



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TRAJES DE NOVIA PARA INDÍGENAS EN LA PARROQUIA SAN LUIS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”

Previa a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.

AUTORA: ANA ROCIO BOLAÑOS FLORES

DIRECTOR: Dr. WALTER JÁCOME PHD.

Ibarra, 2012

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de trajes de novia para indígenas, en el Cantón Otavalo, el mismo que se fundamenta en los resultados de la investigación realizada lo que determino la necesidad de crear una línea de extensión de trajes de Inty Raymi o traje tradicional, considerando que en el resultado de las encuestas reflejo que el 45% de la población consume este tipo de trajes y los de novia un 34% este proyecto promueve la innovación en dichos trajes y la satisfacción de necesidades de la población indígena joven que existen dentro del cantón Otavalo, indiscutiblemente permitirá satisfacer las necesidades de vestimenta de acuerdo a su nivel sociocultural. A través de los datos obtenidos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y censos (INEC), se pudo determinar que la población indígena es de 76.160 habitantes con un crecimiento del 4.3%. De esta población un 36.6% están en edad de contraer matrimonio que es aproximadamente 27.875 personas de las cuales el 3% se estima es la tasa asignada para matrimonios y un 7% para Inti raymi; la microempresa se dedicará a la confección y comercialización de diferentes diseños de trajes indígenas, lo que generará gran expectativa para dicho sector social; a través de la investigación se determino que la mayoría de la población del Cantón Otavalo es indígena. Lo que permite tener una visión tanto cuantitativa y cualitativa de la actividad que se pretende complementar en el mercado. Además esto permitirá generar fuentes de trabajo que contribuirá con el mejoramiento de la economía familiar y desarrollo económico de la población implicada, es un proyecto que no afecta negativamente en lo social y cultural, al contrario; lo que proyecta tener satisfacción por parte de los clientes. Los indicadores financieros presentan un resultado favorable de dicho estudio, el costo beneficio es de \$1,38 lo cual motiva a realizar la inversión de tal manera que se impulse el impacto empresarial.

EXECUTIVE SUMMARY

This project has as purpose the creation of a micro-enterprise dedicated to the confection and commercialization of wedding dresses for indigenous people from Otavalo. The creation of this project is based on the results of the investigation realized, that determined the need to create an extension line of Inti Raymi dresses or traditional indigenous dresses, considering that the results of the survey reflected that 45% of the population uses this kind of traditional dresses, while another 34% use wedding dresses. This project promotes the innovation in these suits and seeks to satisfy the needs of young indigenous people that live in Otavalo; indisputably it will allow satisfying the needs of clothing according to their socio-cultural level. Using data from the Ecuadorian Institute of Statistics and Censuses (INEC), it was possible to determine that the indigenous population belong 76.160 inhabitants with a growth of 4.3%, of this population 36.6% is in age of marrying, what means approximately 27.875 persons of which 3% is estimated is the rate allocated for marriages weeding dresses, while another 7% for Inti Raymi dresses. The micro-enterprise will be dedicate to the confection and commercialization of different designs of Indigenous dresses, generating great expectations for this social sector, the investigation determined that the majority of the population in Otavalo is indigenous. This investigation allows having a vision so much quantitative and qualitative of the activity that plans to be implemented on the market. Also this project will generate sources of work that will contribute to improving the familiar economy and economic development of the population involved, this is a project that does not affect negatively the social and cultural parts, on the contrary, it will allow satisfying the need of customers. The financial indicators present a favorable result of the mentioned study; the cost benefit is \$ 1.38 which motivates to realizing the investment in such a way that the managerial impact is stimulated.

AUTORÍA

Yo, ANA ROCÍO BOLAÑOS FLORES, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100347245-1 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TRAJES DE NOVIA PARA INDÍGENAS EN LA PARROQUIA SAN LUIS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y , se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....
Ana Rocío Bolaños Flores

CI: 100347245-1

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada ANA ROCÍO BOLAÑOS FLORES para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TRAJES DE NOVIA PARA INDÍGENAS EN LA PARROQUIA SAN LUIS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE 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.

.....

DR. WALTER JÁCOME, PHD

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

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

Yo, Bolaños Flores Ana Rocío, con cédula de identidad N°. 100347245-1, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de la 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 MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TRAJES DE NOVIA PARA INDÍGENAS EN LA PARROQUIA SAN LUIS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniera en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad Facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo 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.

(Firma).....

Nombre: Ana Rocío Bolaños Flores

C.C: 100347245-1

Ibarra, a losdías del mes dedel 2012.

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL 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 dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO	
Cédula de identidad:	1003472451
Apellidos y Nombres:	Bolaños Flores Ana Rocío
Dirección:	Otavaló.
Email:	eibilove19@yahoo.com
Teléfono Fijo:	062922616

DATOS DE LA OBRA		
TÍTULO	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA CONFECCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TRAJES DE NOVIA PARA INDÍGENAS EN LA PARROQUIA SAN LUIS DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA	
Autora	Bolaños Flores Ana Rocío	
Fecha:		
Solo para trabajos de grado		
Programa:	Pregrado	Posgrado
Título por el que opta:	Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría	
Asesor /Director:	Dr. Walter Jácome PHD	

2. Autorización de Uso a Favor de La Universidad

Yo, Ana Rocío Bolaños Flores con cédula de identidad N°. 100347245-1 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo 143.

3. Constancias

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

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

El Autor:

(Firma).....

Nombre: Ana Rocío Bolaños Flores

C.C: 100347245-1

Aceptación:

(Firma).....

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

DEDICATORIA

El presente no es más que el esfuerzo del pasado por convertirse en porvenir.

El presente trabajo está dedicado a toda mi familia y amigos que depositaron su confianza en mis capacidades para que pueda alcanzar las metas trazadas y siempre me apoyaron.

A mi sobrina Liseth Torres por ser mi hermana y amiga; a todas las personas que me dieron palabras de ánimo en los momentos más oportunos de mi vida.

Anita Rocío Bolaños

AGRADECIMIENTO

Agradezco, primeramente a Dios por haberme dado sabiduría necesaria en todo el transcurso de mi vida y hacer de este sueño una realidad.

A todas las personas que contribuyeron con su conocimiento y aportaron para que este trabajo de grado se desarrolle de la mejor manera.

A mi Madre por su esfuerzo y en especial a mis Hermanos Judith y Bayron por haberme apoyado para que mi meta se cumpla.

Al Ingeniero Walter Jácome quien con paciencia y dedicación lleva a cabo la noble misión de dirigirnos por el camino de la enseñanza.

Anita Rocío Bolaños.

PRESENTACIÓN

Al realizar un análisis de la localidad se puede determinar que los avances en la moda y los constantes viajes a otros Países por parte de la población indígena han adoptado culturas diferentes en algunos casos, por lo que se ha visto la necesidad de motivar a dicha población a mantener su propia identidad, a través de su originalidad en su forma de vestir.

De acuerdo al diagnóstico situacional externo, el presente proyecto esta encaminado a satisfacer las necesidades de los consumidores; ya que a través del análisis de las encuestas se pudo delimitar los potenciales clientes.

Las bases teóricas prácticas aportaron para la investigación de este proyecto de creación de una microempresa.

Mediante el estudio de mercado se pudo determinar el nivel de oferta, demanda y precio del producto mediante la utilización de la técnica de la entrevista a los comercializadores, lo que permitió definir el porcentaje de demanda potencial. Dentro del estudio técnico se fija la microlocalización del proyecto, el área de producción y los diferentes pasos que se realizarán; para lo cual se detalla a través de un flujo grama de procesos que permite llevar en una forma ordenada la producción de tal manera que sea eficiente y efectiva.

A través del estudio económico y mediante el análisis de los indicadores financieros que muestran la rentabilidad de la inversión así; como también los diferentes costos. El periodo en el cual se recuperará la inversión y los volúmenes de producción.

En el aspecto organizacional y funcional, se plantea lo que es la constitución legal y su organización administrativa; tomando en cuenta lo que es la misión, visión y su estructura organizacional.

Finalmente se establecieron, los posibles impactos que tendrá la realización de este proyecto en los aspectos económico, sociocultural, empresarial, educativo y ambiental.

Finaliza la exposición del trabajo de grado con las correspondientes conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada, destacándose en lo fundamental la factibilidad y sustentabilidad a través del tiempo o vida útil establecida para el proyecto planteado.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

PORTADA	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARIZE EXECUTIVE	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS A LA UTN	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UTN	vii
DEDICATORÍA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL.....	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xxiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxvi
INTRODUCCIÓN	27

CAPITULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO	29
ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS.....	29
OBJETIVOS.....	32
VARIABLES	32
INDICADORES	33
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	33
MECÁNICA OPERATIVA.....	35
DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN	35
DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	35

INFORMACIÓN PRIMARIA	37
INFORMACIÓN SECUNDARIA	38
TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	38
ENCUESTA APLICADA A LOS HABITANTES INDÍGENAS DE LA PARROQUIA SAN LUIS DEL CANTÓN OTAVALO	39
RESULTADO DEL DIAGNÓSTICO EXTERNO	54
OPORTUNIDAD DEL PROYECTO	55

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO	56
EMPRESA	56
DEFINICIÓN DE EMPRESA	56
OBJETIVOS DE LAS EMPRESAS.....	57
CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS	57
POR SU NATURALEZA	57
POR EL SECTOR AL QUE PERTENECE	58
POR LA INTEGRACIÓN DEL CAPITAL	58
MICROEMPRESA	58
DEFINICIÓN	
MICROEMPRESA.....	58
IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESA.....	59
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA	59
VENTAJAS DE LA MICROEMPRESA	59
DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA.....	60
CONFECCIÓN.....	60
PROCESO DE ELABORACIÓN.....	60
MATERIALES A UTILIZAR	61
TELAS	61
HILOS	62
ACCESORIOS	62

COMERCIALIZACIÓN	63
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	63
SEGMENTACIÓN DE MERCADO	63
VARIABLES DE SEGMENTACIÓN	64
ACTIVIDAD ARTESANAL	64
ARTESANO	64
BENEFICIOS DEL ARTESANO	65
FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN.....	65
CONCEPTO DE LA ADMINISTRACIÓN	65
IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN	66
ESTUDIO DE MERCADO	67
ESTUDIO TÉCNICO	69
MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	69
MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	69
ESTUDIO FINANCIERO	70
FUNDAMENTOS DE LA CONTABILIDAD	70
PROCESO CONTABLE	70
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	71
LIBRO DIARIO.....	71
LIBRO MAYOR	71
BALANCE DE COMPROBACIÓN.....	71
AJUSTES.....	72
CIERRE DE LIBROS	72
ESTADOS FINANCIEROS.....	72
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	72
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO	73
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	73
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO	73
EVALUADORES FINANCIEROS.....	73
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO	73
TASA INTERNA DE RETORNO	74

COSTO BENEFICIO	75
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	75
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	75
ANÁLISIS DE IMPACTOS	75

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO	76
INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADO	76
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.....	77
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS TRAJES DE NOVIA	77
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LOS TRAJES DE SAN JUAN ...	80
PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS.....	80
MERCADO META.....	80
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	81
DEMANDA HISTÓRICA.....	81
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	82
ANÁLISIS DE LA OFERTA	83
FACTORES QUE LA AFECTAN.....	83
OFERTA ACTUAL	83
ENTREVISTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE TRAJES TÍPICOS INDÍGENAS	85
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	86
BALANCE OFERTA-DEMANDA	87
PRONÓSTICO DE VENTAS.....	88
DETERMINACIÓN DE PRECIOS	88
ANÁLISIS DE COMERCIALIZAIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO	90
PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	90
CONCLUSIONES	91

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO.....	93
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	93
MACROLOCALIZACIÓN.....	93
MICROLOCALIZACIÓN	94
TAMAÑO DEL PROYECTO	96
FACTORES CONDICIONANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	96
DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DEL PROYECTO.....	97
TAMAÑO DEL MERCADO.....	97
DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA.....	98
DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS	98
FIJACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA	98
CAPACIDAD DEL PROYECTO	99
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	99
ÁREAS DE LA PLANTA.....	100
DISEÑO DE LA PLANTA	101
PROCESO DE PRODUCCIÓN	102
PROCESO DE ELABORACIÓN DE LAS PRENDAS	102
CORTE	102
BORDADO.....	102
CONFECCIÓN.....	103
PLANCHADO.....	103
CONTROL DE CALIDAD	103
FLUJOGRAMA DE PROCESO	104
CURSOGRAMA ANALÍTICO	106
SIMBOLOGÍA UTILIZADA	106

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO.....	108
INVERSIÓN INICIAL.....	108
COSTE DE OPORTUNIDAD	109
TASA DE RENDIMIENTO MEDIO	110
ACTIVOS FIJOS	110
MAQUINARÍA Y EQUIPO	111
MUEBLES Y ENSERES	111
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	112
EQUIPO DE OFICINA.....	112
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS.....	112
ACTIVOS DIFERIDOS	113
CAPITAL DE TRABAJO.....	113
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN.....	115
PRESUPUESTO DE INGRESOS	115
PROYECCIÓN DE INGRESOS	115
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	116
COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	116
MATERIA PRIMA DIRECTA	117
MANO DE OBRA DIRECTA.....	118
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	119
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	120
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	120
SUMINISTROS O ÚTILES DE OFICINA.....	121
MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN.....	121
UTILES DE ASEO.....	121
SERVICIOS BÁSICOS.....	122
DEPRECIACIÓN.....	122
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	122
GASTOS DE VENTAS.....	123

SUELDO VENTAS.....	123
PUBLICIDAD	123
ARRIENDO LOCAL	123
RESUMEN DE GASTO DE VENTAS.....	124
GASTOS FINANCIEROS.....	124
INTERESES.....	124
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	124
FINANCIAMIENTO.....	125
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	125
EVALUACIÓN ECONÓMICA	127
ESTADO DE RESULTADOS INICIAL.....	127
ESTADO DE RESULTADOS	128
FLUJO DE CAJA	129
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	129
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	129
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	130
BENEFICIO COSTO (B/N).....	131
RETORNO DE LA INVERSIÓN	131
PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO	133

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL	134
LA EMPRESA	134
NOMBRE DE LA EMPRESA O RAZÓN SOCIAL.....	134
LOGOTIPO	134
MISIÓN Y VISIÓN	135
MISIÓN	135
VISIÓN.....	135
POLÍTICAS DE LA MICROEMPRESA	136
OBJETIVOS INSTITUCIONALES	136

PRINCIPIOS Y VALORES	137
PRINCIPIOS	137
VALORES	137
LA ORGANIZACIÓN	138
ORGANIZACIÓN ESTRUCTURAL	138
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	139
NIVELES ADMINISTRATIVOS	139
ASPECTOS LEGALES	144
FIGURA JURÍDICA	144
OBJETO	144
APERTURA DE CUENTA	144
ESCRITURA PÚBLICA	145
APROBACIÓN	145
INSCRIPCIÓN	145
REPRESENTANTE LEGAL	145
SOCIOS	145
CAPITAL INICIAL	145
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	146
PATENTE MUNICIPAL	146
R.U.C.	146
CÁMARA DE COMERCIO	147
ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES.....	147

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS	148
MATRIZ IMPACTO ECONÓMICO	148
IMPACTO SOCIO-CULTURAL	149
IMPACTO COMERCIAL	149
IMPACTO EDUCATIVO	150
IMPACTO AMBIENTAL	151

MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS	152
CONCLUSIONES	153
RECOMENDACIONES	154
BIBLIOGRAFÍA	155
LINCOGRAFÍA.....	157
ANEXOS.....	158

ÍNDICE DE CUADROS

CONTENIDO

CUADRO No. 1 PARROQUIA SAN LUIS: COMUNIDADES	30
CUADRO No. 2 POBLACIÓN INDÍGENA CANTÓN OTAVALO.....	31
CUADRO No. 3 POBLACIÓN INDÍGENA MAYOR DE 15 AÑOS	36
CUADRO No. 4 GÉNERO.....	39
CUADRO No. 5 EDAD	40
CUADRO No. 6 NIVEL DE ESTUDIOS.....	41
CUADRO No. 7 EXISTENCIA DE TRAJES INDÍGENAS	42
CUADRO No. 8 TRAJES MÁS FRECUENTES.....	43
CUADRO No. 9 CREACIÓN MICROEMPRESA	44
CUADRO No. 10 FRECUENCIA DE COMPRA.....	45
CUADRO No. 11 PROMEDIO DE GASTO	46
CUADRO No. 12 TRAJES DE NOVIAS INDÍGENAS.....	47
CUADRO No. 13 SERVICIOS MATRIMONIALES	48
CUADRO No. 14 DISPONIBILIDAD DE GASTO	49
CUADRO No. 15 IDENTIDAD CULTURAL.....	50
CUADRO No. 16 PRESENTACIÓN	51
CUADRO No. 17 ADQUISICIÓN.....	52
CUADRO No. 18 PUBLICIDAD.....	53
CUADRO No. 19 ANÁLISIS DE MERCADO	68
CUADRO No. 20 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL INDÍGENA	82
CUADRO No. 21 DATOS HISTÓRICOS.....	84
CUADRO No. 22 PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	86
CUADRO No. 23 TRAJES DE NOVIA INDÍGENA	87
CUADRO No. 24 FIESTAS DE SAN JUAN.....	87
CUADRO No. 25 PRONÓSTICO DE VENTAS	88
CUADRO No. 26 ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS	89

CUADRO No. 27 MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS	95
CUADRO No. 28 ÁREAS DE LA PLANTA.....	100
CUADRO No. 29 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	108
CUADRO No. 30 ORIGEN DE LA INVERSIÓN	108
CUADRO No. 31 COSTE DE OPORTUNIDAD.....	109
CUADRO No. 32 MAQUINARÍA Y EQUIPO	111
CUADRO No. 33 MUEBLES Y ENSERES.....	111
CUADRO No. 34 EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	112
CUADRO No. 35 EQUIPO DE OFICINA	112
CUADRO No. 36 RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS.....	113
CUADRO No. 37 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	113
CUADRO No. 38 CAPITAL DE TRABAJO.....	114
CUADRO No. 49 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	115
CUADRO No. 40 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	116
CUADRO No. 41 MATERIA PRIMA DIRECTA SAN JUAN	117
CUADRO No. 42 MATERIA PRIMA DIRECTA NOVIAS TRADICIONAL	117
CUADRO No. 43 MATERIA PRIMA DIRECTA INNOVADOR	117
CUADRO No. 44 MANO DE OBRA DIRECTA.....	118
CUADRO No. 45 MANO DE OBRA DIRECTA NOVIAS.....	118
CUADRO No. 46 MANO DE OBRA DIRECTA NOVIAS INNOVADOR .	118
CUADRO No. 47 MANTENIMIENTO DE MAQUINARÍA	119
CUADRO No. 48 SERVICIOS BÁSICOS	119
CUADRO No. 49 ARRIENDO TALLER.....	119
CUADRO No. 50 DEPRECIACIÓN MAQUINARÍA Y EQUIPO	119
CUADRO No. 51 MATERIALES INDIRECTOS.....	120
CUADRO No. 52 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	120
CUADRO No. 53 SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	120
CUADRO No. 54 SUMINISTROS DE OFICINA	121
CUADRO No. 55 MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN	121
CUADRO No. 56 UTILES DE ASEO.....	121

CUADRO No. 57 SERVICIOS BÁSICOS	122
CUADRO No. 58 DEPRECIACIÓN	122
CUADRO No. 59 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	122
CUADRO No. 60 SUELDOS VENTAS.....	123
CUADRO No. 61 PUBLICIDAD.....	123
CUADRO No. 62 ARRIENDO LOCAL VENTAS.....	123
CUADRO No. 63 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS.....	124
CUADRO No. 64 GASTOS FINANCIEROS	124
CUADRO No. 65 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	124
CUADRO No. 66 AMORTIZACIÓN.....	125
CUADRO No. 67 TABLA DE DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS.....	126
CUADRO No. 68 DEPRECIACIÓN	126
CUADRO No. 69 AMORTIZACIÓN DIFERIDOS.....	126
CUADRO No. 70 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	127
CUADRO No. 71 ESTADO DE RESULTADOS.....	128
CUADRO No. 72 PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA	129
CUADRO No. 73 VALOR ACTUAL NETO	129
CUADRO No. 74 TIR	130
CUADRO No. 75 COSTO BENEFICIO	131
CUADRO No. 76 RETORNO DE LA INVERSIÓN	131

INDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO

GRÁFICO No. 1 GENÉRO	39
GRÁFICO No. 2 EDAD	40
GRÁFICO No. 3 NIVEL DE ESTUDIOS	41
GRÁFICO No. 4 EXISTENCIA DE TRAJES INDÍGENAS	42
GRÁFICO No. 5 TRAJES MÁS FRECUENTES	43
GRÁFICO No. 6 CREACIÓN MICROEMPRESA	44
GRÁFICO No. 7 FRECUENCIA DE COMPRA	45
GRÁFICO No. 8 PROMEDIO DE GASTO.....	46
GRÁFICO No. 9 TRAJES DE NOVIA INDÍGENAS	47
GRÁFICO No. 10 SERVICIOS MATRIMONIALES.....	48
GRÁFICO No. 11 DISPONIBILIDAD DE GASTO	49
GRÁFICO No. 12 IDENTIDAD CULTURAL	50
GRÁFICO No. 13 PRESENTACIÓN	51
GRÁFICO No. 14 ADQUISICIÓN.....	52
GRÁFICO No. 15 MEDIOS DE INFORMACIÓN	53
GRÁFICO No. 16 CAMISA MUJER INDÍGENA	77
GRAFICO No. 17 MODELOS DE TRAJES	79
GRÁFICO No. 18 PÁGINA WEB.....	92
GRÁFICO No. 19 MAPA CANTÓN OTAVALO.....	93
GRÁFICO No. 20 CRÓQUIS DE UBICACIÓN	96
GRÁFICO No. 21 DISEÑO DE LA PLANTA	101
GRÁFICO No. 22 FLUJOGRAMA DEL PROCESO	104

INTRODUCCIÓN

El Cantón Otavalo se encuentra ubicado al norte del callejón interandino a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, por su importante actividad textil, su potencial turístico urbano, rural, antropológico, cultural y agrícola se constituye en embajador del Ecuador en el mundo,

La actividad textil es la principal fuente de ingresos, existe una gran cantidad de artesanos-tejedores quienes realizan sus actividades en talleres artesanales, así como también en fábricas modernas, consecuentemente se ha incrementado la productividad; la innovación cada vez es más notoria desde la introducción y utilización de materia prima (fibras sintéticas), así como modernos diseños que tienen una cobertura en el mercado nacional e internacional.

En base a la necesidad de apoyar al crecimiento económico de la localidad se ha planteado la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de trajes de novia para indígenas en el Cantón Otavalo, la misma que está encaminada a beneficiar de manera directa a la población con la creación de fuentes de empleo, la reactivación y revalorización de la actividad textil y primordialmente el reconocimiento del trabajo que realizan las mujeres de esta importante zona, en una forma indirecta también serán beneficiarios los diferentes proveedores de materia prima para poder confeccionar dicho producto.

Este proyecto constituye una iniciativa de interés local que promueve una actividad comercial alternativa, dando paso al mejoramiento económico de la localidad con énfasis en la producción artesanal. El mismo que se articula a la propuesta del Gobierno Nacional que fomenta la creación de microempresas bajo el sistema de una economía social y solidaria, que permita reactivar la actividad empresarial asociativa del País.

Objetivo general.

El objetivo general del presente estudio consiste en realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la confección y comercialización de trajes de novia para indígenas en la Parroquia San Luis del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

Los objetivos específicos consisten en:

Realizar un diagnóstico técnico situacional del entorno donde se ubicara el proyecto, con el fin de detectar las condiciones socioeconómicas.

