



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
PEQUEÑA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
COBERTORES Y EDREDONES EN EL SECTOR LOS CEIBOS
CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA IMBABURA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA CPA

AUTORA:

CARLA CECILIA CHILAMÁ ALMEIDA

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO:

Msc. ANA ARCINIEGAS

Ibarra, febrero 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la presentación de un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de producción y comercialización de cobertores y edredones en el sector los Ceibos ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Para promover la producción en esta ciudad. En el diagnóstico situacional se analizó el macro y micro entorno, para determinar aliados y oportunidades. En el segundo capítulo se desarrolló el marco teórico en el que se sustentan las variables del estudio técnico y financiero. En el estudio de mercado se determinó que existe donde un mercado significativo para cobertores y edredones. El estudio técnico identificó el lugar idóneo de localización de la empresa, diseño de instalaciones, se estableció inversiones y costos de operación. En el quinto capítulo se presentó Estados financieros y se elaboró el flujo de caja para determinar indicadores financieros como: el valor actual neto (VAN 23691 \$), la tasa interna de retorno (TIR 23.56 %) para determinar su viabilidad. En la estructura organizacional se determinó el modelo administrativo que tendrá el proyecto. Finalmente el último capítulo determinó que el proyecto tendrá un impacto altamente positivo, y que ambientalmente no ocasiona deterioro a la zona de intervención peor aún a la ciudad, la optimización de espacios, la no generación de desechos y el aumento de empleo garantiza que la unidad productiva se viable económica y socialmente.

SUMMARY

The objective of this project is a feasibility study to create a small business, the production and marketing of blankets and quilts in Los Ceibos neighborhood in Ibarra city, Imbabura province. On the First Chapter, the situational assessment, the macro and micro environment were analyzed to determine allies and opportunities. On the second chapter, the theoretical framework was developed, where the variables of the technical and financial study were based. On the Third Chapter, the market study determined that there is a significant market for blankets and quilts. On the Fourth Chapter, the technical study identified an ideal area for this business, facilities for its design and investment and operating costs were established. On the fifth chapter, financial statements and cash flow were developed to determine financial indicators such as net present value (NPV 23.691 \$) and internal rate of return (IRR) to determine its viability. In the organizational structure, the administrative model was determined that the project will have. Finally, the last chapter determined that the project will have a highly positive impact, and environmentally, it will not cause deterioration of the area of intervention not either the city, optimization of spaces, no waste generation and increasing of employment ensure that the production unit is economically and socially viable.

KEYWORDS: blankets, quilts, business, financial indicators, increasing



AUTORÍA

Yo, **Chilamá Almeida Carla Cecilia**, portador de la cédula de identidad, declaró bajo juramento que el trabajo desarrollado es de mi autoría: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES Y EDREDONES EN EL SECTOR LOS CEIBOS CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA IMBABURA**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas tomadas en cuenta en este documento.

Declaro que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la inscripción pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 24 días del mes de Febrero del 2016.



CHILAMÁ ALMEIDA CARLA CECILIA

C.C. 040170958-9

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Chilamá Almeida Carla Cecilia**, para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES Y EDREDONES EN EL SECTOR LOS CEIBOS CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA IMBABURA”**.

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

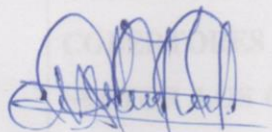
En la ciudad de Ibarra a los 24 días del mes de Febrero del 2016.

Msc. Ana Arciniegas.

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

Yo, **Chilamá Almeida Carla Cecilia** con Cédula de Ciudadanía N° 040170958-9, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5, y 6, en calidad de autora del Trabajo de Grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES Y EDREDONES EN EL SECTOR LOS CEIBOS CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar el título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA., en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor no reservado los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



.....
CHILAMÁ ALMEIDA CARLA CECILIA

C.C. 040170958-9

Ibarra, a los 24 días del mes de febrero del 2016.

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE L NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:			
APELLIDOS Y NOMBRES:		CHILAMÁ ALMEIDA CARLA CECILIA	
DIRECCIÓN:		Los Ceibos, Calle Tobías Mena 1-26 y Río Quinde	
TELÉFONO FIJO:	5003-155	TELÉFONO MÓVIL:	0982679993
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:		ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA DE CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES Y EDREDONES EN EL SECTOR LOS CEIBOS CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA IMBABURA	
AUTOR:		CHILAMÁ ALMEIDA CARLA CECILIA	
FECHA:		12 de septiembre de 2016	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:		<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:		Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.	
ASESOR /DIRECTOR:		Msc. Ana Arciniegas.	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

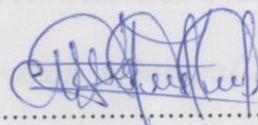
Yo, **Chilamá Almeida Carla Cecilia** con Cédula de Ciudadanía N° 040170958-9, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de obra y trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos. Para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Yo como autor manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y soy el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumo la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldré en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Fecha: Ibarra 12 de septiembre de 2016

LA AUTORA



.....
Chilamá Almeida Carla Cecilia

C.C. 040170958-9

Carla Chilamá.

DEDICATORIA

Este trabajo de grado lo dedico en primer lugar a Dios y a mi madre ya que son la fuente y motor de mi vida, en segundo lugar quiero dedicar este trabajo con mucho amor y admiración a mi hermano, ya que al no estar mi padre conmigo, el asumió toda la responsabilidad a su cargo, estando a lo largo de mi vida en cada dificultad me ha ido formando hasta llegar a ser la mujer que soy ahora. Por otra parte está dedicado a mi padre, que a pesar de no estar conmigo, me dado la fuerza necesaria en todo momento y nunca me ha desamparado, principalmente porque encontrarse a lado del Creador, y con toda seguridad el ha sido quien ha intercedido por mí ante Dios, brindándome de sabiduría, responsabilidad, fortaleza y sobre todo me ha enviado personas maravillosas que siempre se han preocupado por mí y me han ayudado a alcanzar este logro profesional en mi vida.

Además le dedico a toda mi familia, a mi mamá que ha cuidado de mí, siendo bondadosa y me ha sabido educar, a mis hermanas y hermanos que han sido mis amigos mis confidentes y han estado en todo momento conmigo, a mi hija que la razón principal de superación en mi vida, personas que aprecio con todo mi corazón.

Carla Chílamá.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mis sentimientos de gratitud a Dios por darme la vida y la sabiduría para poder llegar a esta etapa de mi vida, después de atravesar varios obstáculos, y hoy encontrarme en la culminación de mi carrera universitaria.

A mi familia quienes me han inculcado valores y principios, se han preocupado y me han apoyado de una u otra forma para el logro de este preciado sueño.

A mis docentes y maestros que me han enseñado e impartido todos los conocimientos necesarios y más que nada han cultivado valores éticos y morales para seguir formándome como persona íntegra para la sociedad.

A la prestigiosa Universidad técnica del Norte casona universitaria que me ha visto crecer y desarrollarme como profesional.

A mis amigos y a todas las personas que en su momento fueron parte de vida universitaria, como olvidar todos los gratos momentos compartidos, y de manera especial a mi esposo que de una u otra forma ha estado apoyándome siempre y todos quienes se han preocupado del desarrollo de mi tesis y me han apoyado en este proceso, a todos ellos Gracias.

Carla Chílamá.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE L NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE CUADROS.....	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
PRESENTACIÓN.....	xxiv
INTRODUCCIÓN	xxv
JUSTIFICACIÓN	xxvi
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxvii
Objetivo General.....	xxvii
Objetivos específicos	xxvii
CAPÍTULO I	28
DIAGNOSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Objetivos Diagnósticos	28
General.....	28
Específicos	28
Variables Diagnósticas.....	29
Macro entorno.....	29
Entornosectorial	29

Micro entorno.....	29
Indicadores que definen a las variables	30
Macro entorno.....	30
Políticos.....	30
Económico	30
Social.....	30
Tecnológico.....	30
Legales	31
Entorno Sectorial	31
Micro entorno.....	31
Matriz de relación diagnóstica	32
Análisis de las variables diagnósticas	34
Macro entorno.....	34
Factores Políticos	34
Factores Económicos	35
Factores Sociales.....	36
Factores Tecnológicos	37
Factores Legales.....	38
Entorno Sectorial	39
Cliente	39
Competidores	39
Proveedores.....	40
Mirco Entorno.....	41
Área de ventas.....	41
Recursos Tangibles	41
Área contable Administrativa	41
Recursos Intangibles	42
Análisis del entorno externo	43
Cruces estratégicos.....	44
AO (Aliados-Oportunidades).....	44
OO (Oponente-Oportunidades).....	44
AR (Aliados-Riesgos).....	45
Identificación de la oportunidad de la inversión.....	45
CAPÍTULO II.....	47

MARCO TEÓRICO.....	47
Proyectos.....	47
Concepto	47
Clasificación de los proyectos	47
Etapas de los proyectos.....	47
La empresa	48
Concepto	48
Pequeña Empresa	48
Definición	48
Importancia	49
Clasificación	49
Estudio de Mercado	50
Producto	50
Cobertores y edredones.....	51
Edredones.....	51
Cobertores	51
Modelos.....	51
Diseño	52
Definición	52
Procesos para el diseño	52
Producto terminado.....	53
Precio	53
Concepto de precio para la empresa	53
Conceptos de precio para los consumidores	53
Estrategias de determinación del precio	53
Oferta	54
Demanda	54
Canales de comercialización.....	54
Estudio Técnico	55
Determinación del tamaño óptimo.....	55
Localización del proyecto	56
Ingeniería del proyecto	56
Estudio Organizacional.....	56
Misión	57

Visión.....	57
Valores empresariales	57
Estudio Financiero	58
Estado de Situación Inicial.....	58
Estado de Resultados	58
Flujo de Efectivo.....	59
Valor Actual Neto (VAN).....	59
Tasa interna de retorno (TIR)	60
Costo – Beneficio.....	60
CAPÍTULO III.....	61
ESTUDIO DE MERCADO	61
Introducción	61
Objetivos del estudio de mercado	62
Objetivo general.....	62
Objetivos específicos	62
Variables de Estudio	62
Indicadores de las variables	63
Matriz del Estudio de Mercado.....	65
Identificación del producto	66
Características	66
Segmentación de mercado	66
Identificación de la población.....	67
Mercado meta.....	67
Fórmula para el cálculo de la muestra	67
Cálculo de la muestra.....	68
Encuesta dirigida a familias del cantón Ibarra	70
entrevista realizada a los productores de cobertores y edredones de la ciudad de Ibarra y Atuntaquí.....	81
Demanda	83
Identificación de la demanda	83
Comportamiento de la demanda actual.....	83
Proyección de la demanda	84
Oferta	85

Análisis de la oferta	85
Comportamiento de la oferta	85
Proyección de la oferta.....	86
Demanda potencial a satisfacer.....	86
Demanda a satisfacer por el proyecto	87
Precios.....	87
Proyección de precios	88
Comercialización	89
Estrategias del producto.....	89
Estrategias de plaza.....	90
Estrategias de precio	91
Estrategias de publicidad	91
Conclusiones del estudio de mercado	91
CAPÍTULO IV.....	93
ESTUDIO TÉCNICO	93
Objetivos.....	93
Objetivo general.....	93
Objetivos específicos	93
Localización.....	93
Macro localización.....	94
Micro localización	94
Ingeniería del proyecto	96
Descripción técnica del producto.....	97
Identificación y selección de procesos.....	98
Listado de Equipos.....	98
Descripción Insumos.....	99
Distribución interna equipos	100
Tamaño del proyecto.....	102
Disponibilidad de materia prima.....	102
Disponibilidad de mano de obra	103
Disponibilidad de vías de acceso	104
Disponibilidad de financiamiento	104
Capacidad instalada	104
Diseño del proceso productivo.....	105

Simbología	107
Proceso productivo.....	108
Proceso comercialización.....	109
Requerimiento de maquinaria y equipo	110
Requerimiento de activos fijos.....	113
Activos depreciables	113
Equipo de computación.....	113
Muebles y enseres	114
No depreciables.....	115
Equipo de oficina	115
Determinación de la materia prima directa	115
Determinación de la mano de obra directa	118
Determinación de los CIF	119
Determinación de los gastos administrativos.....	120
Determinación de los gastos de venta.....	122
Determinación de los gastos de constitución	122
Capital de trabajo para dos meses	123
Fórmula (Método desfase)	123
Inversión total	124
Fuentes de financiamiento	125
Conclusión	125
CAPÍTULO V	127
ESTUDIO FINANCIERO	127
Introducción	127
Objetivo general.....	127
Cantidad de proyección de ventas.....	127
Precios.....	128
Determinación de los ingresos proyectados.....	129
Determinación de egresos	130
Costos de producción.....	131
Materia prima directa.....	131
Determinación de la mano de obra	133
Mano de obra directa	134
Mano de obra indirecta	135

Costos indirectos de fabricación	135
Resumen de los costos de producción	135
Gastos de administración	136
Sueldos administrativos	136
Servicios básicos administrativos	138
Resumen de los gastos administrativos.....	139
Gastos de ventas.....	139
Sueldos de las ventas	139
Gastos ventas	141
Gastos financieros.....	141
Cálculo de la amortización.....	141
Depreciación activos fijos.....	144
Costos y gastos.....	145
Estados financieros	145
Estado de pérdidas y ganancias.....	146
Estado de flujo de efectivo.....	147
Estado de situación inicial	148
Costo de oportunidad	148
Cálculo del valor presente neto.....	149
Tasa interna de retorno.....	149
Costo beneficio	150
Punto de equilibrio.....	151
Periodo de recuperación de la inversión	152
Cuadro resumen de la evaluación financiera	153
Oportunidad de inversión.....	153
CAPÍTULO VI.....	154
ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL	154
Introducción	154
Objetivo general.....	154
Análisis interno de la pequeña empresa textil.....	154
Nombre de la pequeña empresa	154
Titularidad de propiedad de la pequeña empresa.....	155
Tipos de empresas.....	155
Base filosófica de la empresa.....	156

Misión	156
Visión.....	156
Objetivos.....	156
Políticas de la pequeña empresa textil	157
Valores	157
Organización estructural de la pequeña empresa.....	158
Organigrama estructural.....	159
Niveles administrativos.....	159
Nivel ejecutivo	159
Nivel auxiliar o de apoyo	159
Nivel operativo.....	160
Identificación de puestos y funciones	160
Junta general de accionistas	160
Gerente.....	160
Auxiliar contable.....	161
Operarias	162
Vendedor.....	163
Base legal	164
Permiso de funcionamiento.....	164
El registro único de contribuyente	165
Patente municipal.....	165
Para obtener el permiso de funcionamiento	166
Inscripción en el registro de actividades económicas	166
Permiso ocasional de funcionamiento	167
CAPÍTULO VII	168
IMPACTOS	168
Análisis de impactos	168
Impacto social	169
Impacto económico	170
Impacto cultural educativo.....	171
Impacto general.....	172
CONCLUSIONES	173
RECOMENDACIONES.....	174
BIBLIOGRAFÍA	175

LINKOGRAFÍA	177
ANEXOS	178
ANEXO 1.....	179
ANEXO 2.....	183
ANEXO 3.....	184

ÍNDICE DE CUADROS

Matriz AOOR.....	43
Matriz del Estudio de Mercado.....	65
Proyección de la población	68
Utilización del producto.....	70
Ocasiones de uso.....	71
Compra de cobertores o edredones	72
Lugar de adquisición.....	73
Importancia del consumo para el cliente	74
Material de preferencia	75
Adquisición según necesidad.....	76
Promedio de precio	77
Competencia	78
Aceptación para la creación de la empresa	79
Adquisición del producto	80
Demanda actual de cobertores y edredones	84
Demanda futura de cobertores y edredones	84
Oferta actual de cobertores y edredones	85
Proyección de la oferta.....	86
Diferencia entre oferta y demanda.....	87
Pronóstico de ventas	87
Análisis de precios	88
Proyección de precios	88
Proyección de precios	89
Matriz de ponderación de factores	95
Distribución de las instalaciones.....	102
Principales proveedores	103
Rendimiento de producción anual de operarias	105
Etapas del proceso productivo	106
Simbología	107
Maquinaria y equipo	113
Equipo de computación.....	114
Muebles y enseres	114

Equipo de oficina	115
Materia prima directa	118
Mano de obra directa	119
Sueldo anual.....	119
Costos indirectos de fabricación	120
Sueldos administrativos	120
Sueldos y beneficios	121
Gastos administrativos	121
Gastos de constitución	123
Inversión total	124
Cantidad ventas proyectadas.....	128
Precios proyectados	129
Ingresos proyectados.....	130
Costo materia prima.....	132
Costo mano de obra directa.....	133
Historial SBU.....	133
Sueldo mensual operarias	134
Sueldo anual operarias	134
Mano de obra indirecta	135
Costos indirectos	135
Resumen de los costos de producción	136
Sueldos administrativos	136
Sueldos mensual gerente.....	137
Sueldos anual gerente	137
Sueldos mensual auxiliar contable.....	138
Sueldos anual auxiliar contable	138
Gastos servicios básicos.....	138
Resumen de los gastos administrativos.....	139
Sueldo vendedor.....	139
Sueldo mensual vendedor	140
Sueldo anual vendedor	140
Resumen gastos ventas	141
Cálculo de la amortización.....	142
Gastos financieros	144

Depreciaciones	144
Resumen costos y gastos.....	145
Estado pérdidas y ganancias	146
Flujo de efectivo	147
Balance de arranque.....	148
Costo de oportunidad	148
Cálculo valor actual neto	149
Tasa interna de retorno.....	150
Cálculo costo beneficio.....	151
Periodo de recuperación.....	152
Indicadores.....	153
Inscripción en el registro de actividades económicas	167
Parámetros de medición.....	168
Impacto social	169
Impacto económico.....	170
Impacto cultural educativo.....	171
Impacto general.....	172

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Utilización del producto.....	70
Ocasiones de uso.....	71
Compra de cobertores o edredones	72
Lugar de adquisición.....	73
Importancia del consumo para el cliente	74
Material de preferencia	75
Adquisición según necesidad	76
Promedio de precio	77
Competencia	78
Aceptación para la creación de la empresa	79
Adquisición del producto.....	80
Canales de distribución	90
Mapa provincial de Imbabura	94
Localización de la pequeña empresa textil	96
Distribución de las instalaciones.....	101
Proceso productivo.....	108
Proceso comercialización.....	109
Máquina Cortadora	110
Máquina Recta	111
Máquina Overlok	111
Máquina Recubridora.....	112
Máquina Bordadora	112
Estructura de la inversión.....	124
Carli Confecciones.....	155
Organigrama estructural.....	159

PRESENTACIÓN

A fin de demostrar la factibilidad y el éxito de la microempresa se ha desarrollado un estudio el cual contiene los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO: En este capítulo se determinó el área de influencia del proyecto de la pequeña empresa a implantarse, a través de los antecedentes históricos, aspectos geográficos, caracterización demográfica, situación socio-económica, producción y comercialización.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO: Se hace referencia a las Bases Teóricas y Científicas, mediante una investigación bibliográfico-documental.

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO: Se determinó que existe una demanda potencial a satisfacer, lo que da viabilidad al proyecto.

CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO: Se determinó la macro y micro localización, cuantificación de costos, inversiones, análisis de proceso productivo y financiamiento.

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO: En esta parte se estableció la viabilidad del proyecto, a través de la aplicación de indicadores financieros al flujo de caja.

CAPÍTULO VI ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA: En la Estructura Organizativa se construyó el modelo administrativo que se va implantar en el proyecto.

CAPÍTULO VII ANÁLISIS DE IMPACTOS: Se analizó los distintos impactos que generará el proyecto como resultado de su implementación.

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

La falta de unidades productivas y el desempleo en el Ecuador es uno de los mayores retos que tiene el país hoy en día, al entrar al siglo XXI la falta de empleo aumenta a escala mundial, imponiendo exigencias económicas y sociales altamente notables .

Durante la última década se ha venido hablando mucho acerca del desarrollo económico del país, la generación de riqueza y la distribución equitativa de la misma. Sin duda alguna el único medio por el cual se genera riqueza es la producción, lo que conlleva a la búsqueda de alternativas que sean viables y más que todo atractivas para el inversionista, de tal forma que se pueda crear y mejorar pequeñas y medianas empresas que generen rentabilidad y a la vez ayuden a disminuir el desempleo en la ciudad y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

JUSTIFICACIÓN

El Proceso de cambio que vive en la actualidad nuestro país, promovido por la Constitución de la República concede vital importancia a la participación ciudadana, al desarrollo de las comunidades; parte de este proceso lo conforma el cambio de la matriz productiva se trata de crear más fuentes de empleos, fuentes de producción de manera que permita satisfacer la demanda local, nacional y abrirnos a otros mercados con el fin de fomentar el desarrollo del país para ser competitivos frente otros.

La creación de una pequeña empresa de confección y comercialización de edredones y cobertores es con el fin de obtener una rentabilidad, nace también con el fin de resolver un gran problema como es el desempleo en la ciudad y porque no decir del país.

Si bien es cierto en la actualidad los gustos y preferencias de la población están cambiando ya que se está perdiendo el estilo antiguo de utilizar cobijas, hoy en día la comodidad, el confort, la facilidad de limpieza, sobre todo la elegancia ha dado paso a este cambio.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de confección y comercialización de cobertores y edredones en el sector los Ceibos ciudad de Ibarra, provincia Imbabura.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de Ibarra, mediante la elaboración de la matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos), para analizar aspectos que afecten o beneficien al proyecto.
- Establecer las principales bases teóricas y científicas, que permitan construir un marco teórico, que garantice la realización de la presente investigación.
- Realizar un estudio de mercado que permita identificar la demanda insatisfecha de cobertores y edredones y el nivel de aceptación que tendría el producto.
- Elaborar un estudio técnico, que permita analizar la macro y micro localización para establecer la localización, procesos, recursos y capacidad productiva del proyecto.
- Evaluar la viabilidad económica financiera, a través del análisis costo-beneficio e indicadores financieros.
- Proponer una estructura organizacional que contribuya a delegar funciones, cargos y niveles jerárquicos más adecuados que considere la empresa.
- Identificar los principales impactos, que generará dicho proyecto en el ámbito social, económico y cultural educativo, con la finalidad de potenciar los efectos positivos y minimizar los negativos

CAPÍTULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

De acuerdo al Plan Estratégico Cantonal GADMI (2012) *“Ibarra, es una ciudad ubicada en la Sierra Norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca" .Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajístico, cultural e histórico. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura, la pintura, el teatro y la historia; además existe una creciente oferta turística y hotelera ofrecida para toda la zona, lo que a paso a ser una ciudad atractiva para los inversionistas y a la creción de pequeñas y medianas empresas deicadas a la confeccion y comercializacion de cobertores y edredones en la ciudad, de tal forma que permitan cubrir la demanda local y nacional de estos productos.”(p.14)*

1.2. Objetivos Diagnósticos

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional de Ibarra, mediante la elaboración de la matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos), para analizar aspectos que afecten o beneficien al proyecto.

1.2.2. Específicos

- Describir el análisis externo a través de las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas, para conocer el entorno en el que va a funcionar la pequeña empresa.

- Describir el análisis sectorial a través de las variables clientes, competidores y proveedores.
- Describir el análisis interno a través de las variables antecedentes del Cantón, datos generales, situación geográfica y estructura organizacional.

