajo)						8.515,77
TOTAL INGRESOS EGRESOS NO OPERACIONALES		2.579,75	9.254,25	18.217,35	30.123,12	54.319,23
Inversión compra de activos					2.840,00	
(-) 15% Participación a trabajadores		4,54	1.005,72	2.350,18	4.278,05	6.630,10
TOTAL EGRESOS		4,54	1.005,72	2.350,18	7.118,05	6.630,10
FLUJO NETO		2.575,21	8.248,53	15.867,17	23.005,07	47.689,13
TOTAL INVERSION	31.490,62					

Fuente: investigación de Campo

Elaborado por: Mayra Tamba

5.7 Evaluación de la Inversión: Van, Tir, Recuperación de la Inversión, Costo Beneficio, Punto de Equilibrio

Cuadro Nro. 46

CÁLCULO DEL VAN					
INVERSIÓN	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
(31.490,62)	2.575,21	8.248,53	15.867,17	23.005,07	47.689,13
	1,1864	(1.1864)^2	(1.1864)^3	(1.1864)^4	(1.1864)^5
(31.490,62)	2.170,61	5.859,36	9.499,69	11.608,34	20.281,62

Fuente: investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

VAN: \$17.929

Con los resultados obtenidos de la evaluación, se puede concluir, que bajo estas circunstancias se aprueba la inversión del proyecto, ya que el VAN tiene un valor positivo, lo que indica que además de cubrir toda la inversión se tiene una ganancia de \$ 17,929 por lo tanto, se puede afirmar teóricamente que el proyecto es atractivo siempre y cuando los escenarios no cambien en forma significativa.

5.7.2 Tasa Interna de Retorno

Con los datos obtenidos se procedió a calcular la TIR, considerando la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente ecuación:

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJO ACTUALIZA TASA INFERIOR 34%	FLUJO ACTUALIZ TASA SUPERIOR 36%
0	(31.490,62)	(31.490,62)	(31.490,62)
1	2.575,21	1.921,80	1.893,53
2	8.248,53	4.593,75	4.459,63
3	15.867,17	6.594,55	6.307,87
4	23.005,07	7.135,17	6.724,62
5	47.689,13	11.038,13	10.250,02
	65.894,49	(207,23)	(1.854,94)

Elaborado por: Mayra Tamba

VAN CON TASA INFERIOR 34%

VAN CON TASA SUPERIOR 36%

VAN POSITIVO = (207,23)
 VAN NEGATIVO = (1.854,94)
1.647,71

1.647,71  2

(207,23)

$$\frac{(414,46)}{1.647,71} \quad (0,25)$$

34

TIR = 33,75 %

5.7.3 Recuperación de la inversión

El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda exactamente en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos que genera en cada periodo de su vida útil.

RECUPERACION DE LA INVERSION			
AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJO ACMUMULADO	INVERSION
0			31.490,62
1	2.575,21	2.575,21	
2	8.248,53	10.823,74	
3	15.867,17	26.690,90	
4	23.005,07	49.695,97	
5	47.689,13	97.385,10	

Fuente: investigación de Campo

Elaborado por: Mayra Tamba

$$26.690,90 \quad . = \quad \Sigma \text{ 4 años}$$

$$31.490,62 \quad . = \quad \text{Inversion}$$

$$31,490.62 - 26,690.90 \quad . = \quad 4.799,71$$

$$26,690.90 / 12 \quad . = \quad 2.224,24 \text{ por mes}$$

$$4.799,711 / 2.224,24 \quad . = \quad 2,16 \text{ 2 mes}$$

$$0.16 * 30 \quad \quad \quad 5 \text{ días}$$

5.7.4 Relación beneficio costo

La ecuación usada es la siguiente:

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = \frac{\sum \text{ingresos} / (1+i)^n}{\sum \text{egresos} / (1+i)^n}$$

Cuadro Nro. 47

COSTO BENEFICIO				
ANOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	82.446,34	82.416,05	69.487,71	69.462,19
2	104.288,02	97.583,24	74.081,15	69.318,40
3	131.916,00	116.248,12	78.978,24	69.597,86
4	166.863,19	138.342,87	84.199,04	69.807,71
5	211.068,58	166.867,92	89.764,96	70.966,94
TOTAL	696.582,13	601.458,20	396.511,10	349.153,10

Fuente: investigación de Campo

Elaborado por: Mayra Tamba

$$\text{COSTO BENEFICIO} = \frac{\sum \text{Ingresos Deflactados}}{\sum \text{Egresos Deflactados}}$$

$$\text{COSTO BENEFICIO} = \frac{396.511,10}{349.153,10}$$

$$\text{COSTO BENEFICIO} = 1,14$$

5.7.5 Punto de equilibrio

El Punto de equilibrio determina el volumen de ingresos por servicio con cual el ingreso total iguala a los costos y gastos totales que son la suma de los costos fijos más los costos variables.