Establecer las bases teórico-científicos mediante la investigación documental que servirá como referente para el planteamiento temático del proyecto.

Desarrollar un estudio de mercado que permita conocer el comportamiento de la oferta, demanda, proyecciones y procesos de comercialización.

Efectuar el estudio técnico, que permita determinar el tipo de infraestructura, la adecuada localización, tamaño e inversiones del proyecto, en función de la capacidad económica y factores relevantes que ayudaran a definir dichos aspectos.

Establecer un análisis económico-financiero, que permita determinar la rentabilidad que generará el proyecto.

Diseñar una adecuada estructura organizativa y funcional de la nueva unidad productiva.

Analizar los principales impactos del proyecto en el ámbito económico, socio-cultural, empresarial, educativo y ambiental.

CAPITULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL EXTERNO

1.1 ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

Otavalo, declarado “Capital intercultural de Ecuador” es un cantón con enorme potencial en varios aspectos, poseedor de un encanto paisajístico, riqueza cultural, historia y desarrollo comercial.

Este valle andino es hogar de la etnia indígena kichwa de los Otavalos, famosos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica.

La actividad de mayor importancia en el Cantón Otavalo es la producción y comercialización de prendas de artesanía textil-confección, la cual constituye un elemento de atracción dentro de las actividades turísticas, especializándose en la manufactura de artículos textiles, sombrerería, cestería, instrumentos musicales y adornos.

Existen alrededor de 6.000 micro y pequeños tejedores textiles indígenas en el Cantón, de tipo individual o familiar, resaltando la experiencia exportadora de muchos artesanos.

El proceso para exportación es conocido, y no reviste dificultades, lo cual pone en ventaja a estos artesanos frente a otros; debido a que la producción está estrechamente vinculada al comercio y posibilita contar con información de mercados nacionales e internacionales que son frecuentados por los Otavaleños.

En Otavalo existen microempresas dedicadas a la confección de ropa en su mayoría; ya sea de ponchos, sacos y diferentes accesorios. Por ello se debe tomar en cuenta los diferentes factores que no se pueden alterar,

pero pueden servirnos de gran ayuda para identificar las oportunidades que se pueden presentar para realizar dicho proyecto que va encaminado hacia la producción textil de trajes de novia para indígenas.

La parroquia San Luis está conformada por una parte del área urbana y rural, misma que conforma 17 comunidades las cuales se detallan a continuación:

CUADRO No 1
PARROQUIA SAN LUIS: COMUNIDADES

PARROQUIA	COMUNIDADES
SAN LUIS	1. El Cardón. 2. La Banda 3. Cotama 4. San Luis de la Quinta 5. Cachicullá. 6. San Juan Alto 7. San Juan Capilla 8. San Juan Loma 9. Santiaguillo 10. La Rinconada 11. La Joya 12. Mojanda Mirador 13. Mojanda Curubí 14. Imbabuela Alto 15. Imbabuela Bajo 16. San Blas 17. Punyaro

Elaboración: La Autora.

En el cantón Otavalo la mayor parte de la población es indígena y está conformada por un 66% y un 34% es mestiza; además se ha tomado como base de datos la información proporcionada por el INEC del censo 2001 con una proyección al 2010, con una tasa de crecimiento poblacional del 4.3%.

CUADRO No 2
POBLACIÓN INDIGENA CANTÓN OTAVALO

PARROQUIAS	POBLACIÓN TOTAL 2001	POBLACIÓN MÁS DE 15 AÑOS 2001	PROYECCIÓN P.T 2010 4.3% $Pp=Pb(1+i)^9$	PROYECCIÓN POBLACIÓN MÁS DE 15 AÑOS 2010
San Luis	11.196	6.305	16.354	9.210
Jordán	7.192	4.568	10.505	6.672
Miguel Egas C	3.754	2.424	5.483	3.541
Eugenio Espejo	4.618	2.768	6.745	4.043
Gonzales Suarez	3.839	2.362	5.608	3.450
Pataquí	33	24	48	35
San José de Quichinche	5.428	3.032	7.929	4.429
San Juan de lluman	6.098	3.592	8.907	5.247
San pablo	3.392	1.938	4.955	2.831
San Rafael	4.212	2.631	6.152	3.843
Selva Alegre	228	118	333	172
TOTAL	49.990	29.762	73.020	43.473

Elaboración: La Autora.

1.2 OBJETIVOS

⇒ GENERAL

- ✓ Realizar un diagnóstico situacional del entorno donde se ubicará el proyecto, con el fin de determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

⇒ ESPECÍFICOS

- ✓ Definir las condiciones socio económicas de la comunidad indígena del cantón
- ✓ Identificar las formas de comercialización del sector textil indígena en la ciudad de Otavalo.
- ✓ Analizar la capacidad económica de los potenciales clientes indígenas.
- ✓ Establecer los aspectos socio-culturales de los habitantes indígenas del sector.
- ✓ Determinar los recursos disponibles con los que se contará para la realización del proyecto.

1.3 VARIABLES

- Condiciones socio económicas
- Comercialización
- Capacidad Económica
- Socio-cultural
- Recursos

1.4 INDICADORES

a) **Condiciones Socioeconómicas**

- ✓ Desarrollo textil
- ✓ Estructura

b) **Comercialización**

- ✓ Producto
- ✓ Calidad
- ✓ Precio

c) **Capacidad económica**

- ✓ Ingresos
- ✓ Ocupación

d) **Socio-cultural**

- ✓ Nivel social
- ✓ Cultural
- ✓ Tradiciones

e) **Recursos**

- ✓ Económico
- ✓ Talento Humano
- ✓ Tecnología

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Una vez determinadas las variables y los indicadores, realizamos la matriz de relación diagnóstica que se presenta a continuación:

MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES	TÉCNICAS	PÚBLICO
✓ Definir las condiciones socio económicas de la comunidad indígena del cantón.	Condiciones Socioeconómicas.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo textil • Estructura 	secundaria	<ul style="list-style-type: none"> ○ Investigación documental 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Internet ✓ Bibliografía.
✓ Identificar las formas de comercialización del sector textil indígena en la ciudad de Otavalo.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Calidad • Precio 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> ○ Observación directa ○ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habitantes
✓ Analizar la capacidad económica de los potenciales clientes indígenas.	Capacidad Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos • Ocupación 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> ○ Observación directa ○ Encuesta 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Habitantes
✓ Establecer los aspectos socio-culturales de los habitantes indígenas del sector.	Socio-cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel social • Preservación cultural • Tradiciones 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> ○ Encuesta ○ Observación Directa 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Moradores
✓ Determinar los recursos disponibles con los que se contará para la realización del proyecto.	Recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Económicos • Talento Humano • Tecnología 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> ○ Observación Directa ○ Encuestas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Moradores

1.6 MÉCANICA OPERATIVA

1.6.1 Determinación de la Población

Para realizar el presente diagnóstico se tomará como unidad de análisis a la Población indígena de la parroquia San Luis del Cantón Otavalo.

1.6.2 Determinación de la muestra

Para la determinación de la muestra se utilizará el método de muestreo probabilístico aleatorio simple, conformada por el sector indígena, por ser mayor a 100 se procedió al cálculo de la muestra de la siguiente manera:

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

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confiabilidad.

P = Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q = Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.5 = 0.5$

N = Población 1.842

e = Error de muestreo 0.05 (5%)

La mayor parte de población indígena de la Parroquia San Luis está conformada por mujeres indígenas un 54% representa a la población femenina, como podemos observar en el siguiente cuadro.

CUADRO No 3
PARROQUIA SAN LUIS: POBLACIÓN INDÍGENA MAYOR DE 15 AÑOS

SEXO	POBLACIÓN MAYOR DE 15 AÑOS		POBLACIÓN 15-35 AÑOS	%
	2001	PROYECCIÓN 2010	20%	
Hombres	2.923	4.270	854	46
Mujeres	3.382	4.940	988	54
TOTAL	4.568	9.210	1.842	100

Elaborado por: La Autora

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 1842}{0,0025 \cdot 1841 \cdot 3,842 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = \frac{1.769,06}{4,6025 \cdot 0,9604}$$

$$n = \frac{1.769,06}{5,5629}$$

n = 318

Donde $z=1.96$ para un nivel de confianza del 95%, N =tamaño de la población la cual conforma la zona urbana y rural de la Parroquia san Luis Cantón Otavalo; una probabilidad de ocurrencia del 0.5; y e =error muestral del 5%.

Esta fórmula estadística es aplicada a poblaciones finitas, es decir, cuando el número de personas es conocido. Por lo antes mencionado la muestra es de 318 personas.

1.6.3 Información primaria

También llamada fuente documental y es la que considera material de primera mano referente al objeto de estudio.

Existen dos tipos de investigación primaria, cualitativa y cuantitativa:

Cualitativa: Aquella que implica un trabajo de campo pero que la definición del número de personas a las que se aplica el instrumento no exige un proceso riguroso ni los resultados obtenidos pueden ser aplicados a toda la población.

Cuantitativa: Es aquella que utiliza un instrumento de tipo cuantitativo cuya aplicación implica la determinación de una muestra mediante métodos estadísticos y los resultados son aplicables a toda la población. (Instrumento de tipo cuantitativo: “encuesta / formulario o cuestionario estructurado”)

El análisis se lo realizará mediante la utilización de la técnica de la encuesta la cual nos sirve de ayuda para determinar la situación del entorno en el Cantón objeto de estudio, que será aplicado a los habitantes indígenas mayores de 15 años del sector.

1.6.4 Información secundaria

Los datos de la población obtenidos del INEC según el último censo realizado durante el año 2001 con una proyección al 2010, en base a la tasa de crecimiento poblacional que es del 4.3%.

Este dato estadístico podemos verificar que la mayoría de los pobladores está conformada por gente indígena con un 66,67%. El aspecto socio-económico es el que distingue a Otavalo de otras regiones del Ecuador. Los Otavaleños han participado en la economía global por largo tiempo y por lo tanto en ningún caso se puede mencionar que formen una sociedad estática. Si no que “por el contrario, la innovación ha pasado a formar parte integral de las estrategias de vida.

1.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

Para el presente estudio se aplicó como técnica de identificación de información una encuesta dirigida al segmento indicado. La interpretación de los resultados de la indagación lleva inmediatamente a la solución.

El análisis del instrumento de recolección de información de campo (encuesta), fue utilizado en el análisis individual de preguntas que se realiza con base en los porcentajes que alcanzan las distintas respuestas de cada pregunta.

Para llevar a cabo este tipo de análisis se diseñó una forma donde se tabulan las respuestas en base a la cantidad de personas que contestaron cada respuesta y el porcentaje que representa del total de la muestra.

1.7.1 Encuesta aplicada a los habitantes indígenas de la Parroquia San Luis del cantón Otavalo.

A. DATOS TÉCNICOS

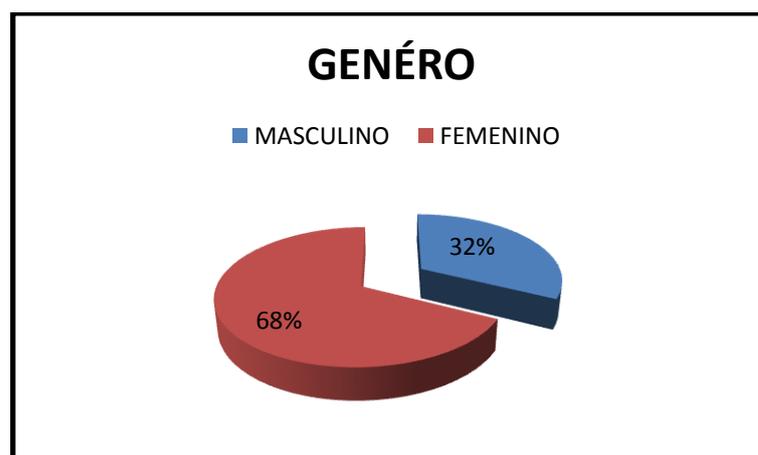
1. SEXO

CUADRO No 4: Género

SEXO	F	%
MASCULINO	103	32
FEMENINO	215	68
Total	318	100

Fuente: Habitantes del sector.
Elaborado por: la autora.

GRÁFICO No 1



Análisis:

La mayoría de los encuestados en un 68% son mujeres, el resto de las personas pertenecen al género masculino. Lo que indica como es evidente, que la mayor población está conformada en su gran mayoría por mujeres.

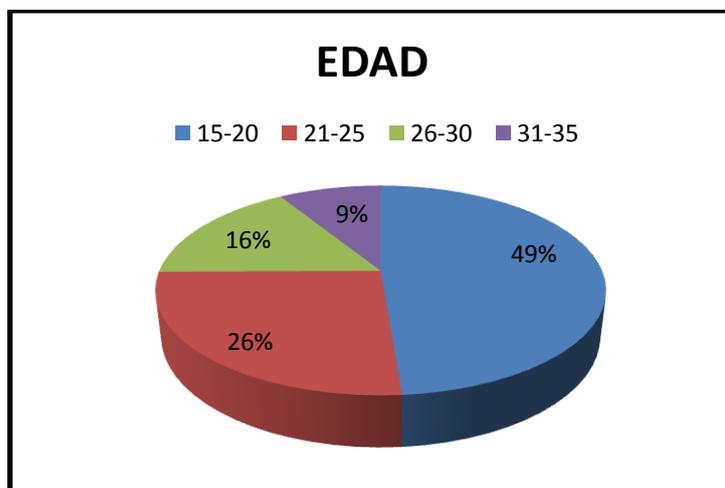
2. EDAD

CUADRO No 5: Edad

EDAD	F	%
15-20	155	49
21-25	83	26
26-30	52	16
31-35	28	9
Total	318	100

Fuente: Habitantes del sector.
Elaborado por: la autora.

GRÁFICO No 2



Análisis:

La mayoría de los encuestados son personas menores de 18 años, lo que es bastante entendible si consideramos que en gran parte son jóvenes los encuestados, seguido por quienes tienen entre 21 y 25 años, en tercer lugar con un 16% están las personas que van de 26 a 30 años, y por último con un menor porcentaje están quienes tienen de 31 a 35 años.

3. NIVEL DE ESTUDIOS

CUADRO No 6: Nivel de Estudios

NIVEL DE ESTUDIOS	F	%
PRIMARIA	60	19
SECUNDARIA	203	64
SUPERIOR	55	17
Total	318	100

Fuente: Habitantes del sector.
Elaborado por: la autora.

GRÁFICO No 3



Análisis:

La mayoría de los encuestados son personas que están atravesando la secundaria con un 64%, seguidamente se determinó que un 19% tienen solamente primaria y el resto que es de 17% se encuentra en estudios superiores.

1. ¿Conoce usted lugares donde se comercialicen trajes para fiestas indígenas?

Cuadro No 7: Existencia de trajes indígenas

CATEGORÍAS	F	%
Si	210	66
No	70	22
No conoce	38	12
Total	318	100

Fuente: Habitantes del sector
Elaborado por: La Autora

GRÁFICO No.4



Análisis:

En relación a esta pregunta el 66% de las personas encuestadas manifiestan que sí conocen de la existencia de lugares que ofrecen trajes para fiestas indígenas, ya que Otavalo es un Cantón donde la mayoría de los habitantes son indígenas, en cambio un 22% no conoce este tipo de lugares y un 12% desconoce totalmente. Se concluye que la mayoría de los encuestados saben de la existencia de estas tiendas y las frecuentan.

2. ¿Qué tipo de trajes ofrecen con más frecuencia?

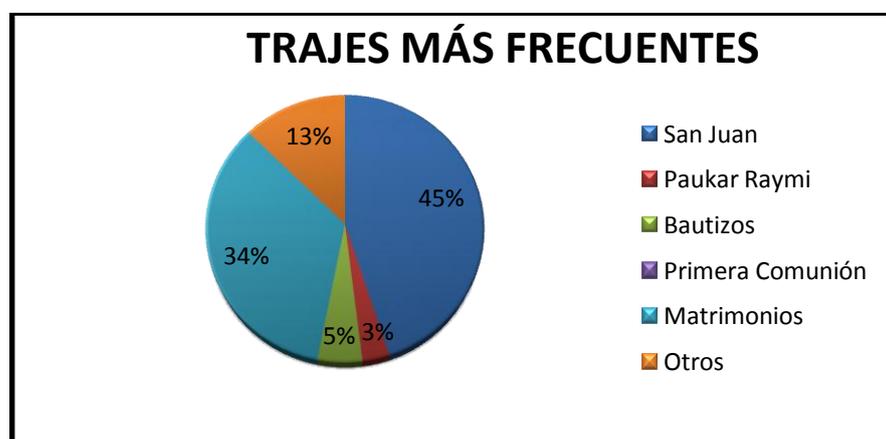
Cuadro No 8: Trajes más frecuentes

Categorías	F	%
San Juan	143	45
Paukar Raymi	10	3
Bautizos	16	5
Primera Comunión	0	0,00
Matrimonios	109	34
Otros	40	13
Total	318	100,00

Fuente: Habitantes del sector

Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 5



Análisis:

Los trajes que ofrecen con más frecuencia un 45% de los encuestados manifiesta que son los de San Juan o para el Inty Raymi. El 34% son los trajes de matrimonio, en un 13% son otros trajes, en un 5% se puede identificar que son los de bautizo, pero solo 3% manifiesta que son los de Paukar Raymi. Así tenemos que los trajes mayoritariamente adquiridos son para Inty Raymi y matrimonios ya que estos son dos momentos muy importantes para la cosmovisión indígena.

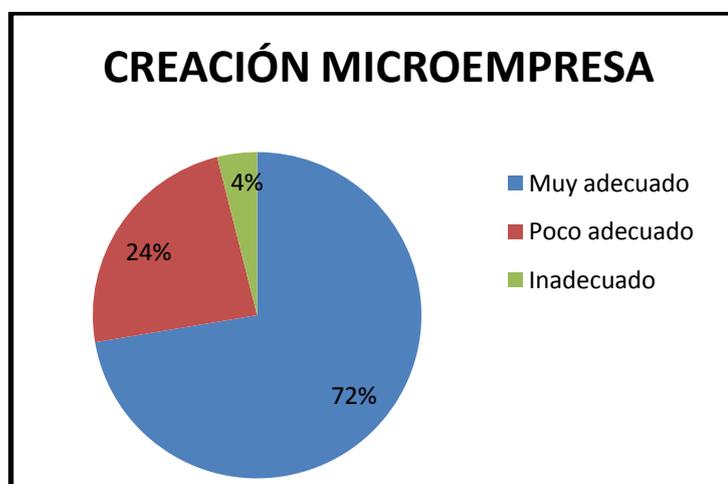
3. Considera usted que la creación de un lugar que oferte estos trajes es:

Cuadro No 9: Creación Microempresa

Categorías	F	%
Muy adecuado	230	72
Poco adecuado	75	24
Inadecuado	13	4
Total	318	100,00

Fuente: Habitantes del sector
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 6



Análisis:

El mayor porcentaje de la población encuestada considera que el contar con un lugar donde se oferte este tipo de trajes es muy adecuado, sin embargo existe aproximadamente un 28% que no lo percibe así, por diferentes factores como desconocimiento de beneficios, facilidades y por intereses propios tales como competencia.

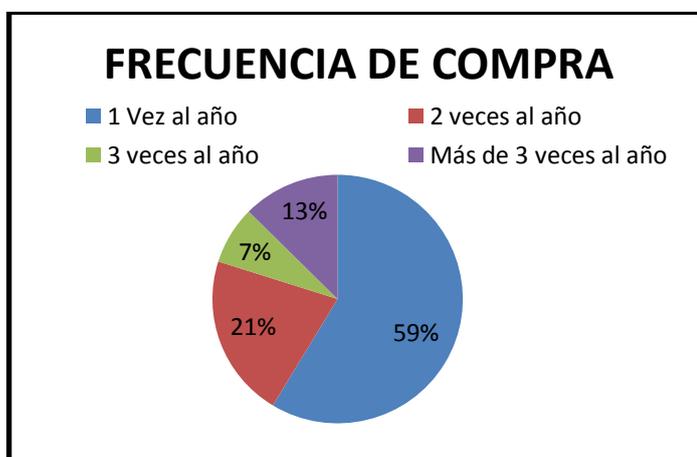
4. ¿con qué frecuencia realiza usted la compra de alguno de estos trajes al año?

Cuadro No 10: Frecuencia de compra

Categorías	F	%
1 Vez al año	186	59
2 veces al año	68	21
3 veces al año	24	7
Más de 3 veces al año	40	13
Total	318	100,00

Fuente: Habitantes del sector
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 7



Análisis:

Normalmente la mayoría de los encuestados indica que realiza la compra de estos trajes una vez al año, principalmente para la festividad de mayor relevancia como es el San Juan y para los matrimonios, un 21% adicional indica que compra dos veces al año, lo que implica que las prioridades van surgiendo de acuerdo a las necesidades, como bautizos u otros acontecimientos.

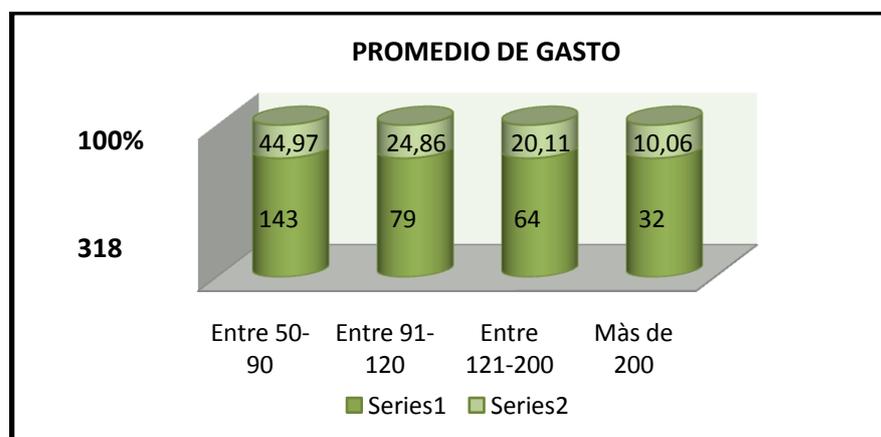
5. ¿Cuál es su promedio de gasto cada vez que realiza la compra de uno de estos trajes?

Cuadro No 11: Promedio de Gasto

Categorías	F	%
Entre 50-90	143	44,97
Entre 91-120	79	24,86
Entre 121-200	64	20,11
Más de 200	32	10,06
Total	318	100,00

Fuente: Habitantes del sector
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 8



Análisis:

Más del 50% supera los 90 dólares de gasto y van en escala hasta sobrepasar los doscientos, esto en cierta medida es comprensible debido a las condiciones socioeconómicas y a los niveles de ingreso que no en todos es igual, los resultados también indican que el 44% de la población encuestada gasta como mínimo cincuenta dólares lo que nos permite tener una referencia del posible flujo de compra.