1.3. Variables Diagnósticas

Con la finalidad de brindar un mayor entendimiento y análisis se ha llegado a identificar las principales variables con sus respectivos indicadores que a continuación se detalla:

1.3.1. Macro entorno

- Políticas
- Económicas
- Sociales
- Tecnológicas
- Legales

1.3.2. Entorno sectorial

- Clientes
- Competidores
- Proveedores

1.3.3. Micro entorno

- Área de ventas
- Recursos tangibles
- Área contable/administrativa
- Recursos intangibles

1.4 Indicadores que definen a las variables

1.4.1 Macro entorno

1.4.1.1 Políticos

- Plan del Buen Vivir
- Cambios políticos previstos
- Cambios en la legislación laboral

1.4.1.2 Económico

- Decisiones económicas
- Tasa de interés
- Riesgo país

1.4.1.3 Social

- Desempleo en el Ecuador
- Nivel de Educación

1.4.1.4 Tecnológico

- Internet
- Computadora
- Telefonía
- Máquinas

1.4.1.5 Legales

- Ley Orgánica de Regulación y Constitución de la República del Ecuador
- Ley de compañías
- Patente Municipal
- Ruc
- Ley de Régimen Tributario Interno

1.4.2 Entorno Sectorial

- Clientes
- Competidores
- Proveedores

1.4.3 Micro entorno

Área de Ventas

- Publicidad y promoción

Recursos Tangibles

- Maquinaria y equipos
- Insumos

Área Contable/Administrativa

- Relación con los proveedores

Recursos Intangibles

- Relación con los clientes y fidelidad de los clientes

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N° 1

Matriz de relación diagnóstica

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Tipo de información	Instrumentos	Fuente de información
Describir el análisis externo a través de las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas, para conocer el entorno en el que va a funcionar la pequeña empresa.	Políticas	Plan del Buen Vivir Cambios políticos previstos Cambios en la legislación laboral	Secundaria	Documental	Senplades Ministerio de trabajo
	Económicas	Decisiones económicas Tasa de interés Riesgo país	Secundaria	Documental	Banco Central del Ecuador
	Sociales	Desempleo en el Ecuador Nivel de educación	Secundaria	Documental	INEC, Ministerio de Educación
	Tecnológicas	Internet Computadora Telefonía Máquinas	Secundaria	Documental	Libros varios
	Legales	Ley Orgánica de Regulación y Constitución de la República del Ecuador Ley de compañías Patente Municipal Ruc Ley de Régimen Tributario Interno	Secundaria	Documental	Constitución del Ecuador, SRI

Describir el análisis sectorial a través de las variables clientes, competidores y proveedores.	Cientes	Cientes	Secundaria	Documental	Web en línea
	Competidores	Competidores	Primaria	Entrevista	Dueños o gerente
	Proveedores	Proveedores	Secundaria	Documental	Web en línea
Describir el análisis interno a través de las variables antecedentes del Cantón, datos generales, situación geográfica y estructura organizacional.	Área de ventas	Publicidad y promoción	Secundaria	Documental	Web en línea
	Recursos tangibles	Maquinaria y equipos	Secundaria	Documental	Web en línea
	Área contable Administrativa	Relación con los proveedores	Primaria	Entrevistas	Dueños o gerentes
	Recursos intangibles	Relación con los clientes y fidelidad de los clientes	Secundaria	Documental	Web en línea

Fuente: Diagnóstico (Micro entorno - Macro entorno), INEC., web en línea.

Elaborado por: La Autora

1.6 Análisis de las variables diagnósticas

1.6.1. Macro entorno

En el análisis externo se identificó y analizó las variables del entorno que influirán en forma directa en el funcionamiento de la pequeña empresa de confección y comercialización de cobertores y edredones en Ibarra.

1.6.1.1 Factores Políticos

Las variables acerca de temas políticos comprenden las decisiones que el Gobierno considera las más apropiadas para implantar al desarrollo del Ecuador.

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 9 .Garantizar el trabajo digno en todas sus formas

Los principios y orientaciones para el Socialismo del Buen Vivir reconocen que la supremacía del trabajo humano sobre el capital es incuestionable. De esta manera, se establece que el trabajo no puede ser concebido como un factor más de producción, sino como un elemento mismo del Buen Vivir y como base para el despliegue de los talentos de las personas.

Cambios políticos previstos

La Política gubernamental que implementa barreras arancelarias con la intención de evitar o limitar la importación de productos que se pretenden producir localmente. Esta política implica restricciones al libre comercio, que usualmente conlleva a reasignaciones ineficientes de los factores productivos y disminución de la productividad, a la vez que limita la importación de insumos y materias primas.

Cambios en la legislación laboral

La Ley de Justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo del Hogar se publicó ayer en el Registro Oficial y, con ello, algunos temas entran ya a regir. Uno de ellos, el más polémico, es la eliminación del 40% de aporte fijo del Estado para el pago de pensiones jubilares en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

Este aporte estatal, establecido en 1942, fue reemplazado por un artículo general que señala que el Estado será garante del pago de pensiones únicamente cuando el IESS no cuente con los recursos económicos para hacerlo. (Enríquez, 2015)

1.6.1.2 Factores Económicos

Decisiones económicas

Otra de las estrategias del Gobierno Nacional para mantener los niveles de crecimiento se sostiene además en la salvaguardia cambiaria que es un instrumento que se encuentra en el derecho de la Comunidad Andina.

Colombia ha devaluado en estos últimos meses un 21% y Perú el 7%; sin embargo, los países hermanos tienen la capacidad de devaluar porque tienen moneda propia.

En el caso ecuatoriano, al no disponer de moneda propia, se recurrió a este instrumento legal.

El Ecuador hace uso de este derecho con el fin de proteger la producción nacional ante las devaluaciones de los socios andinos, porque se produce un abaratamiento de los bienes producidos en otros países.

Si no hace algo, las empresas ecuatorianas van a dejar de vender, tendrán problemas y se generará desempleo. Eso es algo que no queremos. Hay que defender el empleo”, ratificó Rivera, al tiempo que indicó que “Ecuador ha disminuido en aproximadamente un 30% el cupo de importación de vehículos para el año 2015”, sostuvo el Ministro de Estado. (Económica, 2014)

Inflación

Ecuador registró una inflación anual de 3,38% en el 2015 frente al 3,67% del 2014, según el reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado este jueves 7 de enero del 2016 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (Orozco, 2016)

Tasa de interés

Producción Ciclo Corto: 11,20% El margen de reajuste durante el periodo de crédito, será 1,33 punto sobre la tasa activa efectiva referencial productivo del banco central del Ecuador vigente en la semana de reajuste, la tasa resultante no será mayor a la tasa efectiva máxima productivo pymes. (Ecuador, 2016)

Riesgo país

Los altos valores de riesgo país, tanto convencional como alternativo, muestran una fuerte dependencia de estructuras globales que apuestan al capital financiero en lugar del productivo. Además las inversiones en el sector productivo dirigido a nuevos emprendimientos en muchos casos se orientan a la exportación de materia prima. (Acosta, 2005)

1.6.1.3 Factores Sociales

Desempleo en el Ecuador

La entidad considera que el factor determinante para explicar la tasa actual de desempleo es el incremento de la tasa de participación laboral. A marzo de 2016, este indicador se ubicó en 68,6%; lo que quiere decir, según el INEC, que existen más personas ingresando al mercado laboral o una mayor oferta laboral. El subempleo se ubicó en 17,1% el mes pasado, mayor al 13,4% registrado en marzo del año pasado. Los subempleados, define el Inec, son las personas ocupadas que reciben ingresos inferiores al salario básico y/o trabajaron menos de la jornada legal, pero tienen el deseo y disponibilidad de trabajar más. (Orozco, 2016)

Nivel de Educación

La Ley Orgánica de Educación Superior Ceaaces en el art 118 manifiesta que Los niveles de formación que imparten las instituciones del Sistema de Educación Superior son:

Nivel técnico o tecnológico superior, orientado al desarrollo de las habilidades y destrezas que permitan al estudiante potenciar el saber hacer. Corresponden a éste los títulos profesionales de técnico o tecnólogo superior, que otorguen los institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores. Las instituciones de educación superior no podrán ofertar títulos intermedios que sean de carácter acumulativo. (EcuadorUniversitario.Com, 2012)

1.6.1.4 Factores Tecnológicos

La Tecnología y el Trabajo

La búsqueda de trabajo es uno de los grandes desafíos de las sociedades avanzadas. Las consecuencias de las actuales transformaciones en las relaciones laborales son imprevisibles y su final es incierto. El futuro depende, en gran parte, del conocimiento, que lleva consigo el porvenir mismo de la sociedad; su papel especialísimo es el de contribuir eficazmente junto con el uso de la tecnología a la generación de nuevos empleos. Adquirir desde jóvenes y mantener actualizados de adultos tales o cuales habilidades y conocimientos profesionales no tiene poca importancia: tiene una importancia absoluta. (Vidal, 2008)

1.6.1.5 Factores Legales

Constitución del Ecuador

En contraste con esa concepción, y en función de los principios del Buen Vivir, el artículo 33 de la Constitución de la República establece que el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo, en sus diferentes formas, es fundamental para el desarrollo saludable de una economía, es fuente de realización personal y es una condición necesaria para la consecución de una vida plena. El reconocimiento del trabajo como un derecho, al más alto nivel de la legislación nacional, da cuenta de una histórica lucha sobre la cual se han sustentado organizaciones sociales y procesos de transformación política en el país y el mundo. (ECUADOR, 2008)

Ley de compañías

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas

Patente Municipal

Desde el mes de enero la inscripción del RUC tiene un nuevo requisito: la Patente Municipal que la solicita la Administración Tributaria de acuerdo al artículo 551 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización que señala: “El Servicio de Rentas Internas, previo a otorgar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), exigirá el pago del impuesto de patentes municipales”. En este marco y con el fin de facilitar al contribuyente el cumplimiento de sus obligaciones tributarias. (Auditores y Asesores Financieros, 2013)

Registro Único de Contribuyente

El Registro Único de Contribuyentes, conocido por sus siglas como RUC, corresponde a la identificación de los contribuyentes que realizan una actividad económica lícita, por lo tanto, todas las sociedades, nacionales o extranjeras, que inicien una actividad económica o dispongan de bienes o derechos por los que tengan que tributar, tienen la obligación de acercarse inmediatamente a las oficinas del SRI para obtener su número de RUC, presentando los requisitos para cada caso. (Servicios de Rentas Internas, 2014).

Ley de Regimen Tributario Interno

La normativa del impuesto a la renta requiere de una revisión total, donde se integren en un solo cuerpo las disposiciones que lo regulan, se unifique el tratamiento de los diferentes tipos de contribuyentes y de orígenes de la renta, de tal suerte que para los contribuyentes resulte fácil su conocimiento y su cumplimiento. (SRI, 2015)

1.6.2 Entorno Sectorial

1.6.2.1 Cliente

El objetivo general de ofrecer valor a los consumidores de manera continua y más eficaz que la competencia es tener clientes altamente satisfechos (o incluso encantados), lo cual se logra mediante la estrategia de retención al cliente, considerando el mejor interés del consumidor para que éste se quede con la compañía en vez de cambiarse a otra firma. Casi en todo nuevo negocio es costoso ganar nuevos clientes que conservar los que se tiene. (Lazar, 2005)

1.6.2.2 Competidores

La empresa debe examinar la forma en que los clientes califican su desempeño frente a un competidor específico, atributo por atributo. Si oferta de la empresa excede del competidor en todos los atributos importantes, la empresa podría cobrar un precio más alto. La empresa debe

repartir periódicamente sus estudios sobre el valor para los clientes y la posición relativa de los competidores, ya que a medida que la economía, la tecnología y las características de producto cambia.se dan nuevos desafíos. (Philip, 2002)

1.6.2.3 Proveedores

El comprador trata de identificar a los proveedores más apropiados, examinando directorios del ramo, efectuando una búsqueda por computadora, telefoneando a otras empresa para pedir recomendaciones. Sin embargo, en estos días el mejor lugar para indagar es el internet. (Philip, 2002)

Los proveedores que posibilitarán un posible abastecimiento de los insumos y materia prima para la pequeña empresa y que en su respectivo momento se realizará negociaciones son los siguientes:

- Imexzol
- Provelsa
- Deposito de telas nacionales
- Almacen lesly
- Mercado amazonas
- Enkador

1.6.3 Mirco Entorno

1.6.3.1 Área de ventas

Publicidad y promoción

La publicidad es toda transmisión de información impersonal y remunerada, efectuada a través de un medio de comunicación dirigida a un público objetivo, en la que se identifica el emisor, con una finalidad determinada, que de forma inmediata o no, trata de estimular la demanda de un producto o de cambiar la opinión o comportamiento del consumidor. (Redondo, 2002)

1.6.3.2 Recursos Tangibles

Maquinaria y equipo

La importancia de las máquinas en la producción es indiscutible e inmensa, pues aumentan y aceleran los procedimientos, perfeccionan los trabajos, abaratan las cosas, ahorran esfuerzos penosos, hacen al hombre dueño de la producción, facilitan el comercio, extienden el consumo, satisfacen muchas necesidades y promueven el bienestar universal. (S.C, 2014)

1.6.3.3 Área contable Administrativa

Relación con los proveedores

La relacion con los proveedores como con los clientes son importantes, porque amplían el alcance de la reducción de costos y dan un mayor impulso de la calidad. (Tejero, 2007)

Lo que permitirá que materia prima e insumos no falte y a medida que incremente la producción disminuya los costos por descuentos otorgados por los proveedores.

1.6.3.4 Recursos Intangibles

Relación con los clientes y fidelidad de los clientes

Las empresas dirigidas al cliente generan cada vez mas promociones divertidas y fidelización mediante premios e incentivos combinando beneficios para el cliente en el corto y largo plazo, asi como otros beneficios indirectos y personalizados. Fidelización con los clientes. (Alcaide, 2015)

He aquí la importancia de mantener un consumidor satisfecho ya que un cliente bien atendido, regresa nuevamente y se genera un canal de comunicación con la ciudadanía.

1.7. Análisis del entorno externo

Cuadro N° 2

Matriz AOOD

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de turismo nacional y extranjero al cantón Ibarra, lo que permite ofertar productos de lencería de hogar ya que existe gran afluencia de compradores. • Apertura de ferias locales, las cuales ayudan a que se dé a conocer el producto a todos los visitantes. • Existencia de clientes potenciales en el Cantón (Hoteles, hostales, residencias, hosterías). • Existencia de mano de obra calificada. • Existencia de fábricas y distribuidores de telas nacionales e importadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe capacitación para personal operativo (Los programas de formación industrial por parte de la Municipalidad de Ibarra) y el SECAP. • Existencia de máquinas industriales con tecnología de punta. • Escasas empresas productoras de edredones y cobertores a nivel del cantón. • Existencia de nuevos nichos de mercado (Centros comerciales) • Vías de acceso a la ciudad en buen estado.
OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Afluencia de comerciantes de otras ciudades de productos similares. • Imagen y marca de los competidores ya posesionados en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos con altas tasas de interés. • Competencia desleal existente en el mercado. • Altos aranceles a la importación de la materia prima para la producción del producto.

Elaborado por: La Autora

1.8 Cruces estratégicos

Mediante los cruces estratégicos se establecen las estrategias precisas, para cumplir con los objetivos trazados a corto, mediano y largo plazo para la pequeña empresa.

1.8.1 AO (Aliados-Oportunidades)

- Al ser un producto escaso en el cantón y tener acceso a todo tipo de economía las personas podrán demandar cobertores y edredones de una forma rápida y sencilla.
- El uso de cobertores y edredones en lo que es hotelería, residencias, hosterías y hogares permitirá que la demanda sea local y regional.
- Para el diseño y elaboración de cobertores y edredones existe mano de obra calificada y máquinas industriales con tecnología de punta, lo que permitirá cubrir la demanda local

1.8.2 OO (Oponente-Oportunidades)

- A no existir competencia en el cantón, se puede lograr un posicionamiento efectivo, simplificando los canales de distribución del producto y aprovechando las vías de acceso a la ciudad.
- Al existir capacitación constante al personal operativo, se puede obtener un producto de alta calidad, lo que permitirá mejorar la imagen y marca de nuestro nuevo producto y competir con terceros.
- El aprovechamiento de nuevos nichos de mercado en el cantón como son los centros comerciales, permite tener mayores ingresos sin afectar en los gastos de exportación del producto.

1.8.3 AR (Aliados-Riesgos)

- La existencia de fábricas distribuidoras de tela nacional e importada, permite la adquisición de materia prima e insumos locales, lo que evita una serie de gastos por aranceles en importación.
- Apertura de ferias locales ayudan a que se dé a conocer el producto a todos los visitantes, evitando así una competencia desleal en el mercado, principalmente por vendedores ambulantes.
- La existencia de turismo nacional y extranjero en el cantón, permite tener una gran afluencia de compradores, manteniendo así un ingreso constante, lo cual evitara un endeudamiento con entidades financieras a altas tasas de interés.

1.9 Identificación de la oportunidad de la inversión.

Después de realizar el diagnóstico a través del Micro y Macro entorno del estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa de confección y comercialización de cobertores y edredones en el sector los Ceibos ciudad Ibarra, provincia de Imbabura, se identificó necesidades y oportunidades de inversión.

La lejanía a la hora de realizar la compra de estos productos, ya que se debe viajar a la ciudad de Atuntaqui adquirir los mismos; sin embargo existe una necesidad latente de empresas textiles en la ciudad de Ibarra, lo que le dan viabilidad al proyecto.

La limitada calidad de los productos de lencería para el hogar y del servicio al cliente, constituirá una oportunidad para la pequeña empresa, de ofertar productos de calidad y mejorar la atención al cliente y fidelizarlos.

Las restricciones crediticias por la abundancia de requisitos por las instituciones financieras, podría no ser favorables para el proyecto; sin embargo, una alternativa sería la asociatividad de inversionistas.

Los servicios públicos (Agua, luz, teléfono, internet y proveedores de materia prima e insumos y más, se constituirán en aliados para operar la pequeña empresa en la ciudad.

Las Políticas y Objetivos Nacionales del Plan del Buen Vivir, serán un referente de mejora permanente de la calidad de los productos y servicio al cliente; sobre todo, porque constituye un derecho del consumidor (usuario).

Con la nueva Matriz Productiva se prevé mayor valor agregado a los productos, lo que facilitaría la cadena de comercialización y rentabilidad para productores y los usuarios tendrían acceso a productos de buena calidad y a precios más bajos.

Como alternativa solución a este sinnúmero de necesidades y oportunidades, se plantea la creación de una pequeña empresa para que contribuya a la mejora de la calidad de vida de las familias de la ciudad de Ibarra.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Proyectos

2.1.1 Concepto

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), “Es una inversión planeada de una actividad económica con el propósito de establecer una nueva empresa; o ampliar, modernizar una ya existente.” (p.105)

2.1.2 Clasificación de los proyectos

Según (Editorial Vértice Amazon, 2008), “La propia enumeración de los ejemplos nos permite intuir una primera clasificación de los proyectos atendiendo a la naturaleza del cambio que producen. Así podemos hablar de proyectos de construcción, investigación, ingeniería, informática, organización, desarrollo comercialización, etc.” (p.6)

2.1.3 Etapas de los proyectos

Según (Editorial Vértice Amazon; 2008), “La complejidad inherente al proyecto de implantación en una empresa implica que, para llegar al resultado deseado, sea necesario seguir una trayectoria que se compone de diferentes etapas, las cuales han de ser prevista y recorridas en un determinado orden. Desde un punto de vista muy general puede considerarse que todo proyecto tiene tres etapas básicas: fase de planificación, ejecución y puesta en marcha. (p.6)

Es necesario e importante conocer lo que es un proyecto, debido a que su idea de creación nace con el fin de satisfacer una necesidad o aprovechar una oportunidad de inversión, ya sea esta con la creación de una nueva empresa, ampliación o modernización de una ya existente.

2.2 La empresa

2.2.1 Concepto

Según (ROMEUF J: 2005), “En economía la empresa es la unidad económica básica encargada de satisfacer las necesidades del mercado mediante la utilización de recursos materiales y humanos. Se encarga, por tanto de la organización de los factores de producción, capital y trabajo”. (p.393)

Según (GOÑI S. Juan: 2014), “La empresa es entendida como un ente hacedor, que transforma cosas desde un flujo físico entrante, para llegar a un producto final saliente.” (p. 85)

La empresa netamente es una unidad productiva, que se encarga de obtener un producto final para satisfacer las necesidades de sus consumidores y aprovechar al máximo los recursos materiales, económicos y talento humano.

2.3 Pequeña Empresa

2.3.1 Definición

Según (CHORRO, Miguel; 2010), “Persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, a través de una unidad organizativa, con un establecimiento fijo, un nivel de ventas brutas anuales de hasta US\$ 1,0 millón y hasta 50 trabajadores remunerados”. (p. 18)

Debido a que el estudio de factibilidad que se está realizando es para la creación de una pequeña empresa, nace la necesidad de conocer que son las pequeñas empresas, así como también el monto de su creación y número de trabajadores, para ser considerada como tal.

2.3.2 Importancia

Según (CHORRO, Miguel; 2010), “La importancia económica de las MIPYMES en términos de generación de producto y empleo es reconocida en un buen número de países de América Latina. Por lo que, en general las instituciones estatales han orientado una serie de políticas específicas para su atención” (p. 19)

Es importante recalcar que las pequeñas empresas en Latinoamérica, así como en Ecuador son parte fundamental de la economía, por lo que aportan en mayor parte a la generación de fuentes de empleo y ayudan mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

2.3.3 Clasificación

Según (Valdivieso M, 2005). Existen algunos criterios para clasificar las empresas, para efectos contables se consideran más útiles las siguientes: empresas industriales son aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en nuevos productos, empresas comerciales son aquellas que se dedican a la compra-venta de productos considerándose en intermediarias entre los consumidores y productores, empresas de servicios son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectividad. (p.35)

Conocer la clasificación de las empresas es importante, por cuanto permite tener una idea clara acerca del proceso productivo que se va a necesitar para la implantación de la nueva empresa.

2.4 Estudio de Mercado

Según (MIRANDA, Juan.J; 2010), “El estudio de mercado permite estudiar algunas variables sociales y económicas, que condicionan al proyecto aun siendo aparentemente ajenas a este. Entre ellas podemos mencionar la tasa de crecimiento de la población, los niveles de ingreso de la misma, el precio de los bienes competitivos, el precio de los bienes complementarios, entre otros.” (p. 84)

En el Estudio de Mercado se toma en cuenta algunas variables que condicionan al proyecto y se toman como referencia para las distintas proyecciones.

2.5 Producto

Según (ARBÓS, Lluís; 2012), “El objeto de la producción es obtener uno o varios productos, sean bienes o servicios. Estos productos deberán ajustarse al máximo a las necesidades y requerimientos de los consumidores reales y potenciales del sistema productivo donde se obtienen” (p. 21)

Según (ETZEL, 2009), “Productos son insumos que se ponen a disposición de los consumidores. El producto es el resultado tangible de la acción del trabajo y con otros factores de producción, como medio que en el momento y circunstancias dadas, permite satisfacer las necesidades. El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción.” (p. 79)

El producto debe ajustarse a las necesidades de los consumidores, así como también debe cumplir las expectativas de los mismos, en cuanto a sus gustos y preferencias.

2.6 Cobertores y edredones

2.6.1 Edredones

Según Thomas Nugent, the Grand Tour (1749). “Un edredón es un tipo de cubierta compuesta por una funda suave, tradicionalmente rellena de plumón o material sintético, que se utiliza en la cama como manta. Hoy en día, los edredones también se llenan de lana o fibras artificiales como poliéster. Los edredones sintéticos no son calurosos, por lo que se recomiendan para habitaciones con calefacción o para entre tiempo. Al mantener las plumas el calor del cuerpo, los edredones naturales son recomendables para habitaciones frías y climas poco calurosos. En las camas equipadas con edredones, el colchón se cubre con una sábana bajera y encima se coloca el edredón.”(p.66)

2.6.2 Cobertores

Según Thomas Nugent, the Grand Tour (1749). “Una frazada, manta o cobija es un cobertor de tela largo y rectangular, utilizado en la cama para proteger a quien lo usa del frío, especialmente cuando duerme. Se diferencian de las sábanas por su grosor y propósito.”(p.66)

Aunque los cobertores y edredones tuvieron sus orígenes en el continente Europeo, hoy en día son utilizados prácticamente casi en todos los lugares del mundo para uso térmico o simplemente para elegancia de su hogar. Sin embargo es importante diferenciar el uno del otro, ya que básicamente se parecen mucho y tienen el mismo propósito pero difieren en la calidad de su tela y en los materiales de elaboración.

2.7. Modelos

Los cobertores y edredones se los encuentra en variada gama de modelos y colores entre ellos tenemos:

- Edredones y cobertores normales
- Edredones y cobertores panel
- Edredones y cobertores infantiles

2.8. Diseño

2.8.1. Definición

Según (PARREÑO, Josefa; 2008), “En la actualidad, el diseño es un elemento clave en la comercialización del producto. El consumidor no solo desea adquirir un producto que satisfaga una necesidad concreta, sino también un objeto que pueda utilizar cómodamente y que presente cierta estética (funcionalidad belleza)”. (p. 19)

2.8.2. Procesos para el diseño

Según Anónimo (2015), Proceso para el diseño “Observar y analizar el medio en el cual se desenvuelve el ser humano, descubriendo alguna necesidad, Evaluar, mediante la organización y prioridad de las necesidades identificadas, Planear y proyectar proponiendo un modo de solucionar esta necesidad, por medio de planos y maquetas, tratando de descubrir la posibilidad y viabilidad de la(s) solución(es), Ver, Construir y ejecutar llevando a la vida real la idea inicial, por medio de materiales y procesos productivos.”