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos}}}$$

Cuadro Nro. 48

PROYECCIÓN PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO	
DETALLE	AÑO 1
Ingresos	82.446,34
TOTAL INGRESOS	82.446,34
COSTOS FIJOS	
Gastos Administrativos	34.063,07
Depreciaciones y amortizaciones	2.549,47
TOTAL COSTOS FIJOS	36.612,53
COSTOS VARIABLES	
Costos de producción	45.803,52
Gastos Financieros	-
TOTAL COSTOS VARIABLES	45.803,52

Fuente: investigación de Campo

Elaborado por: Mayra Tamba

FORMULA :

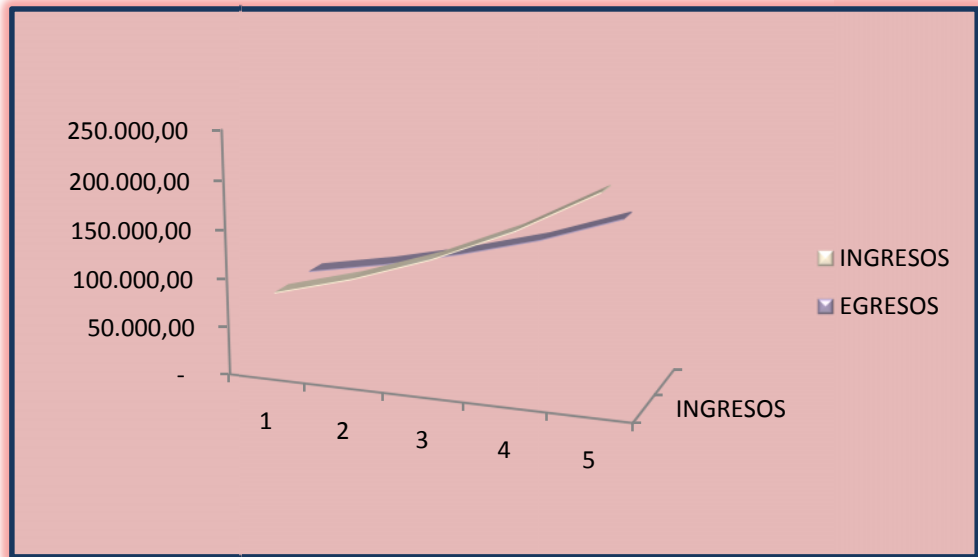
$$\begin{aligned}
 PE &= \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})} = \frac{36.612,53}{1 - (45.803,52 / 82.446,34)} \\
 &= \frac{36.612,53}{1 - (0,5555)}
 \end{aligned}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \$ 82.378,20$$

Como podemos observar el punto de equilibrio será cuando los ingresos igualem a los egresos en \$ 82,378.20 usd.

Gráfico Nro.17

PUNTO DE EQUILIBRIO



CAPÍTULO VI

6. IMPACTOS

6.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS.

El presente proyecto pretende generar ingresos a través de la venta de hilos de bordar para máquinas computarizadas

Es necesario un análisis de impactos que generen la creación de una microempresa distribuidora de hilos de bordar para máquinas computarizadas para ello se aplicara de la siguiente manera metodológica:

6.1.1 Áreas que se verán afectadas

6.1.1.1 Área empresarial,

6.1.1.2. Económico,

6.1.1.3 Social.

6.1.1 4 Educativo cultural

61.2 Matriz FODA

Se realizara esta matriz en un eje vertical y otro horizontal. En el eje vertical se encontrara un grupo de contextos que nos facilitara el análisis de los impactos. En el eje horizontal en cambio se encontrara un nivel de medición asignado, establecido de acuerdo a criterio del autor, con la siguiente tabla.

Cuadro Nro. 49

VALORACIÓN DE PUNTAJE IMPACTOS

NIVEL	MEDICIÓN
0	NULO
1	REGULAR
2	BUENO
3	MUY BUENO

Autora: Tamba Mayra

6.1.3 Sumatoria de la matriz

Se procederá a la sumatoria y se dividirá para el número total de contextos, dándonos como resultado el nivel de medición del impacto en esa área, el mismo que puede ser favorable o no.

6.1.4 Parte inferior de la matriz

Aquí se explicará cada uno de los contextos que la conforman indicando el por qué se le asigno el signo respectivo nivel de medición.

6.2 IMPACTO EMPRESARIAL.

Cuadro Nro. 50

VALORACIÓN DEL IMPACTO EMPRESARIAL

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN			
	0	1	2	3
Organización interna			x	
Fijación de precios			x	
Comercialización				x
Informes contables			x	
TOTAL			6	3

$$=6+3=9/4=2,10$$

Autora: Tamba Mayra

6.2.1 Organización interna.

Tiene una calificación de dos porque es importante que todo lo que realiza la empresa siga un proceso organizado y sistemático para evitar conflictos y caos laborales. Es importante que el trabajador conozca el grado de importancia que tiene su trabajo, que cada uno de ellos forma parte de equipo que aspira alcanzar un objetivo común. Con el propósito de cada

uno de los que trabajen en la microempresa de hilos pongan mucho énfasis para poder alcanzar los objetivos en el nivel de ventas.