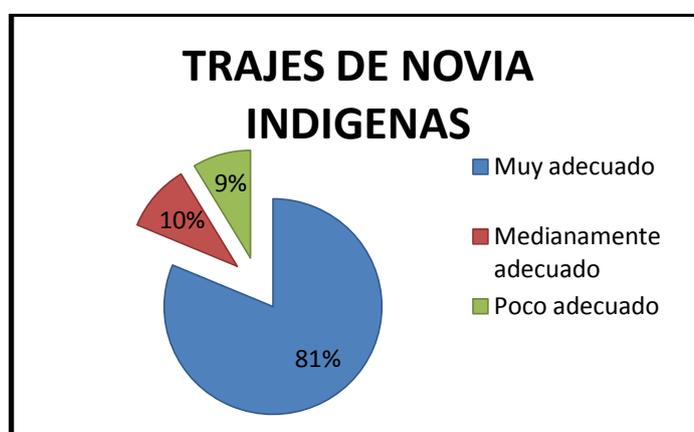
6. Considera usted que es conveniente que exista una empresa que confeccione y comercialice específicamente trajes de novia:

Cuadro No 12: Trajes de novia indígenas

Categorías	F	%
Muy adecuado	258	81
Medianamente adecuado	32	10
Poco adecuado	28	9
Total	318	100,00

Fuente: Habitantes del sector
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 9



Análisis:

En cuanto a que si es importante contar con una empresa que se dedique solamente a la confección y comercialización de trajes para matrimonio del sector indígena, más del 80% considera que es adecuado, lo que permite demostrar que existe viabilidad para la realización del proyecto por la perspectiva de aceptación mayoritaria.

7. ¿Le gustaría que esta empresa le oferte todos los servicios para su matrimonio?

Cuadro No 13: Servicios Matrimoniales

Categorías	F	%
SI	305	96
NO	13	4
Total	318	100,00

Fuente: Habitantes del sector
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 10



Análisis:

En concordancia con la respuesta anterior el 96% de los encuestados determinan que les gustaría que esta empresa cuente con todos los servicios incluidos para la realización de su matrimonio, lo que nos demuestra que nuestra propuesta contará con una alta demanda.

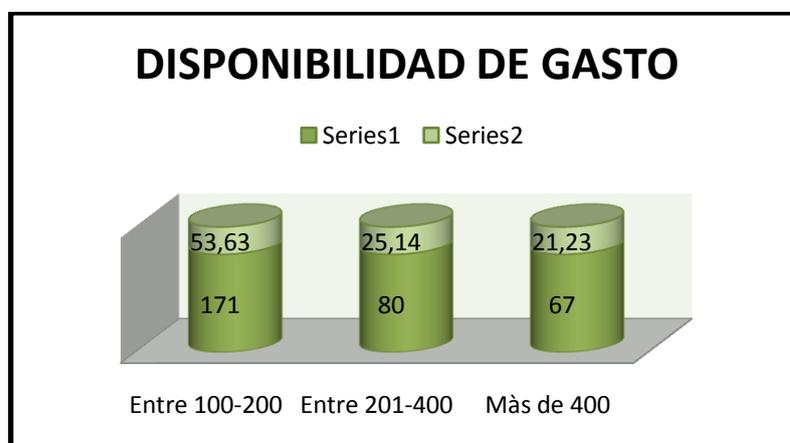
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un traje para matrimonio?

Cuadro No 14: Disponibilidad de Gasto

Categorías	F	%
Entre 100-200	171	53,63
Entre 201-400	80	25,14
Más de 400	67	21,23
Total	318	100,00

Fuente: Habitantes del sector
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 11



Análisis:

El valor que estarían dispuestos a pagar por un traje para matrimonio es entre 100 y 200 dólares de acuerdo a las respuestas obtenidas del 53%, pero de acuerdo a los datos obtenidos de la sumatoria de los dos sectores siguientes nos podría dar una media de entre 200 a 300 dólares.

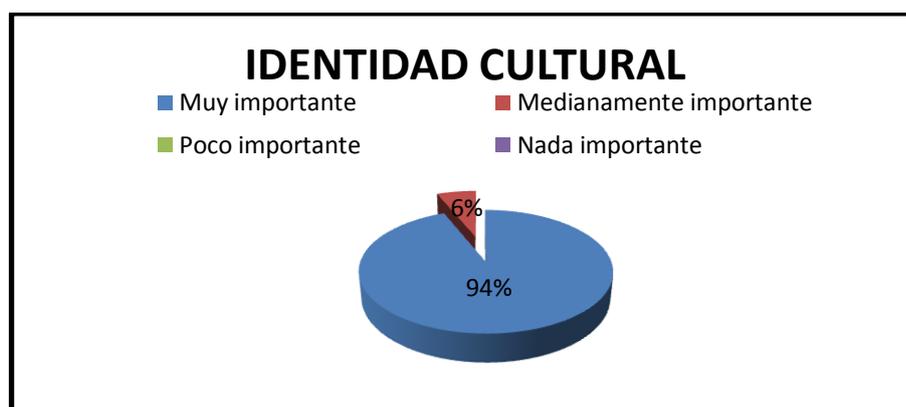
9. ¿En qué medida es importante para usted que esta empresa brinde estos servicios manteniendo su identidad cultural?

Cuadro No 15: Identidad Cultural

Categorías	F	%
Muy importante	299	94
Medianamente importante	19	6
Poco importante	0	0,00
Nada importante	0	0,00
Total	318	100,00

Fuente: Habitantes del sector
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 12



Análisis:

Todos coinciden en la importancia de mantener la identidad cultural en este tipo de eventos e indican que la empresa no debe apartarse de este fundamento, esto daría un posicionamiento relevante al mismo y contribuirá con la permanencia y hasta el rescate de la identidad cultural de los kichwa Otavalo.

10. ¿Cómo le gustaría la presentación del traje de novia?

Cuadro No 16: Presentación

PRESENTACIÓN	F	%
UNA PIEZA	203	64
DOS PIEZAS	115	36
Total	318	100

Fuente: Habitantes del sector
Elaborado por: La Autora

Gráfico No. 13



Análisis:

De acuerdo a los resultados se puede determinar que en un 64% de encuestados prefieren un traje nuevo de una sola pieza que mantenga su cultura pero que sea innovado, por lo que en un 36% prefieren el tradicional de dos piezas.

11. Identifique la manera más adecuada para acceder a su traje de novia.

Cuadro No 17: Adquisición

FORMAS DE ACCEDER AL TRAJE	F	%
COMPRAR	254	80
ALQUILAR	64	20
Total	318	100

Fuente: Habitantes del sector

Elaborado por: La Autora.

Gráfico No. 14



Análisis:

De todos los encuestados se determina que la mayoría prefiere comprar su traje y tan solo un 20% prefiere alquilarlo por las condiciones económicas en las que se encuentran.

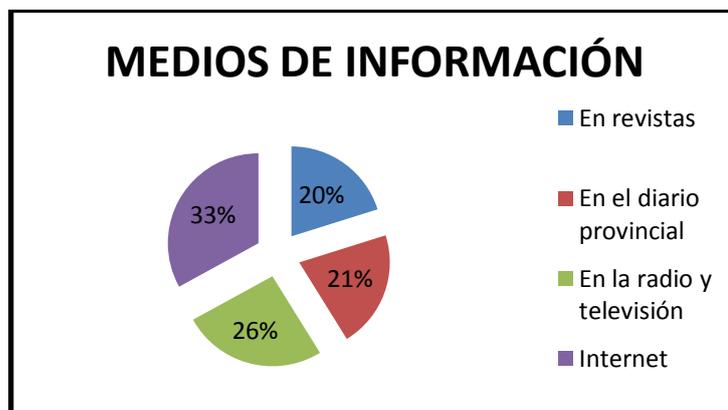
12. ¿En qué medio de información le gustaría que se brinde publicidad sobre esta micro empresa?

Cuadro No 18: Publicidad

Categorías	F	%
En revistas	64	20%
En el diario provincial	67	21%
En la radio y televisión	82	26%
Internet	105	33%
Total	318	100,00

Fuente: Habitantes del sector.
Elaborado por: La Autora.

Gráfico No. 15



Análisis:

La gran mayoría de usuarios considera que la primera opción debería ser el Internet, con proporciones bastante similares el diario, revistas. Esto es necesario que se utilice en la introducción del producto todos los medios de comunicación, ya que los clientes potenciales tienen diversas maneras de informarse.

1.8 RESULTADO DEL DIAGNÓSTICO EXTERNO.

ALIADOS.

1. Reconocimiento textil del cantón Otavalo.
2. Mantenimiento de la identidad cultural.
3. Personal Técnico dispuesto a trabajar.
4. Capacidad económica del sector.

OPONENTES.

1. Mercado inestable.
2. Competencia desleal.
3. Alta fluctuación de precios materia prima.
4. Supuestos del estudio técnico.
5. Débil apoyo de las entidades financieras para emprendimientos.

OPORTUNIDADES.

1. La empresa cuenta con servicios diferenciados únicos en su oferta.
2. Rescate y fortalecimiento de las manifestaciones culturales del sector.
3. Desarrollo de plazas laborales.
4. Existencia de fuentes de financiamiento.
5. Apoyo a la actividad artesanal.

RIESGOS.

1. Pérdida gradual de identidad cultural del sector.

2. Inestabilidad Económica del país.
3. Inestabilidad Social permanente en el sector indígena.
4. No implementar de acuerdo al estudio técnico.

1.9 OPORTUNIDAD DEL PROYECTO.

Los resultados del presente trabajo demostraron que existe una población que ha salido de sus esquemas tradicionales de comercialización y que están en el contexto del desarrollo, como se mencionaba la evolución social no impide la preservación de su identidad, no se oponen a la existencia de otras formas de comercialización pero siempre y cuando contribuyan a mantener y rescatar su identidad.

El comercio es el ente fundamental para generar recursos económicos, que posibilitan una economía atrayente en relación con otros sectores aledaños, y este grupo étnico es muy reconocido por su laboriosidad artesanal, logrando un gran posicionamiento no solo en el contexto nacional, sino en el ámbito mundial, lo que ha hecho de Otavalo uno de los potenciales sitios de estudio antropológico y de visita.

Actualmente, en Otavalo no existe una microempresa que se dedique a la comercialización de trajes matrimoniales y vestimentas para manifestaciones tradicionales exclusivos para el sector indígena que mantenga su identidad cultural, al no impulsar la creación de este emprendimiento puede irse desvalorizando esta identidad cultural; por tal razón el presente estudio se convierte en una oportunidad.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1 EMPRESA.

2.1.1 Definición de Empresa.

Rubén Sarmiento, 2005 “Contabilidad General”, define a las empresas como: Una entidad u organización que se establece en un lugar determinado con el propósito de desarrollar actividades relacionadas con la producción y comercialización de bienes o servicios en general, para satisfacer las diversas necesidades de la colectividad.

De acuerdo a este autor y otras investigaciones realizadas podemos definir que una empresa es aquella entidad que se encuentra conformada por un grupo de personas organizadas que se dedican a realizar actividades económicas, ya sea esta de compra y venta de bienes y/o servicios; como también a la transformación de la materia prima en un producto terminado que permita satisfacer las necesidades de la colectividad.

Además, una empresa es aquella que está compuesta por capital y trabajo, lo que permite la realización de una actividad tanto de producción y comercialización de un bien o la prestación de un servicio lo cual genera un ingreso económico. A través del cual permite la toma de decisiones.

2.1.2 Objetivos de las Empresas.

Dentro de los objetivos que debe cumplir una empresa tenemos entre otros los siguientes:

- ✓ Obtener una utilidad o rentabilidad minimizando sus costos y gastos, es decir; aprovechando al máximo todos y cada uno de los recursos disponibles.
- ✓ Brindar un buen trato económico y motivación a empleados y obreros que presten sus servicios a la empresa.

Los objetivos de una empresa privada siempre será la de obtener una rentabilidad a cambio de la prestación de un bien o servicio, y la satisfacción del cliente que le permitirá incrementar su productividad.

2.1.3 Clasificación de las Empresas.

Las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

2.1.3.1 Por su naturaleza.

- ✓ Empresas Industriales, son aquellas que se dedican a la transformación de la materia prima en un producto terminado.
- ✓ Empresas Comerciales, son aquellas que dedican a la compra y venta de bienes.
- ✓ Empresas de Servicios, son aquellas que se dedican a la venta de un servicio a la colectividad de acuerdo a la necesidad de la misma.

2.1.3.2 Por el sector al que pertenece.

- ✓ Empresas Públicas, son aquellas cuyo capital pertenece al Estado.
- ✓ Empresas Privadas, son aquellas cuyo capital pertenece a una persona o grupo de personas ya sean estas naturales jurídicas.
- ✓ Empresas Mixtas, son aquellas cuyo capital pertenece tanto al sector público como privado.

2.1.3.3 Por la integración del capital.

- ✓ Unipersonales, son aquellas cuyo capital pertenece a una sola persona.
- ✓ Pluripersonales, son aquellas cuyo capital pertenece a una o más personas.

2.2 Microempresa.

2.2.1 Definición microempresa.

Monteros Edgar (2005) en su obra, Manual de Gestión Micro empresarial, define a la microempresa como una asociación de personas que trabajan en forma organizada utilizando diferentes recursos, para elaborar productos y/o prestación de servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores de un segmento de mercado.

En las investigaciones realizadas se define, que una microempresa es aquella entidad donde opera una persona natural o jurídica con capital propio o prestado, para así; desarrollar cualquier tipo de actividad ya sea esta de producción o comercialización de bienes o servicios.

Definiéndolas como aquellas que tienen al menos un empleado y menos de diez.

2.2.2 Importancia de la Microempresa.

Podemos mencionar que la creación de una microempresa es de vital importancia, ya que generará mayor; fuente de empleo, oportunidad de mejorar la calidad de vida de las personas, productividad y consecuentemente contribuirá con el desarrollo de nuestro Cantón.

2.2.3 Ventajas y Desventajas de la Microempresa.

<http://www.slideshare.net/guest4a7714/clasificación-de-empresas>. En la Micro empresa existen ventajas y desventajas las cuales se mencionan a continuación:

2.2.3.1 Ventajas de la Microempresa.

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del mercado.

Se puede determinar que una microempresa, es aquella que contribuye al desarrollo de la localidad ya que actúa como fuente generadora de trabajo y que además puede sufrir cambios debido a que no posee una estructura rígida y se adapta con facilidad a cambios.

2.2.3.2 Desventajas de la Microempresa.

- Al incorporar tecnología, los integrantes tienen falta de conocimiento y técnicas para una productividad más eficiente.
- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.

En una microempresa, se hace difícil la implantación de tecnología ya que para su manejo se debe capacitar y preparar al personal que colabora dentro de la entidad ya que por falta de conocimiento puede disminuir su productividad. Además, en una microempresa se puede concluir que su producto solo está encaminado a un mercado local.

2.3 CONFECCIÓN.

La confección es un arte de unir las piezas de tela previamente cortadas, mediante costuras. Dentro de la confección en serie se tienen maquinas especiales para cada operación; es aquí donde debemos seleccionar la maquina adecuada para cada prenda. El uso correcto de la maquinaria nos puede llevar al éxito o fracaso de nuestra producción.

2.3.1 Procesos de Elaboración.

Para la confección del producto se tomará en cuenta diferentes pasos que son de mucha importancia dentro de los procesos de elaboración de la prenda.

Se identifica los siguientes procesos que se detallan a continuación:

1. Recepción de la tela y almacenamiento de los materiales.
2. Inspección de las telas.
3. Transporte al área de costura.
4. Cortado de la tela.
5. Ensamble de las piezas de tela.
6. Transporte al área de acabado.
7. Acabado.
8. Transporte al área de planchado.
9. Planchado.
10. Inspección.
11. Empaque.
12. Transporte al área de productos terminados.
13. Entrega.

Esta referencia conceptual es una guía fundamentalmente de los procesos que se deben tomar en consideración dentro del proceso de confección. Y proporcionar un producto de calidad que satisfaga las necesidades de la colectividad.

2.3.2 Materiales a utilizar.

2.3.2.1 Telas.

Las telas a utilizar son propias a la de los vestidos comunes de novia que sirven para dar un toque de suavidad y exclusividad al traje de novia indígena, brindándole comodidad y elegancia.

2.3.2.2 Hilos.

Los hilos que se utilizarán para los bordados en los trajes son de seda, ya que su brillo da un toque que realza el traje de la novia, en sus bordados.

Árbol: Representa el árbol sagrado y mitológico del lechero en donde se realizan cultos a los dioses (Va bordado en el centro y extremo de las orillas del anaco).

Kinku: Este bordado, simboliza el mar.

Rayas: Representa la tierra de nuestra madre naturaleza.

2.3.2.3 Accesorios.

Los diferentes accesorios que se utilizará en la confección de traje de novia indígena son los siguientes:

Cintas.- que sirven para la decoración de los trajes y resaltan su cultura mediante el uso de figuras como son las flores.

Ataches.- son pequeños detalles que se colocan en los bordados de las camisas para dar más elegancia a los trajes.

Lentejuelas.- son pequeños detalles que producen colorido y brillo a un elegante traje de indígena, estos son colocados de una forma manual en la prenda, por su diseño exclusivo.

Encajes.- los encajes se colocan a los filos de la prenda para mejorar su diseño, son de diferentes medidas y diseños, dándole la forma a la manga del traje. Dando un estilo propio de los trajes comunes, que sirven para mantener su cultura y el significado de cada detalle que es de gran importancia para el pueblo indígena.

2.4 Comercialización.

Para comprender mejor el proceso de comercialización tomamos en consideración las siguientes referencias conceptuales, estas nos ayudan a orientar de mejor manera el desarrollo comercial de nuestra microempresa. Y no únicamente para este propósito sino también para la estructuración de los segmentos de mercado y la aplicación de las técnicas para su determinación.

2.4.1 Estrategias de comercialización.

➤ Estrategia de penetración en el mercado.

La empresa, que funciona en un mercado definido, se propone intensificar sus esfuerzos comerciales. Los medios principales son la publicidad y las ventas, haciendo especial hincapié en los productos o servicios existentes. La variante de un producto o servicio existente se denomina relanzamiento. Otra herramienta usada como estrategia de penetración en el mercado es la división de productos o servicios existentes en componentes separados.

2.4.2 Segmentación de mercado.

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes. Esto no está arbitrariamente impuesto sino que se deriva del reconocimiento de que el total de mercado está hecho de subgrupos llamados segmentos.

2.4.3 Variables de segmentación.

A. Segmentación demográfica.

- Sexo
- Edad
- Raza
- Lugar de residencia
- Características físicas

B. Segmentación socio-económica.

- Niveles de ingreso.
- Niveles de educación
- Profesión
- Clase social

La empresa tras evaluar los diferentes segmentos, tendrá que decidir cuáles y cuantos segmentos cubrirá.

2.5 ACTIVIDAD ARTESANAL.

La actividad artesanal es el proceso de fabricación a mano, con o sin la ayuda de herramientas. El termino artesanía se refiere a la producción de una técnica de fabricación aplicada a los pasatiempos de la artesanía, pero también fue el método común de la fabricación en la previa al mundo industrializado.

2.5.1 Artesano.

Ley de Defensa del Artesano. Considera artesano al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente

registrado en el Ministerio de Trabajo y Empleo, hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias o materias primas, una cantidad no mayor a la que señala la ley, pudiendo realizar la comercialización de los artículos que produce su taller. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aun cuando no hubiere invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o no tuviere operarios.

2.5.2 Beneficios del Artesano.

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas.
- Acceso a las prestaciones del seguro social.
- Facturación con tarifa 0% (I.V.A).
- Declaración semestral del I.V.A.

2.6 Fundamentos de la Administración.

2.6.1 Concepto de la Administración.

Willbur Jiménez Castro, citado por Sergio Hernández (2005). Define la administración como: “una ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzos cooperativos, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr en los organismos sociales”.

Este autor nos enseña un detalle muy importante dentro de la administración, que a través de la organización es donde se pueden lograr y alcanzar los propósitos planteados dentro de una entidad ya que siempre la unión de los esfuerzos al realizar todas las actividades conlleva al cumplimiento de metas dentro de un determinado periodo de tiempo.

Además, la administración es aquella que interpreta los objetivos propuestos por la organización y los transforma en acción organizacional a través de la planeación, la organización, la dirección y el control de todas las actividades realizadas en las áreas y niveles de las empresas, con el fin de alcanzar tales objetivos de la manera más adecuada a la situación.

Por consiguiente, administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos.

2.6.2 Importancia de la Administración.

<http://www.slideshare.net/jjoselluis/importancia-de-la-administracion>.

Por lo general en una pequeña empresa para poder competir es necesaria la existencia de una administración efectiva.

Algunos de los argumentos más relevantes que fundamenta la importancia de esta disciplina:

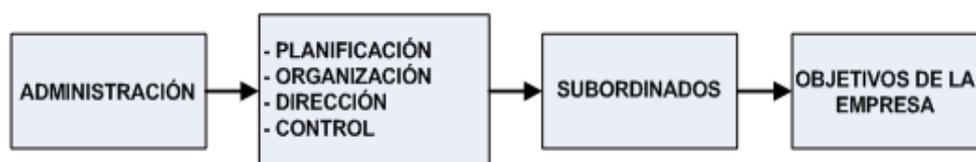
Universalidad: Con la universalidad de la administración se demuestra que ésta es imprescindible para el adecuado funcionamiento de cualquier organismo social.

Simplificación del Trabajo: Simplifica el trabajo al establecer principios, métodos y procedimientos, para lograr mayor rapidez y efectividad.

Productividad y Eficiencia: La productividad y eficiencia de cualquier empresa están en relación directa con la aplicación de una buena administración.

Bien común: A través de los principios de administración se contribuye al bienestar de la comunidad, ya que proporciona lineamientos para optimizar el aprovechamiento de los recursos, para mejorar las relaciones humanas y generar empleos.

De acuerdo a las investigaciones realizadas se puede definir que, la administración es importante; ya que contribuye al mejoramiento de la productividad, a través de una simplificación de tareas por medio del establecimiento de métodos y procedimientos que ayudan a desempeñar las funciones encomendadas con mayor rapidez, de tal manera que se aprovecha tanto el tiempo y recursos disponibles para el logro de mejores resultados.



2.7 ESTUDIO DE MERCADO.

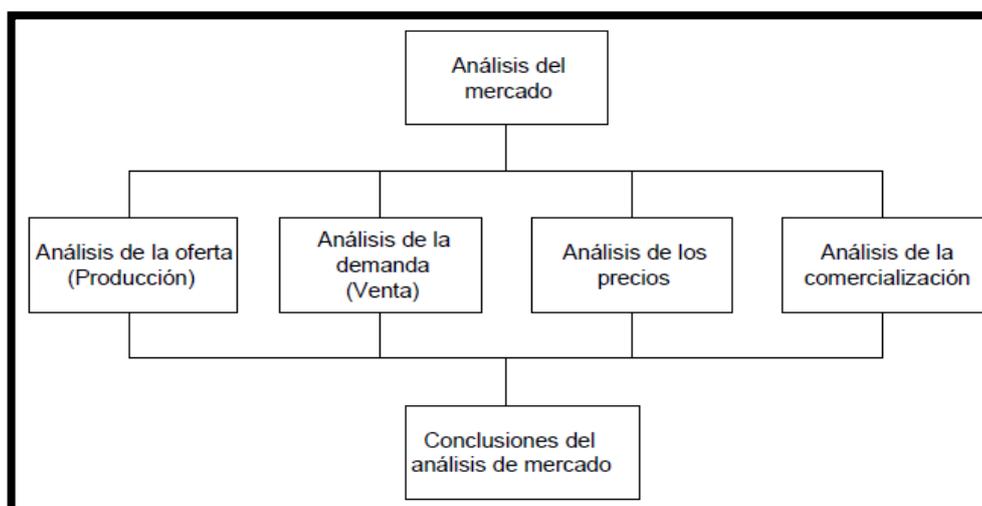
Kotler, Philip y Armstrong, Gary - "Marketing" – Ed. Prentice Hall (2007), define al estudio de mercado Como: Aquel que busca cuantificar los bienes y servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final.

De acuerdo a este autor, se puede concluir que un estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, para luego ser analizados que nos darán como resultado la aceptación o no de un producto dentro del mercado.