Diseño es un proceso lógico que permite obtener una idea clara de lo que se debe realizar para la creación de un producto y a la diferenciación de la competencia, para ello se debe seguir un proceso ordenado el mismo que llevado a la práctica permitirá resolver las necesidades de los consumidores.

2.8.3 Producto terminado

Según (CORNEJO, Miguel Ángel; 2011), “Producto terminado es el resultado de una línea de producción, a la cual no se le requiere agregar nada más, su proceso ha concluido y está listo para su consumo.” (p. 24)

Prácticamente el producto terminado es el final de un proceso de productivo, en donde la materia prima y sus insumos se convierten en un producto elaborado, disponible para el uso o el consumo de los clientes con el fin de satisfacer su necesidad.

2.9. Precio

2.9.1 Concepto de precio para la empresa

Según (PARREÑO, Josefa; 2008) “Valor de transacción fijado por la empresa para intercambiar en el mercado los productos que fabrica o comercializa. Ese precio le debe permitir recuperar la inversión realizada y obtener un nivel de beneficios.” (p. 18)

2.9.2 Conceptos de precio para los consumidores

Según (PARREÑO, Josefa; 2008) “Montante de dinero que el consumidor tendrá que pagar para obtener un bien o servicio que, evidentemente, le va a proporcionar los beneficios” (p. 18)

Es necesario separar el precio tanto para la empresa como para los consumidores, es decir para la empresa este representa la recuperación de su inversión más una utilidad que le permita cubrir los costos y gastos incurridos en su elaboración. Para el consumidor en cambio significa un pago por un bien o servicio que satisface su necesidad.

2.9.3 Estrategias de determinación del precio

Según (DOUGLAS, 2009). “Para poder determinar el precio de cualquier tipo de producto se tiene que tomar en cuenta las siguientes estrategias: La base de todo es el costo de producción,

administración y venta, más una ganancia; Se debe de considerar la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país; La reacción de la competencia ante la aparición de un nuevo producto; La estrategia de mercadeo la cual debe de ser introducirse al mercado, porcentaje de ganancia sobre la inversión hecha, entre otras.” (p.48)

2.9.4 Oferta

Según Miranda, (2008). “El estudio de la oferta tiene por objeto identificar la forma como se han atendido y como se atenderán en un futuro las demandas o necesidades de la comunidad.” (p. 101)

2.9.5 Demanda

Según Armstrong, (2008). “se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción.” (p.56)

La oferta y la demanda son variables dependientes e importantes que se debe conocer claramente, básicamente la oferta es una actividad mediante la cual se presenta en un mercado bienes y servicios con el objeto de ser ofrecidos a sus demandantes o consumidores, mientras que la demanda cuantifica el consumo de la población.

2.9.6 Canales de comercialización

Según Gallucci.L (2009) “Los canales de comercialización son un conjunto de acciones necesarias que nos ayudan a llevar los diferentes productos o servicios hacia el mercado disponible entre estos se encuentran: Productor -Consumidor Final; Productor – Minorista- Consumidor Final; Productor – Mayorista – Minorista – Consumidor Final; Productor – Representantes – Minoristas – Consumidor Final; Productor – Representantes – Mayoristas – Minoristas –Consumidor Final

Los canales de comercialización no son más que la forma como se va a distribuir el producto a los distintos lugares, para que pueda llegar a los consumidores de una manera más rápida y eficiente.

2.10 Estudio Técnico

Según (MEZA OROZCO, Jhony de Jesús; 2013), “Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto.” (p. 23)

Según (JÁCOME Walter, 2005), “Es la fase del proyecto que corresponde al análisis de factibilidad, tomando en cuenta ciertos elementos técnicos que deben analizarse en forma adecuada para lograr que el proyecto a implantarse tenga éxito, es decir trabajar con información confiables y adecuadas, porque de lo contrario se corre el riesgo de tener dificultades”. (p. 133)

Con el estudio técnico podemos analizar el funcionamiento y operatividad del proyecto, de tal manera que proporcione información que permita cuantificar el monto de inversión y el costo de operación.

2.10.1 Determinación del tamaño óptimo

Según (MEZA OROZCO, Jhony de Jesús; 2013), “Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como también la capacidad de maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo” (p. 25)

El tamaño óptimo permite determinar el número de maquinaria e instalaciones adecuadas, para operar en condiciones normales el proyecto, el cual asegure la más alta rentabilidad, en su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por el tiempo.

2.10.2 Localización del proyecto

Según (MEZA OROZCO, Jhony de Jesús; 2013), “El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menos costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto, no es cosa fácil cambiar de domicilio. (p 23)

La localización es punto clave en el proyecto, una buena localización permite reducir costos de transporte, pero sobre todo la cercanía a la materia prima y a sus insumos, así como también el fácil acceso de los clientes.

2.10.3 Ingeniería del proyecto

Según (MEZA OROZCO, Jhony de Jesús; 2013), “Un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado. La tecnología a ser seleccionada en un proyecto dado depende en gran medida del volumen de la demanda.” (p. 26)

Básicamente la ingeniería del proyecto se trata de la forma como se va a producir, si de manera manual o utilizando una tecnología de punta, pero para ello se debe contar con un capital destinado para ese fin.

2.11 Estudio Organizacional

Según (MEZA OROZCO, Jhony de Jesús; 2013), “Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto”. (p. 29)

Encontrar y determinar la estructura más adecuada para la empresa es importante, esto genera una distribución apropiada de puestos y funciones, así como también ayuda a determinar el marco jurídico en el cual se desenvuelve el proyecto.

2.11.1 Misión

Según TORAN. F (2012) “La misión surge de la esencia misma de las organizaciones sociales, sus antecedentes, historia, creencias, valores de identidad corporativa. Es la razón de ser de toda persona física y moral, se la debe redactar de una forma sencilla y en pocos renglones para que se comprenda en el ámbito interno y externo de la organización.” (p.24)

2.11.2 Visión

Según TORAN. F (2012) “La visión se formula en función del tiempo y la cobertura de los productos sociales en la comunidad y orientará a la organización hacia la formulación de los objetivos” (p.24)

2.11.3 Valores empresariales

Según TORAN. F (2012) “Los valores de una empresa son juicios éticos de cada persona acerca de situaciones reales o no y por ende son las más importantes para la organización, para que esta funcione de la mejor manera y alcance el éxito. Entre ellos tenemos: Puntualidad, Justicia, Responsabilidad, Honestidad, Trabajo en equipo, Seguridad, Calidad, Comunicación y Libertad” (p. 24)

La misión, visión y valores empresariales son de mayor importancia ya que a través de ellos permite señalar los propósitos, sectores o grupos a quienes están dirigidos los esfuerzos de la organización, pero sobre todo ayuda a conocer hacia donde se proyecta la empresa en un largo plazo y en que se quiere convertir para obtener la fidelidad de sus clientes.

2.12 Estudio Financiero

Según Blanes P. Joaquín, (2006) “El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.” (p.12)

El estudio financiero es una exploración minuciosa que se realiza para conocer el eventual retorno de la inversión, es decir si el proyecto es atractivo para los inversionistas, para ello se utilizará estimaciones de ventas futuras, costos, entre otros, las cuales ayuden a tener una mayor certeza en lo proyectado

2.12.1 Estado de Situación Inicial

Según (ESTUPIÑAN Rodrigo, 2012), “El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.” (p.36)

2.12.2 Estado de Resultados

Según (ESTUPIÑAN Rodrigo, 2012), “El Estado de Resultados Integral de acuerdo con la NIC/NIIF, incluye todas las partidas de ingreso, costos y gastos reconocidas en el periodo,

consideradas como operativas del ejercicio, que determinan la ganancia o la pérdida neta del ejercicio.” (pág. 51)

2.12.3 Flujo de Efectivo

Según (ESTUPIÑAN Rodrigo, 2012), “El estado de flujos de efectivo está incluido en los estados financieros básicos que deben preparar las empresas para cumplir con la normativa y reglamentos institucionales de cada país. Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento determinado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales.”(p.54)

Los Estados Financieros son los informes finales que utilizan las empresas para dar a conocer su situación económica así como también los cambios que se presentan en la misma de una fecha a otra en un periodo determinado. Para ello es importante saber que cada uno de estos refleja una situación en particular, las mismas que sirven para la toma de decisiones.

2.12.4 Valor Actual Neto (VAN)

Según (JIMÉNEZ Francisco, ESPINOZA Luis, FONSECA Leonela; 2011), “El valor actual neto (VAN) consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos no deben ser aceptados” (p. 81)

El Valor Actual Neto es un procedimiento que compara los flujos de efectivo de ingresos y gastos generados durante el proyecto.

2.12.5 Tasa interna de retorno (TIR)

Según (Besley Scott; 2009), “La TIR se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de efectivo esperados de un proyecto sea igual que el monto inicial invertido.” (p. 32)

La tasa interna de retorno no es otra cosa que un método de evaluación de inversiones, que permite medir la rentabilidad del capital, es decir la tasa por la cual los flujos de efectivo regresan al presente.

2.12.6 Costo – Beneficio

Según (DÍAZ Flor, MEDELLÍN Víctor, ORTEGA Jorge; 2009), “Este indicador consiste en la separación de los ingresos y de los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos. En este caso se suman todos los ingresos y los egresos del proyecto para cada período, recalculan sus valores presentes y se calcula la razón entre ellos.” (p. 45)

El costo beneficio tiene como finalidad relacionar los ingresos y gastos de la inversión inicial del proyecto y determinar el beneficio que se obtiene por cada dólar de inversión

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Introducción

El presente estudio de mercado se lo realizará en el cantón Ibarra, con el objetivo de establecer el comportamiento de los posibles consumidores. Lo que ayuda a identificar el posible segmento de mercado, la demanda y sus respectivas proyecciones, para lo cual como parte primaria de la investigación se utilizará técnicas como encuestas y entrevistas las mismas que serán realizadas a las familias de la ciudad, los propietarios de locales comerciales y empresas que se dedican a la venta directa y a la producción de cobertores y edredones en la ciudad.

Por tratarse de un producto de escasa producción dentro de la ciudad, se ha establecido que para la estimación de la oferta de este producto en el mercado del cantón se toma como referencia el total de empresas dedicadas a la confección de cobertores y edredones, tal información es obtenida de una investigación directa.

Para la introducción de cobertores y edredones es necesario conocer la población total del cantón y calcular el número de familias de la ciudad de Ibarra, información proporcionada por el INEC 2010.

Finalmente este análisis ayuda a determinar si existe o no el mercado para el producto propuesto en el proyecto, y el pronóstico adecuado de la demanda potencial a satisfacer.

3.2 Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general

Identificar la oferta, demanda y demanda insatisfecha de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra.

3.2.2 Objetivos específicos

- Identificar las características del producto que se va ofertar en el mercado.
- Conocer y proyectar la oferta existente de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra.
- Identificar y proyectar la demanda de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra.
- Analizar los precios actuales de la competencia dedicada a la producción de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra.
- Determinar los canales de comercialización del producto.
- Definir las estrategias de comercialización más adecuadas para la oferta del producto, tales como precios convenientes, obsequios por la compra, entre otros.

3.3. Variables de Estudio

Para el presente proyecto se ha establecido las siguientes variables:

- Producto
- Oferta
- Demanda
- Precio
- Competencia

3.3.1. Indicadores de las variables

Para el proyecto se ha estimado los siguientes indicadores:

PRODUCTO

- Tipo de materia prima
- Diseños y acabados
- Usos y formas de producción
- Clasificación

OFERTA

- Características de la competencia
- Cantidad de la oferta existente
- Proyección de la oferta
- Formas de comercialización de la competencia

DEMANDA

- Cantidad de la demanda
- Frecuencia de compra
- Proyección de la demanda

PRECIO

- Precio actual de venta
- Nivel de precios de materia prima
- Proyección de precios

COMERCIALIZACIÓN

- Formas de comercialización
- Tipos de clientes
- Niveles de ventas por tipos de producto

3.3.2. Matriz del Estudio de Mercado

Cuadro N° 3

Matriz del Estudio de Mercado

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuentes	Instrumentos
Identificar las características del producto que se va ofertar en el mercado.	Producto	Tipo de materia prima	Primaria	Encuestas
		Diseños y acabados	Secundaria	Internet-link
		Usos y formas de producción		
		Clasificación		
Conocer y proyectar la oferta existente de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra.	Oferta	Características de la competencia	Primaria	Entrevistas a productores
		Cantidad de oferta existente		
		Proyección de la oferta		
		Formas de comercialización de la competencia		
Identificar y proyectar la demanda de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra.	Demanda	Cantidad de la demanda	Primaria	Encuestas
		Frecuencia de compra		
		Proyección de la demanda		
Analizar los precios actuales de la competencia dedicada a la producción de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra.	Precios	Precio actual de venta	Primaria	Entrevistas a productores
		Nivel de precios de materia prima		Encuestas
		Proyección de precios		
		Formas de fijación de precios		
Determinar las maneras de comercialización del producto.	Competencia	Formas de comercialización	Primaria	Entrevistas a productores
		Tipos de clientes		
		Niveles de ventas por tipos de productos		

Elaborado por: La Autora

3.4 Identificación del producto

El producto objeto del presente estudio de mercado son los cobertores y edredones, ya que estos son accesorios usados por hogares, residencias, hostales y hoteles, que por su gran comodidad y elegancia han tenido una larga trayectoria de aceptación en el mercado local y nacional logrando así poder satisfacer las necesidades y gustos de los clientes.

Los cobertores y edredones son conjuntos de diferentes piezas de cama. Cuentan por lo general con tres piezas diferentes: el cobertor o edredón que va acompañado de un hermoso juego de sabana, en este caso cuenta con doble cara para mayor utilidad, luego un par de almohadones que se coloca encima de ellos y por ultimo un caramelo redondo para dar mayor elegancia a la cama. Las medidas de los cobertores y edredones por lo general varían de acuerdo a la cama, necesidades y preferencias del consumidor.

Los cobertores y edredones han sido tradicionalmente de una cara, pero en la actualidad se elaboran de dos caras, colores y diseños variados para mayor utilidad, incluso imágenes temáticas o personajes populares, lo que tiene mucha acogida para camas infantiles.

3.4.1 Características

- Los cobertores y edredones son más grandes que la cama, estos cubren totalmente los tres lados de ella, con el fin de dar más elegancia.
- Los cobertores y edredones son lavables, lo que se hace periódicamente.
- Su función es de abrigo y elegancia, que el resto de prendas de cama.

3.5 Segmentación de mercado

Dentro del estudio se ha determinado que la segmentación de mercado que se utilizará para el proyecto se basa en las siguientes variables:

- Población total del cantón Ibarra
- Promedio de personas por hogar
- Gustos y preferencias
- Frecuencia de compra

3.5.1 Identificación de la población

La población motivo de investigación será tomada en base a datos de las proyecciones del año 2010 del INEC Instituto Nacional de Estadísticas y Censo del cantón Ibarra, provincia de Imbabura, la conforman el número de familias ubicadas en la zonas urbanas y rurales del Cantón, cabe recalcar que según las publicaciones del INEC el número de miembros que integran una familia es de 3.8 personas en promedio.

3.5.2 Mercado meta

El principal mercado al cual se pretende llegar con el producto es a las familias del cantón Ibarra, por lo que se toma en cuenta a la población total del cantón, con un total de 181.175 habitantes, a los cuales se podrá comercializar nuestro producto y que además prefieran la calidad y una buena atención.

Se pondrá mayor énfasis en los adultos, ya que ellos cuentan con un ingreso y por lo tanto tienen capacidad económica para adquirir el producto. Aunque para los diseños de una plaza y media se tomará en cuenta los personajes preferidos por los niños y adolescentes.

3.5.3 Fórmula para el cálculo de la muestra

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

De donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Número de familias

σ^2 = Varianza de la población respecto de las principales características que van a representar, es un valor contable que equivale 0.25.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivalente a 1.96.

$n-1$ = Es una corrección que se usa para muestras mayores a 30.000

E = Limite aceptable de error que generalmente varía entre 0.01 y 0.09 para este caso tomaremos 0.05 equivalente al 5%.

3.5.4 Cálculo de la muestra

De acuerdo a los datos tomados de la proyección realizada por el INEC para el año 2010 se determino la muestra así:

Cuadro N° 4

Proyección de la población

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN
2010	181.175
2011	184.835
2012	188.568
2013	192.377
2014	196.263
2015	200.228

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: La autora

Total población del cantón Ibarra = 200.228

De acuerdo al INEC el número de miembros que conforman una familia= 3.8

$$\text{numero de familias} = \frac{\text{poblacion total del canton}}{\text{componentes familiar}} = \frac{200228}{3.8} = 52.692$$

Datos:

$$n = \frac{52.692 * (1.96)^2 * (0.25)}{(0.05)^2 (52.692 - 1) + (1.96)^2 (0.25)^2} = \frac{50.605}{132} = 383$$

Con la aplicación de la fórmula, se obtuvo una muestra de 383 familias a las que se les debe levantar la información, mediante las encuestas y cuyos datos serán utilizados para la cuantificación de la demanda del producto.

3.5.5 Encuesta dirigida a familias del cantón Ibarra

CUESTIONARIO:

1. ¿UTILIZA USTED COBERTORES O EDREDONES?

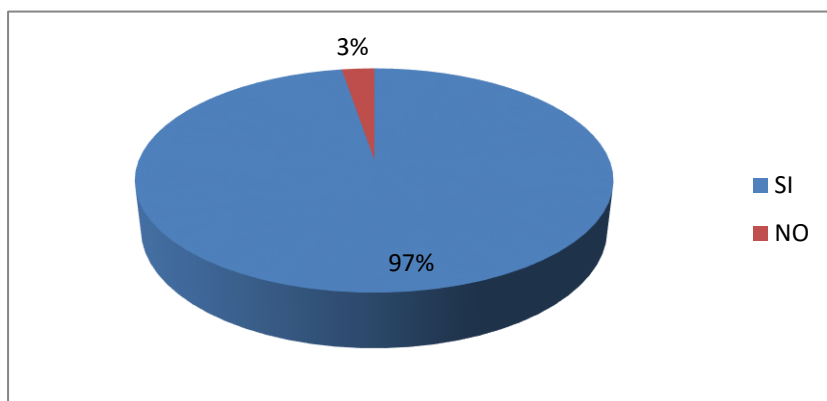
Cuadro N° 5

Utilización del producto

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	372	97
NO	11	3
TOTAL	383	100

Gráfico No 1

Utilización del producto



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

En la investigación de campo realizada a las familias de la ciudad de Ibarra, la mayor parte de los encuestados utilizan un cobertor o edredón en su hogar, mientras que una cantidad poco significativa de las familias no utilizan este producto.

2. ¿EN QUÉ OCACIONES UTILIZA UN COBERTOR O EDREDON?

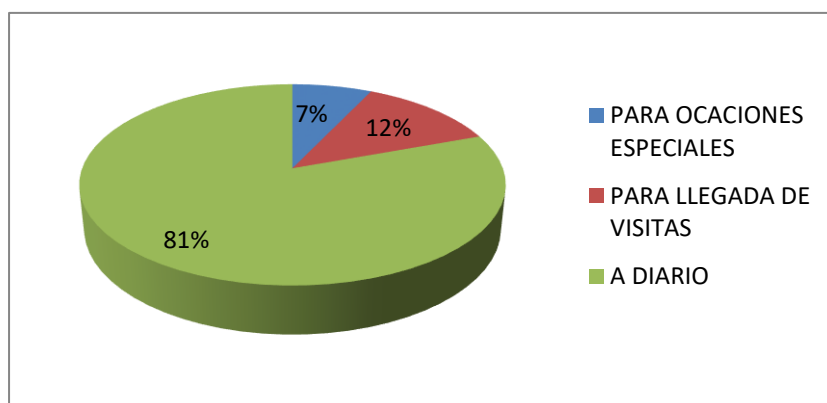
Cuadro N° 6

Ocasiones de uso

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PARA OCACIONES ESPECIALES	27	7
PARA LLEGADA DE VISITAS	46	12
A DIARIO	310	81
TOTAL	383	100

Gráfico No 2

Ocasiones de uso



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados utilizan un cobertor o edredón en su hogar a diario, mientras que una parte de las familias utiliza este producto únicamente para la llegada de visitas y una cantidad poco significativo manifestaron que lo utilizan en ocasiones especiales.

3. QUE CANTIDAD DE COBERTORES Y EDREDONES COMPRA USTED ANUALMENTE?

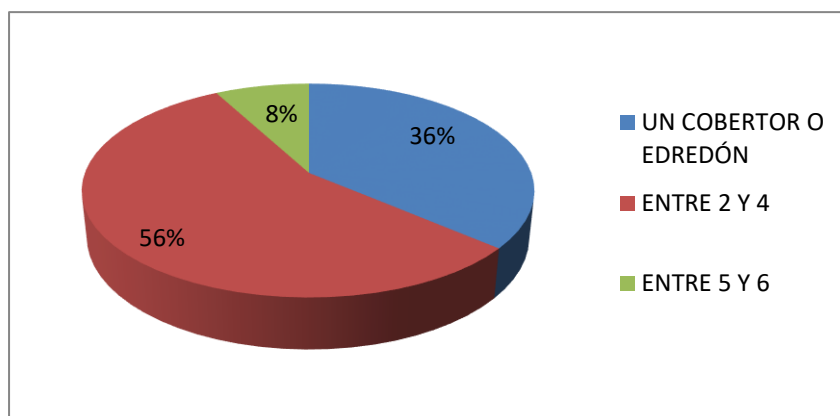
Cuadro N° 7

Compra de cobertores o edredones

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UN COBERTOR O EDREDÓN	138	36
ENTRE 2 Y 4	214	56
ENTRE 5 Y 6	31	8
TOTAL	383	100

Gráfico No 3

Compra de cobertores o edredones



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados manifestaron que compran entre 2 y 4 cobertores o edredones al año, mencionando que por su duración no es necesario adquirir otros, mientras que una menor parte de las familias compran este producto uno al año y una mínima parte de las familias que es poco significativo manifestaron que compran entre 5 y 6 al año.

4. ¿EN QUE LUGAR PREFIERE COMPRAR UN COBERTOR O EDREDÓN?

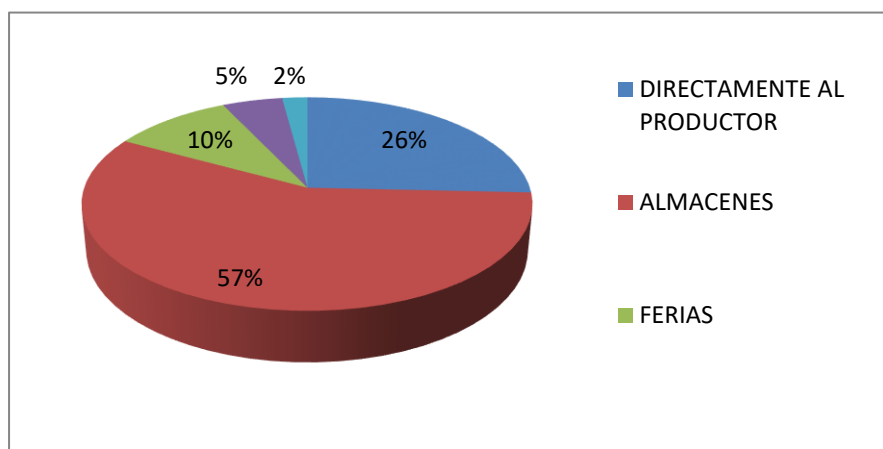
Cuadro N° 8

Lugar de adquisición

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIRECTAMENTE AL PRODUCTOR	100	26
ALMACENES	218	57
FERIAS	38	10
POR CATALOGOS	19	5
OTROS LUGARES(MERCADO,PUERTA A PUERTA)	8	2
TOTAL	383	100

Gráfico No 4

Lugar de adquisición



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados prefieren adquirir este producto en almacenes, debido a la cercanía y facilidad de compra, mientras que una menor parte prefieren comprar directamente al productor, ya sea en mayor o menor cantidad y aun precio mas cómodo, por otra parte una cantidad poco significativa prefieren otros lugares de compra.