6.2.2 Fijación de precios.

Se la ha calificado con dos, porque es necesarios para fijar un precio de venta, se deben tomar en cuenta varios factores como son: los costos de producción de la empresa fabricante, un margen de utilidad apropiado para la empresa, el precio de mercado establecido por la competencia y la capacidad económica del consumo para adquirir nuestros productos, como son los hilos de bordar para máquinas computarizadas.

6.2.3 Comercialización.

El puntaje obtenido es bueno porque se debe establecer estrategias que ayuden a la comercialización de hilos de bordar, mediante campañas de publicación y participación en ferias a nivel de la ciudad ya que los microempresarios de Atuntaqui son quienes adquieren nuestros productos.

El impacto comercial será positivo ya que el presente proyecto pretende abarcar a los clientes de hilos de bordar de la ciudad de Atuntaqui que serán las industrias textiles, para lo cual se debe que utilizar estrategias que permitan satisfacer las necesidades a través de la venta de hilos de bordar y de la atención al cliente

6.2.4 Informes contable.

Tienen una calificación de dos porque es necesario que toda actividad realizada por la empresa este respaldada por un documento que nos facilite la elaboración de los balances, los cuales nos resumirán todos los movimientos económicos que se han desarrollado en un período, sobre esta base el gerente podrá tomar decisiones oportunas y acertadas en bien de la empresa la realización y ejecución contable se encargara la

persona designada como Contador de la microempresa de hilos de bordar.

6.3 IMPACTO ECONÓMICO

Para la determinación del impacto económico hemos procedido a la realización de una tabla donde detallamos cada una de las opciones afectadas por el proyecto.

Cuadro Nro. 51

VALORACIÓN IMPACTO ECONÓMICO

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN			
	0	1	2	3
Análisis de gastos				x
Análisis de ingresos (ventas)				x
Crecimiento económico en Atuntaqui			x	
Aumento de salarios			x	
Mayor capital			x	
Creación de sucursales		x		
TOTAL		1	6	6

$=1+6+6=13/6=2,6$

Autora: Tamba Mayra

6.3.1 Análisis de gastos

Tiene una calificación de tres, porque se considera importante realizar un control de todos los gastos que se intervienen en la venta de hilos de bordar ya que estos gastos pueden ser innecesarios y nos permitirán establecer un precio de venta razonable y competitiva, tanto para la empresa como para el consumidor.

6.3.2. Análisis de Ingresos

El objetivo principal de muchas empresas es incrementar los ingresos económicos siendo la base fundamental para su desarrollo y prosperidad

de la misma. Esto lo logramos con el aumento del volumen de ventas netas de nuestro producto. Mientras más vendemos, mayores ingresos económicos; por tanto mayor liquidez. Por lo que se ha asignado un nivel de medición de dos.

6.3.3. Crecimiento Económico en Atuntaqui

La ciudad de Atuntaqui hoy en día es conocida como la fuente de producción y comercialización de diversos productos textiles y sus respectivas materias primas e insumos, por tal motivo en el impacto económico del proyecto de hilos se califica con un puntaje de dos ya que con la creación de la distribuidora de hilos se ayudara al crecimiento del Cantón.

6.3.4. Aumento de salarios.

Tiene una calificación de dos, porque si nuestra empresa prospera también sus trabajadores lo hacen, mayor oportunidad de trabajo proporcionando mayores ingresos económicos para sus familias, dándoles seguridad laboral, cumpliendo lo estipulado en las leyes que rigen el orden laboral.

6.3.5. Mayor capital

Nuestra empresa, al obtener mayores ingresos económicos, se convertirá en una empresa con mayor liquidez, lo cual constituirá un panorama atractivo para nuestros inversionistas, se facilitara la obtención de créditos que nos mejorara nuestras instalaciones, comprar tecnología de punta, dando una oportunidad de ser competitivos. Por ello se le ha asignado un nivel de dos.

6.3.6. Creación de nuevas sucursales.

Se le ha calificado con uno, porque no se ha prestado mayor interés en crear locales o sucursales que comercialicen insumos para las fábricas

textiles de la ciudad, lo si se podrá realizar es la ampliación del local para poder incrementar las ventas de hilos es decir que vamos a aprovechar lo que tenemos a partir de la utilidad del cuarto y quinto año se pretenderá incrementar la venta de hilos para ello será necesario de volver adecuar y a buscar nueva estructura física y no dedicarnos a crear sucursales.

6.4 IMPACTO SOCIAL.

Cuadro Nro. 52.

VALORACIÓN DEL IMPACTO SOCIAL

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN			
	0	1	2	3
Mejor nivel de vida			x	
Existirá mayor fuente de trabajo				x
Fomentar un mejor ambiente de trabajo			x	
Satisfacción de cliente				x
TOTAL			4	6

$=4+6=10/4=2.5$

Autora: Tamba Mayra

6.4.1 Mejor nivel de vida.

Este indicador tiene una calificación de dos, porque nuestros trabajadores podrán obtener dinero fruto de su trabajo en la microempresa distribuidora de hilos de bordar para poder sustentar los gastos de sus familias, tomando en cuenta que la ciudad de Atuntaqui presenta un índice bajo de desempleo.