El estudio de mercado tiene como finalidad cuantificar el número de individuos, empresas y otras entidades económicas generadoras de una demanda que justifique la puesta en marcha de un determinado programa de producción de trajes de novia para indígenas, sus especificaciones y el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por ellos.

Sirve de base para decidir si se lleva o no adelante la idea inicial de inversión; pero además, proporciona información indispensable para investigaciones posteriores del proyecto, como los estudios para determinar su tamaño, localización e integración económica.

CUADRO N° 19



Fuente: Guía empresarial

2.8 ESTUDIO TÉCNICO.

2.8.1 Macro localización del proyecto.

JACOME, Walter. (2005). En su obra *Evaluación de Proyectos Productivos*, la macrolocalización se refiere a determinar el lugar geográfico más adecuado para la implantación del proyecto. Determina en forma clara la región, provincia, cantón; es importante establecer las coordenadas geográficas con el fin de mejorar la precisión del proyecto con lo cual se tiene una localización muy confiable.

2.8.2 Microlocalización del proyecto.

JACOME, Walter. (2005). En su obra *Evaluación de Proyectos Productivos*, microlocalización de un proyecto consiste en determinar las condiciones específicas que influyan con éxito en la implantación del proyecto tomando en cuenta factores determinantes como son: transporte, dirección, costo de terrenos, cercanía a carreteras, materia prima, disponibilidad de servicios entre las más importantes.

En el estudio técnico se podrá determinar la ubicación, el tamaño, la estructura, los procesos de producción a implementarse, la tecnología, maquinaria y equipo, además de los recursos humanos y económicos indispensables para el desarrollo de la unidad productiva.

El estudio técnico se define:

- Donde ubicar la microempresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

2.9 ESTUDIO FINANCIERO.

En este capítulo se determinará el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto. Y los costos totales del proceso productivo, además de ello el monto de los ingresos que se aspira obtener. Los cuales serán registrados en los estados financieros los cuales ayudarán a determinar la viabilidad del proyecto.

2.9.1 Fundamentos de la contabilidad.

Mercedes Bravo Valdivieso (2009), define a la contabilidad como: la ciencia, el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable.

La contabilidad en sí, es aquella que se encarga de proporcionar información de los hechos económicos, financieros suscitados en la empresa, de forma continua y ordenada. Lo que permite conocer los resultados para la adecuada toma de decisiones.

2.9.2 Proceso Contable.

Mercedes Bravo Valdivieso (2008), define como: el ciclo mediante el cual las transacciones de una empresa son registradas y resumidas para la obtención de los Estados financieros.

De acuerdo al análisis realizado se determina que un proceso contable, son los pasos a seguir para la obtención de resultados necesarios para la toma de decisiones mediante la realización de los estados financieros.

2.9.2.1 Estado de situación inicial.

El estado de situación inicial es un balance que refleja la situación de la empresa en un momento determinado.

2.9.2.2 Libro Diario.

Pertenece al grupo de los libros principales, en este libro se registra las operaciones de la empresa en forma cronológica, lo cual se registra mediante asientos y se caracteriza porque tiene una entrada llamada cuenta acreedora se recibe valores y una salida cuenta deudora en la cual es la entrega de valores, aplicando el principio de partida doble “No hay deudor sin acreedor” o viceversa.

2.9.2.3 Libro Mayor.

En este libro se registra en forma clasificada las cuentas y todos los asientos registrados en el Libro diario; los valores registrados en el Debe del Diario pasan al Debe de una cuenta de mayor y los valores registrados en el Haber del Diario pasan al Haber de una cuenta de Mayor, este paso se denomina Mayorización.

2.9.2.4 Balance de Comprobación.

En este Balance se realiza un resumen de la información del libro Diario y Mayor, a la vez permite comprobar la exactitud de los mencionados registros. Verifica y demuestra la igualdad numérica entre el Debe y Haber.

2.9.2.5 Ajustes.

Se elaboran al término de un periodo contable, ya que son necesarios para que las cuentas que han intervenido en la contabilidad de la empresa muestren un saldo real o verdadero y faciliten la preparación de los estados financieros.

2.9.2.6 Cierre de libros.

Los asientos de cierre de libros se elaboran al finalizar el ejercicio económico o periodo contable, ya que agrupa las cuentas que ocasionan ingreso o gasto; lo cual pueden dar como resultado final ya sea una ganancia o pérdida.

2.9.2.7 Estados Financieros.

Los estados financieros son documentos que debe preparar la empresa al terminar el ejercicio contable, con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de su empresa a lo largo de un período.

2.9.2.8 Estado de situación Financiera.

Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento de tiempo. Consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. La legislación exige que este documento sea imagen fiel del estado patrimonial de la empresa.

2.9.2.9 Estado de Flujo de efectivo.

Es un estado que se encarga de presentar la información del efectivo, es decir; en que se utilizó y su origen.

2.9.2.10 Estado de Pérdidas y Ganancias.

Documento contable que muestra el resultado de las operaciones de una entidad durante un periodo determinado.

El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo.

2.9.2.11 Estado de Cambios en el Patrimonio.

Es el estado financiero que muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un período, además de la aplicación de las ganancias retenida en periodos anteriores. Este muestra por separado el patrimonio de una empresa.

2.9.3 Evaluadores financieros.

Donde se puede determinar además, cuando vamos a recuperar la inversión y analizar también lo que es el VAN, TIR, C/B y el periodo de la recuperación de la inversión.

2.9.3.1 Cálculo del valor actual neto (van).

BRIGHAN, Eugene. HOUSTON Joel. (2005). Fundamentos de Administración Financiera, define como el método de clasificar las

propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital.

Definido como el Valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del V.A.N. es actualizar todos los flujos futuros al período inicial (cero), compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos.

La fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{Inversión}$$

2.9.3.2 Tasa Interna de Retorno.

GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera.

Define como una técnica compleja del presupuesto de capital; la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a cero dólares (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial; es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas.

La T.I.R de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la "Inversión inicial" del proyecto y cuáles serán los "flujos de ingreso" y "costo" para cada uno de los periodos que dure el proyecto de manera que se pueda considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

2.9.3.3 Costo Beneficio.

El índice de rentabilidad o costo / beneficio nos permite decidir si aceptamos todos los proyectos con un índice mayor a 1. Si el índice de rentabilidad es mayor a 1 el valor actual es mayor que la inversión y por lo tanto exactamente a la misma decisión que el valor actual neto.

2.9.3.4 Periodo de recuperación.

CORDOBA, Marcial. (2006) en su obra *Formulación y Evaluación de Proyectos*, Se lo define como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original.

2.10 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

En este capítulo se define como va a estar organizada la microempresa, los principios y valores a implantarse dentro de la misma, para ello se realizará un organigrama estructural para su mejor desempeño. Y se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Qué régimen fiscal es el más conveniente.
- Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- Como organizaras la empresa cuando el proyecto esté en operación.

2.11 ANÁLISIS DE IMPACTOS.

En este capítulo, se realizará un análisis en función de las actividades realizadas y de los resultados obtenidos. Mediante una matriz que nos ayudará a identificar los aspectos positivos o negativos generados en dicho proyecto.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO.

3.1 INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADO.

El presente capítulo tiene por objetivo poseer una noción clara de la cantidad de posibles consumidores que dispondrán del bien o servicio que se está ofertando. Adicionalmente el estudio de mercado va indicar si las características del bien son las que desea adquirir el cliente, incluso nos enseña que tipo de potenciales clientes serán los beneficiados de dicho proyecto.

El estudio de mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas están en posibilidad de producir para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijado, costos de producción y competencia.

Al realizar un estudio de mercado se busca obtener información veraz sobre las necesidades existentes en la ciudad de Otavalo, con relación a la adquisición de prendas de vestir para festividades del segmento indígena, principalmente en matrimonios, fiestas de San Juan y otros que tienen una connotación religiosa cultural, lo que nos permite conocer sus gustos y preferencias; parámetros que permitan delimitar la demanda potencial y la oferta del sector.

Se ha tomado como base de datos la información obtenida del INEC en el censo 2001, aplicando una proyección del 4.3% del crecimiento poblacional del Cantón Otavalo. La población indígena en el Cantón Otavalo es de 73.020 personas, de estas la mayor población se

encuentra ubicada en el área rural con 46.161 habitantes y el área urbana con 26.859 habitantes.

3.2 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO.

El producto que se pretende ofertar es fundamentalmente trajes para novias de la etnia indígena y otras líneas de extensión de trajes para fiestas tradicionales, pese a la existencia del producto existen niveles de inconformidad con los mismos ya que no satisfacen íntegramente sus necesidades.

3.2.1 Características generales de los trajes de novia.

Los trajes de novia de las personas indígenas presentan las siguientes características:

A) TRAJE TRADICIONAL.

A1. Camisa de mujer.- Es una prenda de color blanco que llega hasta los tobillos cuyo pecho y mangas son bordados con hilos blancos que representan las flores y plantas de nuestra madre naturaleza, sirven como blusa y enagua.

Gráfico No. 16
CAMISA MUJER INDÍGENA



A2. Anaco blanco.- Antes que el Inca llegara, las mujeres utilizaban una manta de algodón grande que daba 2 vueltas al cuerpo prendido con unos prendedores de plata o cobre llamados “tupu”. Después que el Inca llegó trae unas mantas rectangulares de algodón en cuyos bordes tienen bordados de colores, se los envuelve alrededor de la cintura el cual refleja el aspecto sagrado de la mujer.

A3. Mama Chumbi.- Faja grande, elaborada con el alma de cabuya de bordados de color blanco, sus medidas son de 12 cm. de ancho y 1,50 metros de largo, además permite que las mujeres tengan fuerza, se lo coloca en la parte céntrica de la mujer.

A4. Fachalina.- Paño blanco de dos varas de largo que va sobre la camisa sostenida en la parte superior mediante un nudo o con prendedores de cobre o plata. Se la puede poner sujetando al pecho, que demuestra elegancia.

A5. Chumbi.- Su ancho es de 5 cm por 3 mtrs de largo, tiene hermosas figuras, se los fabrica en telares horizontales que da seis o siete vueltas sobre el mama chumbi dando una forma femenina al cuerpo.

A6. Cinta.- Es un fajilla que sirve para agarrar el cabello de las mujeres, antiguamente solo utilizaban las mujeres de alta posición económica pero en la actualidad utilizan las mujeres de toda posición social, para la novia es de color blanco.

A7. BORDADOS.

Árbol.-Representa el árbol sagrado y mitológico del lechero en donde se realizan cultos a los dioses (Va bordado en el centro y extremo de las orillas del anaco).

Kinku.- Este bordado, simboliza el mar.

Rayas.- Representa la tierra de nuestra madre naturaleza.

B. TRAJE DE UNA SOLA PIEZA.

Un vestido realizado en una sola pieza que mantenga los bordados y encajes que le ayudan a mantener la cultura propia de los indígenas, además este producto está contribuyendo a que no se pierda la cultura que ellos poseen e incluso mantengan su identidad.

Los cambios en los trajes de novia, pues la mujer se colocaba un chal, ahora se expende el traje con un velo con diferentes bordados. Estos innovadores trajes son más costosos que los tradicionales pero a la juventud se apega más a la moda.

Gráfico No. 17
MODELOS DE TRAJES



3.2.2 Características generales de los trajes de San Juan.

A. MUJERES

A1. AQSU: Vestido de bayeta con mangas y abertura en la parte posterior del cuello.

A2. REBOZO: Similar a una manta, color oscuro con bordados de colores vivos.

A3. LLIJYLLA: Aguayo de diversos colores utilizado con bordados atractivos, son confeccionados en bayeta negra.

A4. ALMILLA: Vestido largo, cuyo ruedo está adornado con bordados atractivos, es confeccionado en bayeta negra.

3.2.3 Productos o servicios sustitutos.

El producto que se pretende ofrecer en el mercado tiene productos sustitutos como; blusas de colores y anacos de otro estilo y color.

En el mercado de Otavalo se puede identificar varios comerciantes dedicados a la venta de estos trajes. Por ello es de mucha importancia lograr posicionarse en la mente de los consumidores con un diseño original y exclusivo para novias indígenas.

3.3 MERCADO META.

El mercado potencial para la comercialización de los productos del proyecto está enfocado a la población indígena del cantón Otavalo,

inicialmente comprendida entre los 15 a 30 años, de acuerdo a sus costumbres son los de mayor demanda de la ropa de novios y marginalmente más de 30 años.

Las personas que podrán consumir el producto son todas las personas indígenas que se encuentran entre los 15 a 30 años de edad que se encuentren en el tiempo de contraer matrimonio. Además de la línea de trajes de fiestas tradicionales como para el IntyRaymi que son los que más se consumen dentro del análisis realizado como se demuestra en las encuestas aplicadas con un (45%).

3.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Al no existir en la provincia de Imbabura y en particular en el Cantón Otavalo, datos de consumo de estos bienes, se establecerá proyección de la demanda en función a la tasa de crecimiento poblacional de este Cantón y se asume que existe un crecimiento sostenido del (4.3%) según la base de datos del último censo del INEC realizada en el 2001.

El análisis de la demanda se logró mediante la recopilación de datos de las fuentes secundarias. Las cuales son estadísticas emitidas por la asociación de Industrias Textiles que muestra el comportamiento del consumidor con respecto a los productos antes mencionados.

3.4.1 Demanda Histórica.

De los resultados obtenidos mediante la investigación a los comerciantes de trajes tradicionales indígenas se determina que la innovación y el colorido en los trajes típicos son los más llamativos y consumidos en la actualidad.

3.4.2 Proyección de la demanda.

De acuerdo a los datos obtenidos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y censos (INEC) en el año 2001, se pudo determinar que la población indígena de Otavalo es de 76.160 con un crecimiento poblacional del 4.3% anual. De esta población el 36.6% está en edades que pueden contraer matrimonio que sería aproximadamente 27.875 personas, siendo esta nuestra demanda real.

Existe un aproximado del 70% de consumidores que se encuentran insatisfechos con los productos ofrecidos en el mercado actual por lo que se pretende llegar aquellos consumidores que no han sido tomados en cuenta, para poder satisfacer sus necesidades.

CUADRO No: 20

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL INDÍGENA

AÑOS	2011	2012	2013	2014	2015
Población	27.875	29.074	30.323	31.628	32.988
4.3%					
3 % tasa de matrimonios	836	872	910	949	960
7% inti raymi	1.951	2.088	2.234	2.390	2.557

Elaborado por: La autora.

De acuerdo a los datos obtenidos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y censos (INEC) en el año 2001, mediante la investigación se puede definir que existe un crecimiento del 3% en los matrimonios.

3.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA.

En el mercado ecuatoriano, la industria textil es muy amplia, existen más de 700 empresas dedicadas a la producción, distribución o comercialización de ropa ya sea de forma directa e indirecta.

Los comerciantes de ropa indígena manifiestan que existe gran variedad de colores para vestir a la moda a las jóvenes que en la actualidad están renovando su traje típico por ropa que no refleja su propia cultura.

3.5.1 Factores que la afectan.

La gran variedad y novedad que existe en prendas de vestir no originarias a reflejar su propia identidad, sino que han invadido el mercado y han dejado de lado los propios productos que deberían consumir.

Pero el proyecto objeto de estudio está encaminado a un segmento de mercado que es la población indígena. Además el producto es de uso exclusivo para el día de su boda por ello los modelos y diseños propios generarán atracción a los posibles clientes, lo que dará lugar a que tenga viabilidad dicho proyecto.

La introducción del producto al mercado aumentará el tamaño del segmento por su variedad, calidad y precio.

3.5.2 Oferta actual.

Existen pocos lugares que ofrecen este tipo de traje exclusivo para la novia indígena por lo que se estima existe inconformidad al momento de elegir su traje por lo que no satisface las necesidades de los consumidores y genera oportunidad para la creación de algo innovador manteniendo su propia imagen.

Aproximadamente existen unos 50 vendedores informales de prendas que pueden usarse para el matrimonio, pero locales formales tan solo se identifican 10 de ellos, que tienen dentro de su línea trajes para matrimonios.

Para fundamentar el estudio de la oferta se aplicó una entrevista estructurada a los principales comerciantes de estos productos que en la ciudad de Otavalo alcanzan a 10, los mismos que cuentan con locales formales y exhiben sus prendas.

En el análisis de la oferta se hace relación entre la cantidad de bienes o servicios ofrecidos por los productores y el precio del mercado actual. Para ello cabe definir algunas características como: estructuras de costos, calidad y presentación de los productos, sistemas de comercialización, entre otros. En cuanto a la tasa de matrimonios se establece que la tasa de crecimiento es de un 3%. En cuanto a la tasa de aumento de los miembros de la comunidad que se insertan en las festividades de San Juan los comerciantes estiman un aproximado de un 7% de incremento cada año, ya que indican que es una festividad que se involucran desde niños, la misma que tomaremos como referencia para el cálculo.

**CUADRO No: 21
DATOS HISTÓRICOS**

AÑO	OFERTA HISTÓRICA TRAJES DE NOVIA .3%	OFERTA HISTORICA TRAJES DE INTI RAYMI 7%
2008	230	320
2009	237	342
2010	244	366
TOTAL	711	1028

Fuente: Productores.

Elaborado por: La autora.

La tasa de crecimiento es igual a 3% con este factor se calculó la oferta proyectada al año 2015 en cuanto a los matrimonios, y en cuanto a las festividades de San Juan se toma como referencia el 7%.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO DEL MERCADO

3.6 ENTREVISTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE TRAJES TÍPICOS INDÍGENAS.

1. Qué tiempo lleva comercializando estos productos.

Del grupo de entrevistados, el 70% (7) se encuentran en el mercado entre 6 a 8 años atrás, El resto indica que están aproximadamente entre uno y dos años.

2. Cuáles son los trajes que más salida tienen en el mercado.

Para esta pregunta se le indico las posibles opciones, como son trajes de novios, trajes de Inti Raimy, Bautizo, Confirmaciones, otros. La mayoría de comerciantes y productores indican que son los atuendos formales para el Inti Raimy los que más salida tienen, aproximadamente entre un 40% y 50% de las ventas son para esta festividad, luego los trajes para novios entre un 30% y 40% y no posee tanta importancia los bautizos y confirmaciones.

3. Cuál es la cantidad mensual de ventas de estos trajes y cuál es el precio promedio.

Explican que la venta es por temporadas, que es a partir de mayo que las personas compran trajes para las fiestas de San Juan, con un

promedio de 320 trajes. Luego manifiestan que los trajes de novia se venden todo el año pero principalmente a partir del mes de febrero en la época de carnaval y por el mes del amor y la amistad, en promedio se venden unos 230 trajes al año.

En cuanto al precio indican que “hay para todo bolsillo”, pero que la gente ahorra para estas festividades y que un promedio de gasto es entre 100 a 250 dólares por persona que invierte en la compra de estas vestimentas.

3.7 PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

Para proyectar la oferta se utiliza la tasa de crecimiento anual de 3% para los matrimonios y el 7% para el Inti Raymi.

CUADRO No: 22
PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA PROYECTADA MATRIMONIOS	OFERTA PROYECTADA INTI RAYMI
2011	251	392
2012	259	419
2013	267	448
2014	275	479
2015	283	513

Elaborado por: La autora.

3.8 BALANCE OFERTA-DEMANDA.

TRAJES DE NOVIA INDÍGENA

CUADRO No: 23

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2011	836	251	585
2012	872	259	613
2013	910	267	643
2014	949	275	674
2015	960	283	677

Elaborado por: La autora.

CUADRO No: 24 FIESTAS DE SAN JUAN

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER
2011	1951	392	1559
2012	2088	419	1669
2013	2234	448	1786
2014	2390	479	1911
2015	2557	513	2044

Elaborado por: La autora.

Contrastando la oferta y demanda proyectada se presenta una buena oportunidad para producir y comercializar el producto y satisfacer las necesidades de los consumidores.

3.9 PRONÓSTICO DE VENTAS.

En vista de que existen otros proveedores del producto se pretende abarcar un 45% del mercado, por lo que el pronóstico de ventas quedará establecido de la siguiente manera:

CUADRO No: 25

PRONÓSTICO DE VENTAS

AÑOS	VENTAS PROYECTADAS MATRIMONIOS	VENTAS PROYECTADAS SAN JUAN
2011	146	390
2012	154	409
2013	161	430
2014	169	451
2015	178	474

Elaborado por: La autora.

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base la demanda potencial a satisfacer en el año 2011 que es de 585 trajes de novia, de los cuales la microempresa proyecta satisfacer el 25% del valor potencial en el primer año, con un crecimiento del 5% hasta el tope del 45% en los años siguientes. En cuanto a las festividades de San Juan o Inti Raimy el comportamiento de la empresa es similar partiendo de una demanda potencial a satisfacer de 1559, la empresa proyecta satisfacer un 25%.

3.9.1 Determinación de precios

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos.

Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios.

Es importante en nuestro caso considerar los factores básicos como:

- Materia prima; directa e indirecta
- Mano de obra; directa e indirecta
- Costos indirectos de producción; luz, agua, teléfono, maquinaria, transporte, arriendo local, etc.

CUADRO No: 26
ANÁLISIS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS

AÑOS	PRECIO COMPETENCIA TRAJES MATRIMONIO	PRECIO PROMEDIO inflación 5.39%	PRECIO COMPETENCIA TRAJES DE SAN JUAN	PRECIO PROMEDIO inflación 5.39%
2011	175	140	130	126
2012	190	184	132	126
2013	200	194	139	133
2014	211	204	146	140
2015	222	215	154	148

Elaborado por: La autora.

Los precios se incrementan en base al porcentaje de inflación que es del 5.39% hasta el mes de septiembre del año 2011 de acuerdo a los datos emitidos por el Banco Central del Ecuador.

3.9.2 Análisis de comercialización, distribución y publicidad del producto.



3.10 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas realizadas, se puede determinar que la mayoría de las personas encuestadas les gustaría que la información de dicho producto se lo haga mediante internet y radios ya que es de mayor utilización por parte de la población y mayormente de la población joven. Mediante la publicidad se pretende dar a conocer el producto a ofertar en el mercado, la calidad del bien, el precio y el diseño de acuerdo al gusto y preferencia del consumidor.

3.11 CONCLUSIONES.

1. El presente estudio de mercado permitió identificar los segmentos de mercado con los que se va a trabajar, sus perfiles y sus requerimientos, al igual que identificar claramente las características del producto o servicio que se pretende colocar en el mercado.

2. Durante el proceso de investigación se analizó el comportamiento de la oferta y demanda y todos aquellos factores que influyen en el consumidor final, como sus percepciones en cuanto a la calidad y otros factores que influyen en la oferta, como precio, calidad del productos, entre otros.

3. Dentro del análisis de la competencia se determinó el comportamiento y condiciones de las empresas que cuentan con productos similares a los nuestros y su actuación en el mercado.

4. Una vez conocida la evolución y proyecciones de la oferta y demanda potencial y con las referencias estadísticas se puede hacer una estimación de la demanda potencial existente en el mercado y realizar las proyecciones de la misma.

5. En fin este estudio permitió conocer cuáles son los factores que se debe tomar en consideración para posicionarse adecuadamente en el mercado, saber cómo se utiliza las cuatro P en forma correcta y como aprovechar los mismos para ser competitivos dentro del mercado.

SAWARINA WARMIPA WASI

OTAVALO

TRADICIÓN, CULTURA, IDENTIDAD.