5. ¿CUANDO USTED COMPRA ESTE TIPO DE PRODUCTO SE FIJA EN?

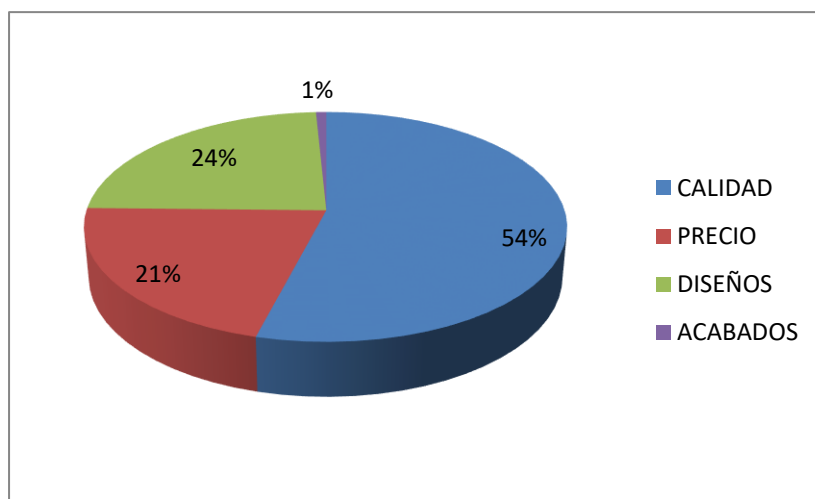
Cuadro N° 9

Importancia del consumo para el cliente

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	207	54
PRECIO	80	21
DISEÑOS	92	24
ACABADOS	4	1
TOTAL	383	100

Gráfico No 5

Importancia del consumo para el cliente



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Según el hábito de consumo de los clientes las características principales para decidir la compra es la calidad y el precio, mientras que una mínima parte de las personas que compran este producto se fijan en un buen diseño y los acabados son una característica poco tomada en cuenta a la hora de la compra.

6. ¿CUANDO USTED COMPRA ESTE PRODUCTO QUE TIPO DE MATERIAL PREFIERE

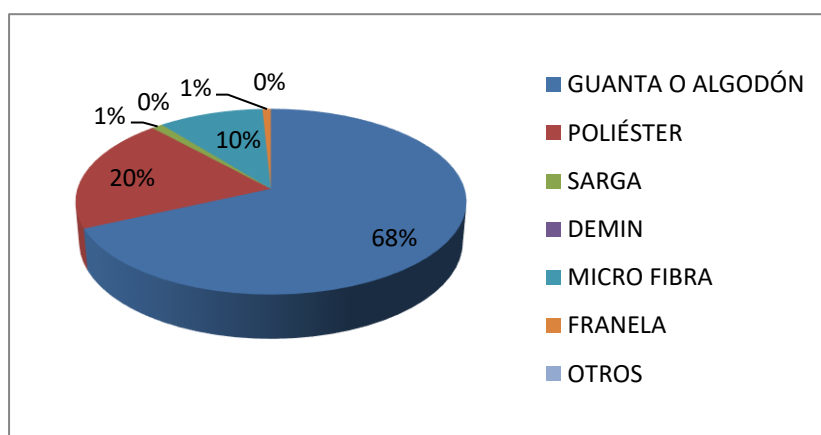
Cuadro N° 10

Material de preferencia

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GUANTA O ALGODÓN	259	68
POLIÉSTER	78	20
SARGA	4	1
DEMIN	0	0
MICRO FIBRA	36	10
FRANELA	4	1
OTROS	0	0
TOTAL	383	100

Gráfico No 6

Material de preferencia



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Según el tipo de material los clientes en su mayoría prefieren el algodón, manifestando que es el mejor material para la elaboración de textiles, mientras que una cantidad poco significativa prefieren otro tipo de materiales a la hora de comprar.

7. ¿DE QUE MEDIDA SON LOS COBERTORES Y EDREDONES QUE ACOSTUMBRA A COMPRAR?

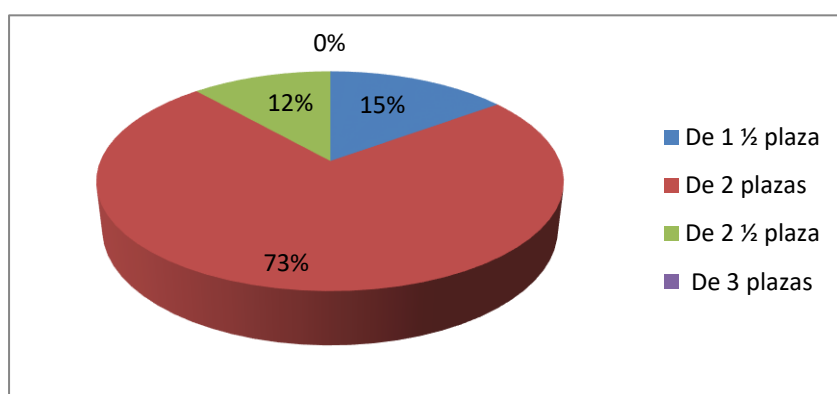
Cuadro N° 11

Adquisición según necesidad

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 ½ plaza	57	15
De 2 plazas	280	73
De 2 ½ plaza	46	12
De 3 plazas	0	0
TOTAL	383	100

Gráfico No 7

Adquisición según necesidad



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Los de mayor preferencia de compra son los cobertores o edredones de 2 plazas y de de 1 ½ plaza, pues estas dos presentaciones son de mayor trascendencia en su uso; con respecto a los de 2 ½ y 3 plazas son adquiridos con menos frecuencia.

8. ¿CUÁNTO SUELE PAGAR EN PROMEDIO POR UN COBERTOR O EDREDÓN?

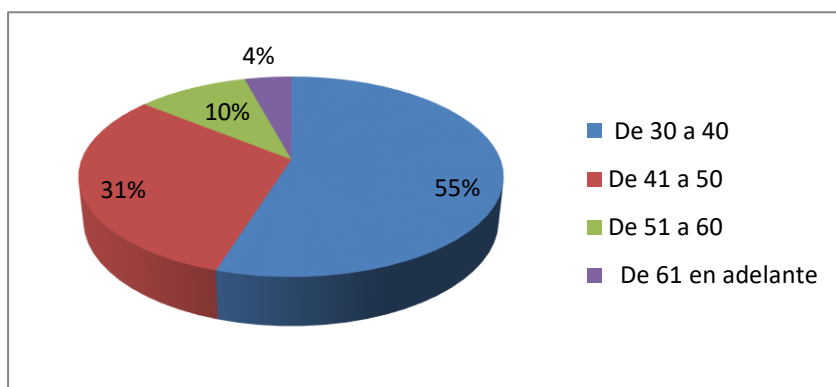
Cuadro N° 12

Promedio de precio

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 30 a 40	211	55
De 41 a 50	119	31
De 51 a 60	38	10
De 61 en adelante	15	4
TOTAL	383	100

Gráfico No 8

Promedio de precio



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Los precios de los cobertores o edredones que adquieren la mayor parte de los encuestados tienen un precio comprendido entre 30 y 40 dólares, manifestando que están de acuerdo a su alcance económico y sobre todo son de buena calidad, mientras tanto un 31 % de las familias tienden a pagar entre 41 y 50 dólares, debido a que sus ingresos son de mayor alcance y una cantidad poco significativa prefieren pagar de 51 dólares en adelante.

9. ¿EXISTEN FÁBRICAS DE CONFECCION Y COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES Y EDREDONES EN LA CIUDAD DE IBARRA?

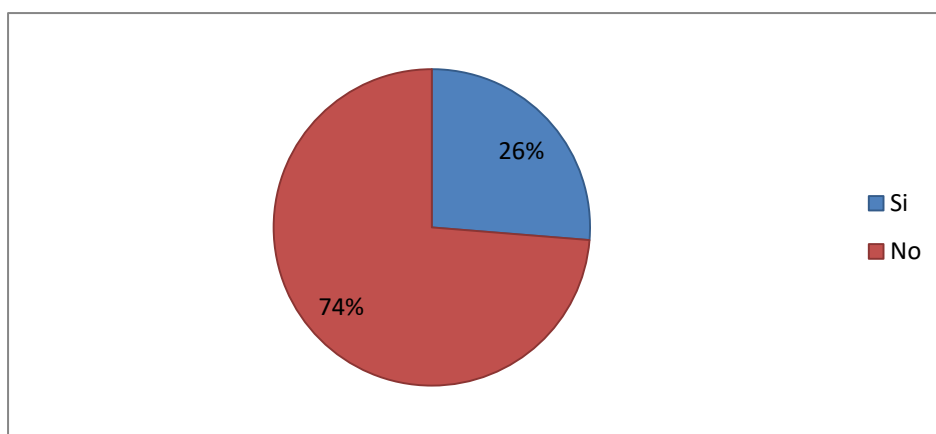
Cuadro N° 13

Competencia

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	100	26
NO	283	74
TOTAL	383	100

Gráfico No 9

Competencia



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

Es importante conocer que si existen almacenes que se dedican a la venta de estos productos, pero casi no hay empresas textiles que se dediquen a la confección y comercialización de cobertores o edredones, lo cual se considera una gran oportunidad para crear la pequeña empresa textil.

10. ¿LE GUSTARÍA QUE HAYA UNA EMPRESA TEXTILERA QUE SE DEDIQUE EXCLUSIVAMENTE A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE COBERTORES Y EDREDONES EN ESTA CIUDAD?

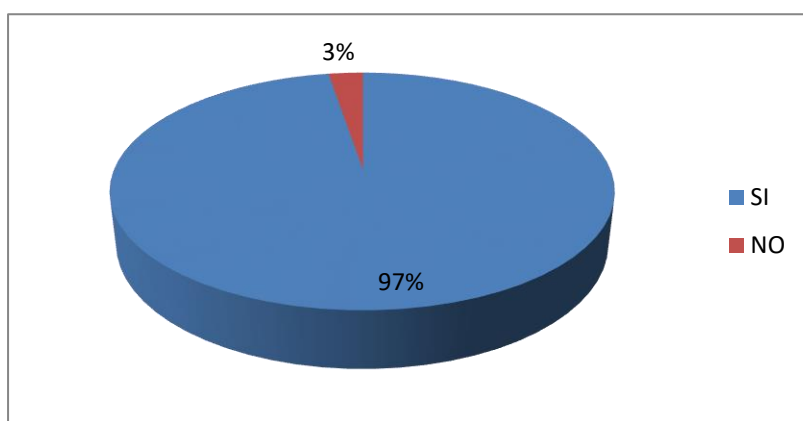
Cuadro N° 14

Aceptación para la creación de la empresa

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	356	97
NO	27	3
TOTAL	383	100

Gráfico No 10

Aceptación para la creación de la empresa



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

La mayor parte de los encuestados manifestaron que debe haber una empresa textil, que se dedique exclusivamente a la confección y comercialización de cobertores y edredones en la ciudad.

11. ¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTARÍA EN ADQUIRIR LOS COBERTORES Y EDREDONES DIRECTAMENTE DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL?

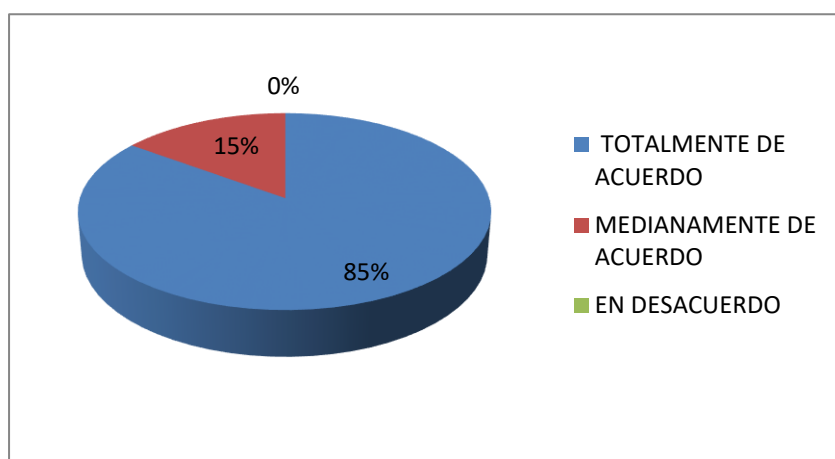
Cuadro N° 15

Adquisición del producto

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE DE ACUERDO	326	85
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	57	15
EN DESACUERDO	0	0
TOTAL	383	100

Gráfico No 11

Adquisición del producto



Fuente: Familias del cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS

En su mayoría la población de Ibarra considera que está totalmente de acuerdo en adquirir los productos directamente de la fábrica, evitando así molestias por viajar a otras ciudades o el encarecimiento del producto por la utilización de intermediarios.

3.5.6 entrevista realizada a los productores de cobertores y edredones de la ciudad de Ibarra y Atuntaqui

Para este estudio se realizó la recolección de datos de información, lo cual se tomó en consideración 3 fábricas dedicadas a la confección y comercialización de cobertores y edredones en el cantón Antonio Ante.

FÁBRICAS ENTREVISTADAS:

UNA IDEA: calle Río Amazonas 13- 55 y Bolívar Centro de la Ciudad Atuntaqui - Imbabura

La entrevista fue realizada a la Señora Paulina Rocha propietaria de la fábrica.

HOGAR'S: calle Río Amazonas y Bolívar – Atuntaqui - Imbabura

Entrevista realizada a la señora Paulina Cadena, propietaria de la empresa.

VIZURI: calle Río Amazonas 12-18 y Sucre

Entrevista realizada a la señora Patricia Simbaña propietaria.

Descripción:

El tiempo de funcionamiento de las fabricas de la ciudad de Atuntaqui es de 4 a 12 años, periodo en el cual se han posicionado masivamente en el mercado, siendo estas fábricas de tipo familiar, constituidas con un promedio de 10 a 20 trabajadores, la materia prima es adquirida principalmente en la ciudad de Quito, lugar donde se encuentran sus principales proveedores de acuerdo a la facilidad de financiamiento que les otorgan.

Considerando también que la materia prima en cuanto a telas son nacionales e importadas de alta calidad.

Las fábricas tienen una maquinaria básica y actualizada, lo que les permite proveer el producto sin ninguna dificultad al cliente.

El tiempo de demora en confeccionar un cobertor o un edredón es de 1 hora, de acuerdo a pedidos.

La producción promedio de estas fábricas es:

UNA IDEA 1.400 cobertores o edredones mensuales, la producción a ser comercializada en la ciudad de Ibarra es del 70%

HOGAR'S 3.000 cobertores o edredones mensuales, la producción destinada a ser comercializada en la ciudad de Ibarra es 70%

VIZURI 1.000 cobertores o edredones mensuales, la producción destinada a ser comercializada en la ciudad de Ibarra es del 70%

Las fábricas dedicadas a esta actividad consideraron que es un negocio rentable para crecer en el ámbito económico personal y de la ciudad, siempre y cuando se lo realice con responsabilidad y de manera organizada.

El precio de un cobertor o un edredón al por menor se encuentran entre 15 y 120 dólares, precios que varían de acuerdo a la calidad, diseño y medidas.

Los cobertores o edredones que mayor comercialización tienen son los de 2 y 2 ½ plazas, pero además de estos comercializan juegos de toallas, juegos de sabana, duvets, almohadas, los cuales tienen mayor acogida por los clientes para brindar un kit completo a los mismos.

3.6 Demanda

3.6.1. Identificación de la demanda

La demanda tiene como finalidad determinar la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para cubrir las necesidades específicas de sus consumidores a un precio determinado.

Para realizar el análisis de la demanda se consideró como población el número de familias que existe en el cantón Ibarra, con la finalidad de conocer su comportamiento frente al producto, en aquellas personas que integran el mercado meta.

3.6.2 Comportamiento de la demanda actual

Para el siguiente análisis sobre el comportamiento de la demanda de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra, se examinó la información recopilada a través de las encuestas que se aplicó a las familias del cantón, para ello se toma como base para su cuantificación la pregunta N° 3 donde se consulta la cantidad y frecuencia de compra.

En dicha información se aplicó una operación matemática del total de familias por la cantidad de compra y la frecuencia de consumo anual.

Cuadro N° 16***Demanda actual de cobertores y edredones***

Año	Total de familias	Identificación de compras en % de familias	Identificación de compras en numero de familias	N° de cobertores y edredones demandados	Frecuencia de demanda	Demanda actual de cobertores y edredones
2015	52.692	36 %	18.969	1	1	18.969
		56 %	29.507	3		88.522
		8 %	4.215	5		21.077
TOTAL		100 %	52.692			128.567

Elaborado por: La autora

A continuación de los cálculos matemáticos se determinó que el consumo de cobertores y edredones es de 128.567 en el año 2015

3.6.3 Proyección de la demanda

Para conocer el consumo futuro de cobertores y edredones se aplicó la tasa de crecimiento poblacional del Cantón Ibarra que es del 2.02% anual, utilizando así como factos de crecimiento (1.0202).

Cuadro N° 17***Demanda futura de cobertores y edredones***

AÑOS	CANTIDAD
2015	128.567
2016	131.165
2017	133.814
2018	136.517
2019	139.275
2020	142.088

En el siguiente cuadro se puede observar que para el primer año de proyección existe una demanda de 128.567 entre cobertores y edredones y al 2020 es de 142.088, lo que demuestra un incremento significativo anual.

3.7 Oferta

3.7.1 Análisis de la oferta

Cuando se habla de oferta se debe considerar la estructura económica del mercado a la que pertenece el proyecto, el caso de la producción y comercialización de cobertores y edredones existe un tipo de competencia donde se encuentra una cantidad significativa de productores actuando en el mercado sin que haya un control dominante entre ellos.

3.7.2 Comportamiento de la oferta

Para el siguiente análisis se ha tomado en cuenta el medio, en base a una investigación directa a tres productores de cobertores y edredones ubicados en el Cantón Antonio Ante ya que son la principal competencia que se puede encontrar, a los cuales se les aplicó una entrevista y se pudo determinar su comportamiento.

Para este cálculo se multiplicó la producción mensual por 12 para obtener la cantidad de cobertores y edredones que se comercializan anualmente, encontrando que un 70% de la producción total es destinada al Cantón Ibarra, datos obtenidos mediante entrevista a los productores. .

Cuadro N° 18

Oferta actual de cobertores y edredones

AÑO	N° DE PRODUCTORES	DE PRODUCCIÓN MENSUAL	FRECUENCIA DE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN ANUAL	% DE PRODUCCIÓN DESTINADA IBARRA	OFERTA ACTUAL
2015	UNA IDEA	1.400	12	16.800	70	11.760
	HOGAR`S	3.000		36.000	70	25.200
	VIZURI	1.000		12.000	70	8.400
TOTAL		4.401				45.360

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

En la aplicación de los cálculos se pudo apreciar que para la ciudad de Ibarra existe una oferta entre cobertores y edredones de 45.360 unidades en el año 2015.

3.7.3 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se la calculó aplicando la misma tasa de crecimiento poblacional que es de 2.02 % paralelo a la demanda, considerando que si aumenta la demanda de igual forma aumenta la oferta, y por no tener datos hitóricos de estas variables consideramos el factor de crecimiento de (1.0202)

Cuadro N° 19

Proyección de la oferta

AÑO	CANTIDAD
2015	45.360
2016	46.276
2017	47.211
2018	48.165
2019	49.138
2020	50.131

Elaborado por: La autora

En base al cálculo realizado se puede manifestar que la oferta de cobertores y edredones para el primer año de proyección 2016 es de 46.276, así como también para el 2020 es de 50.131, dando así un aumento poco considerable, y semejante a la realidad.

3.8 Demanda potencial a satisfacer

Se la obtiene de la comparación de la oferta y demanda, para determinar si existe mercado para el nuevo producto.

Cuadro N° 20**Diferencia entre oferta y demanda**

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA A SATISFACER
2015	128.567	45.360	83.207
2016	131.165	46.276	84.888
2017	133.814	47.211	86.603
2018	136.517	48.165	88.352
2019	139.275	49.138	90.137
2020	142.088	50.130	91.958

Elaborado por: La autora

En el siguiente cuadro se puede observar que para el año 2016 existe una demanda potencial a satisfacer de 84.888 en el Cantón Ibarra.

3.9 Demanda a satisfacer por el proyecto

Bajo condiciones expuestas por la demanda el proyecto pretende cubrir un 5.3% de la demanda potencial a satisfacer identificada en el año 2016.

Cuadro N° 21**Pronóstico de ventas**

AÑOS	VENTAS
2016	4.499
2017	4.590
2018	4.683
2019	4.777
2020	4.874

Elaborado por: La autora

3.10 Precios

Para determinar los precios se realizó una investigación directa, visitando ciertos lugares donde se comercializa este producto.

Se pudo evidenciar que los precios dependen de muchos factores tales como: calidad de tela, diseños, acabados, origen de la Materia Prima y fabricantes.

A continuación un resumen de los distintos precios encontrados en la investigación de campo.

Cuadro N° 22**Análisis de precios**

CANTIDAD	MEDIDA	VIZURI	HOGAR'S	UNA IDEA	VALOR PROMEDIO
Cobertor Infantil	1 ½ plaza	40,00	43,00	42,00	41,67
Cobertor Adulto	2 plazas	43,00	42,00	41,00	42,00
Edredón Infantil	1 ½ plaza	25,00	28,00	30,00	27,67
Edredón Adulto	2 plazas	35,00	38,00	36,00	36,33

Elaborado por: La autora

3.10.1 Proyección de precios

Para la proyección de precios se realizó los cálculos utilizando la tasa de inflación promedio de años anteriores que corresponde al 3.42% de acuerdo a las Estadísticas del Bnco Central.

Cuadro N° 23**Proyección de precios**

AÑO	TASA ANUAL DE INFLACIÓN (%)
2013	2,7
2014	3,59
2015	3,97
TASA PROMEDIO	3,42

Fuente: Banco Central

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 24**Proyección de precios**

DESCRIPCIÓN	Años					
	Medidas	2016	2017	2018	2019	2020
Cobertor	1 ½ plaza					
Infantil		41,67	43,09	44,57	46,09	47,67
Cobertor Adulto	2 plazas	42,00	43,44	44,92	46,46	48,05
Edredón	1 ½ plaza					
Infantil		27,67	28,61	29,59	30,60	31,65
Edredón Adulto	2 plazas	36,33	37,58	38,86	40,19	41,56

Elaborado por: La autora

3.11 Comercialización

Para hacer frente a las dificultades que implican la creación y sobre todo posicionamiento de una nueva pequeña empresa, se debe combinar esfuerzos en el producto, plaza y promoción así como en la implementación de estrategias de comercialización.

3.11.1 Estrategias del producto

Una estrategia para el producto es la diferenciación, es decir darle un valor agregado de la competencia que consistirá en.

ACCIÓN

- Cumplimiento de normas de calidad, legales y de seguridad, que garanticen un buen producto.
- Diseñar una característica especial que identifique al cobertor o edredón.
- El empaque será diseñado tomando en cuenta al mercado meta al que está dirigido.
- Se diseñará un logotipo y un eslogan que identifique a la pequeña empresa.
- Detalle de insumos y calidad de cobertores o edredones.

3.11.2 Estrategias de plaza

Contar con un canal directo de distribución:

Canal directo(a cargo de la fábrica)

ACCIÓN

- El producto podrá abastecer a los mercados locales, provinciales e internacionales, logrando así una negociación con los compradores o clientes.
- El canal de distribución para la pequeña empresa textil es directo, tomando en cuenta que en la etapa de introducción del producto el único propósito es que llegue a manos de los consumidores de manera fácil y a precios accesibles. Por tal motivo el canal de distribución queda diseñado de la siguiente manera:

Gráfico No 12

Canales de distribución



Elaborado por: La autora

FABRICANTE: "CARLI CONFECIONES", Dedicada a la confección y comercialización de cobertores y edredones.

INTERMEDIARIOS: Distribuidores

CONSUMIDOR: Población del canton Ibarra, turistas nacionales y extranjeros.

3.11.3. Estrategias de precio

El precio es un factor fundamental para la generación de rentabilidad, pero para que el negocio sea conocido se establecerá la estrategia.

Un precio justo tanto para los clientes como productor.

ACCIÓN

- Realizar una investigación minuciosa a los precios de la competencia.
- Establecer precios de acuerdo a un análisis de costos y gastos.
- Ofrecer algunas alternativas de pago y descuento de acuerdo con volumen de compra.