6.4.2 Fuentes de trabajo.

Este contexto es el más importante, por ello se le ha calificado con tres, ya que se considera que habrá más plazas de trabajo, evitando el desempleo, la delincuencia, la pobreza de muchas familias, con el

crecimiento y la expansión de la distribuidora de hilos se pretenderá a partir del quinto año de funcionamiento invertir en la ampliación de la venta de hilos.

6.4.3 Fomentar un mejor ambiente de trabajo.

Por eso se da una calificación de dos. La buena organización, estabilidad laboral y el compañerismo entre empleados son incentivos que se deben aplicar en todas las empresas, para lograr que cada empleado de lo mejor de sí, en la actividad que desarrollan y se sienta una armonía dentro de la empresa, que se verá reflejado en la relación laboral.

La distribuidora de hilos de bordar pretende que sus trabajadores fomenten un ambiente armónico con el propósito de alcanzar los objetivos institucionales.

6.4.4 Satisfacción del cliente.

Se le asignado un nivel de medición de tres, ya que en una empresa su mayor activo son sus clientes, ya que son ellos los que dan vida a las mismas; por ello, es necesario que el cliente quede satisfecho con el bien adquirido, sin descuidar los siguientes parámetros: la atención, la calidad, el precio de venta, y ante todo que satisfaga la necesidad del usuario.

Para los clientes de la distribuidora de hilos de bordar se pretende brindar la mejor atención ya que esta microempresa será creada con el fin de satisfacer las necesidades de los microempresarios textiles.

6.5 IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL

Para la determinación de impacto cultural tomamos en cuenta una tabla con valores donde podemos señalar cada uno de los aspectos que se

verán afectados con la realización del proyecto de hilos de bordar, esto facilitara saber si este impacto es perjudicial para la cultura del cantón.

A continuación se realiza una demostración de cómo esta calificado el impacto cultural para lo cual necesitamos de cada aspecto a influenciar.

Cuadro Nro. 53

VALORACIÓN DEL IMPACTO EDUCATIVO

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN			
	0	1	2	3
Mayor nivel académico				x
Capacitación al personal				x
Cultura organizativa			x	
Desarrollo y creatividad			x	
Conocimientos tributarios				x
TOTAL			4	9

$=4+9=13/5=2,6$

Autora: Tamba Mayra

6.5.1 Mayor nivel académico.

Se ha asignado un nivel de medición de tres. Porque el personal debe conocer lo importante que es poseer conocimientos prácticos de los procedimientos de la empresa, ya que esto eleva el autoestima personal del trabajador y mejora el trato cultural entre compañeros y usuarios. Especialmente se requiere personal calificado y preparado académicamente para las funciones de vendedor y contador, es decir personal eficiente en el área administrativa.

6.5.2 Capacidad del personal.

Tiene una calificación de tres. Es importante que los dueños de las empresas y todo el personal que ahí labora tenga una capacitación constante en todas las aéreas como: servicio al cliente, relaciones

humanas, ya que esto permitirán ser competitivos ante otras empresas de características semejantes a la nuestra.

6.5.3 Cultura organizacional.

Se le ha asignado un nivel de dos. Es importante que todo empleado que trabaje dentro de la empresa tenga conocimientos sobre quiénes son sus jefes inmediatos, el papel o cargo que desempeñan, el número de funciones específicas que realiza cada puesto de trabajo, la responsabilidad del mismo y las políticas internas que rigen a la empresa para que no exista confusiones ni altercados entre los trabajadores.

6.5.4 Desarrollo y creatividad.

Tiene una calificación de dos, por que quien ponga en marcha este tipo de microempresa debe manejarse con ideas creativas que le permita atraer a los clientes para poder ir avanzando en el ámbito de la expansión. La microempresa de hilos será creada de una necesidad que tiene los microempresarios textiles del cantón de Antonio Ante pero también surge de la iniciativa de poder solucionar dichas necesidades.

6.5.5 Conocimientos tributarios.

Tiene un nivel de tres. Ya que el ámbito del pago al fisco se ha convertido en algo obligatorio y la importancia de educarse en tributación es imprescindible, ya que muchas empresas por desconocimiento, evasión o mala aplicación de las leyes que rigen los tributos al Estado, hayan sufragado exuberantes cantidades de dinero, provocando la descapitalización de la empresa y en ocasiones, el cierre de los negocios. Por taGl motivo la persona encargada del pago de tributos y del cumplimiento de la ley del régimen tributario debe tener pleno conocimiento para que la microempresa de hilos tenga un funcionamiento correcto.

6.6. Impacto Ambiental

A continuación se presenta la valoración de los respectivos aspectos que influyen en el impacto ambiental.