INICIO

PRESENTACIÓN

PRODUCTOS Y
SERVICIOS

CONTACTOS

SAWARINA WARMIPA WASI



NOVIOS



OTAVALO, TU ESPACIO, TU CIUDAD
DIRECCIÓN: CALLE SUCRE Y GARCÍA MORENO.
TELÉF: 2922616/094191570
CONTACTO: ANITA BOLAÑOS

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO

El estudio técnico permite la identificación de requerimientos y componentes técnicos para implementar la Empresa, señalando cuáles son los factores relevantes de su tamaño, ubicación, equipamiento y distribución espacial, es decir, todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y operatividad física del proyecto.

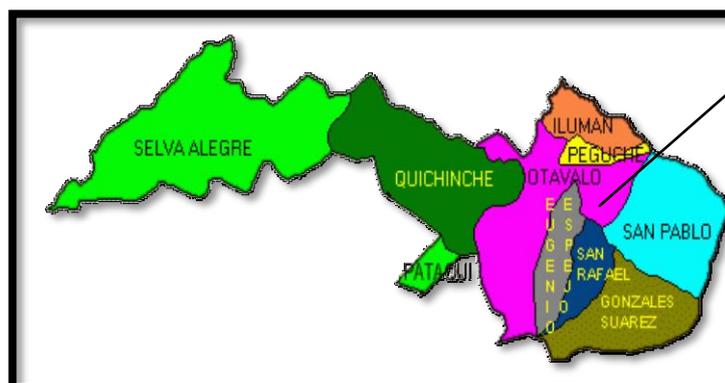
4.1 Localización del proyecto.

La localización del proyecto es un factor importante, pues determinará la ubicación física de la empresa.

4.1.1 Macro localización.

La empresa se ubicará en la ciudad de Otavalo en la Parroquia de San Luis, ya que se encuentra ubicado en el sector urbano, además es un sector comercial.

GRÁFICO No: 19
MAPA CANTÓN OTAVALO



Fuente: Internet uniotavalo.com
Elaborado por: La autora

Otavalo, ubicada a 100 Km. y a dos horas al norte de Quito, la capital de la República del Ecuador, es una región única tallada en los hermosos valles interandinos rodeada por los volcanes Cotacachi, Imbabura, Mojanda y refrescada por la legendaria Imbakucha o laguna de San Pablo, una de las más grandes y hermosas del país y de la región andina.

Los Kichwa Otavalo, etnia indígena a quien debe su nombre la ciudad y toda la región, es uno de los pueblos más reconocidos dentro de toda la América India debido a un proceso sociocultural propio que le ha permitido fortalecer sus costumbres y tradiciones donde su música y la habilidad artesanal principalmente, constituyen hoy su carta de presentación al mundo.

4.1.2 Micro localización.

El crecimiento de la actividad económica en la ciudad de Otavalo ha constituido un factor de desarrollo, por el cual sea generado un ambiente de innovación tecnológica y especialmente de la formación y capacitación humana. Por otra parte el análisis de oportunidades no aprovechadas son razones por la cual hemos tomado la decisión de crear una microempresa dedicada a la confección de trajes de novia y sus líneas derivadas de la misma como son los trajes tradicionales de los indígenas.

Para la micro localización de la microempresa situada en la ciudad de Otavalo, analizamos los siguientes aspectos:

- Infraestructura urbana, la cual brinda mejores sistemas de transporte, tanto para el personal que laborará en la empresa, como para los materiales e insumos.

- Suficientes centros de abastecimientos de materiales e insumos.
- Disponibilidad del recurso humano calificado para las operaciones de la empresa.
- Contar con servicios básicos necesarios.
- Aceptación por parte de la comunidad.

Para el análisis de la micro localización, se necesita realizar un estudio de los factores más importantes que influyen en la ubicación del proyecto.

A continuación se enumeran los respectivos factores, considerados factibles de su conocimiento y análisis. El método a utilizar es el cualitativo por puntos.

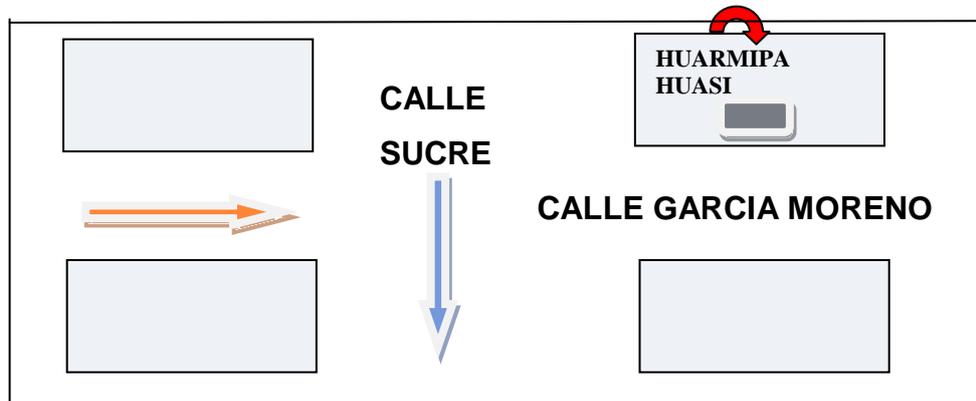
**CUADRO No: 27
MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS**

MICROLOCALIZACIÓN	SAN		BARRIO
	SEBASTIAN	SAN LUIS	CENTRAL
Energía Eléctrica	7	8	7
Agua Potable	8	8	6
Alcantarillado Fluvial	7	7	5
Alcantarillado Sanitario	8	8	5
Teléfono	8	8	6
Vías de acceso	7	8	6
Terreno	2	6	0
Seguridad	6	7	5
Transporte	8	8	7
Actitud de la Comunidad	6	6	5
Cercanía de Bomberos	9	8	3
Recolección de la Basura	9	9	6
Disponibilidad de Restaurant	7	8	2
TOTAL	92	99	63

Elaborado por: La autora.

De acuerdo a los valores ponderados la mejor opción es el sector de San Luis, en la calle sucre y García Moreno.

**GRÁFICO NO: 20
CRÓQUIS DE UBICACIÓN**



Elaborado por: La autora.

4.2. Tamaño del proyecto.

Para determinar el tamaño del proyecto de manera óptima y racional se toma en cuenta algunos factores que determinan el mismo, como por ejemplo: volumen de demanda, capacidad de producción u oferta efectiva, capacidad instalada, ubicación, inversión y posibles contingencias.

En este caso, al ser un proyecto de comercialización de trajes de novia y de San Juan a la población indígena. Para definir su tamaño se parte de la capacidad de producción que se alcanza a cubrir de la demanda potencial y la capacidad de oferta determinada en el estudio de mercado.

4.2.1. Factores condicionantes del tamaño del proyecto.

Existen algunos factores que inciden en la determinación del tamaño del proyecto que permiten determinar un panorama claro con

respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del mismo. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista, además de tomar en cuenta variables como: demanda, oferta, desarrollo futuro de la empresa, la disponibilidad de recursos financieros, tecnología, entre otras.

4.2.2 Determinación de la capacidad del Proyecto.

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cuatro aspectos:

- Tamaño del Mercado.
- Disponibilidad de la materia prima.
- Disponibilidad de recursos financieros.
- Fijación de la capacidad instalada.

4.2.2.1 Tamaño del Mercado.

La implantación del proyecto tiene como objetivo principal la producción de vestimenta indígena especializada en trajes de novia y trajes para las festividades de Inti Raymi o San Juan y su comercialización a los consumidores potenciales como: mujeres indígenas en edades comprendidas entre los 15 y 30 años, para la vestimenta de trajes de novia y mujeres de entre 8 a 45 años para la vestimenta para festividades de San Juan.

4.2.2.2 Disponibilidad de materia prima.

La calidad del producto depende en mayor parte del tipo de material que se utilice para la confección y de las exigencias según las necesidades de los clientes. Por esta razón la materia prima que se utilice para la confección de los trajes de novia y la vestimenta para festividades de San Juan será de la mejor calidad o de acuerdo a las preferencias de los consumidores para lo cual se tomará en cuenta ciertos parámetros como el contar con un gran surtido de telas de algodón y acrílico, variedad de diseños.

4.2.2.3 Disponibilidad de Recursos Financieros.

Para la realización de dicho proyecto se debe definir los recursos disponibles, ya que es necesario para la ejecución del mismo; además se tomará en cuenta la disponibilidad de capital propio y prestado por una institución financiera.

4.2.2.4 Fijación de la capacidad instalada.

La microempresa tendrá condiciones de operar al máximo de su capacidad de producción, es decir, no poseerá restricciones de tipo técnico y humano para aprovechar la capacidad de la planta. Sin embargo por cuestiones de organización laboral, el primer año se trabajará al 80% de su capacidad y poco a poco se aumentará durante el transcurso de la vida útil del proyecto, según la producción y necesidades del mercado.

4.3 Capacidad del proyecto.

Se estima que la capacidad de producción de la microempresa será de aproximadamente el 80% tanto en trajes de novia como en trajes de IntyRaymi que son 146 trajes de novia y 390 trajes de IntyRaymi, respectivamente, pudiendo incrementar su producción en función de la demanda, durante el primer año, con una previsión de crecimiento del 5% cada año de los periodos siguientes durante la vida del proyecto, en una jornada de 8 horas diarias, los 6 días laborales de la semana durante todo el año, para cubrir la demanda potencial a satisfacer.

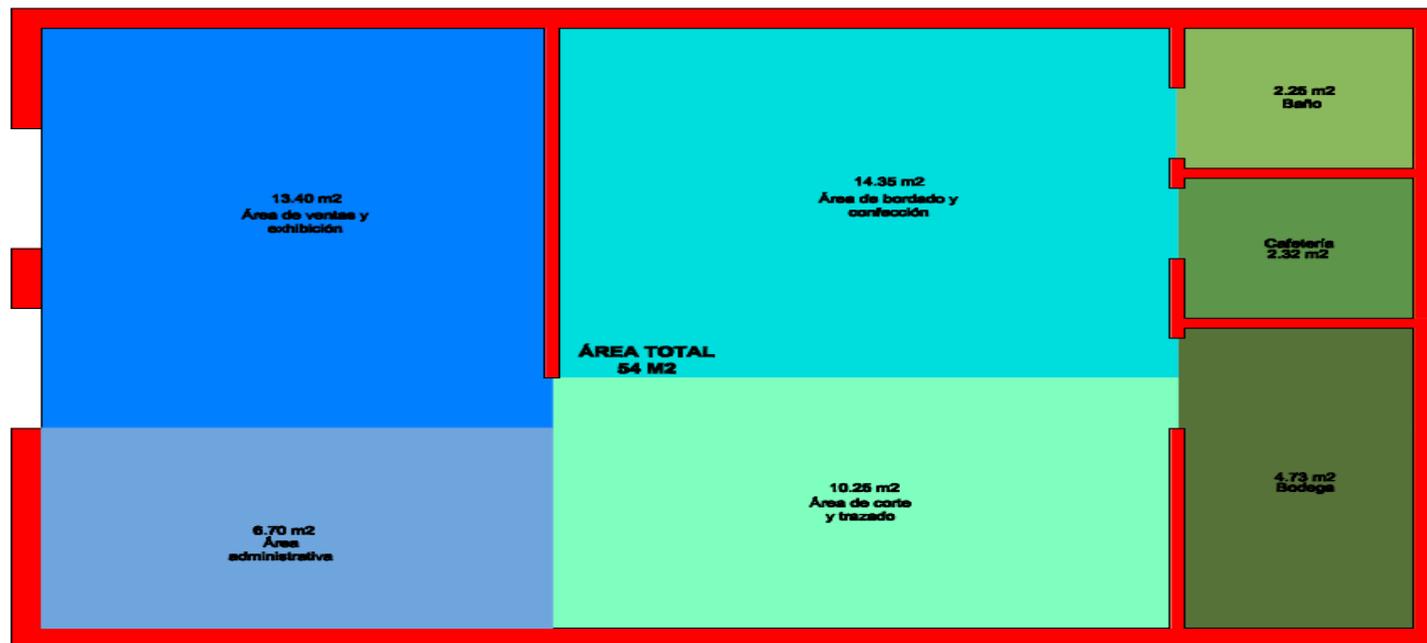
Según el estudio de mercado las posibilidades de introducir este producto es favorable, ya que la competencia es mínima. La capacidad de producción se irá incrementando según el crecimiento del mercado.

4.4. Distribución de la Planta.

El área que ocupa el proyecto es de 54m² distribuida de la siguiente manera:

4.4.1. ÁREAS DE LA PLANTA

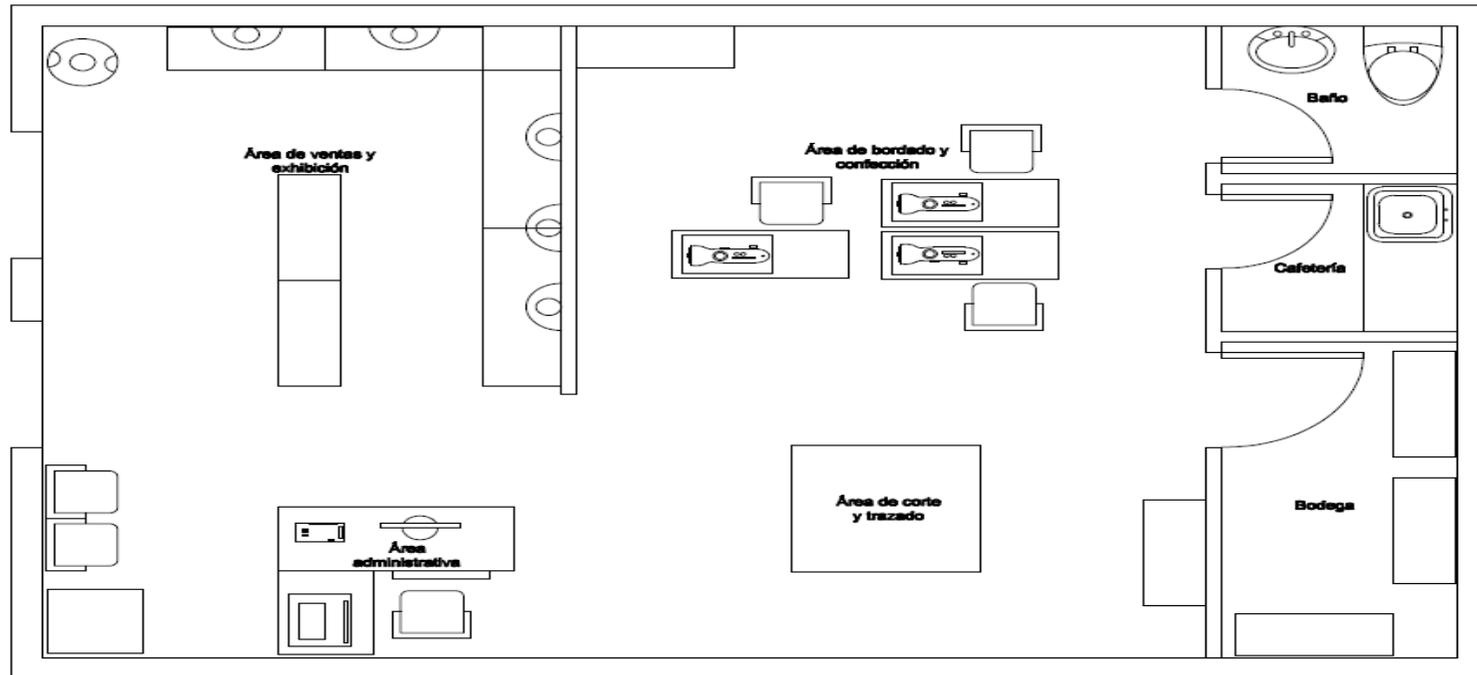
CUADRO No: 28



Elaborado por: la autora

4.4.1.1. DISEÑO DE LA PLANTA

GRÁFICO No: 21



Elaborado por: La autora.

4.5. PROCESO DE PRODUCCIÓN.

A continuación; se realizará un detalle del proceso de producción.

4.5.1. Proceso de elaboración de las prendas.

El proceso comienza el momento en que se recibe el pedido y de acuerdo a los requerimientos del cliente o cuando se va a sacar un producto nuevo, se realiza un bosquejo del producto con ayuda de diseñadores.

Luego de haber diseñado el modelo y las características con las que se desea que salga a la venta el mismo pasa al área de corte.

4.5.2. Corte.

- En esta área se saca el diseño en moldes de cartón los cuales serán aplicados en tela dependiendo del color elegido para la prenda.
- Se realiza un cálculo de cuantas prendas se van a realizar y así determinar la cantidad de tela a utilizar.
- Se procede a pesar la tela para sacar el peso inicial y cortar las partes de cada prenda.
- Se prepara cada parte de la prenda por color, modelo, talla para colocarlo en perchas y dependiendo del modelo pasa al bordado.

4.5.3. Bordado.

- En el área de bordado ingresan las prendas ya cortadas o semi-armadas dependiendo del modelo.

- Cuando la tela esta con su diseño pasa a la máquina de bordado.

4.5.4. Confección.

- En esta área se arman las piezas, y se realiza todo el proceso para preparar las piezas y estas a su vez se destina a bordados o estampadas.

4.5.5. Planchado.

- En esta área se da el proceso final de las prendas, donde se cortan los hilos y se doblan las prendas para pasar al etiquetado y colocación de tallas.

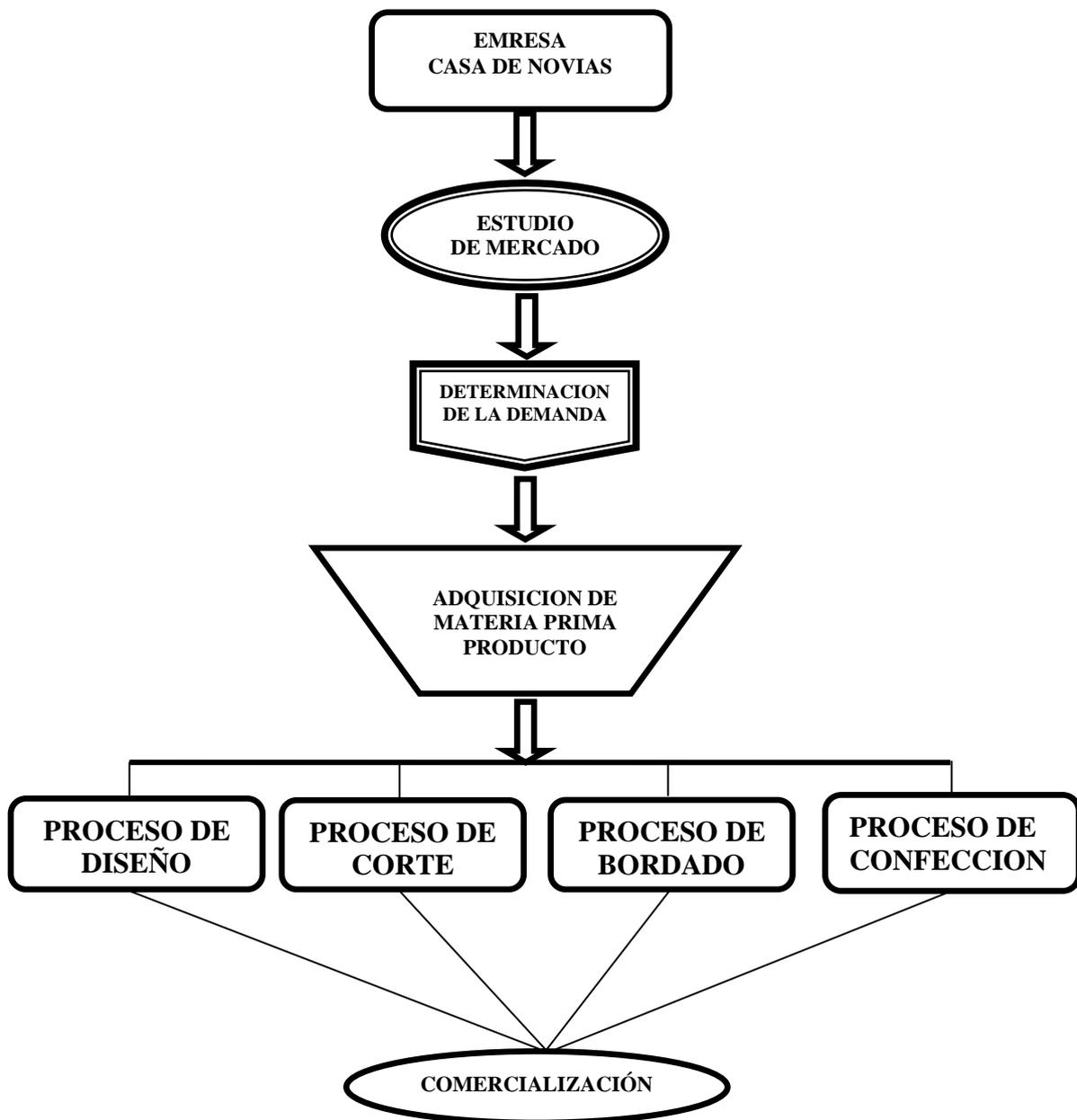
4.5.6. Control de calidad.

Igualmente la empresa está empeñada en mantener estándares de calidad altos, con capacidad de ser competitivos en los mercados internos como externos para el efecto este control se realiza de la siguiente manera:

- En el control de calidad se revisan las prendas una a una con el fin de que no tengan fallas en el cocido, manchas y se revisa que las tallas hayan sido colocadas adecuadamente.
- Si pasa el control de calidad es destinada a bodega para pasar al inventario y luego distribuida para la comercialización.

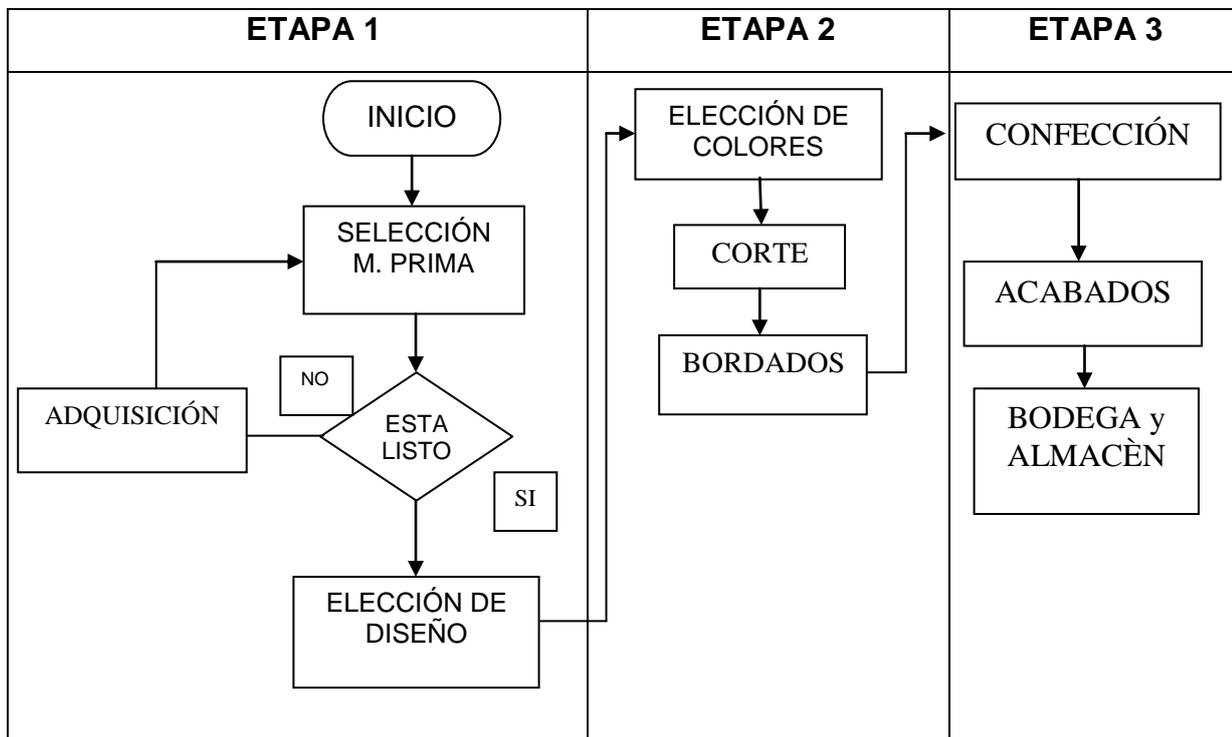
4.6. FLUJOGRAMA DEL PROCESO.