3.11.4. Estrategias de publicidad

Como estrategia de promoción se utilizará medios de comunicación para dar a conocer la imagen y marca de la pequeña empresa.

ACCIÓN

- Se realizará publicidad en páginas web relacionadas a la compra y venta del producto, lo que permitirá tener una imagen corporativa.
- Participar y colaborar en ferias textiles para dar a conocer el producto tanto local como regional.

3.12. Conclusiones del estudio de mercado

Una vez analizado las variables correspondientes se llega a las siguientes conclusiones:

La demanda en la ciudad de Ibarra es significativa, siendo para el año 2016 de 131.165 entre cobertores y edredones. Se puede evidenciar que la demanda está estrechamente correlacionada con el crecimiento poblacional del Cantón.

La producción local asciende a 51.360 unidades comprendidas entre cobertores y edredones.

Los precios están determinados en función a la calidad del producto, en promedio se puede decir que están entre 1 ½ plaza en 40 dólares, 2 plazas 45 dólares y 2½ plazas 65 dólares.

En la investigación se determinó que en Ibarra no existe una competencia significativa, debido a que la mayor parte de negocios se dedican unicamente a la comercialización de prendas de vestir, es decir la ciudad de Ibarra cuenta con las condiciones apropiadas para la creación de la pequeña empresa textil.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se determina los diferentes recursos que necesita el proyecto para su ejecución, analizando la localización óptima, tamaño y distribución física de planta, también es importante examinar materia prima, insumos, equipo de trabajo, mano de obra que requiere la empresa para poner en marcha sus actividades.

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo general

Establecer la localización, procesos, recursos y capacidad productiva del proyecto.

4.1.2. Objetivos específicos

- Determinar la ubicación idónea del proyecto.
- Verificar la posibilidad técnica para elaborar el producto.
- Analizar y determinar el tamaño, localización de la pequeña empresa, instalaciones y organización requerida.
- Establecer la disponibilidad o limitación de los recursos económicos.

4.2. Localización

Para determinar técnicamente la ubicación del proyecto, es importante realizar un análisis de la macro y micro localización.

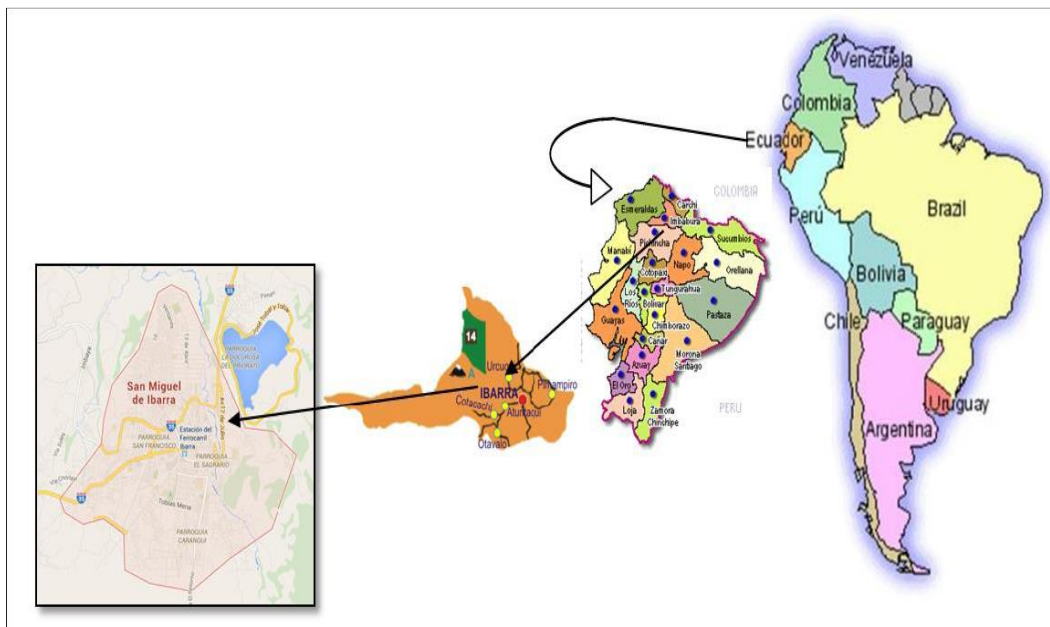
4.2.1. Macro localización

La macro localización se refiere a establecer el lugar geográfico donde se llevará a cabo el proyecto.

Es por eso que el presente proyecto se ubicará en Ecuador, provincia de Imbabura, Cantón Ibarra.

Gráfico No 13

Mapa provincial de Imbabura



Fuente: Internet

Elaborado por: La autora

4.2.2. Micro localización

Primero se identificará los factores mas significativos para evaluar los diferentes sitios alternativos, considerando la importancia que reflejan en el proyecto. Es por eso que aplicaremos el método de localización por puntos ponderados, la asignación tendra un peso entre 0 y 100 % para cada factor.

Se toma en cuenta 6 factores para determinar la localización:

- Infraestructura
- Vías de acceso
- Disponibilidad Materia prima
- Disponibilidad Mano de Obra
- Cercanía del area de influencia
- Precios Insumo

Cuadro N° 25

Matriz de ponderación de factores

FACTOR	PESO	LOS CEIBOS		YACUCALLE		CARANQUI	
		PUNTOS	POND	PUNTOS	POND	PUNTOS	POND
Infraestructura	10%	8	0.8	8	0.80	7	0.70
Vías de acceso	10%	9	0.9	9	0.90	8	0.80
Disponibilidad de MP	40%	10	4.0	8	3.20	8	3.20
Disponibilidad de MO	30%	9	2.70	8	2.40	7	2.10
Cercanía del área de Influencia	5%	9	0.45	8	0.40	8	0.40
Precios Insumos	5%	8	0.40	8	0.40	8	0.40
Total	100%		9.25		8.10		7.60

Elaborado por: La autora

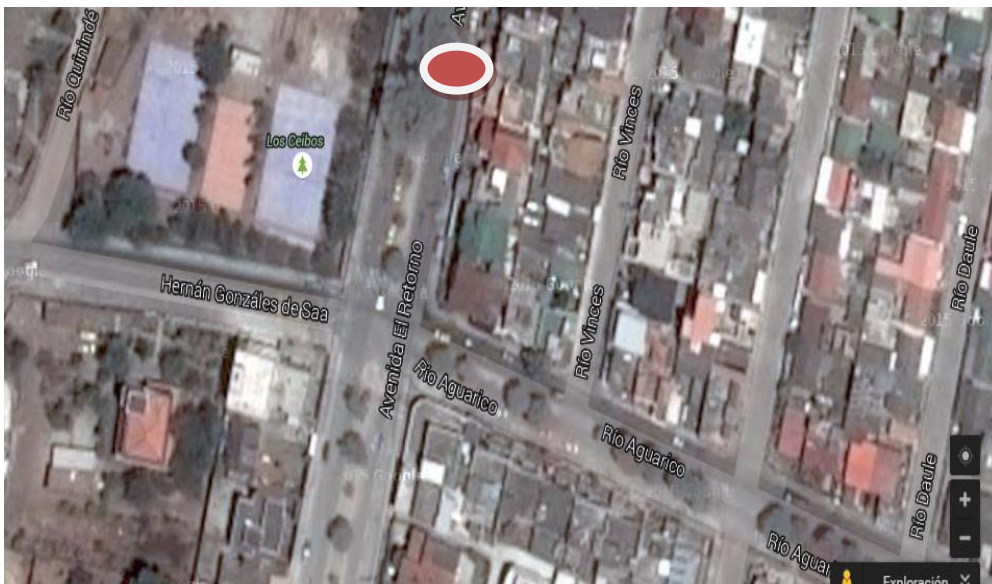
La infraestructura y las vías de acceso tienen un 10% de importancia, la disponibilidad de mano de obra un 30%, mientras que la cercanía del área de influencia y los precios de los insumos tienen un 5%, por último la disponibilidad de materia prima es el criterio de selección más importante al cual se le asigna un 40%.

Y para finalizar se asignó un valor entre 0 y 10, mostrando si satisface o no el criterio.

Seguido de la ponderación a nivel de micro localización, con un puntaje de 9.25, se ha determinado ubicar el proyecto en la parroquia San Francisco – Barrio los Ceibos, considerando que parte del análisis cuenta con otros factores que lo hacen aun más atractivo para ubicarse aquí, tales como: zona urbana y servicios básicos entre otros. Lo cual facilita la actividad de producción y comercialización de cobertores y edredones

Gráfico No 14

Localización de la pequeña empresa textil



Elaborado por: La autora

4.3. Ingeniería del proyecto

Para un buen desempeño de las funciones administrativas y operativas, se necesita de instalaciones adecuadas así como también para el área de producción, siendo ésta la más importante y sobre todo la que requiere un espacio físico mayor, ya que aquí se encuentran funcionando las distintas máquinas. La pequeña empresa textil funcionará en una planta propia debido a esto se muestra el diseño de las instalaciones del sitio a construirse.

El área destinada a la construcción es de 160 m² la misma que se distribuye de la siguiente manera.

4.3.1 Descripción técnica del producto

Cuadro N°26

Cobertor infantil

DESCRIPCIÓN	
Cobertor infantil en tela Bramante llana y relleno de plumón	
Materia prima	Tela bramante llana, plumón
Insumos	Hilo, etiqueta y porta cobertor
Color	Variados
Talla	Plaza y media
Otras	Prenda para clima frio

Elaborado por: La autora

Cuadro N°27

Cobertor adulto

DESCRIPCIÓN	
Cobertor Adulto en tela Bramante estampada y relleno de plumón	
Materia prima	Tela bramante estampada, plumón
Insumos	Hilo, etiqueta y porta cobertor
Color	Variados
Talla	Dos plazas
Otras	Prenda para clima frio

Elaborado por: La autora

Cuadro N°28

Edredón infantil

DESCRIPCIÓN	
Edredón infantil en tela Bramante llana infantiles, relleno de plumón y borde con tela popelina	
Materia prima	Tela bramante llana infantiles, plumón y tela popelina
Insumos	Hilo, etiqueta y porta edredón
Color	Variados
Talla	Plaza y media
Otras	Prenda para clima frio

Elaborado por: La autora

Cuadro N°29**Edredón adulto**

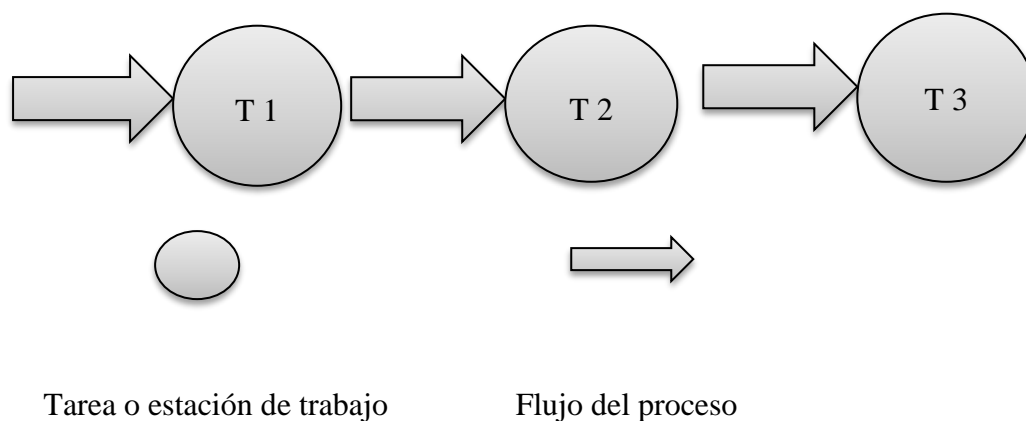
DESCRIPCIÓN	
	Edredón adulto en tela Bramante llana, relleno de plumón y borde con tela popelina
Materia prima	Tela bramante llana, plumón
Insumos	Hilo, etiqueta y porta edredón
Color	Variados
Talla	dos plazas
Otras	Prenda para clima frio

Elaborado por: La autora

4.3.2 Identificación y selección de procesos

Es una decisión estratégica que involucra seleccionar qué tipos de procesos de producción debemos considerar.

Para este proyecto se considera el proceso en línea el cual esta determinado de la siguiente manera:

**4.3.3 Listado de Equipos**

Para realizar el proceso de confección y comercialización de cobertores y edredones se necesita el siguiente equipo:

Cuadro N°30**Equipos**

Descripción	Cant.
Cortadora	2
Máquina Recta	3
Máquina Overlok	3
Máquina Bordadora	4
Máquina Recubridora	3
Computador	3
Impresora	1
Escritorio metálico	2
Sillas	12
Archivadores	2
Plancha	2
Tijeras	3

Elaborado por: La autora

4.3.4 Descripción Insumos

Los insumos son los elementos que se requiere para convertir un bien o servicio en producto terminado, es decir la materia prima.

Cuadro N°31**Insumos**

Insumos	Detalle
Tela	Bramante llana, bramante infantil
Plumón	Plumaje de aves y material sintético
Hilo	Fibra sintética
Etiqueta	Cartón impreso con el logo de la empresa
Porta cobertor o edredón	Plástico y cierre

Elaborado por: La autora

4.3.5 Distribución interna equipos

Cuadro N°32

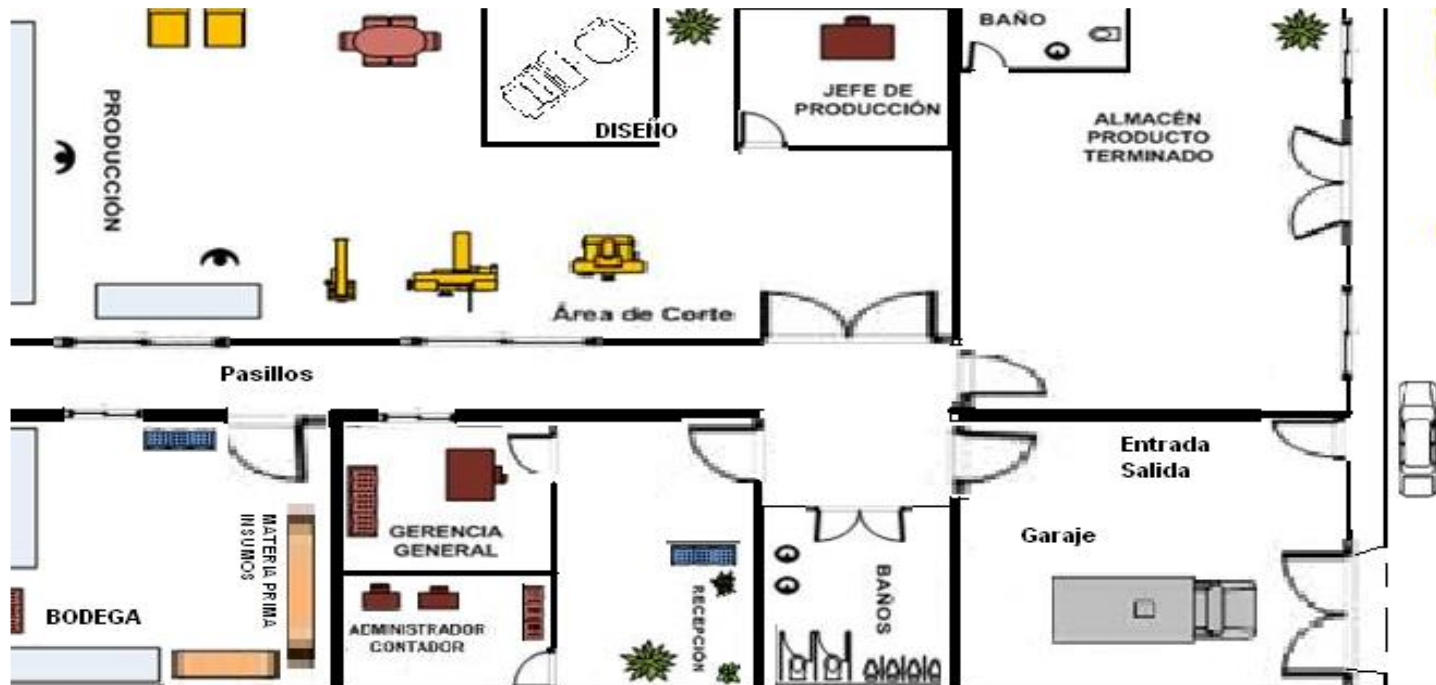
Distribución Equipos

Equipos	Cant.	Área
Cortadora	2	Área de producción
Máquina Recta	3	Área de producción
Máquina Overlok	3	Área de producción
Máquina Bordadora	4	Área de producción
Máquina Recubridora	3	Área de producción
Computador	3	Dos área Administración y una comercialización
Impresora	1	Área Administración
Escritorio metálico		Área Administración
Sillas	12	Tres área de producción, dos área Administración, una comercialización y seis sala de espera
Archivadores	2	Área Administración
Plancha	2	Área de producción
Tijeras	3	Área de producción

Elaborado por: La autora

Gráfico No 15

Distribución de las instalaciones



Elaborado por: La autora

Cuadro N° 33**Distribución de las instalaciones**

ÁREA	DISTRIBUCIÓN (m ²)
<u>PRODUCCIÓN</u>	<u>65</u>
Corte y costura	45
bodega	20
<u>ADMINISTRACIÓN</u>	<u>49</u>
Gerencia	14
Auxiliar contable	18
Recepción	17
<u>VENTAS</u>	<u>46</u>
Almacén	18
Pasillos y baños	15
Garaje	13
<u>TOTAL</u>	<u>160</u>

Elaborado por: La autora

4.4. Tamaño del proyecto

Como factores que determinan el tamaño del proyecto se ha considerado los siguientes:

4.4.1. Disponibilidad de materia prima

La adquisición de materia prima prácticamente no tendría ninguna dificultad, debido a que los principales proveedores se encuentran en la ciudad de Quito, así como también se podría adquirir en Atuntaqui ya que en esta ciudad existe la comercialización de todo tipo de telas.

Para ello se realizó una investigación directa, encontrando que los principales proveedores de materia prima de la competencia se encuentran básicamente en la ciudad de Quito, así como también se determinó que en la ciudad de Ibarra existen proveedores de insumos y de

maquinaria. Un factor muy importante es que existe mano de obra altamente calificada a nivel local.

Con el fin de cubrir las necesidades del proyecto se considera las distintas alternativas:

Cuadro N° 34

Principales proveedores

DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	LUGAR
Tela	IMEXZOL	QUITO
Tela	PROVELSA	QUITO
Tela	DEPOSITO DE TELAS NACIONALES	QUITO
	ALMACÉN LESLY	QUITO
Insumos	MERCADO AMAZONAS	IBARRA
	ENKADOR	ATUNTAQUI
Maquinaria	MAINCO	IBARRA
Maquinaria	SIRUBA	QUITO
Mano de obra	CÁMARA DE COMERCIO	IBARRA

Elaborado por: La autora

4.4.2. Disponibilidad de mano de obra

En la actualidad la provincia de Imbabura cuenta con un alto nivel de oferta en lo que se refiere a mano de obra, mencionando que existen algunos centros de apoyo artesanal en los cuales capacitan a personas en cualquier ámbito laboral, de manera que les permita desenvolverse en las distintas fábricas en este caso.

4.4.3. Disponibilidad de vías de acceso

Este factor está relacionado con las condiciones actuales de las vías de acceso a la ciudad de Ibarra, las cuales evidentemente se encuentran en excelente estado, lo que evita alguna dificultad a la hora de transportar la materia prima e insumos.

4.4.4. Disponibilidad de financiamiento

Para la implementación de la pequeña empresa se necesita de cierto capital, mismo que será financiado por entidades financieras de la ciudad.

Este punto será analizado detenidamente el siguiente capítulo.

4.5. Capacidad instalada

La capacidad instalada es el nivel de producción que la empresa puede generar, utilizando para ellos, todos sus activos productivos.

En el proyecto, para el cálculo de ésta se ha tomado como base una investigación directa a la competencia, lo cual se pudo obtener que de acuerdo al grado de dificultad que tiene cada uno de los cobertores el tiempo promedio asciende entre 30 y 45 minutos, hay que mencionar también que existe cobertores de un alto grado de dificultad, estos tienen un tiempo de 2 horas, debido a sus bordados y sus acabados.

Ademas para determinar la capacidad instalada se debe tomar en cuenta las políticas laborales establecidas por el Ministerio de trabajo, el mismo que dispone como días de descanso los días sábados, domingos y días festivos.

Cuadro N° 35**Días de descanso establecidos**

MES	DÍAS DESCANSO DÍA
Enero	01(Día año nuevo)
febrero	8 y 9 (Carnaval)
Marzo	24 y25 (Semana santa)
Mayo	24 (Batalla de Pichincha)
Agosto	10 (Independencia)
Noviembre	2 y 3 (Día de los difuntos e independencia Cuenca)

considerando como días festivos 9

A continuación se muestra el rendimiento productivo y el número de días laborables.

$52 \text{ (Semanas)} * 5 \text{ (días)} = 260 - 9 = 251 \text{ Días laborales}$

$251 \text{ (Días laborables)} * 18 \text{ unds diarias} = 4.518 \text{ Unds anuales}$

Cuadro N° 36**Rendimiento de producción anual de operarias**

OPERARIAS	DIARIO	ANUAL
3	18	4.518

Elaborado por: La autora

4.6. Diseño del proceso productivo

El proceso productivo de los cobertores y edredones cuenta con varias etapas, considerando actividades a ser realizadas en cada una estas tales como: diseño, trazos, corte y confección.

Para ellos se necesita una buena organización y control de calidad, para facilitar un seguimiento continuo al proceso de transformación de materia prima a producto terminado.

Cuadro N° 37**Etapas del proceso productivo**

1.- Compra de materia prima

Tela**Insumos:**

Plumón

Hilo

Ajugas

Elásticos

Encajes

Empaque y etiquetas

2.- Almacenamiento de la materia prima e insumos

3.- Traslado de materias primas e insumos al área de producción

4.- Diseño del producto

5.- Corte de piezas de tela

6.- Proceso de confección

7.- Control de calidad del producto

8.- Doblado y empacado de cada cobertor o edredón

9.- Almacenamiento de producto terminado en:

- Transporte a bodega
- Área de comercialización






10.- Venta del producto

11.-Reposición de materia prima e insumos

4.6.1 Simbología

Cuadro N° 38

Simbología

	Inicio y finalización
	Interrogante para decidir
	Proceso alternativo
	Preparación
	Proceso

4.6.2 Proceso productivo

Gráfico No 16

Proceso productivo



4.6.3 Proceso comercialización

Gráfico No 17

Proceso comercialización



4.7. Requerimiento de maquinaria y equipo

Para el buen desarrollo de las actividades productivas es necesario e importante contar con maquinaria de alta calidad, de manera que permita cubrir con la capacidad instalada del proyecto.

En este caso se ha establecido que se debe adquirir la siguiente maquinaria:

Máquina Cortadora.- Su principal función es el corte de cada una de las piezas establecidos mediante los moldes ya diseñados, básicamente esta es una cortadora brasileña computarizada, lo que permitirá optimizar tiempo.

Gráfico No 18

Máquina Cortadora



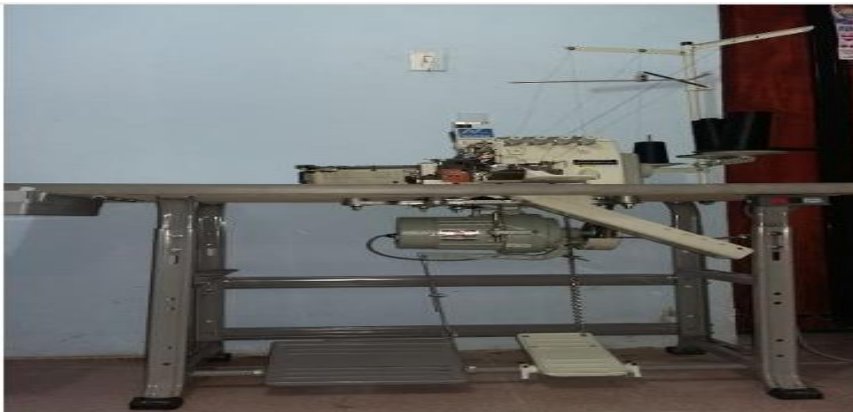
Máquina Recta.- Este tipo de máquina básicamente su función es unir cada una de las distintas piezas que fueron cortados en base a los moldes diseñados, con el fin de obtener el producto terminado.