Cuadro Nro. 54

VALORACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN			
	0	1	2	3
Clasificar cartones			x	
Reutilizar cajas				x
Reciclar tubos en las empresas				x
Empaque final en fundas degradables				x
TOTAL			2	9

$$=2+9=11/4=2,75$$

Autora: Tamba Mayra

ANÁLISIS

En el impacto ambiental hemos clasificado cada aspecto de acuerdo a lo que se pretende realizar con todo aquello se que pueda volver a utilizar para lo cual tenemos previsto reciclar de las empresas textiles de Atuntaqui lo que son los tubos en donde se envuelve el hilo para que la empresa fabricante pueda utilizarnos, así también todo lo referente a cajas y cartones pretendemos re utilizar y las que no sirvan se entregaran a las personas recicladoras, en cuanto al empaque final vamos a entregar el hilo o los hilos en fundas de bajo nivel de degradación para así evitar mayor contaminación ambiental en la ciudad de Atuntaqui.

6.7 IMPACTO GENERAL.

Cuadro Nro. 55
VALORACIÓN DEL IMPACTO GENERAL

CONTEXTOS	NIVELES DE MEDICIÓN			
	0	1	2	3
Impacto Empresarial			x	
Impacto Económico			x	
Impacto Social			x	
Impacto Educativo Cultural			x	
TOTAL			8	

$=8/4=2$

Autora: Tamba Mayra

6.8 ANÁLISIS GENERAL

De acuerdo a los parámetros de los principales impactos se menciona que se ha generalizado con una calificación de dos; esto quiere decir que su aplicación traerá consecuencias positivas tanto en el área empresarial, económica, social, educativa cultural y ambiental. La persona que ponga en marcha la microempresa de hilos de bordar sabrá como poder alcanzar los objetivos. El desarrollo de las empresas a nivel empresarial significara, el crecimiento del cantón de Antonio Ante ya que incrementara fuentes de trabajo.

CONCLUSIONES

- La creación de microempresas comerciales en la ciudad es una buena opción para aquellos que comercialicen insumos de hilos de bordar y demás derivados de las materias primas ya genera dependencia económica por cuanto Atuntaqui es una ciudad textil.
- Los Hilos de bordar tiene gran acogida por los microempresarios textiles de la ciudad de Atuntaqui ya que les permiten dar un valor adicional a sus prendas a través de los bordados.
- En el Cantón de Antonio Ante existe una demanda insatisfecha debido a que existe un solo almacén que vende estos insumos, por existe alternativa positiva para crear un nueva distribuidora de hilos de bordar.
- La localización de la microempresa es factible por cuanto el sitio donde se ubicara es un lugar centrado en la ciudad, lo que permitirá que los microempresarios acudan con facilidad ya que las fábricas se encuentran a los alrededores de donde se colocara la empresa.
- De acuerdo al estudio económico y financiero esta microempresa maneja una inversión de \$31490,62, la recuperación del total de esta inversión estará en el cuarto año.

RECOMENDACIONES

- Crear una microempresa comercializadora de hilos de bordar que brinde al cliente un producto de calidad, acompañado de una buena atención al cliente.
- Seleccionar proveedores especializados en la fabricación de hilos de bordar para que se pueda vender insumos de alta calidad.
- Realizar diagnósticos de manera continua para que permita determinar la posición del producto, el grado de competencia, y necesidades de los productores textiles para tener oportunidades en el campo comercial.
- La cámara de comercio de Atuntaqui debe fomentar y promover actividades comerciales y textiles mediante estrategias de penetración en el mercado como son las ferias internas, para si incrementar la economía del Cantón.
- Realizar periódicamente controles y evaluaciones económicas con el propósito de medir y analizar los niveles de rendimiento financiero para que permita una correcta toma de decisiones.

BIBLIOGRAFÍA

BLOCK, Stanley B, HIRT, Geoffrey A.(2005), “**Administración Financiera**”, Segunda Edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

BACA URBINA, Gabriel. (2006),“**Evaluación de Proyectos**”, Quinta Edición Mac Graw Hill, México.

CORDOBA, Marcial. (2006), “**Formulación y Evaluación de Proyectos**”, Primera Edición, EdicionesECOECOE, Colombia.

JÁCOME, Walter (2005); **Bases teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión**; EDITORIAL UNIVERSITARIA, Ibarra – Ecuador

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. (2008),“**Principios de Marketing**”, Duodécima edición, Editorial PEARSON EDUCACION S.A., Madrid (España).

MONTEROS, Edgar,(2006); **Manual de Gestión de Microempresa**; editorial UTN, Ibarra – Ecuador.

NÚÑEZ, Z, Rafael. (2007),“**Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión**”, Primera Edición, Editorial Trillas, México.

ORTÍZ, Alberto G, (2005), **“Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico”**, Segunda edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A, Bogotá-Colombia.

ROMERO, Javier. (2006), **Principios de Contabilidad**, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill Interamericana México.

SAPAG, CH, Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008), **“Preparación y Evaluación de Proyectos”**, Quinta edición, McGRAW-HILL INTERAMERICANA, S.A, México.