GRÁFICO No: 22



Elaborado por: la autora

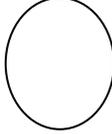
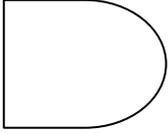
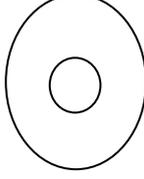
FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN.



Elaborado: por la autora

4.7. Cursograma Analítico

4.7.1. Simbología Utilizada.

SIGNIFICADO	SIMBOLO
ALMACENAMIENTO	
INSPECCIÓN	
OPERACIÓN SIMPLE	
DEMORA	
TRANSPORTE	
OPERACIÓN DOBLE	

Elaborado por: la autora.

Cursograma Analítico

Nro.	DETALLE	ACTIVIDAD						TIEMPO
1	Adquisición de la materia prima	▽	○	→	D	□	◎	2400 minutos
2	Elección del diseño	▽	○	→	D	□	◎	15 Minutos
3	Elección de los colores	▽	○	→	D	□	◎	15 Minutos
4	Área de corte	▽	○	→	D	□	◎	5 Minutos
5	Área de bordado	▽	○	→	D	□	◎	480 minutos
6	Confección	▽	○	→	D	□	◎	120 minutos
7	Control de calidad.	▽	○	→	D	□	◎	10 Minutos

Elaborado por: la autora.

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO Y ECONÓMICO.

En este capítulo se realizará un análisis minucioso del capital necesario para empezar a operar la empresa; también se definirá la forma y la fuente de financiamiento de donde provendrá el capital necesario que permita la implementación del nuevo proyecto.

5.1 INVERSIÓN INICIAL.

La Inversión es considerada como la adquisición o vinculación que existe entre los recursos financieros, con la finalidad de obtener beneficios para la futura empresa.

**CUADRO No: 29
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	11.969,51
Activos Diferidos	1.150,00
Capital de trabajo	39.912,38
TOTAL	53.031,89

Elaborado por: la autora.

**CUADRO No: 30
ORIGEN DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	31819,13	60
Capital Financiado	21212,75	40
TOTAL	53.031,89	100

Elaborado por: la autora.

5.2 COSTE DE OPORTUNIDAD.

Para el cálculo del coste de oportunidad se ha considerado que la inversión esta diferenciada en inversión propia y financiada, luego se realiza el porcentaje que representa cada uno de los rubros, posteriormente cada uno de estos se le multiplica por las tasas que el mercado financiero paga y cobra de acuerdo a los montos establecidos en la estructura del financiamiento del proyecto. Así tenemos el 4,53%, que es la tasa promedio que la empresa ganaría si lo coloca en las instituciones financieras del país en la actualidad. Para el financiamiento es de 12% esta tasa es lo que BNF está cobrando por los préstamos para este tipo de proyectos.

**CUADRO No: 31
COSTE DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	34470,73	60	4,53	271,8
Capital Financiado	18561,16	40	12	480
TOTAL INV.	53031,89	100	TASA PONDERADA	751,80
COSTE CAPITAL CK				7,52
INFLACIÓN ANUAL				5.39

Elaborado por: la autora.

5.3 TASA DE RENDIMIENTO MEDIO.

$$CK= 7.52$$

$$INFLACIÓN= 5.39$$

$$TRM= ((1+CK)(1+INF)-1)$$

$$TRM= 0.1331$$

$$TRM=13\%$$

TRM = Tasa de rendimiento medio

Ck = Costo de capital

Inflación = Inflación

Es la tasa en la cual nos permite identificar el posible rendimiento de la inversión.

5.4 Activos fijos.

Son los activos que se pueden depreciar y pueden ser edificaciones y adecuación de locales, dotación de infraestructura, instalación, maquinaria, equipos y vehículos. A continuación se nombra los activos fijos que se necesitan para operar la empresa.

5.4.1 Maquinaria y Equipo.

**CUADRO No: 32
MAQUINARÍA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Máquina recta bordado multif.	1	500,00	500,00
Máquina Overlock 5 hilos	1	1.300,00	1.300,00
Máquina de bordado Comput.	1	8.500,00	8.500,00
Plancha	1	20,00	20,00
Tijeras	2	15,00	30,00
TOTAL			10.350,00

Elaborado por: la autora.

5.4.2 Muebles y Enseres.

Son bienes, que según la administración tributaria estos activos se deben depreciar en diez años y forman parte de los activos fijos. Los que se detallan a continuación son aquellos destinados a las diferentes áreas como son: Administración, producción y comercialización.

**CUADRO No: 33
MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	1	120	120
Sillas	6	6	36
Archivador	1	115	115
Vitrinas de pared	3	120	360
Maniqués medio cuerpo	5	10	50
Maniqués cuerpo completo	2	50	100
Mesa de trabajo	1	120	120
TOTAL			901

Elaborado por: la autora.

5.4.3 Equipo de Computación.

**CUADRO No: 34
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora completa	1	400	400
Impresora	1	115	115
TOTAL			515

Elaborado por: la autora.

5.4.4 Equipo de Oficina.

Son bienes que debe adquirir la empresa para desarrollar con normalidad sus actividades operacionales.

**CUADRO No: 35
EQUIPO DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono Fax Brother - Caller Id	1	60	60
Calculadora Casio	1	25	25
TOTAL			85

Elaborado por: la autora

5.5 Resumen de Activos Fijos.

Los activos fijos debemos agruparlos para poder realizar el estudio económico en un solo cuadro. Por lo que a continuación los resumimos.

CUADRO No: 36
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipo	10.350,00
Muebles y enseres	901,00
Equipo de Computación	515,00
Equipo de oficina	85,00
Subtotal	11.851,00
1% Imprevistos	118,51
TOTAL	11.969,51

Elaborado por: la autora.

5.6 ACTIVOS DIFERIDOS.

La inversión diferida es el conjunto de bienes de propiedad de la empresa que pueden ser; gastos de investigación, gastos de constitución, patentes, derechos de autor, entre otros. Son indispensables para el normal funcionamiento de la empresa.

CUADRO No: 37
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Costos estudios de Factibilidad	900	78,26
Legalización y permisos	250	21,74
TOTAL	1150	100,00

Elaborado por: la autora.

5.7 CAPITAL DE TRABAJO.

El capital de trabajo está compuesto por todos aquellos rubros que son necesarios para la fase operativa de la microempresa. La empresa para poder operar, requiere de recursos para cubrir necesidades

de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.

"Entre más grande sea el monto del capital de trabajo que tenga una empresa, menos será el riesgo de que esta sea insolvente" y así; se tendrá mayor liquidez.

**CUADRO No: 38
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR
MANO DE OBRA DIRECTA	
Costureras	6.112,28
MATERIA PRIMA DIRECTA	
Telas y accesorios	12.850,44
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
Arriendo Taller	3600,00
Luz Eléctrica	480,00
Materiales indirectos	28,00
Mantenimiento de maquinaria	85,00
Agua Potable	96,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
Sueldos y salarios	5051,40
Mantenimiento de equipo de computación	30,00
útiles de Aseo	60,00
Teléfono	180,00
suministros de oficina	11,75
GASTOS DE VENTAS	
Vendedor	4476,91
Arriendo Local	4800,00
Publicidad	150,00
SUBTOTAL	38.011,79
Imprevistos 5%	1900,59
TOTAL	39.912,38

Elaborado por: la autora.

5.7.1 Estructura de la Inversión.

A continuación se describe la estructura de la inversión para el proyecto en el siguiente cuadro.

CUADRO No: 39
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Activos Fijos	11.969,51
Activos Diferidos	1.150,00
Capital de trabajo	39.912,38
TOTAL	53.031,89

Elaborado por: la autora.

De tal manera que la inversión estará conformada de un 40% crédito y el 60% de capital propio. Esta distribuido de la siguiente manera, debido a que en el Banco Nacional de Fomento (BNF) financia los montos de la siguiente manera para proyectos nuevos. Para la obtención de este crédito se requiere presentar una garantía del 120% sobre el valor solicitado.

5.8 Presupuesto de Ingresos.

5.8.1 Proyección de Ingresos.

Para la proyección de ingresos se ha tomado en cuenta la proyección de ventas por cada año; con una tasa de crecimiento de la demanda potencial de 5% anual y el precio de venta aumenta de acuerdo a la tasa de inflación que es de 5,39%, como se muestran a continuación:

CUADRO No: 40
PRESUPUESTO DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas trajes tradicional novia	102	107	113	119	124
Precio	126,00	132,79	139,95	147,49	155,44
SUBTOTAL	12.899,25	14.274,25	15.795,81	17.479,56	19.342,80
Ventas traje innovador novia	44	46	48	51	53
Precio	140,00	147,55	155,50	163,88	172,71
SUBTOTAL	6.142,50	6.797,26	7.521,81	8.323,60	9.210,86
ventas trajes de San Juan	390	409,24	429,70	451,18	473,74
Precio	126,00	132,79	139,95	147,49	155,44
SUBTOTAL	49.108,50	54.343,22	60.135,94	66.546,13	73.639,61
TOTAL	68.150,25	75.414,73	83.453,56	92.349,29	102.193,26

Elaborado por: la autora

5.9 Presupuesto de Costos y Gastos.

Los presupuestos de costos y gastos están compuestos por todos los requerimientos operativos que requiere la empresa para comercializar el producto.

5.9.1 Costos de Producción.

Los costos de producción son los costos necesarios para transformar los materiales en producto terminado utilizando la fuerza de trabajo, maquinaria, equipos y otros. Combinada de la Materia prima directa, mano de obra directa y los gastos generales de fabricación.

5.9.1.1 Materia Prima Directa.

CUADRO No: 41
MATERIA PRIMA DIRECTA SAN JUAN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camisa Normal	876,94	924	974	1027	1082
Fachalina	584,63	616	649	684	721
Anacos	6002,15	6326	6667	7026	7405
Reboso	584,63	616	649	684	721
Faja	584,63	616	649	684	721
Cinta	194,88	205	216	228	240
TOTAL	8827,84	9303,66	9805,13	10333,62	10890,60

Elaborado por: la autora.

CUADRO No: 42
MATERIA PRIMA DIRECTA NOVIAS TRADICIONAL

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camisa Novia	383,91	404,60	426,41	449,39	473,61
velo	1023,75	1078,93	1137,08	1198,37	1262,97
Anacos	1576,58	1661,55	1751,11	1845,49	1944,97
Faja	153,56	161,84	170,56	179,76	189,44
Cinta	51,19	53,95	56,85	59,92	63,15
TOTAL	3188,9813	3360,87	3542,02	3732,93	3934,14

Elaborado por: la autora.

CUADRO No: 43
MATERIA PRIMA DIRECTA NOVIAS INNOVADOR

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vestido	394,88	416,16	438,59	462,23	487,14
velo	438,75	462,40	487,32	513,59	541,27
TOTAL	833,625	878,56	925,91	975,82	1028,41

Elaborado por: la autora.

5.9.1.2 Mano de Obra Directa.

**CUADRO No: 44
MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camisa Normal	1559	1643	1732	1825	1923
Fachalina	194,88	205	216	228	240
Anacos	584,63	616	649	684	721
Reboso	389,75	411	433	456	481
Faja	584,63	616	649	684	721
Cinta	97,44	103	108	114	120
TOTAL	3410,31	3594,13	3787,85	3992,02	4207,19

Elaborado por: la autora.

**CUADRO No: 45
MANO DE OBRA DIRECTA NOVIAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Camisa Novia	819	863,14	909,67	958,70	1010,37
velo	716,625	755,25	795,96	838,86	884,08
Anacos	153,5625	161,84	170,56	179,76	189,44
Faja	153,5625	161,84	170,56	179,76	189,44
Cinta	25,59375	26,97	28,43	29,96	31,57
TOTAL	1868,3438	1969,05	2075,18	2187,03	2304,91

Elaborado por: la autora.

**CUADRO No: 46
MANO DE OBRA DIRECTA NOVIAS INNOVADOR**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vestido	526,5	554,88	584,79	616,31	649,53
velo	307,13	323,68	341,13	359,51	378,89
TOTAL	833,63	878,56	925,91	975,82	1028,41

Elaborado por: la autora.

5.9.1.3 Gastos Generales de Fabricación.

CUADRO No: 47
MANTENIMIENTO DE MAQUINARÍA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Máquina recta	20	21,08	22,21	23,41	24,67
Máquina Overlock 5 hilos	20	21,08	22,21	23,41	24,67
Máquina de bordado Comput.	25	26,35	27,77	29,26	30,84
Máquina de Zic Zac	20	21,08	22,21	23,41	24,67
TOTAL	85	89,58	94,41	99,50	104,86

Elaborado por: la autora.

CUADRO No: 48
SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz eléctrica	480,00	505,87	533,14	561,87	592,16
agua potable	96,00	101,17	106,63	112,37	118,43
TOTAL	576,00	607,05	639,77	674,25	710,59

Elaborado por: la autora.

CUADRO No: 49
ARRIENDO TALLER

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARRIENDO LOCAL	3600,00	3794,04	3998,54	4214,06	4441,20
TOTAL	3600	3794,04	3998,54	4214,06	4441,20

Elaborado por: la autora.

CUADRO No: 50
DEPRECIACIÓN DE MAQUINARÍA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Dep. Maquinaria y Equipo	931,50	931,50	931,50	931,50	931,50
TOTAL	931,5	931,50	931,50	931,50	931,50

Elaborado por: la autora.

**CUADRO No: 51
MATERIALES INDIRECTOS**

Artículo	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Cintas métricas	2	1,5	3,00
Armadores Doc.	2	6	12,00
Tizas	6	0,5	3,00
Reglas	1	10	10,00
TOTAL			28,00

Elaborado por: la autora.

**CUADRO No: 52
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	12850,44	13543,08	14273,05	15042,37	15853,16
Mano de Obra Directa	6112,28	6441,73	6788,94	7154,87	7540,51
G.G.F	5220,50	5451,68	5695,31	5952,08	6222,69
subtotal	24183,23	25436,49	26757,31	28149,32	29616,36
imprevistos 5%	1209,161	1271,82	1337,87	1407,47	1480,82
TOTAL	25392,39	26708,32	28095,18	29556,79	31097,18

Elaborado por: la autora.

5.9.2 Gastos de Administración.

Los gastos administrativos están conformados por los sueldos del personal administrativo, materiales o suministros de oficina, depreciación de activos fijos de administración, mantenimiento, teléfonos, etc.

5.9.2.1 Sueldos Administrativos.

**CUADRO No: 53
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador/ contadora	5051,4	5323,67	5610,62	5913,03	6231,74
TOTAL	5051,40	5323,67	5610,62	5913,03	6231,74

Elaborado por: la autora.

5.9.2.2 Suministros o útiles de oficina

**CUADRO No: 54
SUMINISTROS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
tinta impresora	2	7	14
Esferos	8	0,3	2,4
Perforadora	1	2,5	2,5
Corrector	1	1,5	1,5
Papel	3	3,5	10,5
Grapadora	1	1,25	1,25
TOTAL			11,75

Elaborado por: la autora.

5.9.2.3 Mantenimiento de Computación.

**CUADRO No: 55
MANTENIMIENTO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Revisión y supervisión.	30	31,62	33,32	35,12	37,01
TOTAL	30	31,62	33,32	35,12	37,01

Elaborado por: la autora.

5.9.2.4 Útiles de Aseo.

**CUADRO No: 56
UTILES DE ASEO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VARIOS	60,00	63,23	66,64	70,23	74,02
TOTAL	60,00	63,23	66,64	70,23	74,02

Elaborado por: la autora.

5.9.2.5 Servicios Básicos

**CUADRO No: 57
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	180,00	189,70	199,93	210,70	222,06
TOTAL	180,00	189,70	199,93	210,70	222,06

Elaborado por: la autora.

5.9.2.6 Depreciación.

**CUADRO No: 58
DEPRECIACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Dep. Muebles y Enseres	81,09	81,09	81,09	81,09	81,09
Dep. Equipo de Oficina	7,65	7,65	7,65	7,65	7,65
Dep. Equipo de Computación	114,44	114,44	114,44		
Renovación Equipo de Comput.				155,55	155,55
TOTAL	203,18	203,18	203,18	244,29	244,29

Elaborado por: la autora.

5.9.2.7 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

**CUADRO No: 59
RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	5051,40	5323,67	5610,62	5913,03	6231,74
útiles de aseo	60,00	63,23	66,64	70,23	74,02
servicios Básicos	180,00	189,70	199,93	210,70	222,06
Suministros de oficina	11,75	12,38	13,05	13,75	14,50
Mantenimiento de computación	30	31,62	33,32	35,12	37,01
Depreciación de Activos Fijos	203,18	203,18	203,18	244,29	244,29
TOTAL	5536,33	5823,79	6126,74	6487,13	6823,61

Elaborado por: la autora.

5.9.3 Gastos de Ventas.

En los gastos de ventas se tomara en cuenta el sueldo del vendedor, los gastos por publicidad, entre otros.

5.9.3.1 Sueldo Ventas.

CUADRO No: 60
SUELDOS VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
vendedora	4476,91	4718,22	4972,53	5240,55	5523,01
TOTAL	4476,912	4718,22	4972,53	5240,55	5523,01

Elaborado por: la autora.

5.9.3.2 Publicidad.

CUADRO No: 61
PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	150,00	158,09	166,61	175,59	185,05
TOTAL	150,00	158,09	166,61	175,59	185,05

Elaborado por: la autora.

5.9.3.3 Arriendo local.

CUADRO No: 62
ARRIENDO LOCAL VTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARRIENDO LOCAL	4800,00	5058,72	5331,39	5618,75	5921,60
TOTAL	4800	5058,72	5331,39	5618,75	5921,60

Elaborado por: la autora.

5.9.3.4 RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

CUADRO No: 63
RESUMEN DE GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	4476,91	4718,22	4972,53	5240,55	5523,01
Arriendo local	4800,00	5058,72	5331,39	5618,75	5921,60
Publicidad	150,00	158,09	166,61	175,59	185,05
TOTAL	9426,91	9935,02	10470,52	11034,88	11629,66

Elaborado por: la autora.

5.9.4 Gastos Financieros.

En los gastos financieros está compuesto por los pagos de los intereses generados de dicho préstamo.

5.9.4.1 Intereses.

CUADRO No: 64
GASTOS FINANCIEROS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
intereses	2545,53	2144,84	1696,07	1193,44	630,50
TOTAL	2545,53	2144,84	1696,07	1193,44	630,50

Elaborado por: la autora.

5.9.5 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.

CUADRO No: 65
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	25392,39	26708,32	28095,18	29556,79	31097,18
Costos Administrativos	5536,33	5823,79	6126,74	6487,13	6823,61
Costos de Ventas	9426,91	9935,02	10470,52	11034,88	11629,66
Gastos Financieros	2545,53	2144,84	1696,07	1193,44	630,50
Gastos de amortización de Diferidos	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
TOTAL	43131,16	44841,96	46618,5	48502,23	50410,95

Elaborado por: la autora.

5.10 Financiamiento.

El financiamiento se realizará a través de un Banco de la localidad y el monto es de 21.212,75 mil dólares, dinero que se utilizará en la compra de materia prima, muebles, equipo de oficina y maquinaria y el sistema de pago se detalla en la siguiente tabla de Amortización.

CAPITAL 21.212,75
TASA 12%
TIEMPO 5

**CUADRO No: 66
AMORTIZACIÓN**

PERIODO	CUOTA	INTERES	PAGO PRINCIPAL	SALDO INSOLUTO
0				21.212,75
1	5.884,62	2545,53	3.339,09	17.873,66
2	5.884,62	2144,84	3.739,79	14.133,88
3	5.884,62	1696,07	4.188,56	9.945,32
4	5.884,62	1193,44	4.691,19	5.254,13
5	5.884,62	630,50	5.254,13	0,00
TOTAL	29.423,12	8.210,37	21.212,75	

Elaborado por: la autora.

5.11 Depreciación y Amortización.

La depreciación se calcula ya que los activos fijos se van desgastando por el uso o abuso de dicho bien. Para el cálculo de las depreciaciones se aplico el método de línea recta ya que es el que autoriza la administración tributaria. Pero por tener vida útil diferente se aplica según lo que dispone el SRI.

CUADRO No: 67
TABLA DE DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS

DETALLE	% DEPRECIACIÓN
Maquinaria y Equipo	10
Muebles y enseres	10
Equipo de Oficina	10
Equipo de Computación	33,33

Elaborado por: la autora.

CUADRO No: 68
DEPRECIACIÓN

DESCRIPCIÓN	V. NOMINAL	V. RESIDUAL	1	2	3	4	5	DEP. ACUM.	V. LIBROS
Dep. Maquinaria y Equipo	10.350,00	1.035,00	931,50	931,50	931,50	931,50	931,50	4.657,50	5.692,50
Dep. Muebles y Enseres	901,00	90,10	81,09	81,09	81,09	81,09	81,09	405,45	495,55
Dep. Equipo de Oficina	85,00	8,50	7,65	7,65	7,65	7,65	7,65	38,25	46,75
Dep. Equipo de Computación	515,00	171,65	114,44	114,44	114,44				
Renovación Equipo de Comp.	700,00	233,31				155,55	155,55	311,10	388,90
TOTAL	12.551,00	1.538,56	1.134,68	1.134,68	1.134,68	1.175,79	1.175,79	5.412,30	6.623,70

Elaborado por: la autora.

Los activos diferidos deben amortizarse en 5 años, por lo que se calcula el 20% de acuerdo a lo que establece la ley.

CUADRO No: 69
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS

DESCRIPCIÓN	V. INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Diferidos	1.150,00	0,20	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00

Elaborado por: la autora.

5.12 EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación económica está compuesta por el análisis del Balance Inicial, activos fijos, costos, gastos, informes financieros.