Gráfico No 19
Máquina Recta



Máquina Overlok.- Prácticamente este tipo de maquinaria cumple con la función de cerrar las telas para evitar alguna dificultad con el deshilado en el producto.

Gráfico No 20
Máquina Overlok



Máquina Recubridora.- Finalmente esta máquina cumple la función de realizar la terminación de acabados en el producto terminado.

Gráfico No 21

Máquina Recubridora



Máquina Bordadora.- Es una máquina de alto rendimiento, garantiza un menor costo debido a la mayor velocidad del bordado, la maquina satisface por la precisión extrema, alta calidad del material con el que fue construida, los modos de funcionamiento flexibles y probada resistencia.

Gráfico No 22

Máquina Bordadora



Cuadro N° 39**Maquinaria y equipo**

Descripción	Cant.	V. Unit.	V. Total
Cortadora	2	10.000,00	20.000,00
Máquina Recta	3	1.200,00	3.600,00
Máquina Overlock	3	1.700,00	5.100,00
Máquina Bordadora	4	9.000,00	36.000,00
Máquina Recubridora	3	1.300,00	3.900,00
TOTAL			68.600,00

Fuente: Mainco

Elaborado por: La autora

4.8. Requerimiento de activos fijos

Para poner en marcha las actividades de la pequeña empresa textil se necesita de un equipamiento adecuado, es por eso que se debe realizar la adquisición de máquinas, equipos de cómputo, de oficina y varios activos más que son indispensables para sus operaciones.

4.8.1 Activos depreciables

Son aquellos activos fijos que pierden parte de su valor por el paso del tiempo, utilización u obsolescencia

4.8.1.1 Equipo de computación

La adquisición de estos equipos ayuda a tener un buen sistema de inventarios, insumos, materiales, control de ventas, entrega de pedidos, entre otros.

Cuadro N° 40**Equipo de computación**

Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Computador	und	3	900	2.700,00
Impresora	und	1	120	120,00
TOTAL				2.820,00

Fuente: Word Computers

Elaborado por: La autora

Se ha determinado adquirir 3 equipos de cómputo, esto de acuerdo al grado de importancia que tiene cada una de las áreas establecidas anteriormente.

Estos equipos estarán distribuidos de la siguiente manera

- 1 para el área de la gerencia
- 1 Para el área de contabilidad
- 1 Para el área de ventas

4.8.1.2 Muebles y enseres

Son necesarios para la realización de las distintas actividades y serán distribuidos de acuerdo al número de áreas establecidas.

Cuadro N° 42**Muebles y enseres**

Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Escritorio metálico	und	2	200	400,00
Sillas	und	12	30	360,00
Archivador	und	2	150	300,00
TOTAL				1.060,00

Fuente: Línea nueva

Elaborado por: La autora

4.8.2 No depreciables

Los activos no depreciables son aquellos que no pierden su valor por simplemente naturaleza, es decir, o a medida que pasa el tiempo y con la realización de mejoras, estos tienden a subir de precio.

4.8.2.1 Equipo de oficina

Cuadro N° 43

Equipo de oficina

Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Plancha	Und.	2	50	100,00
Tijera	Und.	3	4	12,00
teléfono	Und.	3	50	150,00
Útiles de Limpieza	varios	1	10	10,00
calculadora	Und.	1	20	20,00
TOTAL				292,00

Fuente: Línea nueva

Elaborado por: La autora

4.9. Determinación de la materia prima directa

“La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final, para ello ésta debe ser perfectamente identificable y medible y así determinar tanto el costo final del producto como su composición.”

Para la elaboración de los cobertores y edredones se tiene como materia prima directa la tela, que en este caso se utilizará distintos tipos de la misma, considerando su calidad, durabilidad y sobre todo los gustos y preferencias de los clientes.

Los principales cobertores y edredones que se fabricarán son:

- Cobertores infantiles
- Cobertores adulto
- Edredón infantil
- Edredón adulto

Cuadro N° 44

Fórmula Cobertor infantil

Detalle	%	Composición und	Costo u.	Costo total
Tela	60	2,5	3,3	8,25
Plumón	30	2	4,9	9,8
Hilo	10	0,01	0,05	0,001
TOTAL	100		8,25	18,05

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 45

Fórmula Cobertor adulto

Detalle	%	Composición und	Costo u.	Costo total
Tela	60	3	3,68	11,04
Plumón	30	2	4,9	9,8
Hilo	10	0,01	0,05	0,001
TOTAL	100		8,63	20,84

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 46

Fórmula Edredón infantil

Detalle	%	Composición und	Costo u.	Costo total
Tela	45	2,5	3,3	8,25
Plumón	30	1	4,9	4,9
Popelina	20	1	1,7	1,7
Hilo	5	0,01	0,05	0,001
TOTAL	100		9,95	14,85

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 47**Fórmula Edredón adulto**

Detalle	%	Composición und	Costo u.	Costo total
Tela	45	3	3,96	11,88
Plumón	30	1	4,9	4,9
Popelina	20	1	1,7	1,7
Hilo	5	0,01	0,05	0,001
TOTAL	100		10,61	18,48

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 48**Cuadro de producción**

	Año Base
<u>Cobertor Infantil:</u>	2016
Cantidad anual	1130
Subtotal	1.130
<u>Cobertor Adulto:</u>	
Cantidad	1130
Subtotal	1.130
<u>Edredón Infantil:</u>	
Cantidad	1129
Subtotal	1.129
<u>Edredón Adulto:</u>	
Cantidad	1129
Subtotal	1.129
TOTAL	4.518

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 49**Materia prima directa**

Rubros	Año Base 2016			
	Unid.Med.	Cant.	P. Unit	V. Total
<u>Cobertor Infantil:</u>				
Tela (plaza y media)	m	2.825,00	3,30	9.322,50
Plumón	Kg.	2.260,00	4,90	11.074,00
Hilo	cono	11	2,20	24,86
SUB TOTAL				20.421,36
<u>Cobertor Adulto:</u>				
Tela (dos plazas)	m	3.390,00	3,68	12.475,20
Plumón	Kg.	2.260,00	4,90	11.074,00
Hilo	cono	11	2,20	24,86
SUB TOTAL				23.574,06
<u>Edredón Infantil:</u>				
Tela (plaza y media)	m	2.822,50	3,30	9.314,25
Plumón	Kg.	1.129,00	4,90	5.532,10
Hilo	cono	11	2,20	24,86
Popelina	m	1.129,00	1,70	1.919,30
SUB TOTAL				16.790,51
<u>Edredón Adulto:</u>				
Tela (dos plazas)	m	3.387,00	3,96	13.412,52
Plumón	Kg.	1.129,00	4,90	5.532,10
Hilo	cono	11	2,20	24,86
Popelina	m	1.129,00	1,70	1.919,30
SUB TOTAL				20.888,78
TOTAL MATERIA PRIMA				81.674,71
OTROS:				
Etiqueta	und.	4.518,00	0,50	2.259,00
Porta cobertor / edredón	und.	4.518,00	1,20	5.421,60
SUB TOTAL				7.680,60
TOTAL MATERIA PRIMA				89.355,31

Elaborado por: La autora

4.10. Determinación de la mano de obra directa

Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio.

Cuadro N° 50**Nómina de empleados**

Rubro	Año Base 2016	Año Base 2016	Año Base 2016	Año Base 2016
	Gerente	Auxiliar C.	Vendedor	Operarias
SBU	7.200,00	4.392,00	4.392,00	14.400,00
Aporte Patronal	874,80	533,63	533,63	1.749,60
Fondo de Reserva				
Décimo Tercero	600,00	366,00	366,00	1.200,00
Décimo Cuarto	366,00	366,00	366,00	1.098,00
TOTAL	9.040,80	5.657,63	5.657,63	18.447,60

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 51**Mano de obra directa**

Cargo	Año Base 2016
<u>Operarias</u>	3
Sueldo	400

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 52**Sueldo anual**

Rubro	Año base 2016
SBU	14.400,00
Aporte Patronal	1.749,60
Fondo de Reserva	
Décimo Tercero	1.200,00
Décimo Cuarto	1.098,00
TOTAL	18.447,60

Elaborado por: La autora

4.11. Determinación de los CIF

Los costos indirectos de fabricación son todos los bienes naturales, semielaborados o elaborados de carácter complementario que son indispensables para la terminación adecuada del producto final.

En estos costos se incluye la mano de obra indirecta que en este caso se contratará un técnico, para mantenimiento de máquinas el mismo que mediante un contrato lo realizará dos veces al año.

Cuadro N° 53

Costos indirectos de fabricación

Descripción	Año Base 2016
<u>Mantenimiento maquinaria</u>	
Técnico	50
Meses año	2
Energía eléctrica	600
TOTAL...	700

Elaborado por: La autora

4.12. Determinación de los gastos administrativos

Para un correcto funcionamiento de la empresa es necesario contar con personal altamente capacitado, para ello se contratará un gerente general y un auxiliar contable, los mismo que realizarán distintas funciones en sus respectivos cargos.

Cuadro N° 54

Sueldos administrativos

Cargo	Cantidad	meses	SBU mes	Salario Anual
Gerente	1	12	650	7.800
Auxiliar Contable	1	12	366	4.392
TOTAL			966	11.592

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 55**Sueldos y beneficios**

Rubro	Año Base	Año Base
	2016	2016
	Gerente	Auxiliar C.
SBU	7.200,00	4.392,00
Aporte Patronal	874,80	533,63
Fondo de Reserva		
Décimo Tercero	600,00	366,00
Décimo Cuarto	366,00	366,00
TOTAL	9.040,80	5.657,63

A continuación se muestra un cuadro resumen de los gastos administrativos en los cuales se incluye servicios de comunicación, pago servicios básicos, entre otros.

Los mismos que a la hora de poner en marcha las actividades de la empresa son indispensables.

Cuadro N° 56**Gastos administrativos**

Descripción	Año Base
	2016
<u>Agua</u>	
Consumo (por mes)	10
Meses año	12
Consumo (por año)	120,00
<u>Teléfono</u>	
Consumo (por mes)	20
Meses año	12
Consumo (por año)	240,00
<u>Internet</u>	
Consumo (por mes)	24
Meses año	12
Consumo (por año)	288,00
TOTAL...	648,00

Elaborado por: La autora

4.13. Determinación de los gastos de venta

A continuación se muestra un cuadro de los gastos de ventas en los cuales se incluye prensa escrita, pago radio, entre otros.

Los mismos que a la hora de poner en marcha las actividades de la empresa son indispensables, para dar a conocer el producto a los clientes.

Cuadro N° 57

Sueldo vendedor

Rubro	Año Base 2016
SBU	4.392,00
Aporte Patronal	533,63
Fondo de Reserva	
Décimo Tercero	366,00
Décimo Cuarto	366,00
TOTAL	5.657,63

Elaborado por: La autora

Cuadro N°58

Gastos ventas

Descripción	Año Base 2016
<u>Publicidad:</u>	
Publicidad en medios	6.339.36
Arriendo Local	2400.36
TOTAL...	8.739,36

Elaborado por: La autora

4.14. Determinación de los gastos de constitución

Dentro de la inversión del proyecto se encuentran los gastos de constitución e investigación de la pequeña empresa, es decir todos los trámites Legales y necesarios que se deba realizar.

Cuadro N° 59

Gastos de constitución

Descripción	V Unit.	V. Total
Gastos de investigación	500	500
Gastos de constitución	960	960
TOTAL...		1.460

Elaborado por: La autora

Los gastos de constitución están compuestos por pagos que realiza la empresa para su funcionamiento entre ellos están los siguientes: pagos a notarias, registro de la propiedad, asesoría jurídica, patentes municipales, permiso del cuerpo de bomberos y gastos por algunas adecuaciones que se realizará en la planta.

4.15. Capital de trabajo para dos meses

El capital de trabajo se lo calculó en función al ciclo de operación de la pequeña empresa de confección y comercialización de cobertores y edredones. El ciclo de operación es de dos meses, tiempo necesario para que la empresa comience a generar ingresos y pueda solventar sus gastos.

Finalmente se puede decir que el capital de trabajo está formado por la repartición de dinero en este caso corresponde a materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos de ventas administrativos y de constitución. A continuación el cuadro resume de estos rubros

4.15.1 Fórmula (Método desfase)

$$\frac{\text{Costos de operación}}{\text{Días laborables}} * N^{\circ} \text{requeridos}$$

$$\frac{143.963,95}{291} = 60 \text{ Días}$$

29.683.29

4.16. Inversión total

Cuadro N° 60

Activos fijos

Activo Fijo	V. original
Maquinaria y Equipo	68.600
Equipo de cómputo	2.820
Muebles de Oficina	1.060
Equipos Varios	122
TOTAL	72.602

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 61

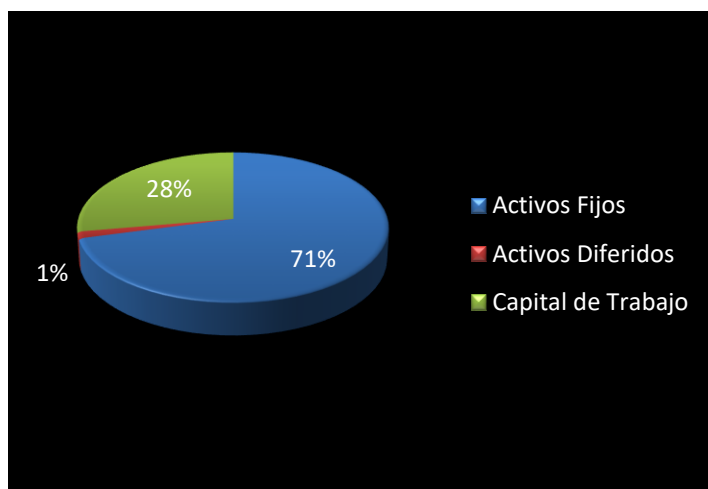
Inversión total

Activos Fijos	72.602,00
Activos Diferidos	1.460,00
Capital de Trabajo	29.683,29
Inversión Total	103.745,29

Elaborado por: La autora

Gráfico No 23

Estructura de la inversión



Elaborado por: La autora

4.17. Fuentes de financiamiento

Dentro del estudio del plan de inversión, es necesario e importante constituir la respectiva asignación de los recursos previos a la inversión, para determinar si es factible la ejecución del mismo, con ello se tendrá una base para obtener los recursos económicos para su implementación.

Cuadro N° 62

Financiamiento

Estructura	Valor	%
Fondos propios	41.498,12	40
Fondos financiados	62.247,17	60
Total...	103.745,29	100

Elaborado por: La autora

La empresa dispone de un capital del 40% como inversión propia, mientras que se requiere de un financiamiento externo del 60%, la misma que será financiada a una tasa del 14% anual en pagos mensuales, este financiamiento será otorgado por la CFN.

4.18. Conclusión

Una vez analizado las variables correspondientes se llega a las siguientes conclusiones:

Con la matriz de ponderación de factores se ha determinado que la ubicación idónea para el proyecto es el sector los Ceibos con una calificación de 9.25 puntos.

Para un buen desempeño de las respectivas funciones se ha establecido el área de producción, el área de administración y el área de comercialización.

Para el tamaño del proyecto se evidencia que existe una amplia disponibilidad a la hora de la adquisición de los respectivos insumos. La capacidad instalada fue calculada de acuerdo al

tiempo promedio que se demora en realizar un cobertor, la cual es de una hora y como se contratará 3 operarias su rendimiento diario sera de 18 unidades diarias y 4.518 anuales.

Para determinar los costos de producción se realizó proformas e investigación directa a los distintos proveedores y productores de diferentes ciudades.

El capital de trabajo de acuerdo al giro del negocio se establecio que será de 2 meses lo que representa un valor de 29.683,29 dólares.

Finalmente se puede decir que la empresa dispone de un capital propio del 41.498 dólares y requiere de 62.247 dólares, los mismo q serán financiados a una tasa del 14% anual en pagos mensuales, este financiamiento será otorgado por la CFN.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

Al existir un mercado potencial al cual ofrecer este tipo de producto, el estudio financiero busca establecer inversiones necesarias de recursos para pronosticar ingresos, analizar los egresos del presente proyecto, e indicadores que permitan una adecuada evaluación financiera del mismo.

5.2. Objetivo general

Evaluar el proyecto aplicando un estudio financiero mediante el análisis del costo-beneficio y el cálculo de indicadores financieros que permitan determinar la factibilidad del mismo.

5.3. Cantidad de proyección de ventas

La cantidad de ventas se incrementa en un 2.02% que corresponde a la tasa de crecimiento poblacional del Canton Ibarra.

Cuadro N° 63**Cantidad ventas proyectadas**

	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Cobertor Infantil:</u>						
Cantidad anual	1130	1.153	1.176	1.200	1.224	1.249
SUBTOTAL	1.130	1.153	1.176	1.200	1.224	1.249
<u>Cobertor Adulto:</u>						
Cantidad anual	1130	1.153	1.176	1.200	1.224	1.249
SUBTOTAL	1.130	1.153	1.176	1.200	1.224	1.249
<u>Edredón Infantil:</u>						
Cantidad anual	1129	1.152	1.175	1.199	1.223	1.248
SUBTOTAL	1.129	1.152	1.175	1.199	1.223	1.248
<u>Edredón Adulto:</u>						
Cantidad anual	1129	1.152	1.175	1.199	1.223	1.248
SUBTOTAL	1.129	1.152	1.175	1.199	1.223	1.248
TOTAL	4.518	4.609	4.702	4.797	4.894	4.993

Elaborado por: La autora

5.3.1. Precios

Los precios están determinados en base a la competencia, los costos y gastos aumentan según la inflación promedio de años anteriores que es de 3,42% anual según datos obtenidos del Banco Central, a continuación se muestra los resultados.

Cuadro N° 64**Precios determinados por costos y gastos**

	Costo unitario		Precio de venta
	Costo unitario	Utilidad	
Cobertor Infantil:	32		47
Cobertor Adulto:	35	0,30	46
Edredón Infantil:	29		42
Edredón Adulto:	32		44

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 65**Precios proyectados**

Años Rubros	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Cobertor</u> <u>Infantil:</u>						
Precio	47	48	50	52	54	55
<u>Cobertor</u> <u>Adulto:</u>						
Precio	46	48	49	51	53	55
<u>Edredón</u> <u>Infantil:</u>						
Precio	42	43	44	46	48	49
<u>Edredón</u> <u>Adulto:</u>						
Precio	44	45	47	48	50	52

Elaborado por: La autora

5.3.2. Determinación de los ingresos proyectados

Se ha decidido realizar la proyección de ingresos para 5 años, tomando como base el estudio técnico, en el cual se puede evidenciar que la capacidad instalada de la pequeña empresa textil obtiene los siguientes ingresos por ventas de cobertores y edredones tanto en infantiles como de adultos.

Cuadro N° 66**Ingresos proyectados**

Años Rubros	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Cobertor Infantil:</u>						
Cantidad diaria	4	4	4	4	4	4
Número de días	22	22	22	22	22	22
Precio	47	49	50	52	54	56
Meses año	12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL	49.632	52.366	55.251	58.295	61.507	64.895
<u>Cobertor Adulto:</u>						
Cantidad	6	6	6	6	6	7
Número de días	22	22	22	22	22	22
Precio	46	48	49	51	53	54
Meses año	12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL	72.864	76.878	81.113	85.582	90.297	95.271
<u>Edredón Infantil:</u>						
Cantidad	4	4	4	4	4	4
Número de días	22	22	22	22	22	22
Precio	42	43	45	46	48	50
Meses año	12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL	44.352	46.795	49.373	52.093	54.963	57.991
<u>Edredón Adulto:</u>						
Cantidad	4	4	4	4	4	4
Número de días	22	22	22	22	22	22
Precio	44	46	47	49	50	52
Meses año	12	12	12	12	12	12
SUBTOTAL	46.464	49.024	51.724	54.574	57.581	60.753
TOTAL INGRESOS	213.312	225.064	237.462	250.544	264.347	278.910

Elaborado por: La autora

5.4. Determinación de egresos

Son todas las erogaciones de efectivo que tiene la pequeña empresa textil, para iniciar sus operaciones, estos egresos representan a los costos de producción, gastos administrativos,

ventas; dichos rubros se incrementan de acuerdo a la tasa de inflación promedio de años anteriores, que es del 3.42%.Ecepto los sueldos del talento humano.

5.4.1. Costos de producción

El costo de producción para los cobertores y edredones, en lo corresponde a materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación son los siguientes.

5.4.1.1. Materia prima directa

Para el arranque de la unidad productiva es necesario contar con la suficiente materia prima, la misma será adquirida dependiendo de los proveedores que son como alternativa potencial en la ciudad de Quito y de acuerdo al plan de producción.

Cuadro N° 67

Costo materia prima

Años Rubros	Año Base 2016				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Unid.Med.	Cant.	C.u	C. Total					
Cobertor Infantil:									
Tela (plaza y media)	m	2.825,00	3,30	9.322,50	9.641,33	9.971,06	10.312,07	10.664,75	11.029,48
Plumón	Kg.	2.260,00	4,90	11.074,00	11.452,73	11.844,41	12.249,49	12.668,43	13.101,69
Hilo	cono	11	2,20	24,86	25,71	26,59	27,50	28,44	29,41
SUB TOTAL				20.421,36	21.119,77	21.842,07	22.589,07	23.361,61	24.160,58
Cobertor Adulto:									
Tela (dos plazas)	m	3.390,00	3,68	12.475,20	12.901,85	13.343,10	13.799,43	14.271,37	14.759,45
Plumon	Kg.	2.260,00	4,90	11.074,00	11.452,73	11.844,41	12.249,49	12.668,43	13.101,69
Hilo	cono	11	2,20	24,86	25,71	26,59	27,50	28,44	29,41
SUB TOTAL				23.574,06	24.380,29	25.214,10	26.076,42	26.968,23	27.890,55
Edredon Infantil:									
Tela (plaza y media)	m	2.822,50	3,30	9.314,25	9.632,80	9.962,24	10.302,95	10.655,31	11.019,72
Plumon	Kg.	1.129,00	4,90	5.532,10	5.721,30	5.916,97	6.119,33	6.328,61	6.545,05
Hilo	cono	11	2,20	24,86	25,71	26,59	27,50	28,44	29,41
Popelina	m	1.129,00	1,70	1.919,30	1.984,94	2.052,83	2.123,03	2.195,64	2.270,73
SUB TOTAL				16.790,51	17.364,75	17.958,62	18.572,80	19.207,99	19.864,91
Edredon Adulto:									
Tela (dos plazas)	m	3.387,00	3,96	13.412,52	13.871,23	14.345,62	14.836,24	15.343,64	15.868,40
Plumon	Kg.	1.129,00	4,90	5.532,10	5.721,30	5.916,97	6.119,33	6.328,61	6.545,05
Hilo	cono	11	2,20	24,86	25,71	26,59	27,50	28,44	29,41
Popelina	m	1.129,00	1,70	1.919,30	1.984,94	2.052,83	2.123,03	2.195,64	2.270,73
SUB TOTAL				20.888,78	21.603,18	22.342,00	23.106,10	23.896,33	24.713,58
TOTAL MATERIA PRIMA				81.674,71	84.467,99	87.356,79	90.344,39	93.434,17	96.629,62

Elaborado por: La autora

5.5. Determinación de la mano de obra

Cuadro N° 68

Costo mano de obra directa

CARGO	
Operarias	3
Sueldo	400

Para el cálculo del Salario Básico Unificado se tomó como referencia años anteriores para determinar la tasa de crecimiento y proyectar con la misma en los siguientes años.

Cuadro N° 69

Historial SBU

Historial SBU			
Años	SBU	$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$	
2005	150	0	
2006	160	6,67	
2007	170	6,25	
2008	185	8,82	
2009	218	17,84	
2010	240	10,09	
2011	264	10,00	
2012	292	10,61	
2013	318	8,90	
2014	340	6,92	
2015	354	4,12	
2016	366	3,39	
TOTAL		93,61	

5.5.1. Mano de obra directa

Por lo tanto se realiza un incremento del 8,51% para cada año consecutivo.