STANTON, William J, ETZEL, Michael J, WALKER, Bruce J.(2007), **“Fundamentos de Marketing”**, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

ZAPATA, Sánchez Pedro. (2008), **“Contabilidad General”**, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V, México, D. F.

LINCOGRAFÍA

- [http:// www.elgoiba.com2008/2009/definiciondehilos](http://www.elgoiba.com2008/2009/definiciondehilos)
- [http:// www.afnor.com2009/2010/manejo de-bordados](http://www.afnor.com2009/2010/manejo de-bordados)
- [http:// www.hungri.com/fasesdelbordado](http://www.hungri.com/fasesdelbordado)
- [http:// www.com.ec/tecnicasde-hilos](http://www.com.ec/tecnicasde-hilos)
- [http:// www.info.com/wiki/hilos](http://www.info.com/wiki/hilos)
- [http:// www.solvin.com/hilos](http://www.solvin.com/hilos)
- [http:// www.hilatura.com.manejo](http://www.hilatura.com.manejo)
- <http://www.ii.iteso.mx/proy%20inv/EstudioEconomico.htm>
- <http://definicion.de/costo-de-oportunidad/>
- <http://cámara de comercio desarrollo de Antonio Ante>

ANEXOS

MATRIZ DE OPERAZIONALIZACION PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN
1. Establecer un análisis para identificar los hilos a ofertarse en la ciudad de Atuntaqui	- Oferta	- Identificación de competidores. - Características de los competidores. - Factores estratégicos.	- Observación - Observación - Observación	- Competencia - Competencia - Competencia
2. Establecer un análisis para identificar la cantidad de hilos de bordar a demandarse en la ciudad de Atuntaqui.	- Demanda	- Características del consumidor. - Lugar de compra - Frecuencia de compra - Cantidad de compra	- Encuesta - Encuesta - Encuesta - Encuesta	- Consumidores - Consumidores - Consumidores - Consumidores
3. Determinar las estrategias dede la comercialización de hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui.	- Comercialización	- Diseño del producto - Estrategias de precio de entrada. - Canales de distribución - Estrategia de comunicación	- Encuesta - Observación - Encuesta - Encuesta	- Consumidores - Competencia - Consumidores - Consumidores

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Encuesta dirigida a los propietarios de las microempresas textiles y a las personas que realizan servicios de bordado computarizados en la ciudad de Atuntaqui.

OBJETIVO "Identificar la factibilidad de crear una comercializadora de hilos de bordar de maquinas computarizadas en la ciudad de Atuntaqui."

ENCUESTA

Sírvase marcar con una X las preguntas que a continuación se muestran:

1.- ¿Los productos que fabrica usted de qué calidad son?

Buena -----
Regular -----
Mala -----
Ninguno -----

2.- ¿Qué valor agregado coloca usted en sus productos terminados?

Bordado -----
Estampado -----
Ninguno -----

3.- ¿En qué ciudad compra usted insumos para los bordados de los productos que fabrica?

Atuntaqui -----
Quito -----
Ambato -----
Ninguno -----

4.- ¿Qué colores utiliza usted para bordar las prendas?

Colores neutros -----
Colores claros -----
Gama de color -----

5.- ¿Cuántos tubos de hilos utiliza semanalmente en los bordados para los productos que fabrica?

1tubo a 5 -----
2tubos a 10 -----
10tubos a más -----

6.- ¿Con qué frecuencia compra los insumos para bordar?

Diario -----
Semanal -----
Quincenal -----
Mensual -----

7.- ¿Cuánto invierte usted en comprar hilos de bordar para las maquinas computarizadas?

10 a 50 -----
50 a 100 -----
100 a mas -----

8.- ¿Qué marca de hilos de bordar adquiere usted?

Ecualeñ -----
Ecuanyl -----
Incolor -----

9.- ¿La atención que recibe usted al momento de realizar sus compras de insumos es?

Satisfactoria -----
Poco satisfactorio -----
Insatisfactorio -----

10.- ¿Considera necesario que se cree una comercializadora de hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui?

Si -----
No -----

11- ¿Estaría usted dispuesto a comprar hilos de bordar en esta comercializadora?

Si -----
No -----

Por que -----

12.- ¿Que sugerencias daría usted para que funcione el local de hilos de bordar?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

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

Entrevista dirigida al representante de la cámara de comercio de Atuntaqui.

Objetivo: la presente entrevista esta encaminada a determinar la factibilidad de crear una comercializadora de hilos de bordar de maquinas computarizadas en la ciudad de Atuntaqui.

Datos Informativos

Entrevistado: Entrevistador:.....

Cargo o Función: Fecha:.....

Lugar:..... Hora:..... Duración:.....

CUESTIONARIO:

¿Con qué fin se creo la cámara de comercio de Antonio Ante?

¿ Cuáles son las funciones que realiza la cámara de comercio?

¿Qué Actividades han logrado el desarrollo del canton ?

¿De qué manera la cámara de comercio promueve la creación de microempresas en le Cantón?

¿Qué requisitos se requiere para que una microempresa pertenezca a la cámara de comercio de la ciudad de Atuntaqui.?