5.12.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

CUADRO No: 70
MICROEMPRESA PRODUCTORA TRAJES DE INDIGENAS
SAWARINA WARMIPA WASI

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
CORRIENTE		39.912,38	PASIVOS A LARGO PLAZO
Bancos	39.912,38	Préstamos por pagar	21.212,75
ACTIVOS FIJOS		11.969,51	TOTAL PASIVOS
Maquinaria y Equipo	10.350,00		
Muebles y Enseres	901		
Equipo de Computación	515		
Equipo de oficina	85		
Otros	118,51		
ACTIVOS DIFERIDOS		1150	PATRIMONIO
Gastos de constitución	1150		
TOTAL DE ACTIVOS	53.031,89		31.819,13
			Capital propio
			31.819,13
			TOTAL PATRIMONIO
			TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO
			53.031,89

GERENTE

CONTADOR

5.12.2 ESTADO DE RESULTADOS

CUADRO No: 71
MICROEMPRESA PRODUCTORA TRAJES DE INDIGENAS
SAWARINA WARMIPA WASI
ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015
INGRESOS/ VENTAS	68150,25	75414,73	83453,56	92349,29	102193,26
(-)COSTOS DE PRODUCCIÓN	25392,39	26708,32	28095,18	29556,79	31097,18
(=) UTILIDAD BRUTA	42757,86	48706,41	55358,38	62792,50	71096,08
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5536,33	5823,79	6126,74	6487,13	6823,61
GASTOS DE VENTAS	9426,91	9935,02	10470,52	11034,88	11629,66
AMORTIZACIÓN DIFERIDOS	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
(=) UTILIDAD OPERATIVA	27564,62	32717,60	38531,12	45040,49	52412,81
GASTOS FINANCIEROS					
INTERESES	2545,53	2144,84	1696,07	1193,44	630,50
(=)UTILIDAD ANT. DEL 15% P/T	25019,09	30572,76	36835,06	43847,06	51782,31
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJ.	3752,86	4585,91	5525,26	6577,06	7767,35
(=)UTILIDAD ANT. DE IMPUESTOS	21266,23	25986,85	31309,80	37270,00	44014,96
(-) IMPUESTO A LA RENTA	(24%) 5.103,89	(23%) 5976,97	(22%) 6888,16	(22%) 8199,40	(22%) 9683,29
UTILIDAD NETA PROYECTADA	16162,33	20009,87	24421,64	29070,60	34331,67

Elaborado por: La autora.

GERENTE

CONTADOR

5.12.3 FLUJO DE CAJA

CUADRO No: 72
PROYECCIÓN DE FLUJO DE CAJA

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Inversión inicial	-53.031,89					
(=) Utilidad neta proyectada		16162,33	20009,87	24421,64	29070,60	34331,67
Valor de rescate						1.538,56
Depreciación		1.134,68	1.134,68	1.134,68	1.175,79	1.175,79
(=) Total de ingresos		17.297,01	21.144,55	25.556,32	30.946,39	37.046,02
EGRESOS						
Reinversión					700,00	
Pago principal		3339,09	3739,79	4188,56	4691,19	5254,13
(=) Total de Egresos		3339,09	3739,79	4188,56	5391,19	5254,13
(=) FLUJO DE CAJA PROYECTADO	-53.031,89	13.957,92	17.404,77	21.367,76	25.555,20	31.791,89

Elaborado por: La autora.

GERENTE

CONTADOR

5.13 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

5.13.1 Valor actual Neto.

CUADRO No: 73

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACTUAL 13%
0	53.031,89	53.031,89
1	13.957,92	12.318,00
2	17.404,77	13.555,23
3	21.367,76	14.686,47
4	25.555,20	15.500,90
5	31.791,89	17.018,19
TOTAL		73.078,79

Elaborado por: La autora.

El VAN permite representar en términos monetarios, si es que es rentable o no la inversión.

5.13.2 Tasa Interna de Retorno.

CUADRO No: 74

ANOS	FC NETO	TIR	
		FC ACTUALIZADO AL 13%	FC ACTUALIZADO AL 30%
0	53.031,89	53.031,89	53.031,89
1	13.957,92	12.318,00	10.736,86
2	17.404,77	13.555,23	10.298,68
3	21.367,76	14.686,47	9.725,88
4	25.555,20	15.500,90	8.947,59
5	31.791,89	17.018,19	8.562,48
TOTAL	110.077,54	73.078,79	48.271,49
VAN		20.046,90	-4.760,40

Elaborado por: La autora.

Utilizando el método de interpolación:

$$TIR = Ts1 + VAN1 (Ts1 - Ts2) / (VAN2 - VAN1)$$

$$TIR = 13\% + 20.046,90(30\% - 13\%) / [(20.046,90 - (-4.760,40))]$$

$$TIR = 13\% + 13,74\% = 26,74\%$$

Permite calcular la tasa que devolverá la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados.

5.13.3 Beneficio costo.

Este indicador financiero permite determinar las ventajas y desventajas del proyecto.

Como son los ingresos que generará, además; de los costos y gastos que se producirá en la elaboración del producto.

**CUADRO No: 75
COSTO BENEFICIO**

C/B	FNA	73.078,79	1,38
	INVERSIÓN	53.031,89	

Elaborado por: La autora.

Por cada dólar que se invierta en el proyecto se obtendrá \$0,38 centavos de rentabilidad.

5.13.3 Retorno de la Inversión.

El tiempo en el cual se va a demorar recuperar la inversión realizada para dicho proyecto.

**CUADRO No: 76
Recuperación de la Inversión**

AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO ACTUAL 13%
0	53.031,89	53.031,89
1	13.957,92	12.318,00
2	17.404,77	13.555,23
3	21.367,76	14.686,47
4	25.555,20	15.500,90
5	31.791,89	17.018,19
TOTAL		73.078,79

Elaborado por: La autora.

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Existen dos opciones:

a) VALORES CORRIENTES:

AÑOS	FC ACUMULADO
1	13.957,92
2	31.362,68
3	52.730,45
4	78.285,65
5	

La recuperación está entre el año 3 y 4

Ajustando el valor proporcional: 0,07 años

RECUPERACIÓN: 3,07 AÑOS

b) VALORES DEFLACTADOS O REDESCONTADOS (13%)

AÑOS	FC DEFLACTADO	FC ACUMULADO
1	12.318,00	12.318,00
2	13.555,23	25.873,23
3	14.686,47	40.559,70
4	15.500,90	56.060,60
5	17.018,19	

A igual que el anterior la recuperación corresponde al intervalo entre el año 3 y 4.

Ajustando el valor proporcional: 0,89 años

RECUPERACIÓN: 3,89 AÑOS

5.13.4 Punto de equilibrio del proyecto.

Es donde se determina; cuanto se debe vender o producir para que se inicie la recuperación de la inversión fija, se aplica únicamente al año 1.

PE: en función al Margen de Contribución y los valores fijos contemplados para el año 1.

En unidades de Producto PE:

$$\frac{\text{INV. FIJA} + \text{CF}}{\text{PVu}-\text{CVu}}$$

INVERSIÓN FIJA: 11.969,51

COSTOS FIJOS: 22.887,52

MC PONDERADO: 133USD- [(27%) (37.77 USD) +73% (37.77 USD)]

MC PONDERADO = 133USD – 37,77 USD = 95,23 USD

PE = 34.857.03 USD/ 95,23 USD= **366 PRENDAS.**

Este valor se descompone de la siguiente manera:

267 prendas para San Juan y 99 prendas para trajes de novia

La justificación de este cálculo es:

Prendas de San Juan: 390/536 = 73%

Trajes de novia: 146 / 536 = 27%.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1. LA EMPRESA

La empresa se dedicará a la producción y comercialización de trajes de novia para indígenas en el cantón Otavalo, además de su línea de trajes para san Juan. Por lo que se considera una empresa dedicada a la producción textil por ende se encuentra en el sector industrial.

6.1.1 Nombre de la empresa o Razón Social.

The image shows a 3D, isometric-style logo for the company. The text "SAWARINA WARMIPA WAST" is rendered in a bold, blocky font. Each letter has a blue front face and a white back face, giving it a three-dimensional appearance. The letters are slightly slanted and cast soft shadows on the surface below them.

6.1.2 Logotipo. "CASA DE NOVIAS"

Para el logotipo de la microempresa se ha tomado en cuenta el mismo de la denominación y se utilizará el siguiente slogan: Arte en Novias y algo MÁSS.



6.2 MISIÓN Y VISIÓN.

6.2.1 MISIÓN

Constituirse como una microempresa productora y comercializadora de trajes de novia para indígenas; además de la vestimenta típica como son los trajes de San Juan, que dan realce a la cultura Otavaleña y así; poder satisfacer las necesidades y exigencias del mercado.

6.2.2 VISIÓN

Dentro de cinco años SAWARINA WARMIPA WASI obtendrá un posicionamiento en el mercado y además logrará una imagen corporativa reconocida a nivel Cantonal con la satisfacción de proporcionar productos de calidad que garanticen la permanencia y estabilidad en el mercado.

6.2.3 Políticas de la Microempresa.

- Elaboración de catálogos para que los clientes puedan escoger el modelo apropiado de acuerdo a sus gustos y preferencias.
- Mantener un ambiente laboral adecuado para que exista buenas relaciones entre trabajadores.
- Trabajar con productos de calidad que satisfagan las necesidades de los consumidores.

6.2.4 OBJETIVOS INSTITUCIONALES.

- Instalar la microempresa productora y comercializadora de trajes típicos de indígenas en la ciudad de Otavalo.
- Fortalecer la creatividad de las productoras de este tipo de trajes para competir en el mercado.
- Mantener la cultura de los habitantes indígenas, con trajes innovadores.
- Contribuir con el progreso de la economía, mejorando la calidad de vida de los habitantes.
- Minimizar los costos, manteniendo la calidad del producto.
- Generar y mantener estrategias innovadoras que nos permitan alcanzar nuestras metas y objetivos propuestos.
- Establecer políticas que contribuyan en el proceso de mejoramiento continuo e innovación.

6.2.5 Principios y Valores.

6.2.5.1 Principios

Los principios éticos son formas de conducta y comportamiento dentro de la organización en la cual las personas desempeñan sus funciones, por ello es de gran importancia la existencia de los mismos. En la empresa casa de novias se establecerá los siguientes principios:

Trabajo en Equipo.- Es muy importante el establecimiento de este principio ya que por ende este conlleva a tener una mayor productividad en los trabajos realizados conjuntamente, lo que ayudara para que exista una organización fortalecida.

Mejoramiento Continuo.- Para que la organización brinde productos de calidad se debe incentivar a que se tome en cuenta que cada día se debe ir mejorando los diferentes procesos e innovando para ser más competitivos en el mercado al cual estamos dirigidos.

Competitividad.- capacidad para competir en un mercado globalizado.

6.2.5.2 Valores.

Son las actitudes morales que permiten trabajar con responsabilidad ética y profesionalismo para el cumplimiento de las labores institucionales.

Honestidad.- Generando credibilidad en las operaciones que realiza al ejecutar las actividades encomendadas dentro de la organización así; como también fuera de ellas.

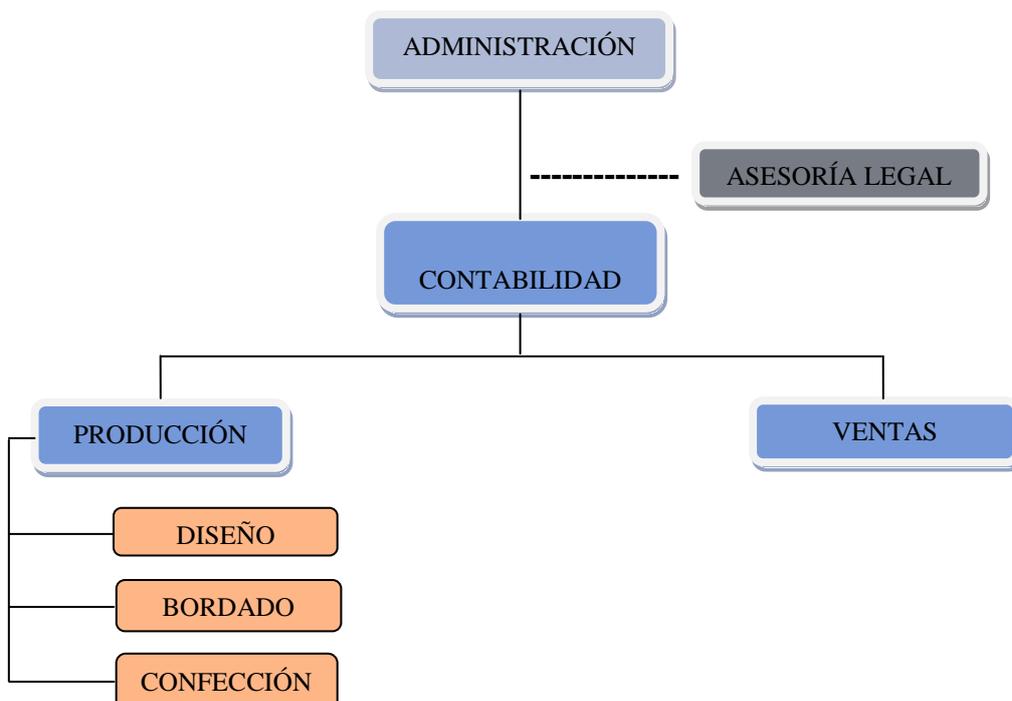
Respeto.- Fomentar valores que contribuyan con la integridad de la persona como el de la institución, permitiendo crear un adecuado ambiente de trabajo.

Puntualidad.- Dando un buen ejemplo y cumpliendo con el horario establecido para dar la importancia y validez a este principio que es de gran importancia en la organización.

Ética.- Los trabajadores deberán trabajar con eficiencia y respeto mutuo entre los mismos y poder reflejar a los clientes un buen servicio y un trabajo de calidad.

6.3 LA ORGANIZACIÓN

6.3.1 Organización Estructural



6.4 Descripción de funciones

6.4.1 Niveles Administrativos

Los niveles administrativos de la microempresa son:

- a. Nivel Ejecutivo
- b. Nivel Apoyo
- c. Nivel Operativo

A. NIVEL EJECUTIVO

Este nivel Directivo o Ejecutivo está integrado por el Administrador de la microempresa, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

B. NIVEL APOYO

El nivel Apoyo está integrado por la unidad de Contabilidad que realizará las funciones necesarias para el cumplimiento de las actividades de la microempresa.

C. NIVEL OPERATIVO

Nivel operativo que lo integran las unidades de ventas, producción y trabajadores, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la microempresa.

D. MATRIZ DE COMPETENCIAS

Constituye una norma de cumplimiento obligatorio en el cual se indican los requisitos mínimos de control interno en cada puesto a implantar en la microempresa.

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
ADMINISTRACIÓN	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Honestidad • Responsabilidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de liderazgo • Habilidades para negociar • Capacidad toma decisiones • Trabajo en equipo • Manejo de personal • Destreza matemática, monitoreo y control 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Trabajo a presión • Buen manejo relaciones humanas • Manejo de contabilidad. • Conocimiento de leyes tributaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Representar judicial y extrajudicialmente a la microempresa. • Convocar a reuniones. • Formular los presupuestos y programas que debe cumplir la microempresa y darlos a conocer a la junta de socios. • Tendrá la facultad de decidir y tomar decisiones correctivas en las diferentes áreas de trabajo. • Sera quien contrate al personal para trabajar en la microempresa y tendrá la facultad para despedir al empleado que no cumpla con sus funciones. • Panificar cada uno de los procesos financieros y operativos del establecimiento, garantizando el desarrollo normal de las actividades. 	<p>INSTRUCCIÓN Estudios en Ing. Comercial o afines</p> <p>EDAD Entre 25 a 40 años</p> <p>EXPERIENCIA 2 años en cargos similares</p>

Elaborado por: La autora

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
AESORÍA LEGAL	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Honestidad • Responsabilidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de sistematización • Habilidades para negociar 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo a presión • Buen manejo relaciones humanas • Manejo leyes y reglamentos. • Conocimiento General. 	<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar y regir los procesos judiciales. • Generar y reportar informes de gestión del área. • Apoyo y tramitaciones judiciales. • Participar en los requerimientos judiciales. • Estudio y análisis de diferentes causas. 	<p>INSTRUCCIÓN Estudios en Leyes.</p> <p>EDAD Entre 25 a 40 años</p> <p>EXPERIENCIA 2 años en cargos similares</p>

Elaborado por: La autora

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
CONTABILIDAD	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Honestidad • Responsabilidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de sistematización • Habilidades para negociar • Capacidad toma decisiones • Trabajo en equipo • Amplitud de criterio 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo a presión • Buen manejo relaciones humanas • Manejo de contabilidad. • Conocimiento de leyes tributaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar las cuentas de contabilidad en los libros. • Supervisar que los registros contables se lleven correctamente y en forma oportuna. • Mantener la información contable actualizada. • Formular los presupuestos y programas que debe cumplir la microempresa y darlos a conocer a la junta de socios. • Elabora y presenta informes financieros. • Mantener archivos de registros contables y documentos de soporte. 	<p>INSTRUCCIÓN Estudios en Ing. comercial, o afines</p> <p>EDAD Entre 25 a 40 años</p> <p>EXPERIENCIA 2 años en cargos similares</p>

Elaborado por: La autora

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
DISEÑO	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profesionalismo • Compromiso <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades propias de la función. • Trabajo en equipo. <p>NOTA; Este equipo de trabajo normalmente son rotativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo a presión. • Buen manejo relaciones humanas. • Capacidad de rotación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Efectuar las actividades de diseño. • Realizar los trabajos establecidos de acuerdo al cronograma. • Cuidar de los materiales y equipos a su cargo. • Reportar sobre daños en su área de trabajo para el arreglo inmediato. 	<p>INSTRUCCIÓN</p> <p>Estudios de Diseño de modas.</p> <p>EDAD</p> <p>Entre 18 a 30 años</p> <p>EXPERIENCIA</p> <p>2 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La autora

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
BORDADO	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Compromiso • Puntualidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidades propias de la función. • Trabajo en equipo. <p>NOTA; Este equipo de trabajo normalmente son rotativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo a presión. • Buen manejo relaciones humanas. • Capacidad de rotación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Efectuar las actividades de bordado. • Realizar los trabajos establecidos de acuerdo al cronograma. • Cuidar de los materiales y equipos a su cargo. • Reportar sobre daños en su área de trabajo para el arreglo inmediato. • Interpretar prototipos de diseño. 	<p>INSTRUCCIÓN</p> <p>Estudios de Diseño de modas.</p> <p>EDAD</p> <p>Entre 18 a 30 años</p> <p>EXPERIENCIA</p> <p>2 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La autora

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
CONFECCIÓN	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad • Compromiso • Puntualidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el costo de las prendas. • Trabajo en equipo. • Aplicación de normas de seguridad. <p>NOTA; Este equipo de trabajo normalmente son rotativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar información técnica. • Buen manejo relaciones humanas. • Capacidad de rotación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar prototipos de diseños. • Trazar y transformar moldes. • Cortar prendas de diferentes características. • Operar en máquinas industriales. • Selección de materia prima. • Aplicar criterios de calidad. • Organización de trabajo de corte y confección. 	<p>INSTRUCCIÓN</p> <p>Estudios en corte y confección.</p> <p>EDAD</p> <p>Entre 18 a 30 años</p> <p>EXPERIENCIA</p> <p>2 años en cargos similares.</p>

Elaborado por: La autora

PUESTO	COMPETENCIAS	PERFIL	FUNCIONES	REQUISITOS
VENTAS	<p>ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ética profesional • Compromiso • Dinámico. • Responsabilidad <p>LABORALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para las ventas • Sensibilidad para prever necesidades de los clientes • Iniciativa para soluciones oportunas con servicios adecuados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Relaciones interpersonales. • Trabajo a presión • Comunicación efectiva. • Capacitación manejo de clientes. • Actitudes positivas. • Buena presentación personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización del trabajo de su equipo • Entrega de reportes de ventas • Cierre de caja 	<p>INSTRUCCIÓN</p> <p>Estudios de Marketing o Administración de empresas.</p> <p>EDAD</p> <p>Entre 25 a 35 años</p> <p>EXPERIENCIA</p> <p>2 años en cargos similares</p>

Elaborado por: La autora

6.5 Aspectos Legales.

Toda empresa debe cumplir con los aspectos legales existentes en el país el objetivo es aportar elementos de juicio necesarios para la toma de decisiones relacionadas con el tipo de organización legal a constituirse a la estructura organizacional que conduzca a comunicaciones directas y a sistemas legales de información.

A continuación se nombra algunos aspectos legales para poder constituirse como microempresa:

6.5.1 Figura jurídica.

Se constituirá como microempresa de responsabilidad limitada, por lo tanto se debe elegir el nombre de la compañía y obtener la aprobación de la superintendencia de compañías. El abogado representante debe solicitar a la Superintendencia de Compañías la aprobación del nombre.

6.5.2 Objeto.

La microempresa se dedicará a la confección y comercialización de trajes de novia para indígenas y además de su línea de trajes tradicionales de San Juan.

6.5.3 Apertura de cuenta.

Para la creación de la microempresa se debe llevar a cabo la apertura de una cuenta de integración de capital, en beneficio de la misma.

6.5.4 Escritura Pública.

Seguidamente el propietario o gerente debe acercarse a una notaria y realizar la escritura pública.

6.5.5 Aprobación.

La escritura pública se la presenta ante un juez de lo civil solicitándole su constitución, para lo cual el funcionario debe hacer una publicación en el diario de lo que va hacer la microempresa.

6.5.6 Inscripción.

Con la autorización del juez civil, el futuro gerente – propietario debe inscribirla en el Registro Mercantil. Para comenzar debe sacar la patente Municipal.

6.5.6.1 Representante Legal.

El representante legal es la persona encargada de estar al frente de la microempresa en todos los aspectos y para todos los trámites requeridos.

6.5.6.2 Socios.

La microempresa estará conformada por 2 accionistas o socios quienes estarán aportando para la integración de la misma.

6.5.6.3 El capital inicial es de \$53.031,89 cuyo aporte de los socios \$31.849,13 y un crédito de \$21.212,75.

6.5.6.4 Permisos de funcionamiento

Para el funcionamiento respectivo de la microempresa es necesario sacar los respectivos permisos de funcionamiento como son los siguientes:

6.5.6.4.1 Patente Municipal.

De acuerdo a lo que establece La Ordenanza que reglamenta la determinación, administración, control y recaudación del impuesto anual de patentes municipales en el cantón Otavalo.

Para sacar la Patente Municipal son necesarios los siguientes documentos:

- ✓ Cédula y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Copia de la Escritura de Constitución.
- ✓ Copia del Impuesto predial.
- ✓ Formulario de patente.

6.5.6.4.2 R.U.C

- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- ✓ Patente.
- ✓ Copia de la escritura pública de constitución de la microempresa.
- ✓ Original y copia de planilla de un servicio básico.

6.5.6.4.3 CÁMARA DE COMERCIO:

Toda actividad comercial aunque no de manera obligatoria deberá afiliarse a la respectiva cámara según la actividad, en este caso a la cámara de comercio. Los requisitos para esta afiliación son:

- ✓ Copia Xerox del RUC
- ✓ Copia Xerox de la cédula de ciudadanía
- ✓ Certificado de honorabilidad
- ✓ Declaración juramentada del capital invertido
- ✓ 3 Fotografías, para el carné y el registro.

6.6 ESTRATEGIAS ORGANIZACIONALES.

El perfil estratégico que utilizará la empresa CASA DE NOVIAS será el liderazgo en personal capacitado para brindar un servicio excelente y mantener la fidelidad del mercado meta.

Para protegerse de la competencia y de la imitación mantendrá un contacto continuo y personalizado con cada uno de los clientes

El servicio que se brindará será de calidad, el objetivo es rebasar las expectativas de los clientes.

CAPITULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS.

En el presente proyecto se ha tomado como unidad de análisis a los siguientes impactos:

7.1 MATRIZ IMPACTO ECONÓMICO.

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Oferta de empleo						x		2
Estabilidad económica familiar					x			1
Capacidad de compra						x		2
Estabilidad económica de la provincia.					x			1
TOTAL								6

Impacto económico = $6/4 = 1,5 \approx 2$

ANÁLISIS:

En el aspecto económico podemos determinar que el proyecto tendrá un impacto medio positivo, ya que se generará empleo dentro de la localidad lo que permitirá tener una estabilidad económica dentro de las familias y de la Provincia incrementando el poder adquisitivo de las personas.