Cuadro N° 70

Sueldo mensual operarias

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	1200,00	1302,12	1412,93	1533,17	1663,64	1805,22
Aporte Patronal	145,80	158,21	171,67	186,28	202,13	219,33
Fondo de Reserva		108,47	117,70	127,71	138,58	150,37
Décimo Tercero	100,00	108,51	117,74	127,76	138,64	150,43
Décimo Cuarto	91,50	99,29	107,74	116,90	126,85	137,65
TOTAL	1537,30	1776,59	1927,78	2091,83	2269,85	2463,01

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 71

Sueldo anual operarias

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	14.400,00	15.625,44	16.955,16	18.398,05	19.963,72	21.662,64
Aporte Patronal	1.749,60	1.898,49	2.060,05	2.235,36	2.425,59	2.632,01
Fondo de Reserva		1.301,60	1.412,37	1.532,56	1.662,98	1.804,50
Décimo Tercero	1.200,00	1.302,12	1.412,93	1.533,17	1.663,64	1.805,22
Décimo Cuarto	1.098,00	1.191,44	1.292,83	1.402,85	1.522,23	1.651,78
TOTAL	18.447,60	21.319,09	23.133,34	25.101,99	27.238,17	29.556,14

Elaborado por: La autor

5.5.2. Mano de obra indirecta

Cuadro N° 72

Mano de obra indirecta

Descripción	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Mantenimiento</u>						
<u>maquinaria</u>						
Técnico	50	52	53	55	57	59
Meses año	2	2	2	2	2	2
TOTAL...	100	103	107	111	114	118

Elaborado por: La autora

La asistencia técnica es puntual dos veces al año, para los siguientes años se incrementa un 3.42% tomando como referencia la inflación.

5.6. Costos indirectos de fabricación

Cuadro N° 73

Costos indirectos

Descripción	Unid. Med.	C.u	C.t	V.Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Etiqueta	und.	4.518,00	0,50	2.259,00	2.336,26	2.416,16	2.498,79	2.584,25	2.672,63
Porta cobertor / edredón	und.	4.518,00	1,20	5.421,60	5.607,02	5.798,78	5.997,10	6.202,20	6.414,31
SUB TOTAL				7.680,60	7.943,28	8.214,94	8.495,89	8.786,45	9.086,94

Elaborado por: La autora

5.7. Resumen de los costos de producción

El total de costos de producción de cada uno de los años considerados son:

Cuadro N° 74**Resumen de los costos de producción**

Descripción	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de producción						
Materia Prima	81.674,71	84.467,99	87.356,79	90.344,39	93.434,17	96.629,62
Mano de Obra	18.447,60	21.319,09	23.133,34	25.101,99	27.238,17	29.556,14
costos indirectos de fabricación	8.380,60	8.667,22	8.963,64	9.270,19	9.587,23	9.915,12
TOTAL	108.502,91	114.454,29	119.453,77	124.716,58	130.259,57	136.100,87

Elaborado por: La autora

5.8. Gastos de administración

Los gastos administrativos son: sueldos al personal administrativo, servicios básicos, servicios de comunicación, entre otros. los mismos que sin justificados por el trabajo que realizan en la pequeña empresa textil.

5.8.1. Sueldos administrativos

Se considera los siguientes pagos: Gerente y Auxiliar contable, para la proyección se calculó con una tasa de crecimiento del 8,51%.

Cuadro N° 75**Sueldos administrativos**

Cargo	Cantidad	meses	SBU mes	Salario Anual
Gerente	1	12	600	7.200
Auxiliar Contable	1	12	366	4.392

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 76**Sueldos mensual gerente**

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	600,00	651,06	706,47	766,59	831,82	902,61
Aporte Patronal	72,90	79,10	85,84	93,14	101,07	109,67
Fondo de Reserva		54,23	58,85	63,86	69,29	75,19
Décimo Tercero	50,00	54,26	58,87	63,88	69,32	75,22
Décimo Cuarto	30,50	33,10	35,95	39,04	42,40	46,05
TOTAL	753,40	871,75	945,97	1026,50	1113,90	1208,73

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 77**Sueldos anual gerente**

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	7.200,00	7.812,72	8.477,58	9.199,02	9.981,86	10.831,32
Aporte Patronal	874,80	949,25	1.030,03	1.117,68	1.212,80	1.316,01
Fondo de Reserva		599,76	650,80	706,18	766,28	831,49
Décimo Tercero	600,00	651,06	706,47	766,59	831,82	902,61
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
TOTAL	9.040,80	10.409,93	11.295,82	12.257,09	13.300,17	14.432,01

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 78**Sueldos mensual auxiliar contable**

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Aporte Patronal	44,47	48,25	52,36	56,82	61,65	66,90
Fondo de Reserva		30,49	33,08	35,90	38,95	42,27
Décimo Tercero	30,50	33,10	35,91	38,97	42,28	45,88
Décimo Cuarto	30,50	33,10	35,95	39,04	42,40	46,05
TOTAL	471,47	542,08	588,24	638,34	692,70	751,69

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 79**Sueldos anual auxiliar contable**

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	4.392,00	4.765,76	5.171,33	5.611,41	6.088,94	6.607,10
Aporte Patronal	533,63	579,04	628,32	681,79	739,81	802,76
Fondo de Reserva		396,99	430,77	467,43	507,21	550,37
Décimo Tercero	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
TOTAL	5.657,63	6.536,08	7.092,30	7.695,86	8.350,77	9.061,42

Elaborado por: La autora

5.8.2. Servicios básicos administrativos**Cuadro N° 80****Gastos servicios básicos**

Descripción	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Agua</u>						
Consumo (por mes)	10	10,34	10,70	11,06	11,44	11,83
Meses año	12	12	12	12	12	12
Consumo (por año)	120,00	123,60	127,31	131,13	135,06	139,11
<u>Teléfono</u>						
Consumo (por mes)	20	20,68	21,39	22,12	22,88	23,66
Meses año	12	12	12	12	12	12
Consumo (por año)	240,00	247,20	254,62	262,25	270,12	278,23
<u>Internet</u>						
Consumo (por mes)	24	24,82	25,67	26,55	27,46	28,39
Meses año	12	12	12	12	12	12
Consumo (por año)	288,00	296,64	305,54	314,71	324,15	333,87
TOTAL...	648,00	667,44	687,46	708,09	729,33	751,21

Elaborado por: La autora

5.8.3. Resumen de los gastos administrativos

El total de los gastos administrativos de cada uno de los años considerados son:

Cuadro N° 81

Resumen de los gastos administrativos

Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo Gerente	9.040,80	10.409,93	11.295,82	12.257,09	13.300,17
Sueldo Auxiliar C.	5.657,63	6.536,08	7.092,30	7.695,86	8.350,77
Servicios básicos	648,00	667,44	687,46	708,09	729,33
TOTAL	15.346,43	17.613,45	19.075,58	20.661,03	22.380,27

5.9. Gastos de ventas

Dentro de gastos de ventas se encuentran los siguientes: sueldo a vendedores, publicidad y arriendo local comercial.

5.9.1. Sueldos de las ventas

Cuadro N° 82

Sueldo vendedor

Cargo	Cantidad	meses	SBU mes	Salario Anual
Vendedor	1	12	366	4.392

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 83**Sueldo mensual vendedor**

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Aporte Patronal	44,47	48,25	52,36	56,82	61,65	66,90
Fondo de Reserva		30,49	33,08	35,90	38,95	42,27
Décimo Tercero	30,50	33,10	35,91	38,97	42,28	45,88
Décimo Cuarto	30,50	33,10	35,91	38,97	42,28	45,88
TOTAL	471,47	542,08	588,21	638,27	692,58	751,52

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 84**Sueldo anual vendedor**

Rubro	Año Base 2016	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	4.392,00	4.765,76	5.171,33	5.611,41	6.088,94	6.607,10
Aporte Patronal	533,63	579,04	628,32	681,79	739,81	802,76
Fondo de Reserva		397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Décimo Tercero	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
TOTAL	5.657,63	6.536,24	7.092,47	7.696,04	8.350,98	9.061,64

Elaborado por: La autor

5.9.2. Gastos ventas

El total de gastos de ventas por cada uno de los años considerados son:

Cuadro N° 85

Resumen gastos ventas

Descripción	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad:						
Publicidad en medios	6399,36	6618	6845	7079	7321	7571
Meses año						
Sueldo vendedor	5.658	6.536	7.092	7.696	8.351	9.062
Arriendo Local	2400	2482,08	2567	2655	2746	2839
TOTAL...	14456,99	15636,54	16504,00	17429,44	18417,26	19472,20

Elaborado por: La autora

5.10. Gastos financieros

Para el emprendimiento de esta unidad productiva se requiere un financiamiento de 62.247 dólares que representa el 60 % de la inversión total. Para la amortización del crédito se utiliza una tasa activa del 14% que es la referencial del Banco Central para estas operaciones crediticias, a un plazo de 5 años con pagos mensuales.

La distribución de la deuda es de acuerdo a la siguiente tabla de amortización.

5.10.1 Cálculo de la amortización

Para establecer la cuota fija se aplica la siguiente fórmula financiera.

$$VP = \frac{VF \cdot i \cdot (1+i)^n}{\{(1+i)^n - 1\}} \quad VP = \frac{62.247 \cdot 0,17 \cdot (1+0,17)^{60}}{\{(1+0,17)^{60} - 1\}} = \frac{1338,36}{1,0096} = 1325,66$$

Cuadro N° 86**Cálculo de la amortización**

Amortización del Crédito						
Capital: 62.247						
Interés: 14% 1,17 mensual						
Tiempo: 5 años 60 meses						
Nº	valor presente	Interés	Saldo soluto	Saldo Insoluto	Interes	Capital
1	1449,67	728,29	721,38	61.526		
2	1449,67	719,85	729,82	60.796		
3	1449,67	711,31	738,36	60.058		
4	1449,67	702,67	747,00	59.311		
5	1449,67	693,93	755,74	58.555		
6	1449,67	685,09	764,58	57.790		
7	1449,67	676,15	773,53	57.017		
8	1449,67	667,10	782,58	56.234		
9	1449,67	657,94	791,73	55.442		
10	1449,67	648,68	801,00	54.641		
11	1449,67	639,30	810,37	53.831		
12	1449,67	629,82	819,85	53.011	8.160	9.236
13	1449,67	620,23	829,44	52.182		
14	1449,67	610,53	839,15	51.343		
15	1449,67	600,71	848,97	50.494		
16	1449,67	590,78	858,90	49.635		
17	1449,67	580,73	868,95	48.766		
18	1449,67	570,56	879,11	47.887		
19	1449,67	560,27	889,40	46.997		
20	1449,67	549,87	899,81	46.098		
21	1449,67	539,34	910,33	45.187		
22	1449,67	528,69	920,98	44.266		
23	1449,67	517,91	931,76	43.334		
24	1449,67	507,01	942,66	42.392	6.777	10.619
25	1449,67	495,98	953,69	41.438		
26	1449,67	484,83	964,85	40.473		
27	1449,67	473,54	976,14	39.497		
28	1449,67	462,12	987,56	38.510		
29	1449,67	450,56	999,11	37.510		
30	1449,67	438,87	1010,80	36.500		
31	1449,67	427,05	1022,63	35.477		
32	1449,67	415,08	1034,59	34.442		
33	1449,67	402,98	1046,70	33.396		
34	1449,67	390,73	1058,94	32.337		
35	1449,67	378,34	1071,33	31.265		

36	1449,67	365,81	1083,87	30.182	5.186	12.210
37	1449,67	353,12	1096,55	29.085		
38	1449,67	340,29	1109,38	27.976		
39	1449,67	327,31	1122,36	26.853		
40	1449,67	314,18	1135,49	25.718		
41	1449,67	300,90	1148,78	24.569		
42	1449,67	287,46	1162,22	23.407		
43	1449,67	273,86	1175,81	22.231		
44	1449,67	260,10	1189,57	21.041		
45	1449,67	246,18	1203,49	19.838		
46	1449,67	232,10	1217,57	18.620		
47	1449,67	217,86	1231,82	17.389		
48	1449,67	203,45	1246,23	16.142	3.357	14.039
49	1449,67	188,86	1260,81	14.881		
50	1449,67	174,11	1275,56	13.606		
51	1449,67	159,19	1290,48	12.315		
52	1449,67	144,09	1305,58	11.010		
53	1449,67	128,82	1320,86	9.689		
54	1449,67	113,36	1336,31	8.353		
55	1449,67	97,73	1351,95	7.001		
56	1449,67	81,91	1367,77	5.633		
57	1449,67	65,91	1383,77	4.249		
58	1449,67	49,72	1399,96	2.849		
59	1449,67	33,34	1416,34	1.433		
60	1449,67	16,77	1432,91	0	1.254	16.142
TOTAL		24.733	62.247			

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 87**Gastos financieros**

DESCRIPCION	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses	8.160	6.777	5.186	3.357	1.254
Total Financieros	8.160	6.777	5.186	3.357	1.254

Elaborado por: La autora

Los gastos financieros son aquellos intereses que serán pagados en forma mensual según refleja la tabla de amortización anterior.

5.11 Depreciación activos fijos

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se tomó como referencia lo establecido en el Reglamento del SRI actualizado a enero del 2013, Art. 28, numeral 6, página 19, Depreciaciones de Activos Fijos. Pero según NIIF para Pymes sección 17 propiedad planta y equipo el bien se depreciará de acuerdo a la necesidad de la empresa una vez cumplido con el ámbito tributario.

Cuadro N° 88**Depreciaciones**

Activo Fijo	Vida útil	V. original	Cálculo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo	10	68.600	68.600/10	6.860	6.860	6.860	6.860	6.860
Equipo de cómputo	3	2.820	2.820 / 3	940	940	940	940	940
Muebles de Oficina	10	1.060	1.060 / 10	106	106	106	106	106
Equipos Varios		122						
TOTAL		72.602	-	7.906	7.906	7.906	7.906	7.906

Elaborado por: La autora

5.12. Costos y gastos

Cuadro N° 89

Resumen costos y gastos

Cuentas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima	92411,26	95571,73	98840,28	102220,62	105716,56
Mano de obra directa	21319,09	23133,34	25101,99	27238,17	29556,14
Mano de obra indirecta	723,94	748,70	774,30	800,79	828,17
Total costos de producción	114454,29	119453,77	124716,58	130259,57	136100,87
Gastos de personal Gerente	10409,93	11295,82	12257,09	13300,17	14432,01
Gastos de personal Auxiliar					
C	6536,08	7092,30	7695,86	8350,77	9061,42
Energía Eléctrica	620,52	641,74	663,69	686,39	709,86
Agua	123,60	127,31	131,13	135,06	139,11
Teléfono	247,20	254,62	262,25	270,12	278,23
Internet	296,64	305,54	314,71	324,15	333,87
Imprevistos	4501,27	4749,25	5010,89	5286,94	5578,21
Depreciaciones	7906	7906	7906	7906	7906
Total gastos de administración	30641,24	32372,57	34241,61	36259,60	38438,71
Gastos de personal					
Vendedor	6536,24	7092,47	7696,04	8350,98	9061,64
Publicidad	6618	6845	7079	7321	7571
Arriendo local	2482	2567	2655	2746	2839
Total gastos de ventas	15637	16504	17429	18417	19472
Interés	8160	6777	5186	3357	1254
Total gastos financieros	8160	6777	5186	3357	1254
Total Costos y Gastos	168892,22	175106,97	181573,51	188293,26	195265,58
TOTAL COSTOS Y G VARIABLES	113730,35	119453,77	124716,58	130259,57	136100,87
TOTAL C Y G FIJOS	55161,86	55653,20	56856,93	58033,69	59164,70
Total Costos y Gastos	168892,22	175106,97	181573,51	188293,26	195265,58

Elaborado por: La autora

5.13. Estados financieros

Para esta unidad productiva se prevé cinco años como horizonte del proyecto.

5.14 Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro N° 90

Estado pérdidas y ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descripción					
Ventas Proyectadas	225.064	237.462	250.544	264.347	278.910
(-) Costos Proyectados	115.122	120.141	125.425	130.989	136.852
(=) Utilidad Bruta Proyectada	109.942	117.321	125.120	133.358	142.058
(-) Gastos:					
Administrativos	16.946	18.388	19.953	21.651	23.493
De Ventas	15.637	16.504	17.429	18.417	19.472
Financieros	8.160	6.777	5.186	3.357	1.254
Depreciación	7.906	7.906	7.906	7.906	7.906
Imprevistos (2% de las ventas)	4.501	4.749	5.011	5.287	5.578
Total gastos proyectados	53.150	54.324	55.485	56.618	57.704
(=) Utilidad Operacional proyectada	56.792	62.997	69.635	76.740	84.355
(-) 15% Participación Trabajadores	8.519	9.450	10.445	11.511	12.653
(=) Utilidad proyectada antes IR	48.273	53.548	59.189	65.229	71.701
(-) Impuesto a la renta	10.620	13.387	14.797	16.307	17.925
(=) Utilidad Neta	37.653	40.161	44.392	48.922	53.776

Elaborado por: La autora

5.15. Estado de flujo de efectivo

*Cuadro N° 91**Flujo de efectivo*

	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Inversión	103.745					
	Utilidad Operacional		56.792	62.997	69.635	76.740	84.355
(+)	Depreciación		7.906	7.906	7.906	7.906	7.906
	TOTAL INGRESOS	-	64.698	70.903	77.541	84.646	92.261
(-)	Inversión de reposición					2.700	
(+)	Ventas de activos					400	
	Pago del principal		9.236	10.619	12.210	14.039	16.142
	15% Participación Trabajadores		8.519	9.450	10.445	11.511	12.653
	Impuesto a la renta		10.620	13.387	14.797	16.307	17.925
	TOTAL EGRESOS	-	28.375	33.456	37.453	44.958	46.721
	FLUJO NETO (I-E)	- 103.745	36.323	37.447	40.088	39.689	45.540

Elaborado por: La autora

5.16. Estado de situación inicial

Cuadro N° 92

Balance de arranque

Balance de arranque al año (cero)				
ACTIVOS				103.745
Inversión variable			29.683	
Inversión diferida			1.460	
Inversión fija			72.602	
Equipo y Maquinaria	68.600			
Equipo de Cómputo	2.820			
Muebles de Oficina	1.060			
Otros Activos	122			
PASIVOS				62.247
Deuda por pagar			62.247	
PATRIMONIO				41.498
Inversión Propia			41.498	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO				103.745

Elaborado por: La autora

5.17. Costo de oportunidad

Es el valor de la mejor opción no realizada, es decir, hace referencia a lo que se deja de ganar o disfrutar, cuando se elige una alternativa entre varias disponibles.

Cuadro N° 93

Costo de oportunidad

Descripción	Valor	% de estructura	Tasa ponderada	Valor ponderado
Inversión propia	41.498	40,00	6	240
Inversión financiada	62.247	60,00	14	840
Inversión Total...	103.745	100,00		1080
COSTO DE CAPITAL	1080/100	=	10,80	

$$\text{TRM} = (1 * C_k) (1 * \text{Inflación}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 * 0,1080) (1 * 0,0342) - 1 = \mathbf{14,59\%}$$

5.18. Cálculo del valor presente neto

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Cuadro N° 94

Cálculo valor actual neto

Años	Flujos Netos	TRM 14,59%	Flujos Netos actualizados	FIA	TIR
0	-103.745		-103.745		-103.745
1	36.323	0,872676	31.698	0,7971603	28.955
2	37.447	0,761564	28.519	0,6354645	23.796
3	40.088	0,664599	26.642	0,506567	20.307
4	39.689	0,57998	23.019	0,4038151	16.027
5	45.540	0,506135	23.049	0,3219053	14.659
29.182					0

$$VAN = -I.I + \frac{FE_1}{(1+r)^1} + \frac{FE_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FE_n}{(1+r)^n}$$

$$=-103.745 + 36.323/(1+0,1459)^1 + 37.447/(1+0,1459)^2$$

$$+ 40.088/(1+0,1459)^3 + 39.689/(1+0,1459)^4 + 45.540/(1+0,1459)^5$$

$$VAN = \$ 29.182$$

En este caso el VAN es positivo por lo tanto es aceptable la inversión.

5.19. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno de un proyecto es la tasa de interés que hace que el valor presente neto del proyecto sea igual a cero, es decir que es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Cuadro N° 95**Tasa interna de retorno**

Años	Flujos Netos	TRM 14,59%	Flujos Netos actualizados	FIA	TIR
0	-103.745		-103.745		-103.745
1	36.323	0,872676	31.698	0,7971603	28.955
2	37.447	0,761564	28.519	0,6354645	23.796
3	40.088	0,664599	26.642	0,506567	20.307
4	39.689	0,57998	23.019	0,4038151	16.027
5	45.540	0,506135	23.049	0,3219053	14.659
29.182					0

Elaborado por: La autora

TIR 25.45%

Los flujos se igualaron a cero, por lo tanto la TIR de esta inversión es 25.45% que comparada con la tasa de oportunidad del 14,59% es aceptable la inversión.

5.20. Costo beneficio

Este indicador sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, la información se extrae de los ingresos y egresos proyectados en los flujos de efectivo. El resultado del Beneficio / Costo puede reportar los siguientes resultados:

$B/C > a 1$ se acepta

$B/C < a 1$ se rechaza

$B/C = a 1$ es indiferente

$$\text{BeneficioCosto} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Cuadro N° 96**Cálculo costo beneficio**

Años	Ingresos	TRM 14,59%	Ingresos Actualizados	Egresos	TRM 14,59%	Egresos Actualizados	I / E
1	56.792	1,146	49.561	28.375	1,146	24.762	
2	62.997	1,313	47.976	33.456	1,313	25.479	
3	69.635	1,505	46.279	37.453	1,505	24.891	
4	76.740	1,724	44.508	44.958	1,724	26.075	
5	84.355	1,976	42.695	46.721	1,976	23.647	
TOTAL			231.019			124.854	1,85

Elaborado por: La autora

Significa que por cada dólar gastado se genera 0.84 centavos de ingreso.

5.21. Punto de equilibrio dólares y unidades

Es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida.

$$\text{Punto de Equilibrio dólares} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \text{Costos Variables}} = \frac{55.161,86}{0,49} = 111.511,44$$

Producto	Unidades a producir o vender	Porcenta je participación	Precio	Costo variable	Margen	Costos fijos	Margen ponderado	Punto de equilibrio	Ingresos	Egresos
Cobertor Infantil	1130	0,25	47	25	22	55162	5,42	713	33397	17946
Cobertor Adulto	1130	0,25	46	25	21		5,23	713	32863	17946
Edredón Infantil	1129	0,25	42	25	16		4,09	713	29619	17946
Edredón Adulto	1129	0,25	44	25	18		4,60	713	31069	17946
TOTAL	4518	1,00					19,34	2852	126947	71785

Elaborado por: La autora

5.22. Periodo de recuperación de la inversión

Este elemento de evaluación económica financiera, Permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de efectivo proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado.

Cuando se analizan dos alternativas es mejor el que tiene menor tiempo de recuperación.

Cuadro N° 97

Periodo de recuperación

Años	Flujos Proyectados	Flujos Acumulados
0	103.745	
1	36.323	67.422
2	37.447	104.870
3	40.088	
4	39.689	
5	45.540	

REGLA DE TRES:

104.870	3 años
103.745	x

2,97	años
------	------

recuperación de la inversión en 2 años 4 meses y 5 días
35,61

5.23. Cuadro resumen de la evaluación financiera

Cuadro N° 98

Indicadores

INDICADORES	
VAN	\$ 29.182
TIR	25.45%
COSTO BENEFICIO	1,85
COSTO DE OPORTUNIDAD	10,80
TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	14,59
PUNTO DE EQUILIBRIO	111.511
PERIODO RECUPERACIÓN	2,97

Elaborado por: La autora

5.24. Oportunidad de inversión

Una vez analizado los distintos indicadores económicos, se puede evidenciar que existe la factibilidad de poner en marcha el presente proyecto, así como también la oportunidad de invertir e incrementar el capital para la generación de ganancias que aportan al bienestar de los accionistas y de la comunidad como tal.

CAPÍTULO VI

6. ORGANIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA TEXTIL

6.1 Introducción

En este capítulo se tratará aspectos importantes que tienen relación con la parte administrativa, su estructura y sus respectivos requisitos de funcionamiento para que la pequeña empresa textil sea legalmente constituida, para evitar cualquier tipo de problemas.

6.2 Objetivo general

Proponer una estructura organizacional óptima para la microempresa, mediante el uso de instrumentos como el organigrama para determinar los niveles jerárquicos más adecuados que deberá considerar la empresa.