¿Actualmente cuantos locales comerciales de hilos de bordar se encuentran registrados en la cámara de comercio?

¿Desde su punto de vista como representante de la cámara de comercio Considera que los propietarios de las microempresas textiles deben adquirir los insumos como hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui.?

¿Cree usted conveniente que se cree una nueva comercializadora de hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui?

¿Qué sugerencias daría usted en caso que se implantara un nuevo almacén dedicado a la comercialización de hilos de bordar para las máquinas computarizadas en la ciudad?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Modelo de Registro de Observación

Caso Observado: COMPORTAMIENTO DE LOS VENDEDORES DE ENCANOR		
Localidad:	Comunidad:	Ficha N°:
Informante:	Fecha:	Observador:
Contenido:	Aspectos que se observan: Quienes participan:	Conclusiones:

Modelo de Registro de Observación

Caso Observado: CLIENTES DE ENKADOR		
Localidad:	Comunidad:	Ficha N°:
Informante:	Fecha:	Observador:
Contenido:	Aspectos que se observan: Quienes participan:	Conclusiones:

Modelo de Registro de Observación

Caso Observado: EMPRESARIOS Y PERSONAS QUE DAN SERVICIO DE BORDADOS		
Localidad:	Comunidad:	Ficha N°:
Informante:	Fecha:	Observador:
Contenido:	Aspectos que se observan: Quienes participan:	Conclusiones:

Modelo de Registro de Observación

Caso Observado: COMPORTAMIENTO DE LOS VENDEDORES DE ENKANOR		
Localidad: Atuntaqui	Comunidad: Atuntaqui	Ficha :septiembre 2011
Informante:	Tipo de instrumento: Ficha	Observador: Mayra Tamba
<p>Contenido:</p> <p>El día 13 de septiembre del 2011 se ingreso al almacén Enkador ubicado en la calle rio Amazonas a las 4 de la tarde y se evidencio que habían compradores de hilos que estaban incomodos por la demora de la vendedora, al igual que no encontraron hilos del color y peso que solicitaban.</p>	<p>Aspectos que se observan:</p> <p>Quienes participan: Microempresarios textiles de Atuntaqui. Vendedora de ENKADOR MARITEX CAMILA SPORT MISHEL TEX CAMILITO KIDS</p>	<p>Conclusiones:</p> <p>Se concluye luego de haber observado de manera directa que el lugar donde se vende los hilos de bordar en la ciudad de Atuntaqui no cuenta con el suficiente espacio para poder vender al igual que la persona encargada de ventas no presta atención suficiente a los señores compradores ya que ellos habían solicitado hilos de color hace una semana y no tenían en el almacén.</p>

Modelo de Registro de Observación

Caso Observado: CLIENTES DE ENKADOR		
Localidad:ATUNATQUI	Comunidad:ATUNTAQUI	Ficha N°:2
Informante:DISCRETO	Fecha: 23 DE OCTUBRE 2011	Observador: Mayra Tamba
<p>Contenido:</p> <p>Se pudo observa a los clientes de enkador presentar molestias por que en el almacén de la ciudad de AtuntaquiEnkador no contaban con los suficientes hilos de colores sugeridos por los clientes</p>	<p>Aspectos que se observan:</p> <p>Quienes participan:</p> <p>Compradores de hilos de bordar</p>	<p>Conclusiones:</p> <p>No cuenta con el inventario suficiente requerido por los clientes la persona encargada de vender los hilos se dirige a los clientes diciendo como justificación que de la fabrica no envían los hilos.</p>

Modelo de Registro de Observación

Caso Observado: EMPRESARIOS Y PERSONAS QUE DAN SERVICIO DE BORDADOS		
Localidad:ATUNATQUI	Comunidad:ATUNTAQUI	Ficha N°:3
Informante:	Fecha:6 DE Enero 2012	Observador: Mayra Tamba
<p>Contenido:</p> <p>Las personas que realizan servicios de bordado computarizado ocupan en mayor cantidad los hilos de color blanco y negro ya que todos los bordados tiene estos colores lo que permite que se adquiera en mayor cantidad estos insumos también se observo que un bordado depende del tipo de maquinaria y del hilo que se utiliza ya que estos son claves para tener una prenda de calidad.</p>	<p>Aspectos que se observan:</p> <p>Quienes participan:</p> <p>MARITEX BORDADOS (SIN NOMBRE) UBICADOS EN LA CALLE ROCAFUERTE</p>	<p>Conclusiones:</p> <p>Es clave que la microempresa distribuidora de hilos tenga en sus inventarios los colores primarios ya que estos son los que mas se utilizan.</p>

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA SUPERIOR DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Entrevista dirigida al representante del almacén de Enkador

Objetivo

o: la presente entrevista esta encaminada a determinar la factibilidad de crear una comercializadora de hilos de bordar de maquinas computarizadas en la ciudad de Atuntaqui.

Datos Informativos

Entrevistado: Entrevistador:.....

Cargo o Función: Fecha:.....