7.2 IMPACTO SOCIO-CULTURAL.

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Calidad de vida						X		2
Seguridad familiar					X			1
Estilos de vida						X		2
Tradiciones						X		2
TOTAL								7

Impacto socio-cultural = $7/4 = 1,75 \approx 2$

ANÁLISIS:

Mediante los resultados obtenidos este impacto tendrá un resultado medio positivo ya que permitirá mejorar la calidad de vida de los moradores, mantener sus propias tradiciones y culturas conservando la identidad propia del sector y de la mayoría de los habitantes.

7.3 IMPACTO COMERCIAL.

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Servicio y atención al cliente						x		2
Posicionamiento del mercado					x			1
Segmentación						x		2
Competitividad					x			1
TOTAL								6

Impacto comercial $6/4 = 1,5 \approx 2$

ANÁLISIS:

Al realizar el análisis pertinente se puede determinar que el proyecto tendrá un impacto comercial medio positivo. Ya que se pretende brindar un servicio y atención al cliente adecuada, logrando así; una posición en el mercado para poder ofrecer el producto. Además se realizara una oportuna segmentación de posibles clientes a quienes está dirigido el bien o servicio, permitiéndonos ser más competitivos dentro del área comercial.

7.4 IMPACTO EDUCATIVO.

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de conocimientos						x		2
Preservación de Valores							x	3
Nuevos aprendizajes							x	3
Aplicación de conocimientos						x		2
TOTAL								10

Impacto Educativo $10/4 = 2,5 \approx 3$

ANÁLISIS:

De acuerdo a los resultados se puede determinar que en el ámbito educativo se tendrá un impacto medio positivo ya que contribuirá a la generación de nuevos conocimientos, además se podrá aplicar los obtenidos dentro de la formación académica.

7.5 IMPACTO AMBIENTAL.

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Manejo de desechos			X					-1
Aprovechamiento de recursos					X			1
Contaminación auditiva			X					-1
TOTAL								-1

Impacto Ambiental $-1/3=-0.33$

ANÁLISIS:

Al analizar los resultados obtenidos se llego a determinar que el proyecto tendrá un impacto ambiental bajo negativo ya que existirá un control en el manejo de desechos, contaminación auditiva y aprovechamiento adecuado de los recursos. Todo lo mencionado se enmarca en la CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR en el capítulo segundo Derechos del buen vivir en el **Art. 14.-** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay.

7.6 MATRIZ GENERAL DE IMPACTOS.

INDICADOR	NIVELES DE IMPACTO							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto económico						x		2
Impacto socio-cultural						x		2
Impacto empresarial						x		2
Impacto educativo							x	3
Impacto Ambiental			x					-1
TOTAL								8

Matriz general de Impactos $8/5 = 1,6 \approx 2$

ANÁLISIS:

Al analizar todos los impactos que generará el proyecto se define que se obtendrá un impacto medio positivo. Se puede mencionar que la creación de una microempresa es importante para el desarrollo de la economía, reactivación del comercio, fomentación de fuentes de empleo mediante la realización del producto, lo que generará una población económicamente activa.

CONCLUSIONES

A continuación se detallan las conclusiones a las que se ha llegado luego del estudio del Proyecto:

- De los resultados del Diagnóstico en las encuestas realizadas, existe una aceptación por parte de los consumidores para la creación de una microempresa dedicada a satisfacer las necesidades de la población indígena.
- En el estudio de Mercado se establece que la demanda potencial puede ser aprovechada, mediante la producción de un producto de calidad con un precio aceptable ya que su comercialización será de una forma directa con el consumidor lo que permite abaratar costos.
- Mediante el estudio técnico se establece que la microempresa estará ubicado en un lugar estratégico para la comercialización del producto.
- En el análisis financiero se puede analizar que por invertir \$1 dólar se obtendrá un beneficio de \$0,38ctvs. Lo que puede resultar favorable para dicha inversión.
- Los impactos no muestran valores negativos que sean determinantes o restrictivos para el proyecto, por lo tanto no desfavorecen sino son aliados
- La recuperación de la inversión se puede determinar que se realizara entre 3 y 4 años, analizada en dos formas en valores corrientes y en valores reales.

RECOMENDACIONES

- Es muy importante mantener la cultura de los pueblos ya que a través de la misma se puede distinguir de otros; por lo que se debe mantener los rasgos característicos de los trajes de indígenas.
- Diseñar siempre trajes innovadores, que rescaten la cultura del Cantón Otavalo, para que de esta forma se satisfaga las necesidades de los consumidores en especial de los más jóvenes.
- Aceptar la localización obtenida mediante el análisis técnico porque reúne las mejores condiciones.
- El proyecto presenta evaluadores financieros aceptables potencialmente, por ende se sugiere implementarlo
- Mantenerse en los valores cuantificados en las matrices de impactos, para que el proyecto siga siendo atractivo
- Para la recuperación es bastante adecuada, lo que constituye un atractivo para el inversionista, este aspecto fortalece la factibilidad del proyecto, aprovechar esta condición.

BIBLIOGRAFÍA

ALMA DEL CID, MÉNDEZ, SANDOVAL, Investigación Fundamental y metodológica, primera edición México, 2007.

BERNAL, Cesar Augusto. Metodología de la Investigación.

2da edición, 2006.

BRAVO Mercedes (2007) CONTABILIDAD GENERAL Séptima edición, Editorial Nuevo Día.

BRIGHAN, Eugene. HOUSTON Joel. (2005).

CHILQUINGA, Manuel, (2004) Costos por Órdenes de Producción, Ecuador.

CORDOBA, Marcial. (2006) en su obra Formulación y Evaluación de Proyectos.

FERNÁNDEZ COLLADO, Metodología de la Investigación, cuarta edición, 2006.

GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera.

JÁCOME Walter (2005) Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión Editorial Universitaria –Ibarra Ecuador.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary - “Marketing” – Ed. Prentice Hall (2007).

MÉNDEZ A, Carlos E. Metodología. Segunda edición, 2008.

MONTEROS, Edgar. (2005), Manual de Gestión Microempresarial. Editorial Universitaria, Ecuador.

POSSO Miguel, Metodología para el trabajo de grado (Tesis y Proyectos), Primera Edición, Ibarra- Ecuador, 2005.

SARMIENTO, Rubén; (2005); Contabilidad General; Ecuador.

Willbur Jiménez Castro, citado por Sergio Hernández (2005).

ZAPATA, Pedro, (2004) Contabilidad General, Cuarta Edición Editorial Mc Graw Hill.

LINCOGRAFÍA

[http://www.slideshare.net/guest4a7714/clasificación-de-empresas.](http://www.slideshare.net/guest4a7714/clasificación-de-empresas)

[www.books.google.com.ec.](http://www.books.google.com.ec)

[www.rgl.metod.com.](http://www.rgl.metod.com)

[www.otavalovirtual.com.](http://www.otavalovirtual.com)

[www.otavalo.gov.ec.](http://www.otavalo.gov.ec)

[http://es.wikipedia.org.](http://es.wikipedia.org)

[www.inec.gov.ec/.](http://www.inec.gov.ec/)

[www.bce.fin.ec/.](http://www.bce.fin.ec/)

[http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014866/014866_05.pdf.](http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/014866/014866_05.pdf)

ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES



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

DATOS TÉCNICOS

1. SEXO

Masculino () Femenino ()

2. EDAD

15-20 () 21-25 () 26-30 () 31-35 ()

3. NIVEL DE ESTUDIOS

Primaria () Secundaria () Superior ()

4. ¿Conoce usted lugares donde se comercialicen trajes para fiestas indígenas?

Si () No () No conoce ()

5. ¿Qué tipo de trajes ofrecen con más frecuencia?

San Juan () Paukar Raymi () Bautizos ()

Primera Comunión () Matrimonios () Otros ()

6. Considera usted que la creación de un lugar que oferte estos trajes es:

Muy adecuado () Poco adecuado () Inadecuado ()

7. ¿con qué frecuencia realiza usted la compra de alguno de estos trajes al año?

1 vez al año () 2 veces al año () 3 veces al año () Más de 3 veces al año ()

8. ¿Cuál es su promedio de gasto cada vez que realiza la compra de uno de estos trajes?

Entre 50-90 () entre 91-120 () entre 121-200 ()
Más de 200 ()

9. Considera usted que es conveniente que exista una empresa que confeccione y comercialice específicamente trajes de novia:

Muy adecuado () Medianamente adecuado ()

Poco adecuado ()

10. ¿Le gustaría que esta empresa le oferte todos los servicios para su matrimonio?

Si ()

No ()

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un traje para matrimonio?

Entre 100-200 () Entre 201-400 () Más de 400 ()

12. ¿En qué medida es importante para usted que esta empresa brinde estos servicios manteniendo su identidad cultural?

Muy importante () Medianamente importante ()

Poco Importante () Nada importante ()

13. ¿Cómo le gustaría la presentación del traje de novia?

Una pieza () dos piezas ()

14. Identifique la manera más adecuada para acceder a su traje de novia.

Comprar () alquilar ()

15. ¿En qué medio de información le gustaría que se brinde publicidad sobre esta micro empresa?

En revistas () Diario () Radio y televisión () Internet ()

ANEXO 2: ENTREVISTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE TRAJES TIPICOS INDÍGENAS.

1. Qué tiempo lleva comercializando estos productos

2. Cuáles son los trajes que más salida tienen en el mercado

3. Cuál es la cantidad mensual de ventas de estos trajes y cuál es el precio promedio

ANEXO 3: ROL DE PAGOS.

SUELDOS Y SALARIOS

Cargo	Sueldo	Décimo	Décimo	Total	Aporte	Fondo	Vacaciones	Líquido
	Básico	Tercero	Cuarto	Ingresos	IESS	Reserva		Recibir
Administrador/ Contador	300,00	25,00	22,00	347,00	36,45	25,00	12,50	420,95
vendedor	264,00	22,00	22,00	308,00	32,08	22,00	11,00	373,08

total	1	2	3	4	5
SUELDOS Y SALARIOS	5051,4	5323,67	5610,62	5913,03	6231,74
vendedor	4476,91	4718,22	4972,53	5240,55	5523,01

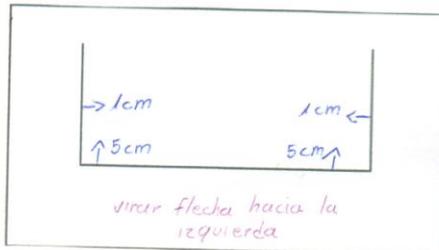
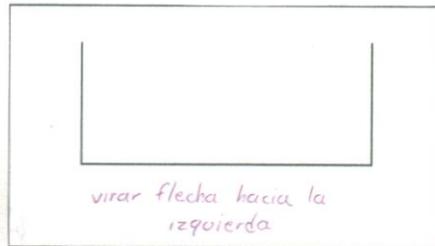
ANEXO 4: DISEÑOS DE BORDADOS

DISCO 1



FLOR 5 ESTRELLITAS

TIEMPO: 7 minutos.
 MANGA: _____
 PECHO: _____
 SEPARACIÓN: _____



FLOR EN "S"

TIEMPO: 9 minutos (2 flores)
 MANGA: 3 flores
 PECHO: 5 flores
 SEPARACIÓN: 4,8 cm



PASADA BRILLO

TIEMPO: 18 minutos.
 MANGA: 3 flores
 PECHO: 6 flores
 SEPARACIÓN: 4,5 cm

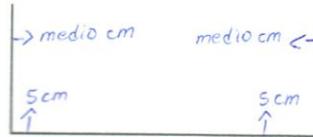


DISCO 1

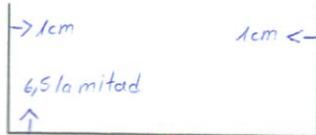


ABEJAS

TIEMPO: _____ (2 flores)
 MANGA: 3 flores
 PECHO: 5 flores
 SEPARACIÓN: 5 cm



Virar la flecha hacia la izquierda.



Virar la flecha hacia la izquierda



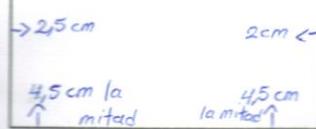
FLOR DE CARITA

TIEMPO: 5 minutos
 MANGA: 4 flores
 PECHO: 7 flores
 SEPARACIÓN: 6,5 cm la mitad



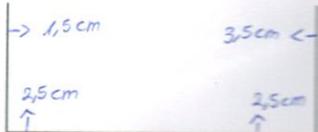
CORAZONES

TIEMPO: _____
 MANGA: 4 flores
 PECHO: 7 flores
 SEPARACIÓN: 3,5 cm

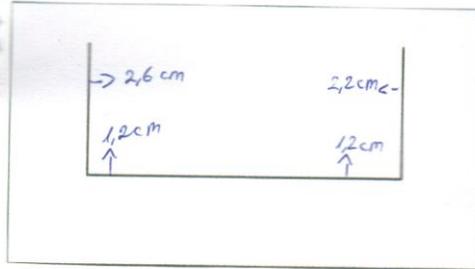


TREVOL

TIEMPO: _____
 MANGA: 4 flores
 PECHO: 6 flores
 SEPARACIÓN: 4 cm

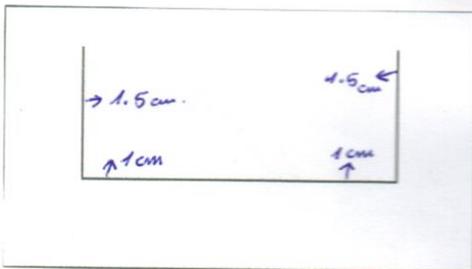


DISCO 1



TRES CLOVELES

TIEMPO: 27 minutos
 MANO: 3 flores
 PECHO: 5 flores
 SEPARACIÓN: 5 cm



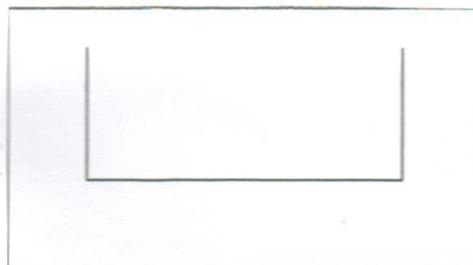
TRES GIRASOLES

TIEMPO: 24 minutos.
 MANO: 3 flores
 PECHO: 5 flores
 SEPARACIÓN: 5 cm



DOS ROSAS Y DOS BOTONES

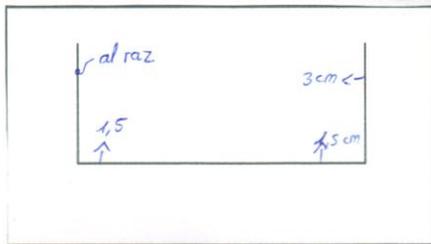
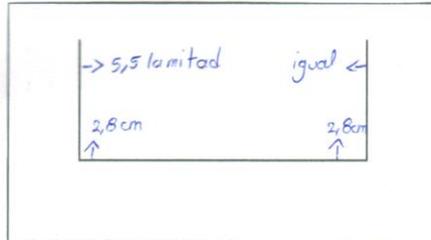
TIEMPO:
 MANO:
 PECHO:
 SEPARACIÓN:



DISCO 1



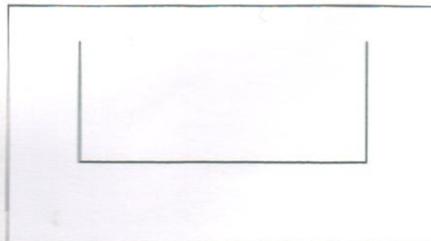
ROSA CON FILO AZUL MARINO
 TIEMPO: 15 minutos
 MANEJO: 5 flores
 PECHO: 8 flores
 SEPARACIÓN: 3 cm



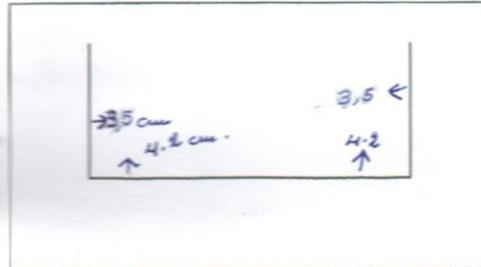
DOBLE ROSA CON UVAS
 TIEMPO: 22 minutos (2 flores)
 MANEJO: 3 flores
 PECHO: 5 flores
 SEPARACIÓN: 4,5 cm



ROSA DE 5 HOJAS
 TIEMPO:
 MANEJO:
 PECHO:
 SEPARACIÓN:

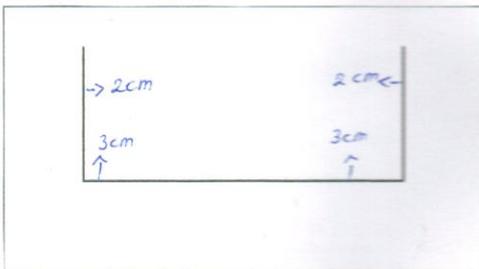


DISCO 2



GRAN ESTRELLA

TIEMPO: 33 minutos
 MANGA: 3
 PECHO: 5
 SEPARACIÓN: 9.5 la mitad abarcada



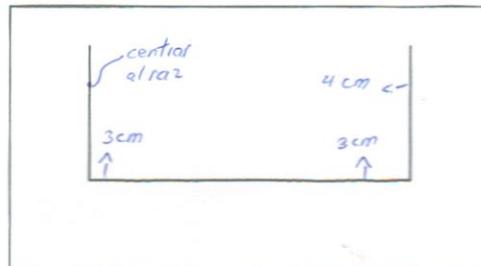
COLA DE PAVO REDL

TIEMPO:
 MANGA: 4 flores
 PECHO: 6 flores
 SEPARACIÓN: 4 cm



CORAZÓN

TIEMPO:
 MANGA: 4 flores
 PECHO: 6 flores
 SEPARACIÓN: 4 cm



DISCO 2



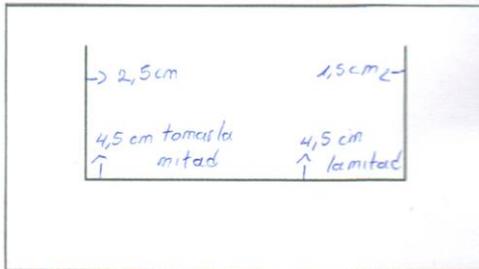
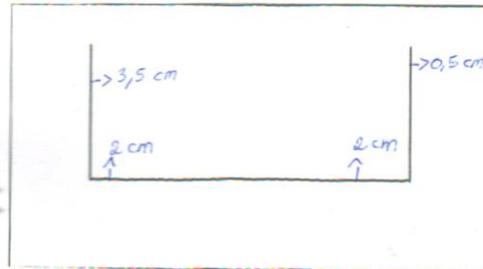
ROSA DE CAMPANAS

TIEMPO: 15 minutos

MANEJO: 3 flores

PECHO: 5 flores

SEPARACIÓN: 4,5 cm



FLOR CON FRESAS

TIEMPO: 24 minutos

MANEJO: 3 flores

PECHO: 5 flores

SEPARACIÓN: 5 cm



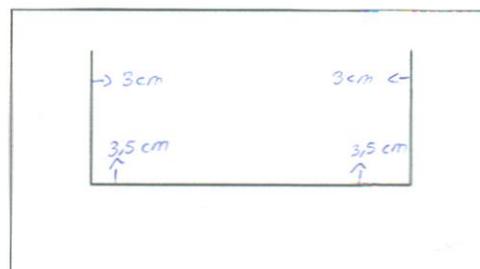
CANASTO CON LAZO

TIEMPO: 16 minutos

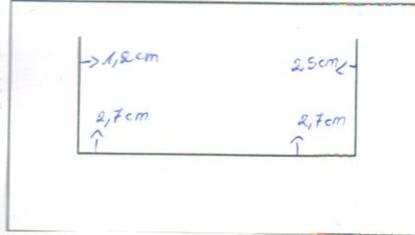
MANEJO: 4 canastos

PECHO: 7 canastos

SEPARACIÓN: 3,5 cm



DISCO 2



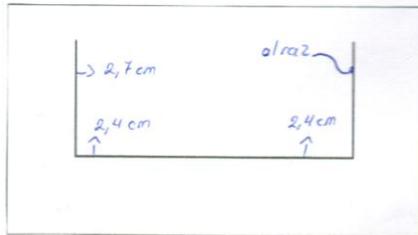
GIROSOLES

TIEMPO: 21 minutos

MANERA: 3 flores

PECHO: 6 flores

SEPARACIÓN: 4,5 cm



DOBLE TREVOL

TIEMPO:

MANERA: 4+1 flor empezar desde izquierda

PECHO: 8 flores

SEPARACIÓN: 2,8 cm



FIORES CON FILO

TIEMPO:

MANERA:

PECHO:

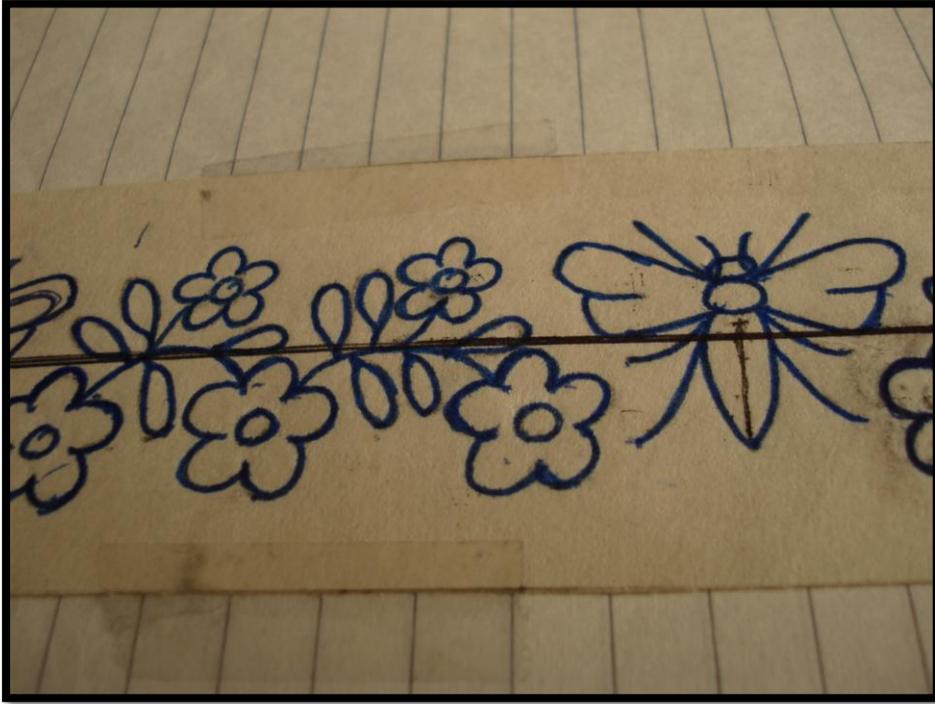
SEPARACIÓN:

DISEÑO BORDADO



ANEXO 5: DIBUJADO





MOLDES DE BORDADO



ANEXO 6: CONFECCIÓN.



COLECCIÓN:

.....

TEMPORADA:

PRIMAVERA -VERANO



INSPIRACIÓN:

Cultura Otavaleña

ELEMENTOS:

- + Bordados
- + Cintas
- + Pedrería

ESPECIFICACIONES:

- + **Delantero**, lleva un tablón en los costados del anaco, sujeto con una faja ancha. La blusa con corte de bretel bordada con flores de color vino tinto.
- + **Posterior**, escote en vértigo, entrecruzado con cinta de 2cm. De ancho terminado en un laso. En el centro un plisado de chiffon como especie de cola mismo que está sujeto a la falda que esta bordada.
- + Vuelo de la manga con encaje.

TELAS:

- + Charmuse
- + Chiffon plisado
- + Encaje
- + Cinta
- + Bordado
- + Cinturón bordado
- + Carola

COLOR:

- + Blanco
- + Vino Tinto