6.3 Análisis interno de la pequeña empresa textil

6.3.1 Nombre de la pequeña empresa

El nombre o razón social es una herramienta muy importante en la publicidad y el posicionamiento en el mercado de la pequeña empresa textil, ya que la imagen que se presente a los clientes futuros será vital para el crecimiento de la misma, es por ello que el nombre que se escoja debe ser el más idóneo para el logro de los objetivos planteados.

El nombre de la pequeña empresa textil será “*Carli Confecciones*”

- **Carli Confecciones**

Este nombre servirá de apoyo para la respectiva publicidad, de manera que permita captar a clientes fieles en el mercado, así como también posesionar en la mente de los consumidores como una imagen de confort total a la hora del descanso

Gráfico No 24

Carli Confecciones



6.4.2. Titularidad de propiedad de la pequeña empresa

Según la normativa legal vigente especialmente la ley de compañías en el Ecuador, en el artículo correspondiente a los tipos de empresas manifiesta claramente que debido a las características del proyecto dentro del marco legal y para cumplir con todos los requisitos se constituirá una sociedad anónima con personería jurídica.

6.4.3 Tipos de empresas

Dentro de la normativa se considera que una sociedad anónima se formará cuando cumpla con lo siguiente según el Art.143 de la ley de compañías que dice... *“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o*

compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.” (p.27)

Carli Confecciones estará formada por un capital dividido en acciones, las mismas que serán negociadas por sus dueños y representarán el aporte que hicieron estos, para la constitución de la pequeña empresa que estará dedicada a la confección y comercialización de cobertores y edredones para las familias Ibarreñas y los distintos visitantes que lleguen a la ciudad.

6.4.4. Base filosófica de la empresa

La filosofía en la que se enmarcará la empresa serán las directrices que ayuden al logro de los objetivos planteados especialmente enmarcados en la responsabilidad, ética y compromiso de las personas que formarán parte del grupo de colaboradores, además se darán los lineamientos necesarios, los mismo que garantizan un trato justo y correcto a los futuros clientes.

Esto será de gran ayuda a la dirección de la empresa al momento de evaluar las capacidades y aptitudes de cada empleado.

6.4.5. Misión

Brindar un producto de alta calidad que sea competitivo en el mercado, logrando satisfacer las necesidades de los clientes y sobre todo aportar al desarrollo de la ciudad de Ibarra.

6.4.6. Visión

En 5 años ser una empresa líder en la producción y comercialización de cobertores y edredones, sobre todo llegar a conquistar las mejores plazas del mercado para la venta de nuestro producto.

6.4.7. Objetivos

- Entrar al mercado con un reconocimiento de calidad del producto.

- Conquistar mercados nacionales y extranjeros.
- Tener un alto índice de ingresos en el menor tiempo posible.
- Contribuir con el desarrollo de la ciudad y del país.

6.4.8. Políticas de la pequeña empresa textil

Las políticas aplicar serán las siguientes:

- ✚ Mantener un control semanal para conocer en qué nivel se están cumpliendo las metas.
- ✚ Brindar un trato justo a todo el personal, de manera que ellos sientan que son el factor más importante que tiene la empresa.
- ✚ Realizar capacitaciones constantes al personal de manera que les permita estar siempre actualizados de los nuevos cambios que se pudieran aplicar.
- ✚ Implementar nuevas estrategias de ventas, de manera que el inventario esté constantemente rotando.

6.4.9 Valores

La empresa para su cultura organizacional ha establecido los siguientes valores empresariales:

- Honestidad

Tener un procedimiento transparente en la gestión empresarial.

- Compromiso

Un compromiso total con la empresa para cumplir con la visión establecida.

- Trabajo en equipo

Apoyo mutuo entre todos los miembros de la organización, ya que la unión hace la fuerza.

- Puntualidad

Tener un alto grado de responsabilidad a la hora de tratarse de la puntualidad.

- Equidad

Brindar el mismo nivel de oportunidades a los trabajadores.

- Confiabilidad

Brindar un producto de alta calidad.

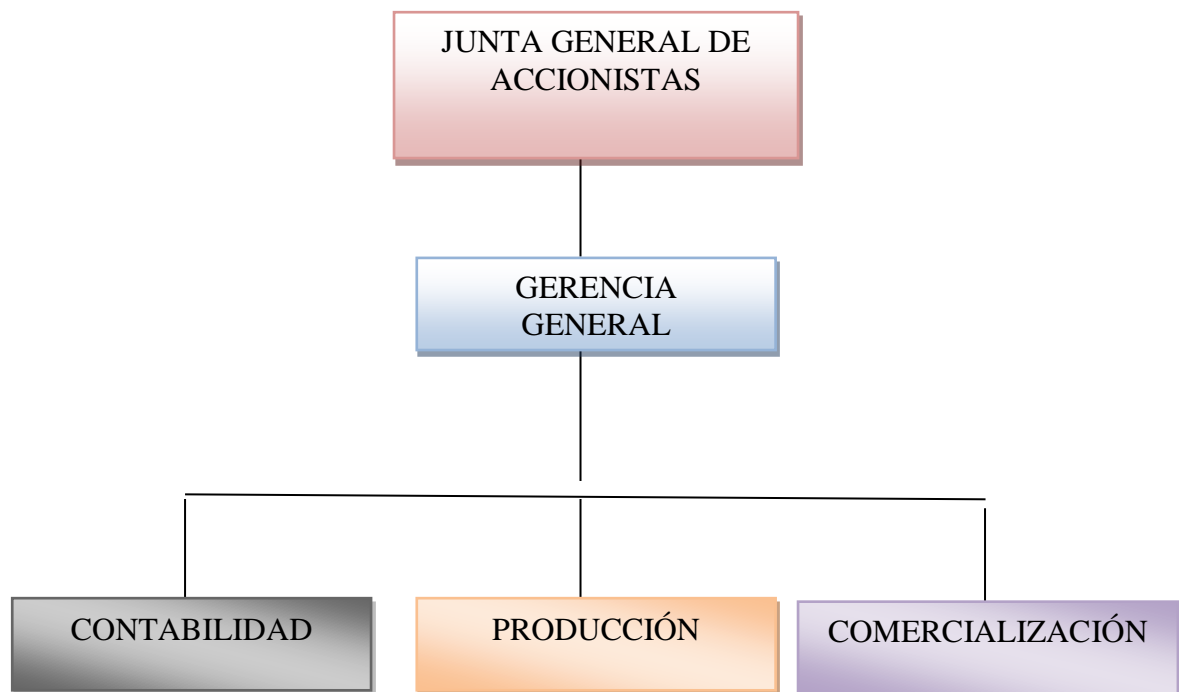
6.5 Organización estructural de la pequeña empresa

La organización estructural permite delegar las distintas funciones y responsabilidades a cada uno de los trabajadores, también ubica a las unidades administrativa en el proceso de autoridad y relación existente entre los departamentos determinando los responsables de los mismos.

6.5.1 Organigrama estructural

Gráfico No 25

Organigrama estructural



6.5.2 Niveles administrativos

Los niveles administrativos que se manejarán en la pequeña empresa son los siguientes:

6.5.2.1 Nivel ejecutivo

Junta General de Accionistas

Gerente General

6.5.2.2 Nivel auxiliar o de apoyo

Auxiliar contable

6.5.2.3 Nivel operativo

Producción

Comercialización

6.6 Identificación de puestos y funciones

6.6.1 Junta general de accionistas

- Aprobación de cuentas anuales
- Nombramiento y separación de los administrativos
- Aumento y reducción de capital
- Modificación de estatutos
- La disolución, fusión y transformación de la sociedad

6.6.2 Gerente

El gerente representa el nivel directivo de la pequeña empresa, el mismo que tiene la responsabilidad de enfrentar cualquier tipo de inconvenientes que pudiera presentarse, debido a que es su representante legal.

Perfil del puesto

- Liderazgo
- Responsabilidad
- Habilidades para trabajar en equipo
- Facilidad de comunicación
- Buen manejo de relaciones humanas
- Experiencia en actividades comerciales

- Conocimiento básico de contabilidad
- Poseer experiencia en la estructura y función de una organización
- Disponibilidad de trabajo

Funciones

- Representar legalmente a la pequeña empresa en forma judicial y extrajudicial.
- Controlar y decidir en todos los aspectos del funcionamiento de la organización
- Nombrar y renombrar a los empleados y determinar sus remuneraciones.
- Adquirir o enajenar bienes muebles o enseres
- Tener un control en el avance de objetivos
- Aplicar estrategias de negocios

Requisitos

Instrucción formal: Contar con un título de Administración de empresas o carreras a fines.

Edad: De 25 a 40

Experiencia mínima: De 2 años

6.6.3 Auxiliar contable

Este puesto es el encargado de registrar todos los movimientos contables que se den en la empresa, así como también todos los trámites tributarios de la misma.

Perfil del puesto

- Manejo de contabilidad
- Conocimiento de leyes tributarias
- Buenas relaciones humanas

- Disponibilidad de tiempo

Función

- Realizar registros de ingresos y egresos de las actividades diarias
- Registrar facturas de compra y realizar pagos, previo a la autorización de la gerencia.
- Elaborar, pagar y registrar los roles de pago de los empleados y sus aportes al IESS, previo autorización de la gerencia.
- Adquisición de suministros y materia prima con autorización de la gerencia.
- Elaboración de declaraciones tributarias y anexos
- Manejo del fondo de caja chica

Requisitos

Instrucción formal: estudios en contabilidad

Edad: De preferencia de 25 a 35

Experiencia: mínima 2 años en cargos similares

6.6.5 Operarias

Personal encargado en la elaboración del producto terminado, este cargo requiere de mucha capacidad y habilidad a la hora de realizar sus actividades.

Perfil de los puestos

- Conocimiento en la confección de textiles
- Buenas relaciones humanas
- Disponibilidad de trabajo

- Conocimiento en manejo de máquinas industriales

Funciones

- Serán los responsables de confeccionar el producto
- Confección de diseños solicitados
- Ejecución de corte y confección
- Cuidar de las máquinas y equipos de trabajo asignados
- Controlar las piezas fabricadas
- Ejecutar la limpieza de su lugar de trabajo

Requisitos

Instrucción formal: corte y confección

Edad: de preferencia de 20 a 40 años

Experiencia: mínimo 1 año en cargos similares

6.6.6 Vendedor

El área de comercialización es aquel puesto que se encarga de los contactos directos con los clientes a los cuales se va a vender el producto.

Perfil del puesto

- Mantener un espíritu emprendedor y dinámico
- Poseer actitud de trabajo en equipo
- Disposición de trabajar a presión
- Ser responsable

Funciones

- Identificar y satisfacer las necesidades de los consumidores
- Establecer convenios con otras instituciones que facilite el proceso de publicación, distribución y venta del producto
- Determinar los canales adecuados de distribución
- Comunicar de las ventas realizadas diariamente y alguna novedad de los clientes
- Cumplir con las ventas propuestas
- Llevar un control de ventas al contado y a crédito

Requisitos

Instrucción formal: poseer conocimientos de marketing y ventas

Edad: 18 a 30

Experiencia: 1 año de experiencia en ventas

6.7 Base legal

Una vez analizado los factores que determinan el tipo de empresa y la razón social, se debe realizar ciertos pasos legales para poner en funcionamiento la empresa.

6.7.1 Permiso de funcionamiento

Para el funcionamiento de la pequeña empresa textil se debe presentar una serie de requisitos como son:

6.7.2 El registro único de contribuyente

Requisitos:

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

Obligaciones Tributarias:

- Declaración Mensual del IVA
- Declaración de Retenciones en la Fuente
- Anexo Transaccional Simplificado ATS
- Declaración del Impuesto a la Renta IR
- Anexo de Relación de Dependencia REDEP
- Anexo de Participes y Socios APS

6.7.3 Patente municipal

De acuerdo al Art. 547 del COOTAD publicado en el suplemento del Registro Oficial Nro. 303 del 10 de octubre del 2010, deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen permanentemente Actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Requisitos:

- Copia del Ruc o RISE actualizado
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica.
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

6.7.4 Para obtener el permiso de funcionamiento

Para obtener el permiso de funcionamiento se debe presentar los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondiente

6.7.5. Inscripción en el registro de actividades económicas

- RUC

- Cedula de identidad y certificado de votación actualizado.
- Copia de comprobante de pago del impuesto predial
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos

Cuadro N° 99

Inscripción en el registro de actividades económicas

permisos	A quien se debe pagar y/o cumplir obligación	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas

6.7.6. Permiso ocasional de funcionamiento

De acuerdo al marco legal vigente en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios del Registro Oficial Edición Especial N° 114 del jueves 2 de abril de 2009, para la obtención del Permiso Ocasional de Funcionamiento se deberá cumplir con los artículos:

Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1 Análisis de impactos

Esta investigación se sustenta con un análisis técnico de los impactos: social, económico y ambiental. Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla, tiene la siguiente estructura.

Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

Se selecciona un rango o parámetros de niveles de impacto positivos y negativos, de acuerdo al siguiente cuadro:

Cuadro N° 2

Parámetros de medición

IMPACTO	CALIFICACIÓN	NIVEL
Negativo	-3	Negativo Alto
	-2	Negativo Medio
	-1	Negativo Bajo
Indiferente	0	No presenta impacto
	1	Positivo Bajo
Positivo	2	Positivo Medio
	3	Positivo Alto

Elaborado por: La autora

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

Para ello tenemos los siguientes impactos.

- Social
- Económico
- Cultural-educativo

7.2 Impacto social

Cuadro N° 3

Impacto social

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fuentes de trabajo							X	3
mejorar la calidad de vida						X	X	5
Relaciones interpersonales								
Estabilidad Laboral						X		2
TOTAL						4	6	10
TOTAL=10/4	2,5	3	Impacto alto positivo					

ANÁLISIS

De acuerdo a este impacto se determina que el proyecto genera un impacto alto positivo, ya que la pequeña empresa textil aumenta las fuentes de empleo a las personas del Cantón, de manera que les permita mejorar su calidad de vida e interrelacionarse con distintas personas en un buen ambiente laboral, otorgando a la vez una estabilidad a la hora del trabajo en equipo.

7.3 Impacto económico

Cuadro N° 4

Impacto económico

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Contribuye al desarrollo del								
Cantón							X	3
Niveles de ingresos							X	3
Participación en la inversión				X				
Estabilidad económica								
familiar						X		2
TOTAL				0		2	6	8
TOTAL=8/4	2	2						Impacto medio positivo

ANÁLISIS:

Este proyecto tiene un impacto medio positivo ya que a través de la generación de empleo aumenta el nivel de ingreso de las familias; sin embargo no se puede hablar con certeza de estabilidad económica ya que no se puede brindar empleo a todos los habitantes del cantón a corto plazo, pero a medida que se incremente la productividad será necesario la contratación de más personal local. Y poco a poco se evidenciará el desarrollo del sector y por ende del Cantón.

7.4 Impacto cultural educativo

Cuadro N° 5

Impacto cultural educativo

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Generación de conocimientos							X	3
Nuevas formas de producción						X		2
Nivel de investigación							X	3
Desarrollo de habilidades							X	3
TOTAL				0		2	9	11
TOTAL=11/4	2,75	3	Impacto Alto positivo					

ANÁLISIS:

Dentro del nivel cultural educativo se estaría mejorando los niveles de cultura, al capacitar y concienciar al personal sobre la elaboración de estos textiles de manera que les permita desarrollar y poner en práctica sus habilidades a la hora de la producción y comercialización de los mismos. En la actualidad es necesario tener fuentes de investigación para llevar a cabo proyectos educativos de este ámbito.

7.5 Impacto general

Cuadro N° 6

Impacto general

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Social							X	3
Económico						X		2
Cultural educativo							X	3
TOTAL						2	6	8
TOTAL=8/3	2,667	3	Impacto Alto positivo					

ANÁLISIS:

De acuerdo al análisis realizado de los impactos que genera el proyecto se determina que mantienen un nivel alto positivo, lo que quiere decir que la creación de la pequeña empresa textil dedicada a la confección y comercialización de cobertores y edredones tiene grandes expectativas que favorecen al sector textil y económico del cantón, este proyecto no presenta ningún impacto negativo, porque en todo su proceso existen medidas de prevención lo cual mantendrá un constante control de sus actividades

CONCLUSIONES

- Mediante el diagnóstico situacional se ha podido analizar la situación actual de las diferentes empresas textiles y del entorno, además se puede evidenciar los diversos problemas sociales que existe en el Cantón.
- En la provincia de Imbabura por su ubicación geográfica y las distancias cortas para trasladarse de un sector a otro se puede disfrutar de la diversidad climática, productiva y paisajística, convirtiéndola en una de las provincias más visitadas del norte del país. Estas bondades hacen que se pueda implementar la producción de Cobertores y edredones en el Cantón Ibarra.
- Mediante el estudio de mercado se pudo establecer que existe la suficiente demanda a satisfacer con el nuevo producto.
- Una vez determinado el mercado meta a satisfacer, es necesario para la puesta en marcha del proyecto una gran cantidad de insumos, así como también la adquisición de maquinaria de alta calidad, de manera que el conjunto de estos aporten al desarrollo de las actividades productivas.
- A través del estudio financiero se evidenció que el proyecto es netamente rentable y que tendrá existo en el futuro de la pequeña empresa.
- Con la ayuda del organigrama estructural, se estableció correctamente la división de funciones, sus distintos niveles jerárquicos, líneas de autoridad, responsabilidades y comunicación que tendrá la pequeña empresa textil.
- En el análisis de impactos se determina que el presente proyecto tendrá un impacto altamente positivo, ya que ambientalmente no ocasiona deterioro a la zona de intervención peor aún a la ciudad, la optimización de espacios, la no generación de desechos y el aumento de empleo garantiza que la unidad productiva se viable económica y socialmente.

RECOMENDACIONES

- Pese a las condiciones económicas del país, la actividad textil se recomienda como una buena opción para los nuevos productores e inversionistas del norte del país, las ventajas comparativas y competitivas son favorables porque el emprendimiento hace que cualquier inversionista sea el pionero para esta actividad.
- Económica y financieramente se ve favorable el emprendimiento propuesto, Ibarra es una ciudad que tiene un alto atractivo turístico local y extranjero. La provincia de Imbabura brinda también estas posibilidades donde se puede emprender sin ningún problema con la producción y comercialización de cobertores y edredones.
- El sector los Ceibos, sitio seleccionado para realizar la producción y comercialización de cobertores y edredones reúne todas las características en cuanto a: vías de acceso, afluencia de visitantes y sobre todo distancia a la ciudad de Quito, entre otros.
- En el estudio técnico y financiero se consideran todas las actividades que de alguna manera son indispensables y necesarias como para poner en marcha la propuesta, por tratarse de una unidad productiva alternativa e innovadora en la ciudad se ve conveniente recurrir a instituciones bancarias para su financiamiento.
- Se recomienda realizar los cálculos financieros lo más apegado a la realidad, ya que son pronósticos que orientan la rentabilidad y viabilidad de la producción y comercialización de cobertores y edredones, sin embargo se convierten en línea base para cualquier emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA

1. Arbós, Lluís; 2012, El producto análisis del valor: organización de la producción y dirección de operaciones, edición Díaz Santos, pág. 21
2. BACA Urbina, Gabriel, Evaluación de proyectos, editorial McGraw-Hill, 2006.
3. Besley Scott; 2009, fundamentos de Administración Financiera. MCGW HILL INTERAMERICANA DE MÉXICO
4. CHORRO, Miguel; 2010, Financiamiento del desarrollo, ISBN, Santiago de Chile, pág. 18
5. CORNEJO, Miguel Ángel; 2011, Excelencia Directiva Para Lograr La Productividad, ebookspatagonia
6. Díaz, Flor, Medellín, Víctor, Ortega, Jorge; 2009, Proyectos formulación y criterios de evaluación, Alfaomega, Bogotá-Colombia
7. Editorial Vértice Amazon; 2008, Gestión de Proyectos, pág. 6
8. Estupiñan Rodrigo, 2012, Estados Financieros Básicos bajo NIC/NIIF, pág. 51
9. GALLUCCI, Lambi; 2009, Dirección de Marketing
10. GARCÍA, Beatriz y SONGEL, Gabriel; 2009, Factores de innovación para el diseño de nuevos productos en el sector juguetero, Editorial de la UPV, Valencia-España
11. *Goñi S. Juan; 2014, un nuevo concepto de empresa, ediciones Díaz de Santos, pág. 85*
12. INSTITUTO DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS INEC 2010.
13. JÁCOME V. Walter; Bases Teóricas y prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Editorial Universitaria, Ibarra Ecuador, 2005
14. MEZA OROZCO, Jhony de Jesús; 2013, Evaluación Financiera de Proyectos, Eco Ediciones, Bogotá-Colombia, pág. 23
15. Miranda, Juan.J; 2010, Gestión de proyectos Identificación-Formulación-Económica-Social-Ambiental, 5ta edición, pág. 84

16. OCAÑA, José Andrés; 2013, Gestión de Proyectos con mapas mentales, Editorial Club Universitario, pág. 9)
17. PARDINAS, Felipe; 2009, Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, Siglo Veintiuno Editores, México, Df pág. 77
18. PARREÑO, Josefa; 2008, Los Instrumentos del Marketing, 3ra edición, San Vicente España.
19. Toran Felix; 2012, Misión y visión emprendiendo con rumbo, ediciones Corona Boriales
20. Plan Estratégico Cantonal GADMI
21. Ley de compañías del Ecuador
22. Reglamento Tributario
23. Banco Central del Ecuador
24. Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización
25. Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador
26. Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios

LINKOGRAFÍA

1. <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
2. <http://www.puenteasociados.com/noticias/circular1.html>
3. <http://www.sri.gob.ec/de/isd>

ANEXOS

ANEXO 1**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****CONTABILIDAD Y AUDITORÍA****ENCUESTA**

La encuesta está dirigida a la población Ibarreña, para conocer el criterio de la constitución de una pequeña empresa productora y comercializadora de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra.

DATOS GENERALES:**GENERO****EDAD**

FEMENINO

18 – 29

MASCULINO

30 - 65

Preguntas

1. ¿Utiliza usted un cobertor o edredón en su hogar?

 Si

 No

2. ¿En qué ocasiones utiliza un cobertor o edredón?

- Para ocasiones especiales
- Para la llegada de visitas
- A diario

3. Qué cantidad de cobertores y edredones compra anualmente?

- Un cobertor o edredón
- Entre 2 y 4
- Entre 5 y 6

4. ¿En qué lugar prefiere comprar un cobertor o edredón?

- Directamente al productor
- Almacenes
- Ferias
- Por catálogos
- Otros lugares

5. ¿Cuándo usted compra este tipo de producto se fija en?

- Calidad
- Precio
- Diseño
- Acabados

6. ¿Cuándo compra este producto que tipo de material prefiere?

- Guata o algodón
- Polyester
- Sarga
- Demin
- Micro fibra
- Franela
- Otras

7. ¿De qué medida son los cobertores y edredones que compra, de acuerdo a su necesidad?

- De 1 ½ plaza
- De 2 plazas
- De 2 ½ plaza
- De 3 plazas

8. ¿Cuánto suele pagar en promedio por un cobertor o edredón?

- De 30 a 40
- De 41 a 50
- De 51 a 60
- De 61 en adelante

9. ¿Conoce usted si existe fábricas de confección y comercialización de cobertores y edredones en la ciudad de Ibarra?

- Si
- No

10. ¿Le gustaría que exista una empresa textilera que se dedique exclusivamente a la confección y comercialización de cobertores y edredones en esta ciudad?

Si

No

11. ¿Qué tan de acuerdo estaría en adquirir los cobertores y edredones directamente de la pequeña empresa textil?

Totalmente de acuerdo

Medianamente de acuerdo

En desacuerdo

ANEXO 2**TIPOS DE PRODUCTOS****Cobertores infantiles****Cobertores adulto****Edredón infantil****Edredón adulto**

ANEXO 3

PROFORMA TELA



 CORTINAS Y VENILIDOS S.p.A.

DETALLE DE CORTE PARA LA VENTA

Fecha: 02/02/16
 Vendedor:
 Cliente: Carol. Chilea

CODIGO	REFERENCIA/COLOR	ANCHO	CANTIDAD
	Proforma:		
3-30	Bromante 240 lano	240	240 c/c canda
3-96	Bromante 240 lano	c/ob	
3-98	Bromante estorpeado	240.	
9-63	Paneles juveniles	140 x 180	
4-90	Plumón Zella	0.1 kilo.	
1-80	Plancha Plumón		