Lugar:..... Hora:..... Duración:.....

CUESTIONARIO

1.- ¿CONSIDERA QUE EL PRODUCTO QUE VENDEN SI TIENE ACOGIDA EN LA CIUDAD DE ATUNTAQUI.?

2.- ¿CUÁLES SON LAS CARACTERÍSTICAS DE UN HILO DE BORDAR?

3.- ¿CUÁLES SON SUS PROVEEDORES POTENCIALES?

4.- ¿CÓMO DETERMINAN EL PRECIO DE VENTA DE UN HILO DE BORDAR?

5.- ¿Cuál ES SU COMPETENCIA DENTRO DE LA RAMA DE HILOS DE BORDAR?

6.- ¿CUMPLE CON LOS ASPECTOS Y REQUERIMIENTOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO?

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANALISIS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA

LUGAR: ATUNTAQUI

EMPRESA OBSERVADA: ENKADOR

CASO OBSERVADO: COMPORTAMIENTO DE LOS CLIENTES Y VENDEDORES

DESARROLLO DEL ANÁLISIS

1.- Se realizo una observación en el local de enkador ubicado en la calle rio amazonas y espejo con el fin de determinar el comportamiento de los clientes al momento de realizar sus compras, prácticamente se determino lo siguiente:

- Presentaban molestias por cuanto no eran atendidos con prontitud ya que una sola persona era la que atendía y la misma realizaba funciones de cobro esto produjo que se retarde en atender a todos.
- También se palpo que no tienen ordenadamente los registros de los clientes lo que produce pasa tiempo ya que tienen que estar buscando la lista de clientes.
- Se visualizo un desorden en la bodega ya que no tiene en sitios propios para que el cliente pueda solicitar los hilos. Les hace falta perchas o estands.
- De la misma manera no se tiene conocimiento de las características de los hilos ya que el cliente solicita saber por que es diferente un hilo de tal marca como ecualen y prime.

ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA TELEFÓNICA A ENKADOR

De acuerdo a las preguntas planteadas telefónicamente se procedió a analizar las preguntas de manera general ya que por motivo de tiempo generalizo las respuesta.

Respuestas:

- Se considera que un hilo de borda tiene características tanto físicas como de composición que son las siguientes: contiene 0.15 gramos es realizado en material poliéster, sintético, acrílico dependiendo de la empresa productora, presenta durabilidad y resistencia y esta envuelto en un cono lo que representa hebras medibles en 5468 yardas.
- Su empaçado individual es realizado en fundas de selofan o de polietileno, en su presentación se ve un logo de la empresa fabricante, y también del almacèn que distribuye.
- Aproximadamente se vende en un promedio mensual de 264 hilos prácticamente muchas veces no se cumple con el cliente por cuanto las fabrica no nos entregan a tiempo, y esto ocasiona que se pierda clientes ya que ellos acuden a comprar en QUITO AMBATO.
- Los precios se determinan en relación a factores como son la competencia , los proveedores, los costos y la competencia pero generalmente son precios redondeados que manejan todos quienes venden estos productos y esta entre\$ 3.15 y 3.60 vende ENKADOR que es la marca reconocida



PROFORMA
00004579

Señor (es): a Mayra Tamba Fecha: 04 enero 2012
 RUC o CI:
 DIRECCIÓN: Atuntaqui

<i>Cant</i>	<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>V.UNITARIO</i>	<i>V. TOTAL</i>
1	Calculadora sumadora	42,00	42,00
1	Impresora multifuncional escaner , impresora y copiadora HP	112,00	112,00
4	Computadora de 500 500 GHZ Samsun	625,00	2.500,00
3	impresoras samsun 2240	76,00	228,00
	SUBTOTAL		2.882,00
	IVA		345,84
	TOTAL		3.227,84

VALIDEZ DE LA PROFORMA : 15 DIAS

Firma autorizada

Cliente



Dirección: Pedro Moncayo 7-13 y Olmedo
 Telf.: 2953400 Fax: 2611107
 RUC.: 1001200151001

Ibarra: 12-ene-12

Cliente: Mayra Tamba
 Dirección: Atuntaqui

RUC:
 Teléfono:

Cant	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1,00	Escritorio Ejecutivo presidencia	205,00	205,00
3,00	Escritorio Personal Administrativo	110,00	330,00
1,00	Sillón gerente	120,00	120,00
4,00	Silla giratorias	42,00	168,00
1,00	sofabipersonal	115,00	115,00
4,00	Sillas de recepcion	35,00	140,00
1,00	Mesa operativa (reuniones)	260,00	260,00
8,00	Sillas	30,00	240,00
10,00	Sillas de espera	30,00	300,00
1,00	Archivador gerencia	185,00	185,00
1,00	Archivador area administrativa	165,00	165,00
1,00	Mesa central	40,00	40,00
	SUBTOTAL		2.268,00
	IVA		272,16
	TOTAL		2.540,16

Tiempo de entrega: Inmediato
 Forma de pago: Contado
 Validez de la proforma: 15 días

 Firma

 Cliente

